

ЕВРОПЕЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МОЛДОВЫ

На правах рукописи
УДК: 346.44(478) (043.3)

АРСЕНИ ИГОРЬ

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДИСТРИБЬЮТОРСКОГО
ДОГОВОРА И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ В
РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА.**

**СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 553 – ЧАСТНОЕ ПРАВО (ГРАЖДАНСКОЕ
ПРАВО).**

Диссертация на соискание ученой степени доктора права

Научный руководитель:

СОСНА Борис,
доктор права,
конференциар университетар

Автор:

АРСЕНИ Игорь

КИШИНЭУ, 2018

UNIVERSITATEA DE STUDII EUROPENE DIN MOLDOVA

Cu titlu de manuscris
C.Z.U.:346.44(478) (043.3)

ARSENI IGOR

**REGLEMENTAREA JURIDICĂ A CONTRACTULUI DE DISTRIBUȚIE
ȘI PERSPECTIVELE DEZVOLTĂRII LUI ÎN REPUBLICA MOLDOVA**

SPECIALITATEA 553. 01 - DREPT PRIVAT (Drept civil)

Teză de doctor în drept

Conducător științific:

SOSNA Boris,
Doctor în drept,
conferențiar universitar

Autor: ARSENI Igor

CHIȘINĂU, 2018

© ARSENI IGOR, 2018

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|-----------|
| АННОТАЦИЯ..... | 6 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СОКРАЩЕНИЙ..... | 9 |
| ВВЕДЕНИЕ..... | 10 |
| | |
| 1. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДИСТРИБЬЮТОРСКИХ ОТНОШЕНИЙ: АНАЛИЗ СИТУАЦИИ И ИДЕНТИФИКАЦИИ НАУЧНОЙ ПРОБЛЕМЫ..... | 20 |
| 1.1. Правовое регулирование дистрибьюторских отношений в современных научных исследованиях..... | 20 |
| 1.2. Правовое регулирование дистрибьюторских отношений: нормативно – правовой анализ | 37 |
| 1.3. Идентификация научной проблемы и основные направления ее решения..... | 50 |
| 1.4. Выводы к главе 1..... | 54 |
| | |
| 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСТРИБЬЮТОРСКОГО ДОГОВОРА..... | 56 |
| 2.1. Концептуальные основы идентификации дистрибьюторского договора как непоименованного договора..... | 56 |
| 2.2. Соотношение дистрибьюторского договора с поименованными гражданско – правовыми договорами..... | 68 |
| 2.3. Зарубежный опыт правового регулирования дистрибьюторского договора..... | 75 |
| 2.4. Теоретико-правовые проблемы правового регулирования международного дистрибьюторского договора..... | 83 |
| 2.5. Выводы к главе 2..... | 88 |
| | |
| 3. ЭЛЕМЕНТЫ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСТРИБЬЮТОРСКОГО ДОГОВОРА..... | 91 |
| 3.1. Понятие и юридическая конструкция дистрибьюторского договора..... | 91 |
| 3.2. Стороны дистрибьюторского договора, их права и обязанности..... | 113 |

| | |
|---|------------|
| 3.3. Порядок заключения, изменения и расторжения дистрибьюторского договора..... | 122 |
| 3.4. Дистрибьюторский и дилерский договоры: проблемы квалификации и идентификации. Субдистрибьюторский договор..... | 128 |
| 3.5. Ответственность сторон в случае неисполнения, или ненадлежащего исполнения обязательств по дистрибьюторскому договору..... | 137 |
| 3.6. Выводы к главе 3..... | 142 |
| ОБЩИЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ..... | 145 |
| БИБЛИОГРАФИЯ..... | 151 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ..... | 163 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ №1..... | 163 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ №2..... | 169 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ №3..... | 179 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ №4..... | 181 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ №5..... | 185 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ №6..... | 190 |
| Декларация об ответственности..... | 191 |
| CV –АВТОРА..... | 192 |

ADNOTARE

Arseni Igor, « Reglementarea juridică a contractului de distribuție și perspectivele dezvoltării lui în Republica Moldova », teza de doctor în drept, Chișinău, 2018.

Structura tezei: introducere, trei capitole, concluzii generale și recomandări, bibliografie din 157 de titluri și anexe, 150 pagini text de bază. Rezultatele obținute sunt publicate în 14 lucrări științifice.

Cuvintele-cheie: activitatea de distribuție, contractul de distribuție, distribuitor, furnizor, subdistribuitor, dealer, contract nenumit.

Domeniul de studiu științific: 553.- Drept privat, de specialitate - 553.01. Drept civil. Lucrarea ține de domeniul Dreptului civil, Partea Specială, Categoriile de obligații.

Scopul tezei de doctorat constă în realizarea unei cercetări complexe a structurii contractului de distribuție, definirea naturii sale juridice și locul în sistemul de contracte civile și comerciale, elaborarea propunerilor doctrinare în vederea fundamentării științifice *ad integrum* a particularităților lui, pentru a îmbunătăți legislația în vigoare prin adoptarea unui act legislativ special sau completarea Codului civil al Republicii Moldova, dedicat reglementării juridice a contractului dat.

Obiectivele: argumentarea introducerii și utilizării conceptului de contract de distribuție în legislația națională; identificarea părților contractului de distribuție; cercetarea particularităților și modalităților de încheiere, modificare și reziliere contractului de distribuție; identificarea și redarea problemelor de calificare a unui contract de distribuție și a unui contract de *diler*; descrierea și redarea naturii juridice a contractului de subdistribuție; studierea măsurii de responsabilitate a părților contractului; realizarea unei coordonări între contractele de distribuție și contractele civile nominalizate; redarea problemelor teoretice de drept ale reglementării juridice a contractului internațional de distribuție; elaborarea propunerilor și recomandărilor pentru completarea și modificarea legislației în vigoare, în scopul de a reglementa sub toate aspectele chestiunile legate de reglementarea juridică a contractului de distribuție în Republica Moldova.

Noutatea științifică și originalitatea rezultatelor obținute constau în faptul că în teză pentru prima dată în Republica Moldova sunt descrise cuprinzător aspectele științifice actuale ale reglementării legale a contractului de distribuție și problemele aplicării lui.

Problema științifică soluționată rezidă în *elaborarea instrumentarului de identificare* și motivare – fundamentare științifică a *naturii juridice și elementelor* contractului de distribuție, fapt care a condus la clarificarea pentru teoreticienii și practicienii din domeniul dreptului civil și comercial a elementelor respective, *în vederea aplicării* acestui contract ca unul distinct, prin operarea de modificări și completări în cadrul legislației civile uzuale.

Semnificația teoretică și valoarea aplicativă lucrării constă în faptul că au fost formulate o serie de concluzii științifice și teoretice privind reglementarea juridică a contractului de distribuție, care nu sunt reglementate de legislația în vigoare și nu sunt cercetate în știința dreptului civil. Rezultatele cercetării sunt importante din punct de vedere metodologic, pentru cercetarea și dezvoltarea științifică a conceptelor contractului de distribuție.

Implementarea rezultatelor științifice și-au găsit reflecția în numeroase articole publicate în reviste de specialitate, în cadrul conferințelor naționale și internaționale precum și în propunerile de modificare a legislației care au fost înaintate Parlamentului Republicii Moldova și Ministerul Justiției. Își găsește materializare în procesul de instruire în cadrul instituțiilor de învățământ superior cu profil juridic și economic, în activitatea practică ce ține de domeniul judiciar și în activitatea legislativă ce ține de elaborarea și modificarea actelor normative.

АННОТАЦИЯ

Арсени Игорь, « Правовое регулирование дистрибьюторского договора и перспективы его развития в Республики Молдова », диссертация на соискание ученой степени доктора права, Кишинэу, 2018.

Структура диссертации: введение, 3 главы, общие выводы и рекомендации, библиография из 157 наименований и приложения, 150 страница основного текста.

Полученные результаты опубликованы в 14 научных работах.

Ключевые слова: дистрибьюторская деятельность, дистрибьюторский договор, дистрибьютор, поставщик, субдистрибьютор, дилер, непоименованный договор, территория.

Область научного исследования: 553. – Частное право, специальность - 553.01. Гражданское право.

Целью диссертации является комплексное исследование отдельной договорной конструкции – дистрибьюторский договор, определения его правовой природы и места в системе гражданско-правовых договоров, разработка научных предложений, в целях единой и унифицированной квалификации дистрибьюторского договора в науке и правоприменительной практике.

Задачи диссертации: анализ современного состояния законодательства и научных исследований Республики Молдова и зарубежных стран, касающихся правового регулирования дистрибьюторского договора, а также выявления проблем правового регулирования дистрибьюторского договора и разработка предложений и рекомендаций по внесению дополнений и изменений в действующее законодательство с целью всестороннего регулирования вопросов, связанных с правовым регулированием дистрибьюторского договора.

Научная новизна и оригинальность состоит в том, что в настоящей диссертации впервые комплексно и всесторонне раскрываются актуальные научные аспекты правового регулирования дистрибьюторского договора в Республики Молдова и проблемы его применения, и на этой основе автором выработан единый подход к вопросу о правовом регулировании дистрибьюторских отношений в целом и дистрибьюторского договора в частности, предоставляющий возможность практического использования полученных теоретических результатов и решения существующих на практике проблем.

Основная решенная научная проблема заключается в разработке инструмента идентификации и научной мотивации юридического характера и элементов дистрибьюторского договора, который привел к разъяснению теоретикам и практикам в области гражданского и коммерческого права соответствующих элементов для применения этого договора как отдельного, путем внесения изменений и дополнений в гражданское право.

Теоретическая значимость и практическая ценность работы состоит в том, что в ней сделан ряд научно-теоретических выводов, касающихся правового регулирования дистрибьюторского договора, которые не регламентированы действующим законодательством и не исследованы в науке гражданского права. Результаты исследований важны с методологической точки зрения, для исследований и научных разработок концепций дистрибьюторского договора.

Внедрение результатов, с учетом комплексного характера работы и практических предложений, может быть использовано как в усовершенствовании законодательства, в образовательных учреждениях, а также специалистами, поскольку предлагает новое видение законодательства и практики в данной области. Результаты исследования предложены Парламенту Республики Молдова и Министерству юстиции Республики Молдова для внесения дополнений в законодательные и нормативные акты в сфере правового регулирования дистрибьюторского договора

ANNOTATION

Arseni Igor, « Legal regulation of the distribution contract and prospects for its development in the Republic of Moldova», Law PhD Theses, Chisinau, 2018.

The structure of the thesis: introduction, three chapters, general conclusions and recommendations, bibliography of 157 titles and annexes, 150 pages of basic text.

The results are published in 14 scientific papers.

Keywords: distribution, distribution agreement, distributor, supplier, subdistributor, dealer, in nominate contract, territory.

Field of scientific study: 553.- Private Law, specialty -specialty - 553.01. - Civil law.

The purpose of thesis is a comprehensive study of the individual contract of construction – distribution agreement, determining its legal nature and place in the system of civil and commercial contracts, development of research proposals, in order to uniform and standardized skill distribution agreement in science and practice.

The objectives: analysis of the current state of the legislation and research of the Republic of Moldova and foreign countries concerning the legal regulation of the distribution agreement, as well as identify issues of legal regulation of a distribution agreement and development proposal and recommendations on introduction of additions and amendments to the existing legislation aiming at a comprehensive regulation of issues related to legal regulation of a distribution agreement.

Scientific novelty and originality lies in the fact that in theses for the first time the current scientific aspects of the legal regulation of the distribution contract in the Republic of Moldova and the problems of its application are described comprehensively and comprehensively, and on this basis the author developed a unified approach to the issue of the legal regulation of distributor relations in general and distribution agreement in particular, providing the possibility of practical use of the theoretical results obtained and the solution of existing solutions problems.

The main solving scientific problem concludes in the development of the instrument identifiers and scientific motifs of the legal nature of the contract and the distribution of the contract, which deals with the theoretical and practical application in civil and commercial matters, in accordance with the contract, how we separate the amended law and the law used in civil law.

The theoretical significance and value of the work is that a number of scientific and theoretical conclusions have been made about the legal regulation of the distribution contract, which are not regulated by the current legislation and are not investigated in the science of civil law. The results of the research are important from a methodological point of view, for research and scientific development of the concepts of the distribution contract.

Implementation of scientific results: Taking into consideration the complex nature of work and practical proposals, the achieved results can be used for improvement of legislation, in educational institutions and by experts since they offer a new vision of legislation and practices in this field. The results of the research are proposed to the Parliament of the Republic of Moldova and the Ministry of Justice of the Republic of Moldova for making additions to the legislative and regulatory acts in the field of legal regulation of the distribution agreement.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СОКРАЩЕНИЙ

АТО – Административно – территориальное образование

ВСП РМ - Высшая судебная палата Республики Молдова

ГК – Гражданский кодекс

Закон РМ - Закон Республики Молдова

Конституция РМ - Конституция Республики Молдова

МТП - Международная торговая палата

РМ – Республика Молдова

РФ – Российская Федерация

ФЗ – федеральный закон

SRL – Societatea cu răspundere limitată

г. – год

др. – другое

и т.д. – и так далее

п. – пункт

ст. – статья

т.е. – то есть

т.к. – так как

ч. – часть

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность и значение темы исследования. Конституция Республики Молдова в ст. 126 провозгласила экономику Республики Молдова рыночной, основанной на свободной конкуренции, свободе торговли и предпринимательской деятельности, защите добросовестной конкуренции, а также неприкосновенность собственности физических и юридических лиц, в том числе иностранных (ст.128).[85]

В условиях рыночной экономики роль государства состоит в защите и развитии общественных интересов в сфере экономической деятельности, в поддержке экономических агентов путем обеспечения свободы торговли и предпринимательской деятельности, защиты добросовестной конкуренции. [86, с. 202]

На современном этапе развития рыночных отношений в коммерческом обороте используются различные договорные конструкции. Одним из важных инструментов, обеспечивающих организацию оптовой и розничной торговли товарами, являются договоры особого вида, которые широко используют национальные и иностранные коммерсанты. Такого рода договором выступает и дистрибьюторский договор. За рубежом данный договор именуется «distribution agreement», «contract de distribution», «la concession de vente», «vertagshandlervertrag», в Республике Молдова в предпринимательской практике этот договор называется «дистрибьюторский договор», «дистрибьюторское соглашение», «дистрибьюторский контракт», «договор купли - продажи с условием дистрибьюции».

Указанные договоры заключаются и применяются очень активно как иностранными экономическими агентами, так и национальными, поскольку именно данный договор обеспечивает эффективный правовой механизм ввоза и сбыта, больших объемов товаров розничным сетям на территории всей страны.

Однако активное развитие торговых отношений приводит к необходимости использования различных договоров, которые не предусмотрены законодательством. К таким видам договоров относится и дистрибьюторский договор, который не предусмотрен действующим гражданским законодательством Республики Молдова, но широко используется коммерсантами в предпринимательской деятельности.

Исходя из системы договоров, предусмотренных действующим Гражданским кодексом Республики Молдова (далее - ГК РМ)[34], дистрибьюторский договор не выделен в качестве самостоятельного вида договора. Дистрибьюторский договор относится к числу непоименованных в силу следующего обоснования, что прямо вытекает

из содержания ч.(3) ст. 667 ГК РМ и в связи с этим можно справедливо утверждать, что дистрибьюторский договор является непоименованным договором.

В этом контексте можно сделать вывод, что дистрибьюторский договор не поименован в действующем гражданском законодательстве, а его условия и элементы заимствованы из различных правовых систем. В связи с этим можем констатировать заключение и активное использование дистрибьюторского договора в торговых отношениях, и который *de facto* присутствует в молдавской правовой системе на основании заимствований из международного коммерческого оборота.

Актуальность темы диссертационного исследования определяется необходимостью определения правовой природы и места дистрибьюторского договора в современном гражданском праве, а также перспектив его развития в Республике Молдова. В связи с тем, что правовое регулирование дистрибьюторского договора отсутствует, да и сами термины «дистрибьюторский договор», «дистрибьюторское соглашение» неизвестны законодательству Республики Молдова, а также отсутствие единообразного подхода к определению понятия дистрибьюторского договора в науке гражданского и предпринимательского права приводит к неправильной квалификации данного договора в правоприменительной практике. В судебной практике также нет единого подхода к квалификации дистрибьюторского договора, что приводит к различному толкованию и квалификации данного договора.

Актуальность темы исследования подтверждается уровнем правового регулирования дистрибьюторского договора в национальном законодательстве, поскольку в законодательстве вообще отсутствует договорная конструкция дистрибьюторского договора, однако в отдельных законах используется понятие «дистрибьютор», «дистрибьюторская цепь». Это свидетельствует о несовершенстве действующего законодательства в исследуемой области.

Актуальность и важность темы исследования также оправдываются текущими тенденциями национального и международного развития дистрибьюторских правоотношений, вытекающих из дистрибьюторского договора. Это подтверждается тем, что коммерсантами заключаются множество дистрибьюторских соглашений как на национальном, так и на международном уровне, а отсутствие должного правового регулирования ведет к неправильной квалификации данного договора и толкованию его содержания, а это в свою очередь приводит к тому, что судебные инстанции выносят неправильные решения и тем самым нарушают права коммерсантов.

Актуальность темы исследования также подтверждается сделанными выводами и предложенными рекомендациями, поскольку отдельно предлагается принять специальный

закон о дистрибьюторской деятельности в Республике Молдова и дополнить ГК РМ нормами о дистрибьюторском договоре и тем самым создать правовую базу для полного и всестороннего регулирования дистрибьюторских отношений в Республике Молдова в целом и договорной конструкций дистрибьюторского договора в частности.

Важность рассматриваемой проблемы также подчеркивается потребностями юридической науки и практики, поскольку объектом темы исследования выступают новые аспекты законодательства в этой области.

В диссертации предлагается комплексный анализ дистрибьюторского договора, который полностью оправдывает идентичность этого юридического института и приведет к принятию соответствующего законодательства.

Описание ситуации в исследуемой области и выявление проблем исследования. В Республике Молдова понятие дистрибьюторского договора не существует на законодательном уровне. Соответственно, любые правовые положения, прямо касающиеся дистрибьюторского договора отсутствуют. Однако эти договора заключаются и исполняются активно как иностранными коммерсантами, так и национальными, при условии, что данный договор предусматривает эффективный правовой механизм импорта и торговлю большими объемами товаров в сети с розничной торговли по всей стране. В настоящее время увеличение объема импорта и экспорта, а также эволюция и трансформация общества по пути к европейской интеграции приводят нас к углублению процесса индивидуализации дистрибьюторского договора, а также к выделению гражданских споров, связанных с реализацией товаров, принадлежащих к определенному конкретному контракту, в спорах, связанных с классическим договором купли-продажи, и условиями, вытекающими из дистрибьюторского договора. Требуется подробный анализ и научная оценка этого непоименованного договора.

В отечественной специальной литературе напрямую и глубоко не анализировался этот тип договора, что является довольно серьезным препятствием для принятия соответствующего законодательства.

Существенные недостатки нормативной базы в области реализации дистрибьюторского договора, отсутствие единой судебной практики в этой области, недостаточность исследования в специализированной литературы по этому вопросу, по сравнению с другими областями гражданского права, определяют необходимость тщательного изучения теоретических и практических проблем в этой области, предопределили актуальность и важность рассматриваемой темы.

Мы считаем, что, анализируя выявленные проблемы и предлагаемые предложения *lege ferenda*, диссертация оправдывает ее полезность.

Целью диссертационной работы является комплексное исследование отдельной договорной конструкции – дистрибьюторский договор, определение его правовой природы и места в системе гражданско-правовых и коммерческих договоров, разработка научных предложений, в целях единой и унифицированной квалификации дистрибьюторского договора в науке и правоприменительной практике, а также разработка предложений по совершенствованию действующего законодательства путем принятия специального законодательного акта или внесения дополнений в ГК РМ, посвященных правовой регламентации дистрибьюторского договора.

Основными **задачами** диссертации являются следующие:

- исследовать правовое регулирование дистрибьюторских отношений путем анализа действующего законодательства;
- проанализировать правовое регулирование дистрибьюторских отношений в современных научных исследованиях;
- идентифицировать научную проблему исследования и выделить основные пути ее решения;
- раскрыть понятие и юридическую конструкцию дистрибьюторского договора;
- определить стороны дистрибьюторского договора, их права и обязанности;
- исследовать особенности и порядок заключения, изменения и расторжения дистрибьюторского договора;
- выделить и раскрыть проблемы квалификации дистрибьюторского и дилерского договоров;
- охарактеризовать и раскрыть правовую природу субдистрибьюторского договора;
- изучить меры ответственности сторон в случае ненадлежащего исполнения обязательств по дистрибьюторскому договору;
- исследовать концептуальные основы идентификации дистрибьюторского договора как непоименованного договора;
- провести соотношение дистрибьюторского договора с поименованными гражданско – правовыми договорами;
- исследовать зарубежный опыт правового регулирования дистрибьюторского договора;
- раскрыть теоретико-правовые проблемы правового регулирования международного дистрибьюторского договора.
- разработать предложения и рекомендации по внесению дополнений и изменений в действующее законодательство с целью всестороннего регулирования вопросов, связанных с правовым регулированием дистрибьюторского договора.

Объектом исследования выступают гражданско-правовые отношения, складывающиеся между предпринимателями или другими участниками коммерческого оборота по поводу заключения, исполнения и расторжения дистрибьюторского договора, непосредственно дистрибьюторский договор как непоименованный самостоятельный договор, который не идентифицирован в правоприменительной практике как смешанный, который обладает специфическим предметом и условиями, подлежащий включению в правовую систему Республики Молдова путём принятия специального закона или посредством дополнения ГК РМ соответствующими нормами.

Предметом исследования выступают нормы гражданского законодательства Республики Молдова, зарубежных стран, акты рекомендательного характера международных организаций, направленные на регулирование дистрибьюторского договора, научные обобщения относительно дефиниции дистрибьюторского договора и его места в системе гражданско-правовых договоров Республики Молдова, материалы судебной практики, а также непосредственно дистрибьюторские договоры на реализацию товаров, заключенные предпринимателями.

Методология диссертационной работы основана на сравнительно-правовом методе, системном методе, способах толкования правовых норм и комплексном исследовании юридической практики.

Теоретическую базу диссертации составили научные труды общетеоретического и отраслевого характера национальных и зарубежных учёных. Среди национальных ученых выделяются: Baieş S., Clima N., Завальнюк А., Захария С., Игнатъев В., Каленик А., Кибак Г., Sojocaru V., Мишина Т., Проценко В., Roşca N., Сосна Б., Табан И., Tabuncic T., Цонова И., Халабуденко О. (Республика Молдова). Среди зарубежных ученых выделяются: Baias Fl., Căpreanu S., Chelaru E., (Румыния), Борисова А.Б., Брагинский М.И., Братусь С.Н., Витрянский В.В., Германова А., Доронькина В.Ю., Иоффе О.С., Маслова В.А., Партин А.М., Попондопуло В.Ф., Пугинский Б.И. (Российская Федерация).

Эмпирическую базу исследования составляют: международно-правовые акты международных организаций (рекомендательного характера), Конституция Республики Молдова, Гражданский кодекс Республики Молдова, иные законодательные акты и подзаконные нормативно-правовые акты Республики Молдова, а также законодательство зарубежных стран. К эмпирической базе настоящего исследования также относятся решения национальных судебных инстанций, решения судебных инстанций зарубежных стран, а также решения Международного арбитражного суда.

Научная новизна диссертации заключается в том, что в диссертации впервые в Республике Молдова, воспроизводятся всесторонние научные, комплексные и тщательные

научные презентации правового регулирования распределительного договора и правовые вопросы его регулирования и применения. Исходя из этого, автор разработал единый и сбалансированный подход к проблеме правового регулирования дистрибьюторских отношений в целом и дистрибьюторского договора, в частности, вопроса о юридическом характере дистрибьюторского договора, который предлагает возможность использования полученных теоретических результатов и решения проблем, на практике.

Идентификация научной проблемы в настоящей диссертации заключается в необходимости определения правовой природы дистрибьюторского договора в Республике Молдова через призму его значимости и важности в гражданском и коммерческом обороте, а также особенностей его заключения, исполнения и прекращения.

Теоретико-практическая проблема, которую мы предлагаем решить - это определение теоретико-правовой дефиниции дистрибьюторского договора, определение его юридической природы, а также юридического статуса участников данного договорного правоотношения. Также предлагаем выработку *контуров правовой природы дистрибьюторского договора и конкретизация его предмета и существенных условий, которые позволяют выделять данный договор в качестве самостоятельного гражданско-правового договора.*

Основная решенная научная проблема заключается в разработке инструмента идентификации и научной мотивации юридического характера и элементов дистрибьюторского договора, который привел к разъяснению теоретикам и практикам в области гражданского и коммерческого права соответствующих элементов для применения этого договора как отдельного, путем внесения изменений и дополнений в гражданское право.

Другими словами, **научная проблема**, которую мы предлагаем решить в данном исследовании, - это констатация, мотивация и внесение поправок и дополнений в законодательство Республики Молдова в целях корректировки и модернизации специальных норм, которые будут способствовать регулированию права в рамках всех аспектов дистрибьюторского договора в Республике Молдова. Однако юридическая защита участников дистрибьюторского договора должна быть очень эффективной в нормативной правовой базе в этой области является достаточной и предоставить дистрибьюторам гарантии защиты нарушенных прав и интересов.

В результате научного исследования внесены предложения, направленные на устранение пробелов и противоречий путем:

1. принятия Парламентом РМ специального закона, посвященного регулированию всех аспектов, касающихся правового регулирования дистрибьюторских отношений и дополнения ГК РМ отдельной главой «дистрибьюторский договор», с целью всестороннего регулирования и устранения всех пробелов, существующих в действующем законодательстве РМ;

2. разработки дефиниции дистрибьюторского и субдистрибьюторского договора в целях единообразного толкования и квалификации в правоприменительной практике данных договорных конструкции;

3. внедрение дистрибьюторского договора в правовую систему РМ в целях фактического регулирования дистрибьюторских правоотношений и устранения существующих пробелов в законодательстве;

4. разработки и внедрения существенных условий дистрибьюторского договора и специфичных мер ответственности за нарушение сторонами условий данного договора, что устраним двоякое толкование и квалификацию, а также позволит идентифицировать данный договор как самостоятельный, обладающий специфичными условиями и санкциями, отличающими данный договор от других смежных гражданско-правовых договоров;

5. применения дефиниции «дилер» и «дилерская деятельность» исключительно к реализации транспортных средств, поскольку дилер реализует транспортные средства лично потребителям без использования дистрибьюторской сети, тогда как дистрибьюторская деятельность применяется при реализации всех видов товаров, такая дифференциация позволит устранить путаницу при квалификации и толковании данных договоров.

Основные выводы, отражающие научную новизну диссертационного исследования, сформулированы в следующих **положениях, выносимых на защиту:**

1. Доказано, что дистрибьюторский договор является самостоятельным и в связи с этим автором предлагается принятие отдельного закона, который будет регулировать дистрибьюторские правоотношения или дополнить ГК РМ самостоятельной главой, посвященной правовому регулированию дистрибьюторского договора.

2. Установлено, что предметом дистрибьюторского договора выступают действия поставщика по предоставлению дистрибьютору произведенных или приобретенных им товаров для продажи и действия дистрибьютора, направленные на продажу и продвижение данных товаров в розничной сети. В совокупности эти действия составляют

элементы действующих договоров (договор купли-продажи, договор оказания услуг, договор агентирования, договор хранения).

3. Сделан обоснованный вывод, что одним из существенных условий дистрибьюторского договора является условие о порядке взаимодействия сторон после заключения договора, а условия о территории, о предоставлении эксклюзивных прав дистрибьютору, а также условие о соблюдении минимальных объемов продаж товаров не являются существенными условиями дистрибьюторского договора, если данные условиями прямо не предусмотрены дистрибьюторским договором. Определены, специфические санкции, закрепленные в дистрибьюторском договоре и влекущие неблагоприятные последствия для сторон за нарушение условий договора

4. Установлено, что по своему содержанию дистрибьюторский договор не является договором купли-продажи, договором агентирования, договором оказания услуг, но по своей правовой природе может содержать элементы всех вышеуказанных договоров.

5. Установлено, что дилерский договор и дистрибьюторский договор по своей терминологии и материальном предмете правоотношения различаются и не являются идентичными.

Теоретическая значимость диссертационной работы важна во многих отношениях, а на современном этапе в первую очередь подчеркивается ее теоретический аспект. Теоретическая и прикладная значимость настоящего исследования состоит в том, что в ней сделан ряд научно-теоретических выводов, касающихся правового регулирования дистрибьюторского договора, которые не регламентированы действующим законодательством и не исследованы в науке гражданского права. Результаты исследований важны с методологической точки зрения, для исследований и научных разработок концепций дистрибьюторского договора. Проблемы, освещенные в настоящем диссертационном исследовании, позволят повысить роль и уровень научной разработанности правового регулирования и перспектив развития дистрибьюторского договора в Республики Молдова, а полученные научные результаты позволят изменить научное понимание сущности и места дистрибьюторского договора в системе гражданско - правовых договоров Республики Молдова. Таким образом, эта работа является одним из монографических исследований, в котором разъясняются научно – правовые проблемы правового регулирования и перспективы развития дистрибьюторского договора в Республике Молдова через призму совершенствования действующего законодательства.

Результаты настоящего диссертационного исследования могут быть, использованы в качестве теоретико-методической базы по дисциплинам: «Гражданское право Республики Молдова» и «Коммерческое (предпринимательское) право Республики

Молдова», а также при подготовке научно-методических материалов, при написании магистерских диссертаций, работ на степень лиценциата права и др.

Практическая значимость диссертационной работы отражена в выводах и рекомендациях, которые могут быть, использованы:

- в законотворческом процессе при разработке и принятии законодательных актов, которые будут регламентировать соответствующую область;

- правопримительной деятельности при разрешении споров, вытекающих из исполнения дистрибьюторских соглашений, что позволит в будущем создать унифицированную судебную практику и позволит единообразно применять правовые нормы регулирующие дистрибьюторский договор;

- коммерсантами при заключении и исполнении дистрибьюторских договоров, что позволит правильно квалифицировать и применять правовые нормы о дистрибьюторском договоре;

- в научной деятельности при дальнейшем исследовании договорной конструкции дистрибьюторского договора, чтобы в большей степени понять правовую природу данного вида гражданско – правового договора и его роли в гражданском и коммерческом обороте. Результаты исследования являются методологически важными для научных исследований и разработки концепций дистрибьюторского договора.

Кроме того, *прикладная ценность* диссертационной работы представлена разработанными и предложенными для принятия Парламенту Республики Молдова, Правительству Республики Молдова и Министерству юстиции Республики Молдова проектами законов, направленных на регулирование всего спектра дистрибьюторских отношений в Республике Молдова в целом, а также законом о дополнений ГК РМ нормами о дистрибьюторском договоре в частности, что позволит устранить коллизии, существующие сегодня в законодательстве и правильной квалификации дистрибьюторского договора в правоприменительной практике.

Таким образом реализация результатов исследования, проведенных в диссертации, находятся в прямой связи с изменением действующего законодательства в соответствии с сформулированными предложениями и рекомендациями.

Внедрение научных результатов исследования. Теоретические положения диссертационного исследования опубликованы в научных работах: научные статьи опубликованы в сборниках международных научных конференций, научные статьи опубликованы в национальных международно-практических журналах.

Результаты исследования предложены Парламенту Республики Молдова, Правительству Республики Молдова и Министерству юстиции Республики Молдова для

внесения дополнений в законодательные и нормативные акты в сфере правового регулирования дистрибьюторского договора.

Материалы, исследованные в настоящей диссертации, могут быть, использованы в учебном процессе в качестве теоретической и методической базы.

Структура и объем диссертационной работы. Диссертация (в общем объеме 193 страниц) структурирована в соответствии с поставленной целью исследования и включает: Введение, - в котором утверждается актуальность и степень изучения темы исследования, сформулированы цель и задачи исследования, лаконичная характеристика тезиса, подчеркивающая научную новизну и ее прикладную ценность; три главы - которые изучают фундаментальные аспекты темы исследования, раскрывают цели и задачи, предложенные во введении; в общих выводах и рекомендациях, представлены направления разработки и продвижения законодательства в области дистрибьюторских правоотношений; Библиография - включает в себя доктринальную и документальную поддержку диссертации, 6 приложений, аннотацию и список сокращений.

1. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДИСТРИБЬЮТОРСКИХ ОТНОШЕНИЙ: АНАЛИЗ СИТУАЦИИ И ИДЕНТИФИКАЦИИ НАУЧНОЙ ПРОБЛЕМЫ.

1.1. Правовое регулирование дистрибьюторских отношений в современных научных исследованиях.

Осмысление массовой дистрибуции как явления началось в начале XX века. Первый курс лекций по маркетингу был прочитан в США в 1902 году и включал в себя три предметные области познания: описание функций, классификация товаров и выделение институтов.[151, p.203]

Проф. Вальтер А. Фридман в своей книге «Рождение продавца.», описывая становление массовой дистрибуции, убедительно доказывает, что «коробейники были неотъемлемой частью рыночной революции ранней Америки», ввиду того, что «..они сформировали сети, которые связали воедино сельские и городские районы страны». Он выделяет на начало XIX века три типа коробейников: те, которые работают независимо от производителя, те, которые наняты производителем, и те, которые наняты организацией коробейников.[145, p.19]. В 1903 году появился журнал «Умение продавать» (Salesmanship), в 1909 году - «Продавец» (Salesmen). Вместе с тем, точкой отчета начала эпохи массовой дистрибуции, по его мнению, стал первый всемирный конгресс продавцов, который состоялся 10 июля 1916 года.[105, с.33-34]

Если существует массовое производство и массовое потребление, то должна существовать и массовая дистрибуция, - явление, которое представляет собой связующее звено между массовым производством и массовым потреблением. Так, проф. Эрик Шо, проф. Д.Дж. Бриан Джонс, проф. Паула Мак Лин отмечают, что появление массового производства и массового потребления, развитие инфраструктуры: транспорта и коммуникаций, - являются теми факторами, которые соединили сельских фермеров через деятельность коммерческих агентов и брокеров с городскими потребителями, производителей - с оптовыми продавцами, последних - с розничными продавцами. Итак, появилось новое явление (массовая дистрибуция).[155, p.28] Впервые в 1957 году системный подход для изучения массовой дистрибуции применил проф. Роу Альдерсон.[155, p.22-30]

В советское время функции дистрибьютора выполнял специальный государственный орган Госснаб. Главной и важнейшей задачей Госснаба в советский период была реализация плана материально-технического снабжения по номенклатуре продукции народнохозяйственного плана, а также распределение продукции межотраслевого назначения. Госснаб объединял функции организации снабжения и

сбыта, а также определения наилучших поставщиков. Помимо указанных функции, Госснаб организовывал детальное изучение и обобщение запросов конкретных потребителей.

Однако учитывая, что в советский период действовала плановая экономика, и единственным поставщиком и реализаторам продукции выступало государство, то есть полностью отсутствовала конкуренция, и как таковая торговля осуществлялась только между самим государством. Другими словами государство выступало и в качестве производителя, и дистрибьютора и розничного продавца и все данные функции были сосредоточены в одном органе – Госснабе.

С распадом Советского Союза и переходом Республики Молдова к рыночной экономике была провозглашена свобода частной собственности и свобода конкуренции, а также были открыты новые рынки сбыта, в результате чего появилось большое количество участников торгового оборота. В частности появилось большое количество производителей, которые нуждались в оперативном сбыте произведенных товаров в оптовую и розничную сеть. Также мелким розничным продавцам было трудно приобретать товары самостоятельно у оптовиков, которые находились далеко за пределами населенного пункта, где осуществлялась торговля. Например, в 90-е годы большинство оптовых продавцов находились в г. Кишиневе, которые обладали большими складами и имели большой ассортимент товаров, а более мелкие розничные торговцы из других районов вынуждены были ездить в г. Кишинев и приобретать товары у данных оптовиков самостоятельно, поскольку в районных центрах отсутствовала инфраструктура оптовой торговли, что приводило к большим расходам и в конечном итоге к увеличению конечной цены на товар. Данное обстоятельство снижало спрос на товары со стороны конечных потребителей, что было крайне невыгодно для розничного продавца. Но для решения данной проблемы стали появляться первые дистрибьюторы, которые владели небольшими складами, небольшим ассортиментом товаров и небольшим автопарком, что позволяло оперативно обеспечивать розничные магазины необходимыми товарами. Следует отметить, что первые дистрибьюторы стали появляться в сфере сбыта продуктов питания и хлебобулочных изделий. Именно дистрибьюторы в этот период, позволяли снизить издержки производителей и решить проблему розничных продавцов по обеспечению необходимым ассортиментом товаров, что в конечном итоге позволяло снизить конечную продажную цену на товар и увеличить спрос со стороны конечных потребителей.

В настоящее время роль дистрибьюторов в торговом обороте весьма велика, поскольку именно они обеспечивают своевременное распределение товаров от крупных

производителей к более мелкой розничной сети. Сегодня торговый оборот без данных субъектов не возможен, так как дистрибьюторы обеспечивает постоянное присутствие всего ассортимента товаров в розничной сети и оперативного распределения более крупных партии товаров на более мелкие.

С экономической точки зрения важной задачей для производителя является правильный выбор партнера – дистрибьютора, поскольку именно от него кардинально зависит объем продажи товаров и присутствия данных товаров в розничной сети.

Анализ мирового опыта показывает, что договорная модель дистрибьюции, основанная на конструкции дистрибьюторского соглашения, является одной из наиболее адаптированных к решению задач сбыта и продвижения товаров на новые рынки. Данная форма предпринимательской деятельности позволяет производителю обеспечить максимально возможную в существующих в конкретный период времени рыночных условиях представленность товаров на соответствующем рынке без значительных капиталовложений и одновременно спрогнозировать объемы производимой продукции. Это происходит за счет возможности экономии оборотных средств производителя и совместного с дистрибьютором прогнозирования спроса, что гарантирует производителю возможность обеспечить большую стабильность финансовых и операционных ресурсов и денежных потоков, в отличие от организации сбыта и продвижения, производимых им товаров своими силами и за счет собственных или заемных средств.

Таким образом, рассматривая дистрибьюторскую деятельность как экономическую категорию, следует отметить, что такая деятельность представляет собой систему сложного и комплексного правоотношения, направленного на распределение и сбыт товаров производителя или поставщика на определенных договорных условиях.

Дистрибьюторский договор является достаточно удачной договорной конструкцией, поскольку позволяет объединить комплекс различных обязанностей в едином договоре и избежать заключения с другими лицами множества договоров на оказание различных услуг, что прямо отвечает его интересам, которые он преследует в рамках коммерческой деятельности. Главная цель поставщика в дистрибьюторских правоотношениях – найти одно лицо – дистрибьютора, который будет осуществлять целый комплекс обязанностей, среди которых продажа товаров, оказывать услуги по продвижению товаров, при этом такой формат отношений дает возможность поставщику сохранить самостоятельность и независимость получения прибыли от эффективной деятельности дистрибьютора по продаже товаров.

В Республике Молдова, как было отмечено ранее, проблемы правового регулирования дистрибьюторского договора не подвергались комплексному научному исследованию.

В науке гражданского и коммерческого права Республики Молдова отсутствуют монографические труды, диссертационные работы, учебные пособия и иные научные труды комплексного характера, посвященные исследованию правового регулирования дистрибьюторского договора. Такое положение вещей, по нашему мнению, подтверждается двумя основными причинами: 1) отсутствие правового регулирования дистрибьюторского договора в действующем гражданском законодательстве Республики Молдова; 2) отсутствие научного интереса в исследовании проблем правового регулирования дистрибьюторского договора со стороны ученых.

Следует отметить, что отдельные научные работы, посвящены вопросам правового регулирования дистрибьюторского договора, среди которых различные научные статьи в научно – правовых журналах, а также отдельные вопросы, касающиеся правового регулирования дистрибьюторского договора содержатся в учебниках и учебных пособиях по гражданскому и коммерческому праву Республики Молдова.

В связи с этим проведём научно-правовой анализ имеющихся научных работ, посвященных правовому регулированию дистрибьюторского договора в гражданском и коммерческом праве Республики Молдова.

Среди молдавских ученых нет единой научной точки зрения относительно квалификации и правового регулирования дистрибьюторского договора.

Табан И. отметил, что «в результате бурного развития коммерческих отношений появляются весьма новые виды гражданско-правовых договоров, которые ранее не были известны торговому обороту. Одним из таких договоров является дистрибьюторский договор, который широко используется в коммерческих правоотношениях Республики Молдова. Однако данный договор не получил законодательного регламентирования и регулируется обычаями торгового и делового оборота».[134, р.39]В частности, автор в рамках исследования даёт определение дистрибьюторского договора, выделяет предмет договора, указывая на его самостоятельность в системе гражданско - правовых договоров. Так, по мнению автора, дистрибьюторскому договору присущи следующие признаки: 1) дистрибьютор, как правило, выступает монопольным продавцом товаров иностранного поставщика или производителя; 2) иностранный поставщик или производитель лишается возможности передавать право на сбыт товаров другому дистрибьютору на договорной территории, а дистрибьютор становится исключительным и монопольным продавцом товаров на указанной территории; 3) дистрибьютор самостоятельно осуществляет

продажу товаров от своего имени и за свой счет. Автор также подчеркивает, что по юридической конструкции дистрибьюторский договор является смешанным, поскольку сочетает в себе элементы различных гражданско-правовых договоров, таких как купля-продажа, перевозка, поставка и т.д. Также были выделены основные существенные условия дистрибьюторского договора: 1) территориальный характер деятельности дистрибьютора, что означает обязанность дистрибьютора распространять и продвигать товары на оговоренной сторонами территории, а также предусматривает ограничение на продажу товаров непосредственно производителем или поставщиком на оговоренной территории другим дистрибьюторам или продавцам; 2) цена договора – это вознаграждение, поставщик оплачивает дистрибьютору оказываемые им услуги по продвижению и поставке товаров.

Автор выделил основные права дистрибьютора, среди которых следующие: 1) право на исключительную реализацию товаров поставщика в качестве эксклюзивного дистрибьютора, 2) право самостоятельно выбирать методы распространения товаров на оговоренной сторонами территорий; 3) право заключать субдистрибьюторские договоры только с письменного разрешения поставщика; 5) дистрибьютор имеет право пользоваться фирменным наименованием и использовать торговую марку поставщика только в объеме, необходимом для исполнения договора, и тем самым обеспечить высокий уровень репутации поставщика; 6) дистрибьютор имеет преимущественное право на приобретение товаров и технологического оборудования.

Автор раскрыл главные обязанности дистрибьютора, которые включают: 1) обязанность не заключать сделок с другими поставщиками на приобретение и реализацию аналогичных товаров; 2) обязанность не распространять товары за пределы оговоренной сторонами территории, в том числе наблюдать, за тем, чтобы эти условия соблюдали субдистрибьюторы; 3) обязанность добросовестно пользоваться фирменным наименованием и торговыми марками поставщика и не наносить вред деловой репутации поставщика.

В завершение своего исследования автор сделал вывод, что дистрибьюторский договор является непоименованным гражданско – правовым договором смешанного характера, который не предусмотрен законодательством и в большей степени содержит элементы известного договора купли-продажи. Данный договор полностью допустим с точки зрения молдавской правовой системы и, по мнению автора, нет целесообразности внесения дополнений в гражданское законодательство, так как к договорам смешанного характера применяются нормы, регулирующие договоры с элементами, содержащими смешанные конструкции различных договорных обязательств, и в связи с этим к ним

применяются нормы, регулирующие данные обязательства с условием, что это не противоречит действующему законодательству.

По нашему мнению, автор правильно квалифицировал правовую природу дистрибьюторского договора, выделил его основные элементы, существенные условия и содержание. Однако мы не согласны с мнением автора относительно того, что «нет целесообразности вносить изменения в гражданское законодательство в связи с тем, что дистрибьюторский договор является смешанной обязательственной конструкцией, и к нему лучше применять нормы, регулирующие данные обязательства». Из этого следует, что если дистрибьюторский договор включает в себя элементы договора купли-продажи, перевозки, коммерческого агентирования, то в таком случае необходимо к каждому обязательству применять отдельно нормы, регулирующие данные обязательства. Считаем, такой подход с точки зрения правоприменительной практики создаст определенные сложности при квалификации дистрибьюторского договора, а именно стороны при исполнении договора будут вынуждены постоянно изучать другие договорные обязательства, что в конечном итоге может привести к ошибочному и двоякому толкованию данного договора. Более целесообразно будет закрепить отдельно в гражданском законе нормы, регулирующие комплексно все аспекты дистрибьюторского договора, что позволит единообразно квалифицировать указанный договор в правоприменительной практике.

В частности нами в результате отдельного научного исследования, посвященного правовому регулированию дистрибьюторского договора в Республике Молдова, было отмечено, что «договорная конструкция дистрибьюторского договора получила широкое распространение в торговом обороте, но гражданским законодательством не предусмотрена такая конструкция. Также ни судебная практика, ни доктрина не разработали до настоящего момента конкретных и чётких критериев квалификации данного договора. Более того, отдельные права и обязанности по договору сторонами могут исполняться добровольно, однако не обеспечены правовой защитой, что приводит к нарушению законных прав сторон». [125, с.35] Отдельно выделяются основные признаки и условия дистрибьюторского договора, среди которых: 1) дистрибьюторский договор заключается на достаточное продолжительное время с целью распространения одного вида или ассортимента товаров производителя; 2) дистрибьюторский договор считается смешанным, поскольку содержит элементы договора купли-продажи, однако поставки будут осуществляться по дистрибьюторскому договору без необходимости заключения дополнительного соглашения; 3) дистрибьютор приобретает по дистрибьюторскому договору исключительные или эксклюзивные права, в силу которого поставщик не вправе

продавать товары прямо или косвенно другим третьим лицам в пределах договорной территории, а дистрибьютор, в свою очередь, обязуется воздержаться от приобретения и реализации аналогичной продукции, которая может конкурировать с товарами поставщика; 4) в отношении конкурирующих товаров без письменного разрешения поставщика дистрибьютор не вправе производить, предоставлять, размещать или реализовывать конкурирующую продукцию на оговоренной территории в течение всего срока действия дистрибьюторского договора, а в отношении не конкурирующих товаров дистрибьютор обязан проинформировать поставщика о наличии заключенного договора на реализацию не конкурирующих товаров, если ассортимент и характеристики товаров или сфера деятельности дистрибьютора не затрагивают интересы поставщика. 5) существенным условием дистрибьюторского договора является не эксклюзивность, а территория, что означает обязанность дистрибьютора реализовывать товары поставщика на договорной территории; 6) обязательным признаком дистрибьюторского договора выступает предоставление дистрибьютору права пользования фирменным наименованием и товарными знаками производителя, но только в объеме и в пределах, необходимых для исполнения условий договора, а также в контексте этой обязанности дистрибьютор обязан обеспечить защиту и не допущение использования фирменного наименования и товарных знаков поставщика на договорной территории, и в случае выявления нарушения этих прав дистрибьютор обязан незамедлительно проинформировать поставщика; 7) специфической чертой дистрибьюторского договора выступает ежегодное согласование объема продаж и последствия неисполнения объема этих продаж, которые, как правило, не считаются нарушением, за исключением случаев виновности одной из сторон; 8) на дистрибьютора дополнительно возлагается обязанность информировать поставщика о ситуации на рынке, о ценах и ассортименте конкурирующих товаров, деятельности конкурентов на договорной территории, а также дистрибьютор обязан постоянно направлять поставщику прогнозы по объемам продаж, а также условий по соблюдению графика поставок на каждый календарный год.

В заключение, было резюмировано, что, несмотря на широкое распространение, данный договор не урегулирован ГК РФ, что и вызывает определенные трудности в его применении, в том числе в судебной практике. По факту дистрибьюторский договор является непоименованным (*contractus innominati*) в ГК РФ, что позволяет его признать договором *sui generis* (своеобразным договором, особого рода) и который не совпадает по своим признакам с другими договорами. В целом, по нашему мнению, дистрибьюторский договор является самостоятельным гражданско-правовым договором, который структурно стоит из сложных элементов, которые можно подразделить на два компонента. Первый

компонент – это совокупность правоотношений по купле-продаже товаров, подпадающих под действие норм части 1 Главы 1 Раздела III ГК РМ, в чем нет ничего специфичного. Второй компонент – организационный, что предполагает обязанность дистрибьютора не реализовывать товары ниже установленного договором объема, обязанность не продавать конкурирующие товары других поставщиков, обязанность соблюдать договорную территорию, обязанность пользоваться исключительно товарными знаками поставщика, а также соблюдение способов реализации товаров под предусмотренными торговыми марками, брендами производителя, что приведёт к повышению уровня сервиса для розничных продавцов и в целом благоприятно будет сказываться на уровне продаж.

Вышеизложенное позволяет сделать вывод, что в рамках вышеуказанного исследования нами была раскрыта правовая природа дистрибьюторского договора, правильно выделен дистрибьюторский договор в качестве самостоятельного, непоименованного договора особого рода, который по своим признакам отличается от других гражданско – правовых договоров и включает в себя совокупность сложных элементов. В целом были правильно и всесторонне раскрыты основные аспекты, связанные с дистрибьюторским договором, что позволяет нам согласиться с изложенными в исследовании выводами.

Игнатъев В., Проценко В., раскрывая принцип свободы договора через призму ст. 667 ГК РМ, пришли к выводу, что «дистрибьюторский договор является одним из видов смешанного договора, который сочетает в себе элементы различных гражданских договоров и относится к числу договоров, не предусмотренных законом (не названные в законе договоры). Однако в любом случае такого рода договоры не должны противоречить прямым требованиям законов, иных правовых актов». [75, с.364-365]

Захария С., Завальнюк А., Игнатъев В. выделяя основные виды договоров, отметили, что «дистрибьюторский договор относится к числу возмездных договоров и обладает следующими основными признаками, присущими этому виду договора: 1) стороны должны получить встречные удовлетворение в виде денег. Это «классический» признак возмездного договора, ибо именно деньги чаще всего выступают эквивалентом при оплате купли-продажи товаров, за оказание услуги и т.д. 2) иное эквивалентное деньгам встречное удовлетворение, или предоставление (товар, услуги, имущественные права и т.д.). По мнению авторов, главным признаком возмездного договора выступает условие о цене». [73, с.317] Следует отметить, что авторы не раскрыли особенности возмездного характера непосредственного дистрибьюторского договора, а лишь ограничились одним из признаков данного договора путем приведения соответствующего примера.

Кибак Г., Мишина Т., Цонова И. исследуя виды посредничества в гражданском законодательстве Республики Молдова, отнесли дистрибьюторский договор к числу посреднических торговых договоров.[80, с.365-367] В обосновании своих позиций авторы пришли к выводу, что в отличие от обычного посредника деятельность торгового посредника представляет собой профессиональную деятельность. В качестве торгового посредника могут выступать только юридические лица и индивидуальные предприниматели, которые осуществляют посредническую деятельность для извлечения прибыли. Торговый посредник осуществляет свою деятельность на основании договора не на постоянной основе. Отсутствие постоянных полномочий отличает договор торгового посредничества от смежных посреднических договоров и в том числе от договора коммерческого агентирования, где коммерческим агентом, признается занимающееся самостоятельной предпринимательской деятельностью физическое лицо, которому поручается осуществлять посредничество на постоянной основе. Отношения между торговым посредником и клиентом должны быть урегулированы на основании договора торгового посредничества. Наряду с общими обязанностями посредника, присущими всем договорам посредничества, торговый посредник обязан немедленно после заключения договора представить каждой из сторон подписанный им окончательный текст, содержащий указание сторон, предмет и условия договора, а в случае продажи товаров или ценных бумаг - их вид и количество, цену и срок поставки. В случае заключения сделок, которые не могут быть исполнены на месте, окончательный текст договора должен быть направлен сторонам для подписания, после чего каждой из сторон передается экземпляр, подписанный другой стороной. При этом если одна из сторон отказывается принять, или подписать окончательный текст договора, торговый посредник должен незамедлительно уведомить об этом другую сторону. В силу того, что торговый посредник действует от своего имени и за свой счет, не обладая представительскими полномочиями, закон запрещает получать плату или иное предусмотренное договором вознаграждение. Торговый посредник обязан вести учет всех заключаемых сделок в реестре торгового посредника. Все записи ведутся в хронологическом порядке и подписываются посредником. Торговый посредник обязан по требованию сторон выдавать подписанные им выписки из реестра. Выписки должны содержать все данные относительно сделок, в которых он выступал посредником. Как и в случаях простого посредничества, право торгового посредника возникает с момента заключения договора посредством услуг посредника либо при указании им на возможность заключения такого договора. Характерной особенностью торгового посредничества является право торгового посредника претендовать на выплату вознаграждения обеими сторонами. Если стороны не

условились о порядке выплаты вознаграждения торговому посреднику, в отсутствие местного обычая, предусматривающего иное, вознаграждение выплачивается сторонами в равных долях. Торговый посредник отвечает перед обеими сторонами за убытки, причиненные по его вине. Притом он обязан возместить причиненный ущерб в полном объеме.

По нашему мнению, выводы, сделанные авторами относительно того, что дистрибьюторский договор относится к числу торговых посреднических договоров, не соответствуют правовой природе дистрибьюторского договора по следующим основаниям: 1) дистрибьюторский договор заключается между поставщиком и дистрибьютором с целью продвижения товаров поставщика розничным продавцам, а не с целью заключить договор на реализацию товаров между поставщиком и розничным продавцом, в котором дистрибьютор будет участвовать в качестве торгового посредника; 2) дистрибьютор выступает в качестве самостоятельного коммерсанта, который приобретает товары у поставщика и обязуется поставлять их розничным продавцам, тогда как торговый посредник ничего ни у кого не приобретает, а лишь обязуется содействовать в посредничестве подписать договор на продажу товаров; 3) между дистрибьютором и поставщиком заключается дистрибьюторский договор, а не договор торгового посредничества; 4) по дистрибьюторскому договору дистрибьютор получает вознаграждение от поставщика за реализацию товаров в объеме, предусмотренном договором, тогда как по договору торгового посредничества посредник получает вознаграждение от обеих сторон; 5) по дистрибьюторскому договору за причиненные убытки дистрибьютор отвечает исключительно перед поставщиком, а по договору торгового посредничества посредник отвечает перед обеими сторонами. Изложенное позволяет сделать вывод, что дистрибьюторский договор по своей правовой природе ни как не относится к числу посреднических договоров, а является самостоятельным гражданско-правовым договором.

Каленик А. рассматривает дистрибьюторский договор как «договор, содействующий коммерческому обороту».[77, с.75] По мнению автора, данный договор направлен на обеспечение обслуживания и организацию торгового оборота, но непосредственно не участвует в процессе реализации товара, а лишь обеспечивает данный процесс. Согласно данному автором определению, по дистрибьюторскому договору одна сторона (грантор) предоставляет другой стороне (дистрибьютору) право на реализацию товаров на определенной сторонами территории. Грантор, как правило, выступает в качестве экспортера или производителя. Дистрибьютором выступает не потребитель товара, а покупатель, который осуществляет перепродажу товаров, приобретенных у

грантора. Дистрибьюторский договор является смешанным договором, который сочетает в себе элементы договора коммерческого агентирования, договора поставки и коммерческой концессии. Основными правами и обязанностями дистрибьютора являются: 1) приобретать товар у грантора и от своего имени и за свой счет реализовывать товар; 2) самостоятельно организовывать продажу товаров на оговоренной территории и не вовлекать производителя в продажу товаров; 3) строго соблюдать и осуществлять реализацию товаров на договорной территории. Главной обязанностью грантора является предоставить дистрибьютору информацию технического и коммерческого характера, включая права на ноу-хау, право организовывать для дистрибьютора обучающих тренингов и семинаров, а также грантор обязан передать дистрибьютору исключительные права на приобретаемые товары. В отношении сторон предусмотрены специфические договорные санкции за: 1) не обеспечение и поддержание минимального уровня продаж; 2) реализацию товаров по ценам ниже предусмотренного договором; 3) уменьшение и обеспечение необходимого запаса товаров.[78, с.85-86]

Изложенные выводы автором, по нашему мнению, в целом не раскрывают правовую природу дистрибьюторского договора, поскольку автор ошибочно квалифицировал данный договор как вид договора, содействующего торговому обороту. По общему правилу в договорах, содействующих торговому обороту, одна из сторон не участвует прямо в продвижении товаров, а лишь организовывает его эффективную продажу путем совершения определенных действий, например, таковым будет выступать маркетинговый договор, договор на рекламу товаров, договор перевозки или транспортной экспедиции. Так, например, при перевозке перевозчик не приобретает товар для продажи, а лишь обеспечивает его доставку от продавца к покупателю, при рекламе товара главная цель рекламодателя - создать рекламный продукт, который будет способствовать продвижению и росту спроса на данный товар. Как было отмечено ранее, по дистрибьюторскому договору дистрибьютор приобретает товар у непосредственного поставщика и затем осуществляет за свой счет перепродажу другим продавцам розничной сети. Из этого следует вывод, что дистрибьютор прямо осуществляет продажу приобретенного товара, а не содействует производителю в его продвижении. В связи с этим мы приходим к выводу, что дистрибьюторский договор является договором особого рода, который занимает самостоятельное место в системе гражданско-правовых договоров.

Ряд авторов пришли к выводу, что дистрибьюторский договор это один из видов договора купли-продажи. В обосновании своих выводов авторы отмечают, что главной обязанностью поставщика продать товар дистрибьютору, а дистрибьютор обязуется

купить товар и оплатить за него обусловленную договором цену. В этой связи отмечается, что дистрибьюторский договор ничем не отличается от договора купли-продажи, поскольку в нем нет ничего особенного, так как передача товара переходит также от продавца к покупателю как и по договору купли-продажи. По мнению авторов, после передачи товара от поставщика к дистрибьютору, никаких обязательств у сторон не возникает, поскольку дистрибьютор самостоятелен в дальнейшей продаже приобретенного у поставщика товара, а поставщик после продажи дистрибьютору товара получает оплату за проданный товар и не имеет дальнейшей заинтересованности в его продвижении в силу того, что он получил удовлетворение своих встречных обязательств по договору. Таким образом, в целом дистрибьюторский договор это нечто иное, как один из видов договора купли-продажи, которым, стороны будут руководствоваться при исполнении, и применять нормы гражданского законодательства о договоре купли-продажи. В этой связи авторами высказывается мнение, что нет необходимости в дополнении гражданского законодательства новым видом договора – дистрибьюторским договором, если уже существует такая договорная конструкция, к которой в полной мере применяются нормы гражданского закона о купле-продаже.[8, р.216; 5, р.310; 1, р.618; 2, р.133]

С изложенными выводами трудно согласиться, поскольку авторы поверхностно исследовали особенности дистрибьюторского договора и ограничились исключительно тем, что дистрибьюторский договор является одним из видов договора купли-продажи. Следует отметить, что, как ранее было отмечено, дистрибьюторский договор является смешанным договором и по своей конструкции относится к сложным договорам, поскольку включает в себя различные договорные конструкции, в том числе и элементы договора купли-продажи. Ошибочно авторами сделан вывод, о том, что по дистрибьюторскому договору поставщик продает товар дистрибьютору, получает оговоренную оплату за него и в дальнейшем не заинтересован в его продвижении, поскольку каждая сторона самостоятельна в своих действиях. Следует особо отметить, что дистрибьюторский договор заключается на длительный срок и носит характер продолжающихся правоотношений, и стороны не ограничиваются разовыми поставками, как это имеет место при купле-продаже товаров, поскольку поставщик заинтересован, чтоб его товары постоянно имели высокий спрос и присутствовали на рынке, а дистрибьютор по такому договору заинтересован, в том, что, чем больше товаров он продаст, соответственно, тем больше получит вознаграждения по итогам календарного года, поскольку именно в этом и заключается цель дистрибьютора. В связи с этим хотелось бы отметить, что дистрибьюторский договор содержит элементы договора

купли-продажи, но никак не является исключительно таковым, так как сочетает в себе и другие договорные конструкции и что в конечном итоге выделяет его в качестве самостоятельного и особого вида договора в системе гражданско - правовых договоров.

Халабуденко О. при исследовании принципа свободы договора затронул вопросы непоименованных смешанных договоров и отнес дистрибьюторский договор к числу этих договоров.[145, с.92] В обоснование своей позиции автор, отметил, что непоименованные договоры не урегулированы специальными нормами, заданными типизированными договорными конструкциями. Поэтому основной принцип, определяющий правовую регламентацию таких договоров, состоит в том, что к ним, если только их условия не были прямо сформулированы сторонами, применимы общие положения о сделках и договорных обязательствах. Специальные правила о типизированном договоре, близком по своей природе к непоименованному договору, применимы к последнему в силу аналогии закона, если только такие правила не ограничивают гражданские права, или не устанавливают дополнительную гражданскую ответственность.

Смешанные договоры отличаются от непоименованных тем, что в них содержатся: 1) элементы двух или более видов типизированных договоров; или 2) элемент одного из типизированных договоров и элемент непоименованного договора, урегулированного общими положениями о договорах. Правила о договоре конкретного вида, если это не противоречит природе и цели смешанного договора, применяются «*mutatis mutandis*», к его соответствующей части и к возникшим из нее правам и обязанностям. Данное правило не применяется, если предусмотрено, что смешанный договор следует рассматривать как относящийся, в первую очередь, к договорам одного вида, или когда одни из элементов смешанного договора фактически имеет столь преобладающее значение, что было бы разумно рассматривать договор как договор того вида, к которому относится преобладающий элемент. В этих случаях к договору и возникшим из него правам и обязанностям применяются правила о договоре того вида, к которому относится элемент договора, имеющий преобладающее значение (преобладающий договор). Поскольку это необходимо и не противоречит правилам, применимым к преобладающему договору, к элементам договора, относящимся к договорам иных видов, с соответствующими изменениями применяются правила о договорах иных видов.

Анализ вышеизложенного даёт основание сделать вывод, что по мнению автора, если дистрибьюторский договор не предусмотрен законодательством как вид договора, то к нему применяются элементы того договора, которые составляют его содержание. Например, если дистрибьюторский договор содержит элементы договора купли-продажи, перевозки, оказания возмездных услуг, то к каждому договорному правоотношению

необходимо применять соответствующие нормы отдельно. В таком случае, как ранее было отмечено, возникнут определенные трудности при квалификации дистрибьюторского договора, и это создаст сложности для сторон при исполнении условий договора. По нашему мнению, более простым решением данной проблемы будет внесение соответствующих изменений в гражданское законодательство, касающихся правового регулирования дистрибьюторского договора, что позволит всесторонне и единообразно квалифицировать дистрибьюторский договор в правоприменительной практике и при исполнении сторонами договорных условий.

Таким образом, в результате проведенного анализа научно-правовой ситуации в области правового регулирования дистрибьюторского договора установлено, что в науке гражданского и коммерческого права Республики Молдова отсутствует комплексное научное исследование правовой природы дистрибьюторского договора, но имеются отдельные научные исследования, которые поверхностно и противоречиво раскрывают правовую природу и сущность дистрибьюторского договора. Среди ученых отсутствует единая научная точка зрения относительно правовой природы дистрибьюторского договора в системе гражданско - правовых договоров Республики Молдова. Одни ученые считают, что дистрибьюторский договор в полной мере содержит элементы договора купли - продажи и к нему применимы соответствующие нормы о договоре купли-продажи, другие авторы, наоборот, придерживаются мнения о самостоятельности дистрибьюторского договора в системе гражданско-правовых договоров, выделяя его специфический предмет и условия, третьи подчеркивают, что дистрибьюторский договор в системе видов гражданско – правовых договоров является возмездным, четвертые характеризуют данный договор и относят его к числу торговых посреднических и, наконец, пятые акцентируют внимание на том, что к дистрибьюторскому договору как смешанному и непоименованному договору должны применяться элементы того договора, которые составляют его содержание.

В зарубежной торговой практике дистрибьюторский договор серьезно занял и укрепил свой позиции. Однако, как и в Республике Молдова так и в зарубежной судебной практике и доктрине отсутствует четкая квалификация данного договора. Однако некоторые зарубежные ученые, в частности, из Российской Федерации исследовали правовую природу дистрибьюторского договора и попытались определить его квалификационные признаки и место в системе иных коммерческих договоров.

Вопросам правовой природы дистрибьюторского договора посвятили свои научные труды такие ученые Российской Федерации, как Борисова А.Б., Вилкова Н.Г., Дашян М.С., Доронькина В.Ю., Маслова В. А., Партин А. М. и Шмиттгофф К.

Вилкова Н.Г.[29, с.136] справедливо отметила, что дистрибьюторский договор получил широкое распространение в деловой практике, который является единственным средством регулирования взаимоотношений дистрибьютора и производителя. Несмотря на широкое распространение договора, особенно в международной торговле, данный договор в большинстве стран специально не урегулирован законодательством. Широкое распространение дистрибьюторского договора в международной коммерческой практике обусловлено теми преимуществами, которые предоставляет данная форма сбыта по сравнению с другими. Автор отдельно пишет, что используя только агентскую форму сбыта, производитель экономически будет зависеть от действий агента, его добросовестности, предприимчивости и желаний обеспечить выгодные сделки, то есть его доход будет зависеть не от него, а от действий агента. Однако при заключении дистрибьюторского договора, производитель осуществляет поставку товаров, и при этом товары отгружаются одному дистрибьютору, получая при этом сразу выручку. В результате этого дистрибьютор избавляет производителя от риска неплатежеспособности множества покупателей, товар в данном случае продается одному дистрибьютору, чья платежеспособность и деловая репутация производителю хорошо известны или относительно легко проверяемы. Главной целью дистрибьюторского договора является организация сбыта и продвижения определенных товаров на определенной территории. Поэтому предметом данного договора являются действия сторон, связанные с поставками товара на конкретный рынок сбыта. Обычно в предмет договора включаются обязательства дистрибьютора приобретать и перепродавать определенные товары от своего имени и за свой счет, на определенной территории, а также не создавать обязательств для поставщика в связи с такой перепродажей. Стороны дистрибьюторского договора называются «поставщик» и «дистрибьютор». Автор отмечает, что в договоре обязательно необходимо указать территорию, в пределах которой дистрибьютор будет осуществлять свои операции. Теоретически дистрибьюторские соглашения, также как и агентские, могут быть исключительными и неисключительными. Но на практике дистрибьютору, как правило, предоставляются исключительные права по сбыту товаров поставщика на оговоренной территории. К определению договорной территории также нужно подходить с особой тщательностью, любая неточность может стать источником спора не только с поставщиком, но и между несколькими дистрибьюторами, ответственности за продажу одного и того же товара. Сущность исключительного права, также и в агентском договоре, состоит в закреплении за дистрибьютором территории сбыта поименованных в договоре товаров и добровольном отказе поставщика, как от

самостоятельного сбыта таких товаров, так и от заключения параллельных договоров с другими дистрибьюторами на этой территории.

Считаем, что Вилкова Н.Г. правильно квалифицировала дистрибьюторский договор, определив его особенности и самостоятельность. В частности, автор правильно выделила роль и значение дистрибьютора для поставщика, а также правильно привела отличительные черты дистрибьюторского договора от агентского договора.

Таким образом, можем констатировать, что в целом автор правильно пришел к выводу относительно квалификации дистрибьюторского договора.

Борисова А.Б.[24, с.60] сделала вывод о том, что дистрибьюторский договор не является договором купли-продажи, поскольку круг обязанностей дистрибьютора намного шире, чем круг обязанностей типичного покупателя. Кроме того, дистрибьюторский договор является смешанным договором и включает в себя элементы договора купли-продажи, агентирования и коммерческой концессии, и никак не может вписываться в гражданский кодекс. По своей специфике дистрибьюторский договор как агентский, является организационным договором, содержащим общие условия, на которых позднее будут заключаться договоры купли-продажи (поставки) отдельных товаров. Так автор пишет, что дистрибьютор приобретает товары в собственность, что означает возможность свободно ими распоряжаться по собственному усмотрению. Понятие права собственности не должно смешиваться с понятием прав на результаты интеллектуальной деятельности, которые по своей природе, в отличие от права собственности, носят территориальный характер. Признавая правильность рассуждений автора в отношении договора купли-продажи, нужно сказать, что дистрибьюторский договор, поэтому стоит особняком в системе договоров, поскольку не является в чистом виде договором купли-продажи. Дистрибьюторский договор по своему содержанию сложнее договора купли-продажи, поэтому к нему не следует применять только нормы договора купли-продажи.

Следует согласиться с данным автором, поскольку на самом деле дистрибьюторский договор является самостоятельным договором, структурно сложным и не является договором купли-продажи, поскольку обладает отличным и присущим только ему предметом, условиями и целью.

Масленников В.В.[92, с. 83] рассматривает дистрибьютора как оптового посредника, который осуществляет коммерческую деятельность от своего имени и за свой счет, которому предоставлены исключительные права на покупку и перепродажу определенных товаров в пределах оговоренной территории или рынка. Автор отдельно отмечает, что в юридическом смысле дистрибьютор не является посредником, так как он приобретает товар в собственность. Дистрибьютор сам выступает стороной договора, как

с поставщиком, так и с розничным продавцом, на время, становясь собственником товара. Поэтому на самом деле для производителя дистрибьютор выступает покупателем товара, а для покупателя – продавцом. Таким образом, дистрибьюторы осуществляют перепродажу товара.

С мнением данного автора можем с уверенностью согласиться, поскольку в действительности дистрибьютор является посредником, но не в юридическом смысле. Посредником он выступает только между производителем и розничным продавцом и тем самым никаких дополнительных обязательств для производителя не порождает, так как самостоятельно осуществляет сбыт товаров от своего имени и за свой счет.

Такого же мнения придерживается Намашко С.А., который исследуя субъектный состав договора оптовой купли продажи, отметил, что «дистрибьюторы являются оптовыми продавцами, которые выступают в качестве посредников между крупными производителями и розничными продавцами целью которых является, сбыт и распределение товаров в розничную сеть, а также содействие крупным производителям в реализации произведенных ими товаров».[99, с.41-45]

Шмиттгофф К.[150, с.132] справедливо пишет, что дистрибьюторский договор не является просто договором о заключении другого договора, а предоставляет собой реально действующее в данный момент соглашение. Хотя его обязательные условия зависят от заключения отдельных договоров продажи в будущем, ограничительные условия вводятся в действие немедленно и остаются в силе на срок соглашения, даже если договоры о продаже вообще не будут заключены.

Самый огромный вклад в исследование дистрибьюторского договора внесли российский ученые Доронькина В.Ю.[45], Маслова В. А.[93], Партин А. М.[102] Указанные авторы сумели в своих научных трудах доказать самостоятельность дистрибьюторского договора в системе гражданско-правовых и коммерческо-правовых договоров. В частности, ими было дано и раскрыто понятие дистрибьюторского и субдистрибьюторского договора, выделены условия, специфические санкции, применяемые сторонам за нарушение договорных условий. Авторами отдельно выявлены проблемы правового регулирования дистрибьюторского договора, а также предложены проекты законодательных актов, направленных на регулирование дистрибьюторских отношений в целом и, в частности, дистрибьюторского договора.

На основании вышеизложенного, можем *идентифицировать научную проблему*, которая заключается в том, что в науке отсутствует комплексное исследование правовой природы и правового регулирования дистрибьюторского договора, а в имеющихся отдельных исследованиях авторы по-разному квалифицируют дистрибьюторский договор,

что приводит к неоднозначным и противоречивым толкованиям в науке и это связано с отсутствием надлежащего правового регулирования дистрибьюторского договора в законодательстве. Указанные проблемы, в свою очередь, приводят к неправильному толкованию данной договорной конструкции в правоприменительной практике, и создает сложности при исполнении договора сторонами.

1.2. Правовое регулирование дистрибьюторских отношений: нормативно – правовой анализ.

О необходимости развития дистрибьюторской деятельности в Республике Молдова отмечается в Стратегии развития внутренней торговли в Республике Молдова на 2014-2020 годы.[108] В этой связи отмечается, «что Республика Молдова являясь аграрной страной необходим выбор более эффективных каналов интенсивной дистрибьюции продовольственных товаров». В частности, в Стратегии одной из задач совершенствования дистрибьюторской деятельности в области сбыта сельскохозяйственной продукции выступает модернизация и внедрения наиболее эффективных форм дистрибьюции агропродовольственной продукции. Также в Стратегии отмечается положительная сторона такого вида торговой деятельности, поскольку оптовики – дистрибьюторы практикуют доставку продуктов на «дом», в том числе сельскохозяйственных (заказ по телефону), что в большой степени уменьшает расходы производителей и розничных продавцов. В этом контексте делается вывод, что «поощрение наиболее эффективных форм дистрибьюции товаров» позволит интегрировать рынок Молдовы на единый европейский рынок, а также будет способствовать привлечению партнеров из Европейского союза.

Соглашение об ассоциации между Республикой Молдова и Европейским союзом в Разделе 5 «Торговля и вопросы, связанные с торговлей» закрепило основные стимулы для экономического роста и модернизации всей экономики Республики Молдова. Данный документ предусматривает либерализацию торговли путем устранения технических и процедурных барьеров в сфере торговли товарами, а также путем принятия упрощенных правил для инвестиций и услуг. В рамках указанного соглашения стороны договорились о принятии Республикой Молдова европейских норм и стандартов в целях более углубленной интеграций с европейским рынком. В частности сторонами достигнута договоренность о развитии новых и современных форм торговли, распределений и сбыта товаров, предоставления услуг и инвестиционного потока.[51]

Действующее законодательство не предусматривает специального правового регулирования дистрибьюторской деятельности.

Слово «дистрибьюторство» происходит от английского слова «*distributorship*», что означает деятельность дистрибьютора по оптовому распределению[74, с.99], раздачу многим.[23, с.311]

В Республике Молдова в рамках коммерческого оборота действует большое количество дистрибьюторских компаний, среди которых можно выделить следующие: «Azamet Grup» SRL (дистрибьюция продуктов питания), «Cvincom» SRL (дистрибьюция продуктов питания, вино - водочной продукции, табачных изделий и бытовой химии) «Vladalina» SRL (дистрибьюция продуктов питания, косметики и одежды), «Slavena - Lux» SRL (дистрибьюция продуктов питания), «Multievo» SRL (дистрибьюция продуктов питания), «Te –Star Company» SRL (дистрибьютор бытовой техники, электроники и компьютерной техники) и др.

Дистрибьюторские отношения возникают и исполняются на основании дистрибьюторского договора. Коммерческая практика показывает, что предприниматели-дистрибьюторы широко и активно используют в своей деятельности дистрибьюторский договор. В результате проведенного автором анализа было установлено, что коммерсанты заключают как международные дистрибьюторские договоры, так и на национальном уровне. Таким образом, можем констатировать, что дистрибьюторский договор является распространенным договором в предпринимательской деятельности дистрибьюторов РМ. Однако действующее гражданское законодательство РМ не предусматривает договорной конструкций дистрибьюторского договора, что создает неопределенность в толковании и квалификации данного договора в правоприменительной и предпринимательской практике. Зачастую предприниматели сами не знают, какими нормами руководствоваться при заключении дистрибьюторского договора, что приводит к заключению больше смежных договоров, нежели дистрибьюторских, например договора купли-продажи, франчайзинга, торгового посредничества и т.д.

Исходя из системы договоров, предусмотренных действующим ГК РМ [34], можно полагать, что дистрибьюторский договор не выделен в качестве самостоятельного вида договора. Дистрибьюторский договор относится к числу непоименованных в силу следующего обоснования.

Действующий ГК РМ не предусматривает правового регулирования дистрибьюторского договора и в связи с этим можно обоснованно утверждать, что дистрибьюторский договор является непоименованным договором. [125, с.35-36]

Помимо того, что действующее гражданское законодательство РМ вообще не регламентирует вопросы, связанные с дистрибьюторским договором, следует отметить, что в действующем законодательстве законодатель в различных законодательных и

нормативных актах использует дефиницию «дистрибьютор», но не раскрывает содержание данного понятия. То есть возникает вопрос: понятие «дистрибьютор» имеется, а его правовой статус в законодательстве не определен? На данный вопрос можно дать следующий ответ: Законодатель ввел понятие «дистрибьютор», но не урегулировал правовой статус данной категории торговых субъектов. Так же, как было отмечено ранее, в законодательстве отсутствует легальное определение «дистрибьюторская деятельность».

В связи с этим появляется необходимость проведения научного анализа действующего законодательства, в котором содержатся нормы, касающиеся дистрибьюторской деятельности, среди которых следует выделить:

1. Закон РМ «О внутренней торговле» №231 от 23.09.2010 г.[57] – является базовым документом, закрепляющим правовое регулирование торговой деятельности в РМ, устанавливает основные виды и номенклатуру торговой деятельности, и порядок получения разрешений на осуществление торговой деятельности. Следует отметить, что дистрибьюторская деятельность по своему содержанию также относится к одному из видов торговой деятельности, но, к сожалению, законодатель не определяет правовую регламентацию данного вида торговой деятельности, как вид коммерческой деятельности. Нам остается лишь догадываться, что дистрибьюторская деятельность является видом оптовой деятельности. Так, например Сосна Б. и Арсени И. отмечают, что «дистрибьюторская деятельность является разновидностью посредническо – оптовой деятельности, функция которой сводится к приобретению у производителей крупных партий товаров, которые они дробят на более мелкие партии и таким образом через розничную сеть доводят их до конечного мелкого потребителя. Дистрибьюторы как оптовые торговцы, как правило, реализуют товары одного крупного производителя».[125, с.37]

В статье 1 вышеуказанного закона дано определение «оптовой торговли», согласно которой, оптовая торговля – деятельность, осуществляемая коммерсантами, приобретающими товары с целью перепродажи их другим коммерсантам или профессиональным пользователям (сельскохозяйственным производителям, промышленникам, поставщикам услуг, ремесленникам).

Требования, предъявляемые к оптовой торговле, установлены в ст. 8 данного закона, согласно которой коммерсанты, занимающиеся оптовой торговлей, в случае необходимости располагают складами, организуют хранение и переработку товаров, пополняют их запасы, обеспечивают информационную поддержку, оказывают транспортные и иные услуги, связанные с торговлей.

Специфические правила осуществления оптовой торговли утверждаются Правительством с соблюдением следующих общих условий (требований): а) наличие складских помещений необходимых размеров, технически оснащенных в соответствии с объемом и характером хранящихся товаров. В случае реализации продовольственных товаров торговая единица при необходимости должна быть оснащена холодильным оборудованием, а в случае осуществления деятельности по переработке (упаковке) продуктов - оборудованием, соответствующим данной деятельности; б) обеспечение торговой единицы системой компьютерного учета; с) использование метрологических поверенных контрольно-измерительных средств; d) соблюдение технических правил, основанных на принципе товарного соседства;

Формы осуществления оптовой торговли и номенклатура соответствующих торговых единиц утверждаются Правительством.

Современное состояние оптовой торговли во многом обусловлено низким уровнем ее правового обеспечения. В настоящее время правовую базу оптовой торговли составляют нормы обязательственного права, договоры купли-продажи ГК РМ, другие источники права, которые недостаточно полно учитывают специфику осуществления оптовой деятельности. При рассмотрении торгового законодательства РМ можно отметить его разрозненность, ряд неточностей и противоречий, а многие вопросы вообще не имеют правовой основы и никаким образом не регулируются правом. Например, Закон РМ «О внутренней торговле» №231 от 23.09.2010г. не регламентирует порядок осуществления и правила оптовой торговли, а всего лишь ограничивается ее определением и требованиями, предъявляемыми к оптовой торговле.[57]

Также следует отметить, что действующее законодательство не определяет субъекты оптовой торговли, а также отличительные признаки, позволяющие отличать её от розничной торговли, поскольку часто на практике оптовую торговлю отождествляют с розничной. В связи с этим Арсени И. и Татар О. отмечают, что «законодательство РМ всесторонне урегулировало розничную куплю-продажу, но не нашло возможным, регламентировать специфику и содержание оптовой торговли, что в коммерческой практике приводит к тому, что оптовую куплю-продажу рассматривают как розничную куплю-продажу и не выделяют в отдельный вид торговой деятельности».[16, с.231]

В связи с изложенным следует отметить, что, Закон РМ «О внутренней торговле» №231 от 23.09.2010г. являясь базовым законодательным актом, регламентирующим фундаментальные основы торговли в РМ и с учётом того, что дистрибьюторская деятельность является одним из видов торговой деятельности, предлагаем дополнить ст. 3 данного акта дефиницией «*дистрибьюторская деятельность*», согласно которой

«дистрибьюторская деятельность – это вид оптовой деятельности, в соответствии с которой производитель (поставщик) продает произведенные или закупленные им товары дистрибьютору (субдистрибьютору) для дальнейшей перепродажи этих товаров розничным продавцам».

2. Закон РМ «О защите прав потребителей» №105 от 13.03.2003г.[58]– является центральным законодательным актом, устанавливающим основы правового регулирования защиты прав потребителей и, в частности, устанавливает обязанности производителей, исполнителей, продавцов и *дистрибьюторов* в области защиты прав потребителей. Следует особо отметить, что указанный закон в ст. 1 дает понятие «дистрибьютор», согласно которой «дистрибьютор - это хозяйствующий субъект дистрибьюторной цепи, иной, чем производитель или импортер, который поставляет товары на рынок и обеспечивает перевод собственности от них, от производителя к потребителю». Из легального содержания данного определения можно сделать вывод, что законодатель раскрывает понятие дистрибьютора, но из него не понятно, какую роль он исполняет. Из указанного определения непонятно, в качестве кого выступает дистрибьютор, в качестве посредника или самостоятельного продавца, продает ли он сам приобретенные товары от своего имени, или представляет интересы импортера или производителя. Следует отметить, что согласно понятию «дистрибьютора», данному в Руководствах по составлению международных дистрибьюторских соглашений[121, с.98], в Типовом дистрибьюторском контракте МТП. Монопольный импортер-дистрибьютор[136, с. 12], принятым Международной торговой палатой, дистрибьютор рассматривается не как посредник и не как брокер, а как продавец, приобретающий в собственность товары у поставщика, и обязующийся путем собственной системы логистики и за свой счет перепродавать приобретенные товары в розничную сеть. Из данного определения четко и ясно понятно, в качестве кого выступает дистрибьютор, главной задачей которого является, приобрести товар у поставщика и перепродать его розничным продавцам, но никак не конечным потребителям. В таком случае нарушится баланс в торговой деятельности розничной сети, и в данном случае дистрибьютор будет выступать и как оптовый продавец, и как розничный. Поэтому, считаем важным, внести изменения в ст. 1 вышеуказанного закона и изложить дефиницию «дистрибьютор» в следующей редакции: «*дистрибьютор* – это хозяйствующий субъект дистрибьюционной сети, который приобретает товары у производителей и импортеров за свой счет и от своего имени осуществляет дальнейшую перепродажу этих товаров розничным продавцам». В таком случае становится ясным место дистрибьютора в торговой цепи и

его роль, поскольку из определения следует и подчеркивается его самостоятельность, а не идентичность оптово-розничному покупателю.

Также в определении «дистрибьютор» законодатель использует словосочетание «дистрибьюционная цепь» и опять же не раскрывает его содержание. Таким образом, получается законодательный пробел, то есть не понятно, что это такое. В связи с этим возникает необходимость уточнения и законодательного закрепления содержания данного понятия путем дополнения ст. 1 Закона «О защите прав потребителей» №105 от 13.03.2003г. следующим понятием: «дистрибьюторская цепь- это совокупность действий дистрибьютора, направленных на приобретение товаров у производителя или импортера с целью дальнейшей поставки (перепродажи) данных товаров розничным продавцам». Данное определение позволяет более точно квалифицировать и понимать, что означает понятие «дистрибьюторская цепь», в частности, и иметь более ясное представление о дистрибьюторской деятельности в целом.

3. Закон РМ «О пищевых продуктах» №78 от 18.03.2004г.[59] лишь упоминает о понятии «дистрибьютор». Так, в ч. (7) ст. 14 данного закона указано, что этикетка пищевых продуктов должна содержать обязательную информацию, включающую следующие сведения: 1) наименование пищевого продукта; 2) состав ингредиентов пищевого продукта; 3) масса или объем продукта; 4) дата изготовления и срок годности продукта; 5) порядок и условия хранения продукта; 5) инструкция по использованию продукта; 6) идентификационные данные относительно партии продукта; 7) наименование и адрес производителя или импортера, *дистрибьютора*; 8) страна изготовитель или страна происхождения. Из данного перечня становится ясным, что законодатель опять же использует дефиницию «дистрибьютор», но никак не раскрывает её содержание.

4. Закон РМ «Об общей безопасности пищевых продуктов» №422 от 22.12.2006г.[60] в ст. 2 содержит понятие «дистрибьютора», согласно которой «дистрибьютор - это любой хозяйствующий субъект, участвующий в процессе размещения/предоставления продукции, чья деятельность не влияет на безопасность продукции». Из данного определения становится понятным, что в этом законе используется иное определение, которое вовсе не раскрывает содержание дефиниции «дистрибьютор», то есть мы видим, что законодатель в разных законах использует разные определения «дистрибьютора». В связи с этим возникает необходимость разработки и применения единого унифицированного понятия дистрибьютора путем закрепления этого определения в специальном отдельном законе, который будет регламентировать единый комплекс дистрибьюторских отношений.

Помимо вышеуказанного в ст. ст.3, 6 и 7 данного закона устанавливаются следующие обязанности дистрибьютора: 1) обязанность предоставлять на рынок только безопасную продукцию; 2) обязанность способствовать соблюдению требований безопасности, в частности, относительно продукции, о которой имеется информация, что она не соответствует требованиям безопасности; 2) участвовать в мониторинге безопасности продукции, размещенной или предоставленной на рынке; 3) сообщать компетентным органам о наличии на рынке продукции, не соответствующей требованиям безопасности; 4) сотрудничать с компетентными органами по вопросам обеспечения безопасности размещенной или предоставленной на рынок продукции.

Таким образом, можем констатировать, что вышеуказанный закон выступает одним из первых законодательных актов, установивших обязанности дистрибьютора в области обеспечения безопасности продукции. Однако считаем, что целесообразнее установить данные обязанности в едином законе, чтоб исключить разночтения и для единого правового регулирования.

5. Закон РМ «О рынке нефтепродуктов» №461 от 30.07.2001г.[61] не предусматривает понятие «дистрибьютор», но закрепляет определение «импортер», согласно которому «импортер – это участник рынка нефтепродуктов, осуществляющий деятельность по хранению и оптовой торговле нефтепродуктами». Также согласно ст.20 данного закона оптовую торговлю нефтепродуктами вправе осуществлять только импортеры. Согласно п. 2 Постановления Правительства РМ «Об утверждении Положения о хранении и оптовой торговле (через автоматизированную систему) идентифицированными нефтепродуктами» №1116 от 22.08.2002г.[107] оптовая торговля нефтепродуктами включает: 1) поставку нефтепродуктов розничным и оптовым покупателям; 2) хранение нефтепродуктов. Из смысла данной нормы следует, что импортер является оптовым торговцем и может реализовывать нефтепродукты исключительно оптовым и розничным покупателям, но никак не конечным потребителям. Таким образом, это свидетельствует о том, что импортер в данном случае, выступает также как дистрибьютор, а именно импортирует и покупает нефтепродукты в свою собственность, осуществляет их хранение, а затем за свой счет и от своего имени реализует их оптовым и розничным потребителям, то есть участвует в полной дистрибьюторской цепи. Данное Положение содержит важную норму, которая запрещает оптовую продажу нефтепродуктов конечным потребителям. Это еще раз свидетельствует об идентичности дистрибуции, поскольку дистрибьютор не поставяет товары конечным потребителям, а лишь обеспечивает товарами розничную сеть. В этом контексте было бы целесообразно и с учётом того, что дистрибуционная деятельность

является видом оптовой торговой деятельности, заменить в Законе РМ «О рынке нефтепродуктов» №461 от 30.07.2001г. понятие «импортер» на понятие «дистрибьютор». Считаем, что понятие «дистрибьютор» шире, чем понятие «импортер», поскольку дистрибьютор может выступать и в качестве импортера, так как может лично завозить нефтепродукты, хранить и продавать, тогда как импортер рассматривается исключительно как хозяйствующий субъект, который ввозит нефтепродукты на территорию РМ.

6. Закон РМ «Об аккредитации и оценке соответствия» №235 от 01.12.2011г.[62] в ст. 2 предусматривает понятие «дистрибьютор» - это любое юридическое или физическое лицо цепи поставки, кроме производителя или импортера, поставляющее товары и продукцию на рынок. Из данного определения становится понятным, что законодатель выделяет дистрибьютора в качестве самостоятельного участника торговли и тем подчеркивает, что дистрибьютор не является импортером или производителем. Это подтверждается и тем, что закон определяет «импортера» как лицо (физическое или юридическое), поставляющего на рынок товары и продукцию, ввезенные из другой страны, а «производителя» как лицо (физическое или юридическое), которое производит продукцию и реализует ее под своим именем или под собственной торговой маркой. В этом контексте становится ясным, что законодатель правильно выделил дистрибьютора как отдельного субъекта коммерческого оборота, придав ему самостоятельность, поскольку дистрибьютор выполняет функции непосредственно реализатора товаров, а импортер лишь ввозит товар, а производитель производит продукцию. Из этого следует, в законе имеется чёткое разграничение ролей вышеуказанных субъектов в торговом обороте. По нашему мнению, исходя из содержания дефиниции «дистрибьютор», приведённом в указанном законе, законодатель правильно квалифицировал правовой статус дистрибьютора, выделив его самостоятельность от других субъектов торговых правоотношений.

В статье 29 вышеуказанного закона закреплены основные обязанности дистрибьютора, среди которых можно выделить следующие: 1) обязан предпринимать все необходимые меры после поставки на рынок продукции производителем или импортером, чтобы своими действиями по манипулированию не повлиять негативно на соответствие продукции предусмотренным законом требованиям; 2) обязан до поставки продукции на рынок проверить, приложены ли все документы к ней, инструкции и информация о безопасности, имеются ли, маркировка продукции, в том числе и знак соответствия, соблюдены ли производителем и импортером требования технических регламентов и требований в области обеспечения соответствия продукции; 3) в период, когда дистрибьютор несёт ответственность за продукцию, обязан создать надлежащие условия

хранения или транспортировки и принять меры, чтоб эти условия не повлияли негативно на показатели соответствия продукции; 4) по обоснованному требованию органов надзора за рынком дистрибьютор обязан предоставить всю необходимую документацию, подтверждающую соответствие продукции; 5) дистрибьютору запрещается поставлять на рынок продукцию, в отношении которой он располагает информацией о не соответствии основным требованиям и не поставляет данную продукцию до тех пор, пока она не будет приведена в соответствие. 6) в случае выявления продукции, представляющей опасность или риск, дистрибьютор обязан об этом проинформировать производителя или импортера, а также орган надзора за рынком; 7) если дистрибьютор располагает информацией, что поставляемая им на рынок продукция не соответствует требованиям, он обязан принять все необходимые меры, чтоб привести данный продукт в соответствие, отозвать или по обстоятельствам изъять с рынка. 8) в случае, если продукция представляет риск, дистрибьютор обязан проинформировать орган надзора за рынком с указанием деталей и предпринятых мерах.

Таким образом, на основании вышеизложенного можем сделать вывод, что данное определение дистрибьютора в Законе РМ «Об аккредитации и оценке соответствия» №235 от 01.12.2011г. наиболее полно раскрывает содержание правового статуса дистрибьютора, придавая ему, самостоятельность в рамках коммерческой деятельности и тем самым выделяет его от других субъектов торговых правоотношений, в частности, от импортеров и производителей.

7. Закон РМ «О производстве и обороте этилового спирта и алкогольной продукции» №1100 от 30.06.2000г.[63]не предусматривает понятие «дистрибьютор», однако в тексте закона нам встречается понятие «импортер алкогольной продукции» но не раскрывается его содержание и правовой статус. Так в ч. (1) ст.24 указанного закона закреплено, что «импорт этилового спирта осуществляется исключительно хозяйствующими субъектами, обладающими лицензией на производство алкогольной продукции». Таким образом, законодатель в одном понятии объединил двух субъектов «импортер» и «производитель». Также закон закрепил оптовую торговлю алкогольной продукцией, однако, не установил правовой статус субъектов данного вида торговой деятельности. Согласно ст. 29 данного закона «оптовая торговля упакованной алкогольной продукцией, как произведенной в Республике Молдова, так и импортируемой, осуществляется хозяйствующими субъектами, обладающими лицензией на осуществление оптовой продажи и хранения алкогольной продукции, и только через специализированный склад, находящийся в собственности у хозяйствующих субъектов». Из данной нормы следует, что законодатель установил оптовую торговлю алкогольной

продукцией и установил требования, необходимые для ее осуществления, но не определил субъектов данной деятельности. В Республики Молдова, как было ранее отмечено, осуществляют деятельность множество дистрибьюторов, в том числе те, которые осуществляют продажу алкогольной продукции национальных производителей алкогольной продукции. Так, например, «Azamet- Grup» SRL является эксклюзивным дистрибьютором известного молдавского производителя вино - коньячной продукции «Călărași Divin» SRL, который реализует указанную продукцию исключительно на Юге Республики Молдова уже несколько лет подряд и обладает лицензией на хранение и оптовую торговлю алкогольной продукцией. Данный факт, прямо указывает на то, что законодатель, с учетом специфики данного вида торговли не предусмотрел и не урегулировал правовое положение дистрибьюторов в области реализации алкогольной продукции, поскольку импорт и производство алкогольной продукции вправе осуществлять только производители, а для того, чтобы обеспечить розничную сеть необходимой алкогольной продукцией, необходима сильная и развитая дистрибьюционная цепь, а это могут сделать только крупные дистрибьюторы. В этом контексте было бы целесообразно дополнить ст. 1 Закон РМ «О производстве и обороте этилового спирта и алкогольной продукции» №1100 от 30.06.2000г. понятием «дистрибьютор алкогольной продукции» и изложить в следующей редакции: *«дистрибьютор алкогольной продукции – это хозяйствующий субъект, обладающий лицензией на осуществление хранения и оптовой продажи алкогольной продукции, а также осуществляющий хранение и оптовую торговлю посредством дистрибьюционной цепи упакованной алкогольной продукцией, как произведенной в Республике Молдова, так и импортируемой, только через специализированный склад, находящийся в собственности у хозяйствующего субъекта»*. В указанном законе упоминается термин «дилерская деятельность», хотя не раскрывается его содержание. Так п. d) ч. (3) ст. 13 Закона РМ «О производстве и обороте этилового спирта и алкогольной продукции» №1100 от 30.06.2000г. устанавливает, что «хозяйствующий субъект, испрашивающий лицензию, дополнительно к документам, предусмотренным Законом « О лицензировании отдельных видов деятельности» №451 от 30 июля 2001 года[64], должен представить: «копию разрешения, по меньшей мере, одного производителя на осуществление оптовой реализации алкогольной продукции в режиме дилерской деятельности - для хранения и оптовой реализации отечественной алкогольной продукции через специализированные склады». Мы видим, что законодатель использует понятие «дилерская деятельность», но опять, же не раскрывает его правовое содержание. Считаем, что использование термина «дилерская деятельность» в области оптовой продажи и хранения алкогольной продукции

не целесообразно, поскольку дилерская деятельность больше применима к реализации автотранспортных средств, поскольку, как правило, дилер не обеспечивает доставку товаров розничным продавцам через дилерскую цепь, как это имеет место у дистрибьютора. В связи с этим предлагаем в данной норме понятие «дилерская деятельность» заменить на «дистрибьюторская деятельность», что приведёт к унификации и единообразному применению данного термина в целом.

8. Закон РМ «О винограде и вине» №57 от 10.03.2006г.[52] - в п е) ч.(3) ст. 25 предусматривает, что «этикетка или потребительская упаковка должна содержать, наименование и адрес упаковщика и *дистрибьютора*. Однако не раскрывает понятие дистрибьютора в рамках осуществления им деятельности в области реализации и сбыта винодельческой продукции. Следует отметить, что в ст. 2 данного закона предусматривается понятие *винодельческое предприятие* – в качестве, которого могут выступать физические и юридические лица осуществляющее не менее одной из следующих видов деятельности: производство, хранение, розничную торговлю, винами и винной продукцией. Из данного определения становится ясно, что законодатель предусматривает понятие дистрибьютора в сфере реализаций винной продукции, но даже не рассматривает данного субъекта торговли как винодельческое предприятие. Содержание понятия винодельческое предприятие вообще не предусматривает оптовую реализацию винодельческой продукции, что является серьезным упущением законодателя. В связи с этим будет целесообразным дополнить определение винодельческое предприятие и изложить его в следующей редакции - *винодельческое предприятие* – в качестве, которого могут выступать физические и юридические лица, осуществляющее не менее одной из следующих видов деятельности: производство, хранение, оптовую или розничную торговлю, винами и винной продукцией. Следует дополнить ст. Закона РМ «О винограде и вине» №57 от 10.03.2006г. определением следующего содержания – *«дистрибьютор винодельческой продукцией* – это хозяйствующий субъект, осуществляющий хранение и оптовую реализацию упакованной импортной и отечественной винодельческой продукцией через специализированный склад, находящийся в собственности у хозяйствующего субъекта».

9. Закон РМ «О фармацевтической деятельности» № 1456 от 25.05.1993г.[53] в ч.(1) ст. 20¹ предусматривает, что «лекарства, другая фармацевтическая продукция и парафармацевтические изделия распределяются через оптовую и розничную дистрибьюторскую сеть». Но опять, же законодатель ввел понятие «дистрибьюторская сеть» но не раскрыл его понятийного содержания. Отдельно следует отметить, что законодатель использует понятие «оптовые предприятия», которые осуществляют

реализацию фармацевтической продукции. В этой связи возникает опять пробел, используются понятия, но их легальные определения не раскрыты. Поэтому возникает необходимость в устранении данного пробела. Так нами предлагается ст. 1 Закон РМ «О фармацевтической деятельности» № 1456 от 25.05.1993г. дополнить понятием следующего содержания, «*дистрибьютор фармацевтической продукции* – это хозяйствующий субъект, обладающий лицензией на хранение и оптовую реализацию через дистрибьюторскую сеть фармацевтической продукцией и лекарствами». Понятие же «*дистрибьюторская сеть*» раскрыть в специальном законе, который будет регулировать всю сферу дистрибьюторских отношений.

10. Закон РМ «Об энергетике» №1525 от 19.02.1998г. в ст.13¹ также упоминает понятие «*дистрибьютор*», но не раскрывает его содержание. В этой связи следует дополнить ст. 1 данного закона понятием *дистрибьютор энергетических ресурсов* - это хозяйствующий субъект, обладающий лицензией на распределение и поставку энергетических ресурсов розничным поставщикам и реализаторам энергетических ресурсов»

11. Кодекс РМ «О правонарушениях» №218 от 24.10.2008г.[81] в п. с) ч. (1) ст. 344 предусматривает ответственность дистрибьютора за совершение правонарушения в области нарушения требований безопасности продукции. Так согласно данной норме, «*дистрибьютор* привлекается к ответственности в случае: непринятия мер по избежанию рисков; неизъятия продукта с рынка, не обеспечение эффективного и адекватного информирования потребителя; не возврат от потребителя продукции, в отношении которой контролирующими органами установлено несоответствие безопасности, если это может причинить вред жизни, здоровью, наследственности и безопасности потребителя». Из данной нормы становится ясно, что в качестве субъекта правонарушения законодатель предусмотрел специального субъекта - дистрибьютора. Однако на практике будет трудно квалифицировать и привлечь к ответственности дистрибьютора, так как отсутствует правовая регламентация статуса данного субъекта коммерческой деятельности. На наш взгляд, для правильной квалификации совершенного правонарушения дистрибьютором, необходимо комплексное и единообразное правовое регулирование дистрибьюторской деятельности в целом путём принятия отдельного законодательного акта.

12. Закон АТО Гагаузия (Гагауз Ери) «О рынке нефтепродуктов и сжиженного газа АТО Гагаузия» №45 от 17.07.2001г.[69] не содержит дефиниции «дистрибьютор», а закрепляет такие понятия как «импортёр» и «оптовый продавец». Так согласно ст. 1 указанного закона *импортер* – это участник рынка нефтепродуктов и сжиженного газа Гагаузии и Молдовы, имеющий право осуществлять импорт нефтепродуктов и

сжиженного газа и осуществляющий ввоз, и введение нефтепродуктов и сжиженного газа в хозяйствующий оборот после осуществления предусмотренных законом таможенных процедур, а *оптовый продавец* – это экономический агент Гагаузии, имеющий право и возможности осуществлять хранение и оптовую реализацию нефтепродуктов и сжиженного газа розничным продавцам. По нашему мнению, гагаузский законодатель правильно разграничил и определил правовое положение импортера и оптового продавца, то есть импортер ввозит, а оптовый продавец осуществляет дальнейшую реализацию нефтепродуктов и сжиженного газа розничным продавцам. Данный закон не предусмотрел понятие «дистрибьютор» и считаем это упущением законодателя. Так согласно ч. (2) ст. 9 указанного закона, «оптовый продавец является собственником нефтепродуктов и сжиженного газа до момента передачи его покупателю» и это свидетельствует о том, что оптовый продавец в такой ситуации выступает именно дистрибьютором, так как дистрибьютор приобретает в собственность товар и от своего имени и за свой счёт осуществляет его реализацию розничному продавцу. Важным моментом, также является то, что оптовый продавец осуществляет хранение и оптовую торговлю нефтепродуктов и сжиженного газа, что прямо соответствует признакам дистрибьютора, поскольку именно дистрибьютор выступает в качестве крупного оптового экономического агента. В связи с изложенным было бы целесообразно внести изменения в ст. 1 Закона АТО Гагаузия (Гагауз Ери) «О рынке нефтепродуктов и сжиженного газа АТО Гагаузия» №45 от 17.07.2001г. и дефиницию «оптовый продавец» заменить на «дистрибьютор» и изложить в следующей редакции: «*дистрибьютор* – это хозяйствующий субъект Гагаузии, обладающий лицензией на хранение и оптовую реализацию нефтепродуктов и сжиженного газа, а также осуществляющий хранение и оптовую реализацию через дистрибьюционную цепь нефтепродуктов и сжиженного газа розничным продавцам». Внесение такого изменения позволит более единообразно квалифицировать дистрибьютора как крупного оптового продавца и устранил законодательные коллизии относительно толкования правовой дефиниции «оптовый продавец».

В результате проведенного анализа практики применения дистрибьюторского договора в законодательстве Республики Молдова *была идентифицирована правовая проблема* в результате, чего установлено, что действующий ГК РМ не содержит норм, регулирующих дистрибьюторский договор. В связи с этим договорная конструкция дистрибьюторского договора относится к числу непоименованных договоров. Анализ действующего законодательства показал, что вообще отсутствует законодательное регулирование такого вида торговой деятельности как дистрибьюторская деятельность,

понятие «дистрибьютор» содержится в законодательстве, но его содержание не соответствует специфике данного вида коммерческой деятельности и разные законодательные акты по - разному раскрывают определение «дистрибьютора», что приводит к различной квалификации или двоякому пониманию данного понятия и в целях устранения всех коллизий были предложено внесение соответствующих изменений в действующее законодательство для единообразного применения дефиниций «дистрибьютор».

1.3. Идентификация научной проблемы и основные направления ее решения.

Проблема исследования, рассмотренная в настоящей диссертационной работе, состоит из комплексного и мультиаспектного анализа дистрибьюторских отношений в целом и дистрибьюторского договора в частности.

Исследования, проведенные в результате анализа доктринальных и правовых подходов к правовой природе дистрибьюторского договора, позволили сформулировать научную проблему и пути ее разрешения.

Проблема исследования и связанные с ней рассматриваемые аспекты являются новаторскими в Республики Молдова, поскольку дистрибьюторский договор как вид гражданско-правового договора и связанные с ним правоотношения, не были предметом исследований специалистов в этой области, а отсутствие в науке комплексного исследование правового регулирования дистрибьюторского договора, приводит к неоднозначным и противоречивым толкованиям данной договорной конструкции в науке, и это связано с отсутствием надлежащего нормативно - правового регулирования дистрибьюторского договора в законодательстве. Указанные проблемы, в свою очередь, приводят к неправильному толкованию данной договорной конструкции в правоприменительной практике, и создает сложности при исполнении договора сторонами.

Разнообразие общественных отношений приводит к расширению правового регулирования договорных отношений, в связи, с чем появляются новые объекты, другие категории отношений, такие как дистрибьюторский договор, которые отсутствуют в гражданском законодательстве, но широко используются в коммерческом обороте и в той связи должны попадать в число поименованных договоров и подлежат правовому регулированию.

Как мы видели в предыдущих параграфах, правовая доктрина содержит различные мнения *о правовой природе дистрибьюторского договора*. В результате проведенного анализа научной литературы, специальных нормативных актов и исследований в области определения правовой природы дистрибьюторского договора нами были сформулированы

вопросы, возникающие в связи с юридическими отношениями по заключению и исполнению дистрибьюторского договора, которые являются на сегодняшний день *актуальными и имеющими научную ценность*.

Идентификация научной проблемы в настоящей диссертаций заключается в необходимости определения правовой природы дистрибьюторского договора в Республике Молдова через призму его значимости и важности в гражданском и коммерческом обороте, а также особенностей его заключения, исполнения и прекращения.

Мы сформулируем *научную проблему* в настоящей диссертационной работе как идентификация особенностей, которые касаются правовой сущности и правовой природы дистрибьюторского договора, что привело к освещению проблем, с которыми сталкиваются стороны при заключении и исполнении дистрибьюторского договора. На основании изложенных аспектов, мы сформулируем **научную проблему исследования** настоящей диссертации, которая заключается в проведении анализа юридического характера дистрибьюторского договора, выделяя доктринальные и законодательные пробелы, констатируя причины и выработка теоретически аргументированных гипотез и законодательных предложений. Как следствие достижение поставленной цели, мы сформулируем теоретические и практические выводы, мы будем продвигать законодательные рекомендации, которые будут логически вытекать из исследований, сделанных в настоящей докторской диссертации. Настоящая работа будет выступать комплексным исследованием теории и практики применения дистрибьюторского договора в Республике Молдова, содержащая в основном вопросы, связанные с заключением, исполнением и расторжением дистрибьюторского договора, а также защиты прав и интересов сторон данного договора.

Теоретико-практическая проблема, которую мы предлагаем решить - это определение теоретико-правовой дефиниции дистрибьюторского договора, определение его юридической природы дистрибьюторского договора, а также юридического статуса участников данного договорного правоотношения. Мы также предлагаем выработку *контуров правовой природы дистрибьюторского договора и конкретизация его предмета и существенных условий, которые позволяют выделять данный договор в качестве самостоятельного гражданско-правового договора*.

Научная проблема, которую мы предлагаем **решить** в настоящем исследовании, представляет собой констатация, обоснование и внесение изменений и дополнений в действующее законодательство и ГК РМ в целях корректировки и усовершенствования специальных норм, которые будут способствовать всестороннему правовому

регулированию дистрибьюторского договор в Республике Молдова. Судебная защита участников дистрибьюторского договора должна быть максимально эффективной, а нормативно – правовая база в этой области достаточно исчерпывающая и предоставлять участникам дистрибьюторских отношений гарантии защиты нарушенных прав и интересов.

Основные направления решения научной проблемы прагматически будут результатом проведенных доктринальных исследований в последующих параграфах настоящей диссертаций.

Дистрибьюторский договор необходимо определить с точки зрения важности правовых отношений, вытекающих в результате противоречащих и исключающих любые расхождения при подчинении этих отношений правилам, специфичным для различных видов контрактов. Кроме того, как отмечалось ранее, такая необходимость возникает в силу отсутствия дефиниций в доктрине и в действующем законодательстве Республики Молдова. Проблема усложняется и тем, что помимо отсутствия правового регулирования дистрибьюторского договора в Республике Молдова, такое регулирование отсутствует и в международном праве, что лишает возможности имплементировать данную договорную конструкцию в гражданское законодательство Республики Молдова.

Целью настоящего исследования является идентификация понятия и правовой природы дистрибьюторского договора. Реализация данной цели описывается через многоаспектные исследования, позволяющие идентифицировать и выяснить определенные особенности анализируемой договорной конструкций

Одной из **целей** настоящего исследования выступает концептуализация и определение дефиниций дистрибьюторского договора, определение юридического объекта данного договора, установления правовой природы дистрибьюторского договора и его основных элементов путем принятия соответствующих законодательных актов. Мы стремимся установить и доказать, что дистрибьюторский договор не является разновидностью договора купли-продажи, поставки, франчайзинга и коммерческого агентирования. Также нами будет приведено научное обоснование относительно того, что дистрибьюторский и дилерский договор не являются идентичными, поскольку отличаются между собой предметом, содержанием, условиями и целями и по своей правовой природе являются самостоятельными договорными конструкциями, что позволяет исключить все существующие в науке противоречия.

Целями исследования также являются теоретические и практические исследования правового статуса поставщика, дистрибьютора и субдистрибьютора. Регулирование соответствующих правил в момент заключения и в момент исполнения

дистрибьюторского договора. Анализ ответственности сторон в случае неисполнения, или ненадлежащего исполнения обязательств по дистрибьюторскому договору. Определение юридических расхождений и пробелов при заключении, исполнении и расторжении договора соответственно.

Достижение целей будет основываться на существующих положениях действующего законодательства Республики Молдова и исследованиях посвященных дистрибьюторским отношениям в целом и дистрибьюторского договора в частности, а исследование предмета будет сосредоточено на анализе и корректировке специальной правовой основы, регулирующей дистрибьюторские отношения, основанных на нормах и принципах гражданского права.

Достижение предлагаемой цели будет достигнуто с помощью следующих задач: 1) исследовать правовое регулирование дистрибьюторских отношений путем анализа действующего законодательства; 2) проанализировать правовое регулирование дистрибьюторских отношений в современных научных исследованиях; 3) раскрыть понятие и юридическую конструкцию дистрибьюторского договора; 4) определить стороны дистрибьюторского договора, их права и обязанности; 6) исследовать особенности и порядок заключения, изменения и расторжения дистрибьюторского договора; 7) выделить и раскрыть проблемы квалификации дистрибьюторского и дилерского договоров; 8) охарактеризовать и раскрыть правовую природу субдистрибьюторского договора; 9) изучить меры ответственности сторон в случае ненадлежащего исполнения обязательств по дистрибьюторскому договору; 10) исследовать концептуальные основы идентификации дистрибьюторского договора как непоименованного договора; 11) провести соотношение дистрибьюторского договора с поименованными гражданско – правовыми договорами; 12) исследовать зарубежный опыт правового регулирования дистрибьюторского договора; 13) раскрыть теоретико-правовые проблемы правового регулирования международного дистрибьюторского договора. 14) разработать предложения и рекомендации по внесению дополнений и изменений в действующее законодательство с целью всестороннего регулирования вопросов, связанных с правовым регулированием дистрибьюторского договора.

Научная проблема будет решена через призму как доктринальных так и правовых аспектов, завершая выявленными недостатками и противоречиями путем формулирования предложений по совершенствованию действующего законодательства.

Мы сосредоточимся на интенсивности противоречивых аспектов связанных с идентификацией научной проблемой темы диссертации, доказывая самостоятельность

дистрибьюторского договора в системе гражданско-правовых договоров и необходимость его включения в ГК РМ.

При написании диссертаций мы будем использовать, различные библиографические источники, в которых рассматривается предмет диссертационного исследования, что позволит провести сравнительный анализ существующей ситуации в данной области, определить правовую природу дистрибьюторского договора, идентифицировать и аргументировать гражданско-правовую природу дистрибьюторского договора.

Значение проведенного исследования, путем рассмотрения предмета настоящей диссертационной работы, включает в себя более широкий спектр общих и правовых принципов, составляющий симбиоз теорий и практики договорного права.

Достигнутые нами результаты могут быть использованы учреждениями, специализирующимися на анализе и исследовании соответствующего контракта в следующих практических целях: мотивация исследований в области права путем принятия предложений, сформулированных для совершенствования гражданского права; содействие в дополнений и совершенствований национальной законодательной базы в данной области.

1.4. Выводы к главе 1

В результате проведенного анализа результатов исследований и научно-правовой ситуации в области правового регулирования дистрибьюторского договора, автор сделал следующие выводы:

1. В ГК РМ дистрибьюторский договор не выделен в качестве самостоятельного вида договора и закон относит данный договор к числу непоименованных и смешанных договоров, включающих в себя элементы различных договорных конструкции.

2. Отсутствие правового регулирования дистрибьюторского договора в гражданском законе создаёт неопределенность в толковании и квалификации данного договора в правоприменительной и предпринимательской практике. Зачастую предприниматели не знают, какими нормами руководствоваться при заключении дистрибьюторского договора, что приводит к заключению больше смежных договоров, нежели дистрибьюторских, например договора купли-продажи, франчайзинга, торгового посредничества и т.д.

3. В действующем законодательстве РМ понятие «дистрибьютор» раскрывается по-разному, либо вообще не раскрывается, т.е. законодатель ввёл понятие «дистрибьютор», но не урегулировал правовой статус данной категории торговых субъектов. В связи с этим возникает необходимость разработки и применения единого унифицированного понятия

дистрибьютора путем закрепления этого определения в специальном отдельном законе, который будет регламентировать единый комплекс дистрибьюторских отношений.

4. В законодательстве РМ отсутствует также понятие «дистрибьюторская деятельность». В определении «дистрибьютор» законодатель использует словосочетание «дистрибьюционная цепь» и опять же не раскрывает его содержание.

5. Законодатель не предусмотрел и не урегулировал правовое положение дистрибьюторов в области реализации алкогольной, винодельческой, фармацевтической продукции и лекарств, а также в области энергетики.

6. В науке гражданского и коммерческого права Республики Молдова отсутствует комплексное научное исследование правовой природы дистрибьюторского договора, но имеются отдельные научные исследования, которые поверхностно и противоречиво раскрывают правовую природу и сущность дистрибьюторского договора.

7. Среди ученых отсутствует единая научная точка относительно правовой природы дистрибьюторского договора в системе гражданско - правовых договоров Республики Молдова. Такое положение дел объясняется отсутствием надлежащего правового регулирования дистрибьюторского договора в законодательстве Республики Молдова, что приводит к противоречивым и ошибочным толкованиям правовой природы дистрибьюторского договора учеными и отсутствие должного, основательного серьезного научного интереса в его комплексном и всестороннем исследовании.

Идентифицированная научная проблема подтверждает необходимость комплексного исследования правовой природы дистрибьюторского договора и выделения его основных квалифицирующих и отличительных признаков, что еще раз докажет его самостоятельность, а сформулированные научные результаты будут способствовать усовершенствованию действующего законодательства, что позволит урегулировать и закрепить дистрибьюторский договор в ГК РМ.

Все изложенные выводы нашли свое научное обоснование в научных статьях, опубликованных по теме диссертации, которые включены в библиографию настоящей диссертационной работы.

2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСТРИБЬЮТОРСКОГО ДОГОВОРА.

2.1. Концептуальные основы идентификации дистрибьюторского договора как непоименованного договора.

Дистрибьюторский договор не предусмотрен в качестве самостоятельного вида договора в системе гражданско-правовых договоров и урегулированных действующим ГК РФ и по своей правовой природе относится к числу непоименованных договоров по следующим основаниям.

В ст. 667 ГК РФ закреплено и раскрыто содержание принципа свободы договора. В Книге третьей «Обязательства» Раздела III «Отдельные виды обязательств» ГК РФ легально закреплены отдельные виды гражданско-правовых договоров. В частности в ч. (3) ст. 667 ГК РФ закреплено, что «стороны могут заключать договоры, не предусмотренные законом (не названные в законе договоры), а также договоры, в которых содержатся элементы других договоров, предусмотренных законом (смешанные договоры).

Таким образом, в Разделе III «Отдельные виды обязательств» ГК РФ закреплены поименованные договоры, поскольку закон предусмотрел их понятие, существенные условия, ответственность сторон, порядок расторжения и прекращения действия договора и т.д.

Дистрибьюторский договор на современном этапе развития торговых отношений является важнейшим механизмом, позволяющим поставщику (производителю) оперативно реализовывать произведенные им товары через дистрибьюторов другим покупателям розничной сети. [125, с.35-36]

По общему правилу, условия дистрибьюторского договора не должны противоречить требованиям и нормам действующего законодательства и это зависит непосредственно от содержания договора. В момент заключения дистрибьюторского договора невозможно учесть всех условий, в том, числе субъективные факторы, которые стороны могут спрогнозировать и включить в содержание договора. Буквальное толкование ст. 8 ГК РФ позволяет констатировать, что все сделки и договоры, в том числе непоименованные или не предусмотренные законом, должны соответствовать требованиям законодательства, в том числе антимонопольного, регулирующего отдельные вопросы дистрибьюторской деятельности. Стороны при заключении дистрибьюторского договора обязаны учитывать запретительные меры антимонопольного законодательства, касающегося формирования цен и соблюдения территорий сбыта товаров. В связи с этим стороны при заключении дистрибьюторского договора не могут спрогнозировать всех

требовании антимонопольного законодательства, которые могут стороны нарушить при дальнейшем исполнении договора и поэтому при включении условия в договор они не должны противоречить действующему законодательству.[19, с.52-53]

Вопрос правовой природы и юридической квалификации дистрибьюторского договора до настоящего времени является спорным как в науке, так и в правоприменительной практике судов. Чаще всего дистрибьюторский договор рассматривают как поименованный договор и к нему применяют нормы гражданского законодательства о поставке, агентирования, франчайзинга, оказания услуг. Кроме того, дистрибьюторский договор рассматривают как смешанную договорную конструкцию и применяют к нему соответствующие нормы того или иного договора.[96, с.15-16]

В науке гражданского и коммерческого права отмечается, что при квалификации дистрибьюторского договора, как непоименованного возникают проблемы при применении норм при рассмотрении споров, вытекающих из дистрибьюторских правоотношений.

Данная проблематика не исследована в судебной и правоприменительной практике Республики Молдова, однако отдельные судебные дела, связанные с отношениями, возникающими из дистрибьюторского договора, имеются, но чаще всего это споры, связанные с взысканием задолженности, возникшей в результате ненадлежащего исполнения дистрибьюторского договора. Так, в частности следует отметить, решение суда Каушаны по гражданскому делу № 18-2e-1102-05062012 по исковому заявлению «AG» SRL к «OG» SRL о взыскании задолженности по договору купли-продажи с условием дистрибьюции. В решении судебная инстанция установила, что сторонами был подписан и исполнялся договор купли-продажи с условием дистрибьюции. Суд признал, что договор по своему содержанию и правовой природе является договором купли - продажи с условием дистрибьюции. Как отмечено, было судом: «условие дистрибьюции» предполагает обязанности покупателя осуществлять и реализовывать товары продавца строго на территории определенной сторонами, не осуществлять продажу товаров вне территории, предусмотренной договором, выполнять установленный объем продаж, всячески продвигать товар продавца путем рекламы и маркетинговых механизмов, осуществлять логистику и доставку товаров розничным продавцам, воздержаться от продажи такого же рода товаров других производителей или поставщиков. В свою очередь в рамках дистрибьюции продавец не имеет права осуществлять поставку товаров другим покупателям, постоянно обеспечивать соответствующий объем товаров и постоянно поддерживать необходимый объем товаров, предусмотренный договором, не отказывать и необоснованно приостанавливать поставку

товаров, за исключением случаев несвоевременной оплаты покупателем стоимости товаров, обеспечивать покупателя всей необходимой рекламной и иной информацией для надлежащего исполнения договорных условий.[116]

Анализ вышеуказанного решения позволяет сделать вывод, что судебная инстанция при рассмотрении вышеуказанного дела, выделила специфические особенности дистрибьюторского договора, которые указывают на самостоятельность данного договора, хотя сторонами был заключен смешанный договор (договор купли-продажи с условием дистрибьюции) и тем самым суд признал данный договор как отдельный, поскольку выделил его специфические условия, присущие исключительно данной договорной конструкции.

Также весьма интересным является следующее решение суда Каушаны по иску VVC к MG о взыскании штрафных санкции за нарушение договорной территории распространения товаров по договору купли-продажи с условием дистрибьюции. Так согласно гражданскому делу № 18-2e-1102-05062012 VVC предъявил иск к MG о взыскании штрафной санкции в размере 100 000 леев за нарушение договорной территории и расторжения договора купли-продажи с условием дистрибьюции. Согласно условиям договора в случае нарушения территории дистрибьютор он обязуется оплатить поставщику штраф в размере 100 000 лей. Судебная инстанция отклонила требования истца, по следующим основаниям: во-первых, суд отметил, что заключенный сторонами договор купли – продажи с условием дистрибьюции не предусмотрен действующим законодательством и к данному правоотношению, по сути, применимы нормы ст. 763 ГК РМ, то есть нормы о договоре купли-продажи; во-вторых, действующее законодательство в качестве условий договора купли-продажи не предусматривает условие *о территории*, а также основании для его нарушения; в – третьих, сторонами в договоре не предусмотрен механизм выявления нарушения территории дистрибьютором; в – четвертых, истец не представил суду достаточных доказательств подтверждающих нарушения дистрибьютором договорной территории, т. е. не были представлены документы, которые бы явно подтверждали факт отгрузки товаров за пределы территории, а факт наличия товаров дистрибьютора на полках у продавцов вне территории не являются достаточно убедительными и достоверными; в-пятых, в рамках договора купли-продажи не могут быть предусмотрены ограничения для продавца, в силу принципа свободы договора и равноправия сторон. Важно отметить, что суд в частности, отметил, что в данном конкретном случае невозможно применить нормы гражданского закона о непоименованных и смешанных договорах, поскольку сторонами был заключен, по сути,

договор купли-продажи, который не содержит признаков смешанности и непоименованности.

Немаловажным также является следующее гражданское дело №19-2е-812-23072012 рассмотренное судом Комрат по иску AG к DVO о расторжении договора купли-продажи с условием дистрибьюции и взыскании причиненных убытков. В качестве основания иска истец указал, что одним из условий договора купли-продажи с условием дистрибьюции выступает получение разрешения дистрибьютором на заключение субдистрибьюторского договора, а также взыскания убытков причиненных ответчиком в размере 50 000 лей. Иск был отклонен по следующим основаниям: судебная инстанция признала данный договор, как договор купли-продажи, указав, что действующее законодательство не предусматривает дистрибьюционный договор, а тем более его условия. В данном случае, продавец не вправе ограничивать покупателя в количестве контрагентов, поскольку в этом случае нарушается баланс торгового оборота. Также суд отметил, что согласно ч. (1) ст. 753 ГК РМ, покупатель обязуется принять товар и уплатить за нее обусловленную цену, и если он выполнил эту обязанность и удовлетворил требования продавца, то иных других обязательств перед продавцом не должно быть по праву. В этом контексте судебная инстанция отметила, что заключение субдистрибьюторского договора не является нарушением условий основного договора, поскольку основной договор покупателем был исполнен. В связи с этим, следует отметить, что в целом судебная инстанция не квалифицировала договор купли-продажи с условием дистрибьюции как самостоятельный с особыми условиями, а квалифицировала его как договор купли-продажи.

Таким образом, национальные суды при рассмотрении споров связанных с исполнением дистрибьюторских договоров квалифицирует данный договор как договор купли-продажи и не выделяет его как самостоятельный. Такая квалификация судами по нашему мнению заключается в том, что суды не знакомы с такой договорной конструкцией, как дистрибьюторский договор, поскольку отсутствует его правовое регулирование в ГК РМ и в этой связи применяют нормы о договоре купли-продажи, что по нашему мнению является ошибочным, поскольку суды не вникают в содержание самого договора, а лишь ограничиваются предметом договора, указывая на его идентичность с предметом договора купли-продажи. Считаем, что изложенные в настоящей работе предложения послужат основаниям для принятия соответствующих правовых актов регулирующих дистрибьюторский договор, что в будущем исключат различное толкование и позволит единообразно применять нормы о дистрибьюторском договоре и правильно квалифицировать данный вид договора.

В судебной практике зарубежных стран дистрибьюторский договор квалифицируется как смешанный. Так следует отдельно отметить Постановление Федерального суда Поволжского округа от 03.08.2011г. по делу №А55-26891/2009[111] согласно содержанию, которого следует, что между ООО «Биола – Русь» и ООО «Акватория» (дистрибьютор) был заключен дистрибьюторский договор, предметом, которого является закупка и реализация дистрибьютором товаров поставщика под его торговой маркой на территории г. Самара и Самарской области. Предметом спора выступало взыскание долга поставщиком с дистрибьютора за поставленные товары. В обоснование своих доводов дистрибьютор пояснил суду, что в рамках исполнения дистрибьюторского договора оплачивал услуги торговых агентов в целях более оперативной реализации товаров поставщика и в связи с этим требовал уменьшения суммы задолженности, на сумму уплаченной агентам. Суд квалифицировал дистрибьюторский договор как смешанный, и отметил, что дистрибьюторский договор - это соглашение между дистрибьютором, который в рамках коммерческой деятельности осуществляет покупку и реализацию товаров, приобретенных у поставщика на оговоренной территории, а поставщик в свою очередь воздерживается от самостоятельных продаж и реализаций через третьих лиц на договорной территории. В этом контексте суд относит дистрибьюторский договор к числу смешанных, который содержит в себе элементы различных поименованных в гражданском законодательстве договоров, среди которых договор купли – продажи, договор агентирования, коммерческой концессии, хранения и т.д.

С данным доводом суда не можем согласиться, поскольку смешанность договора предусматривает сочетание в себе элементов различных урегулированных законом договоров. Действительно, дистрибьюторский договор может быть рассмотрен как самостоятельный и включать в себя элементы различных поименованных договоров, но он по своей правовой природе является самостоятельной договорной конструкцией, так как включает в себя особый комплекс обязанностей дистрибьютора, а также специфические действия дистрибьютора, направленные на сохранение коммерческой репутации поставщика и постоянное увеличение продажи товаров, произведенных поставщиком.

Международный коммерческий арбитражный суд при Торгово-промышленной палате Российской Федерации, в Решении от 13.07.2012 по делу №196/2011[115] также определил дистрибьюторский договор как смешанную договорную конструкцию, содержащую элементы различных договоров, предусмотренных в гражданском законе. В рамках производства по данному делу судом рассматривалась, возможность применения

Венской Конвенции о купле продажи товаров [84] и в этом контексте суд отметил, что «дистрибьюторский договор относится к числу смешанных, поскольку включает в себя не только условия договора купли-продажи, но и правоотношения, вытекающие из агентского договора или договора концессии. Согласно условиям соглашения, заключенного между сторонами, истец передает, а ответчик принимает для дальнейшей продажи товары на обусловленной территории, с обязательностью оплатить стоимость купленных товаров. Судом, также было констатировано, применение исключительно норм, касающихся поставки товаров и невозможность применения норм п. 2 ст. 3 Венской Конвенции о купле-продаже товаров, поскольку дистрибьюторский договор был признан смешанным.

Дополнительное постановление Двенадцатого арбитражного апелляционного суда от 27.01.2012 по делу №А12-11251/2011[44] наиболее обоснованно раскрывает правовую природу дистрибьюторского договора, в котором суд отметил, что согласно условиям дистрибьюторского договора дистрибьютор обязуется приобретать товар у поставщика и осуществлять его дальнейшую продажу и продвижение на договорной территории, а поставщик обязуется воздержаться от самостоятельной реализации товаров на указанной территории или через третьих лиц. В частности, в данном постановлении был впервые определен предмет дистрибьюторского договора, который представляет собой действия дистрибьютора по продвижению товаров поставщика на оговоренной территории. Следует отметить, что суд правильно определил сущность дистрибьюторского договора, но не правильно определил его признаки как смешанного договора. В обоснование этого суд констатирует и выделяет особую обязанность дистрибьютора, по реализации товаров, приобретенных у поставщика, но и включает в себя комплекс условий, закрепленных в других договорах, предусмотренных в гражданском законодательстве. В частности, дистрибьюторский договор может включать в себя содержание таких договоров, как купля-продажа, агентирование, хранение, оказание услуг и т.д.

В частности следует отметить Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации «О свободе договора и ее пределах» №16 от 14.03.2014г.[110], которое устанавливает правила и порядок применения судами норм к непоименованному договору. В данном Постановлении к непоименованным договорам относят и дистрибьюторский договор, к которому не могут применяться нормы об отдельных договорах в случае отсутствия признаков смешанности. Закон допускает применение к непоименованным договорам в таком случае аналогии закона при наличии схожести договорных правоотношений и при отсутствии соглашения сторон, а также

возможность применения императивных норм по аналогии закона допускается в целях защиты интересов более слабой стороны в договоре.

На современном этапе развития юридической науки практически отсутствуют ученые, которые квалифицировали и выделяли бы дистрибьюторский договор как отдельный вид поименованного договора, закрепленного в нормах гражданского законодательства. Чаще всего в доктрине ведутся споры относительно смешанного или непоименованного характера дистрибьюторского договора в ГК, однако четкой и конкретной позиций по данному поводу нет.

Следует отметить, что вопрос понятийного характера смешанности и непоименованности дистрибьюторского договора весьма сложный и многогранный.

Согласно ч.(3) ст. 667 ГК РФ стороны могут заключать договоры, содержащие элементы различных договоров, предусмотренных законодательством (смешанные договоры).

Однако что понимается под «элементами различных договоров» не дано и не раскрывается ни в гражданских кодексах стран СНГ, ни в науке, ни в многочисленных комментариях к законодательству.

По нашему мнению, для квалификации договора, необходимо взять за основу работу Татарской Е.В. Так, в частности, она отмечает, что, *во-первых*, необходимо определить предмет договора, поскольку новое название не свидетельствует о новой договорной конструкции. *Во – вторых*, установить соответствие договора основным системным признакам, присущим гражданско- правовым договорам, среди которых экономическая и правовая цель (направленность), возмездный или безвозмездный характер, объект, субъект. Если невозможно определить новую договорную конструкцию по признаку возмездности или безвозмездности, а также нет возможности определить по субъекту, то новая модель договора подлежит проверке по объекту и цели. *В-третьих*, четко определенный предмет договора классифицируется по целевой направленности. В случае несоответствия предмета договора признаку целенаправленности предусмотренному в законе, то такого рода договор может считаться непоименованным. *В – четвертых*, чаще всего дополнительно проверяется объект договора. Если объекту договора присущи специфические признаки, которые не позволяют квалифицировать такой договор как законодательно предусмотренный, то такой договор относится к числу непоименованных.[135, с.10-12]

По нашему мнению, вышеуказанное позволяет сделать вывод, что применительно к национальному гражданскому законодательству дистрибьюторский договор в его

классическом содержании относится к числу непоименованных договоров по признаку целенаправленности.

При столь широком числе составляющих, неверным будет считаться квалификация дистрибьюторского соглашения в качестве смешанного, потому что интерес поставщика при заключении дистрибьюторского договора состоит в получении дистрибьютором комплекса обязательств в рамках единого договора, состоящих в продаже и продвижении товаров поставщика, а также оказание услуг (хранение товаров, реклама товаров, исследование рынка и т.д.). При осуществлении коммерческой деятельности, как и при любых возникающих при исполнении дистрибьюторского договора вопросах следует исходить из того, какой интерес преследуют стороны при исполнении данного договора, поскольку именно интерес играет важную роль в достижении сторонами цели в их коммерческой деятельности.

Попытка рассматривать дистрибьюторский договор предложенного Функом Я.И.[149, с.111] как «сложный», включающий в себя отношения, купли-продажи, оказания услуг, сервисное обслуживание, передачи прав интеллектуальной собственности, представляется неверным и усложненным. В таком случае дистрибьюторский договор будет отвечать признакам, скорее всего смешанности, нежели сложности.

Как справедливо отмечает Партина А., что выделение в дистрибьюторском договоре элементов поименованных договоров приведет к негативным последствиям, поскольку дистрибьюторский договор может и не содержать всех существенных условий, присущих поименованным видам договоров, что приведет в конечном итоге к признанию в данной части дистрибьюторского договора не заключенным.[103, с.62]

В правоприменительной практике необходимо учесть тот факт, что комплекс элементов, присущих различным договорам, предусмотренным в гражданском законе, свидетельствует о самостоятельном характере дистрибьюторского договора, что исключает возможности рассмотрения его как смешанного вида договора, так как поставщик преследует цель заключить договор с одним лицом на продажу товаров на постоянной основе путем сочетания различного рода обязанностей без заключения различных договоров с множеством отдельных контрагентов.

В судебной практике, по общему правилу, применяются нормы, регулирующие поименованные договоры в той части, которая регулирует спорные отношения: если это вытекает из правоотношений купли-продажи, то соответственно применяются нормы о купле - продаже, такой же порядок применим и к правоотношениям вытекающих из договора оказания услуг.

Приведенное выше мнение о самостоятельности дистрибьюторского договора теоретически обоснованно, но будет приводить в судебной практике к определенным трудностям до тех пор, пока договорная конструкция дистрибьюторского договора не будет законодательно закреплена, как это имеет место в действующем гражданском законодательстве при регулировании отдельных видов договоров (лизинг, франчайзинг).

В рамках данного исследования предлагается принять специальный Закон «О дистрибьюторской деятельности в Республике Молдова», который позволит урегулировать весь спектр дистрибьюторских правоотношений, а также дополнить ГК РМ отдельной главой, в которой будут закреплены нормы, регулирующие дистрибьюторский договор с определением его предмета, содержания, существенных условия и ответственности сторон.

Романец Ю.В. обосновано отметил, что «законодателю необходимо стремиться к своевременному созданию новых типов договоров, что будет отражать юридическую значимость разнообразия коммерческого оборота».[122, с.195]

Самостоятельный характер дистрибьюторского договора дополнительно обосновывается, тем, что поставщик в смысле получения прибыли не имеет взаимосвязей с дистрибьютором в рамках исполнения договора, как это имеет место в агентском договоре.[20, с.389]

В науке гражданского и коммерческого права предлагается имплементация дистрибьюторского договора в правовую систему государства.[45, с.108]

Имплементация (от лат. – impleo – «исполняю»), что означает взятие государством обязательства исполнять, или осуществлять нормы международного права.

В науке международного права существуют различные точки зрения относительно термина «имплементация».

Гавердовский А.С. рассматривает имплементацию как «государственную деятельность, направленную на реализацию принятых международно - правовых обязательств».[31, с.62]

Гаврилов В.В. раскрывает имплементацию как «правотворческий процесс с сочетанием организационно - административной деятельностью».[32, с.55]

Толочко О.Н. указывает, что «имплементация это механизм оказания воздействия норм международного права на отношения, возникающие внутри государства». [137, с.211]

Барина М.Н. приводит термин «трансформация», что означает «процесс преобразования норм международных актов в национальную систему государства путем придания им определенной формы с последующим исполнением».[21, с.11]

В настоящее время существует проблема имплементации дистрибьюторского договора в правовую систему Республики Молдова, поскольку в международном праве нет норм, которые регламентировали бы договорную конструкцию дистрибьюторского договора. Другими словами, можно сказать, что для имплементации норм международного права, регулирующих дистрибьюторский договор, необходимо, чтобы такая норма содержалась в международном праве. В международном праве отсутствуют нормы императивного права, которые бы регламентировали правовое регулирование дистрибьюторского договора, в результате чего возникает проблема заимствования дистрибьюторского договора в правовую систему Республики Молдова.

Брагинский М.И. отмечает, что «непоименованные договоры могут быть, использованы в качестве модели путем имплементации из законодательства другого государства или из международного права».[26, с.47] С данным мнением следует согласиться, поскольку не все нормативные акты, в том числе международные могут предусматривать появление новых видов договоров в будущем. Правоотношения могут фактически существовать в коммерческой практике, но их правовое регулирование в законодательстве будет отсутствовать.

Что касается дистрибьюторского договора, то следует отметить, что с одной стороны отсутствует международный акт, содержащий императивные нормы, регламентирующий дистрибьюторский договор на международном уровне, а также возможности руководствоваться рекомендациями, принятыми международными организациями относительно дистрибьюторского договора, выработанными ими нормами и правилами.

В данном случае следует отметить Руководство Международной Торговой Палаты по составлению международных дистрибьюторских соглашений, а также о Публикации №518 «Типовой дистрибьюторский контракт. Монопольный импортер-дистрибьютор».[136, с.12]

Данные Руководства касаются лиц, которые намереваются заключить дистрибьюторский договор и содержащие подробные разъяснения относительно правовой природы дистрибьюторского договора, условий, которые он должен содержать, каким образом они формулируются, условия об ответственности. Указанное Руководство носит рекомендательный характер и стороны, вступающие в договорные отношения, 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.

Бахин С.В. приводит развернутую характеристику применения типовых контрактов в современном коммерческом обороте, при этом типовые контракты неправительственных организаций занимают ведущее место. Также Бахиным С.В. 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».[22, с.207]

В связи с тем, что отсутствуют императивные нормы для сторон коммерческих правоотношений, в международном праве, регламентирующих правовую природу дистрибьюторского договора, вышеуказанные рекомендации представляют собой совокупность элементов, на которые стороны могут опираться при составлении текста дистрибьюторского договора. При включении в правовую систему гражданско-правовых договоров Республики Молдова дистрибьюторского договора следует использовать разработанные уже рекомендации, так как другие акты, касающиеся дистрибьюторского договора, на международном уровне отсутствуют. В качестве норм, которые могут быть, заимствованы и включены в молдавскую правовую систему, могут служить также нормы, регулирующие дистрибьюторский договор в зарубежных странах.

По нашему мнению, не все новые договорные конструкции коммерческой деятельности можно законодательно закрепить в ГК РМ. Целесообразно принятие отдельного законодательного акта. Так при появлении нового вида договора не всегда возникает необходимость в его законодательном урегулировании, поскольку он может, характеризоваться признаками смешанности и в этом случае к нему будут применяться нормы отдельных видов договоров.

Мысль о необходимости выделения и законодательного закрепления дистрибьюторского договора как самостоятельной договорной конструкции высказал Руденко А.В.[120, с.30]

Такого же мнения придерживается Мозгов М.В., который отметил, что «наличие специального правового регулирования дистрибьюторского договора, позволит защитить специфические права дистрибьютора и поставщика, упорядочит применение термина

«дистрибьюторский договор», а также позволит единообразно квалифицировать и применять дистрибьюторский договор судами».[96, с.18]

Аргументом, о том, что принятие специального закона, который будет регулировать отдельные виды договорных конструкций, повлечет за собой чрезмерное правовое регулирование, а это может привести к необходимости выделения всех договоров, не предусмотренных в правовой системе, в отдельный закон, а по отношению к дистрибьюторскому договору опровергается спецификой данного договора, которая была раскрыта выше в настоящем исследовании.

В качестве доказательства о необходимости принятие отдельного закона, который будет регламентировать весь спектр вопросов, касающихся дистрибьюторской деятельности, можем привести существующие в правовой системе Республике Молдова специальные законы, регулирующих конкретные виды договоров. Речь идет о Законе РМ «О лизинге» № 59 от 28.04.2005г.[54], Законе РМ «Об ипотеке» №142 от 26.06.2008г.[55] и Законе РМ «О франчайзинге» №1335 от 01.10.1997г.[56]

Первый закон посвящен правовому регулированию всех аспектов лизинговых отношений, отдельно регламентируется содержание и основные элементы договора лизинга.

Второй закон посвящен ипотечным правоотношениям, который не имеет отдельной детализацией в действующем ГК РМ.

В третьем законе регламентирован весь спектр вопросов, касающихся франчайзинга, в частности, выделяются виды и типы франчайзинга, отдельно раскрывается правовая природа договора франчайзинга и его содержание.

Все указанные законы еще раз подтверждают необходимость принятия специального закона, который будет регламентировать все вопросы, касающиеся дистрибьюторских отношений.

Таким образом, в связи с содержанием в дистрибьюторском договоре комплекса различных обязательств, его характера непоименованности и отсутствия в нем признаков смешанности, потребностям правоприменительной практики будет отвечать принятие специального органического закона, в котором будут приведены особенности предмета и специфика исполнения дистрибьюторского договора, либо внесение изменений в ГК РМ в виде отдельной главы, посвященной регулированию дистрибьюторского договора. Принятие предлагаемых изменений, позволит включить дистрибьюторский договор в законодательство Республики Молдова.

2.2. Соотношение дистрибьюторского договора с поименованными гражданско – правовыми договорами.

Система коммерческих договоров построена исходя из признаков, характеризующих деятельность участников торгового оборота, а общими критериями, служащими для выделения из всей совокупности частноправовых договоров коммерческих (торговых) договоров являются: 1) прямая взаимосвязь с коммерческим оборотом; 2) в обязательном порядке одной из сторон должен выступать коммерсант; 3) возмездный интерес каждой из сторон коммерческого правоотношения.[112, с.141]

Дистрибьюторский договор можно с уверенностью отнести к коммерческим договорам, поскольку и поставщик и дистрибьютор преследуют определенную экономическую цель (извлечение прибыли) и являются коммерсантами. Также в законодательстве отсутствуют универсальные критерии, которые бы позволяли отнести договоры к числу коммерческих, и на основе которых можно было бы констатировать, о том является ли тот или иной непоименованный договор коммерческим.[143, с.32]

Пугинский Б.И. предложил классифицировать коммерческие договоры на 4 группы: 1) договоры, направленные на возмездную реализацию товаров для коммерческих нужд; 2) договоры посредничества в интересах определенного участника коммерческого оборота; 3) содействующие торговле договоры; 4) договоры, направленные на организацию торговли.[112, с.143-144]

В пользу такой классификации высказываются многие ученые-специалисты по коммерческому праву. Так Андреева Л.В. по предмету договора выделяет договоры продаж, договоры посредничества, договоры, содействующие торговле и договоры, обеспечивающие организацию торговли.[9, с.127] Батрова Т.А. выделяет существенные признаки торговых сделок, которые отличают коммерческие договоры (цель совершения торговых сделок в извлечении прибыли, систематический характер, а также то, что «продавцом должны приниматься меры по организации торговли, предпродажной подготовке товаров и выбору торгового места»).[83, с.414]

Современная доктрина вопрос о систематизации коммерческих договоров решает также исходя из структуры товарного рынка и логики движения товаров по каналам сбыта от производителей к конечным потребителям. Поэтому главная роль также отводится реализационным договорам.

Дистрибьюторский договор, безусловно, имеет черты реализационного договора. Включение в дистрибьюторский договор условия о реализации товаров поставщиком (производителем) дистрибьютору, внешне ставит дистрибьюторский договор в один ряд с

другими реализационными договорами (куплей-продажей, поставкой, оптовой куплей-продажей и др.).

Дистрибьюторский договор, без сомнения, обладает признаками реализационного договора, а содержание в нем условия по реализации товаров приравнивают его к другим реализационным договорам, например к договору купли-продажи.

Для решения вопроса о наличии признаков реализационного договора в дистрибьюторском договоре, необходимо сравнить его с другими договорами данной группы.

При этом, рассматривая договорные конструкции договоров по реализации товаров, необходимо отметить, что коммерческий оборот представляет собой строгую организацию движения товаров от производителей к конечным потребителям, а не хаотичную систему процессов, направленных на покупку и перепродажу товаров. Согласно ст. 3 Закона РМ «О внутренней торговле» №231 от 23.09.2010г.[57] *торговая деятельность* – это вид предпринимательской деятельности, направленной на реализацию произведенных, переработанных и приобретенных товаров в целях удовлетворения экономических целей и получения постоянного дохода (прибыли).

В науке коммерческого права среди ученых нет единого мнения относительно места и правовой природы дистрибьюторского договора в системе коммерческих договоров, в связи с этим целесообразно провести научный анализ, который позволит определить место дистрибьюторского договора в системе коммерческих договоров.

Ученые по-разному квалифицирует дистрибьюторский договор, и часто отождествляют его с договорами купли-продажи, оптовой купли-продажи, поставки, договором агентирования, франчайзинга, дилерства и торгового посредничества.

Табан И. сделал вывод, что «дистрибьюторский договор является непоименованным гражданско – правовым договором смешанного характера, который не предусмотрен законодательством и в большей степени содержит элементы известного договора купли-продажи». [134, с.188-190]

Намашко С. указал, что «дистрибьюторский договор является разновидностью договора оптовой купли-продажи, поскольку товары продаются розничным покупателям большими партиями без каких – либо обязательств перед производителем. Как в дистрибьюторском, так и в договоре оптовой купли-продажи, предметом выступает обязанность реализации товаров конечным розничным покупателям». [98, с.23-25]

Несмотря на тот факт, что дистрибьюторская деятельность является разновидностью оптовой торговой деятельности, дистрибьюторский договор нельзя считать подвидом договора купли-продажи и разновидностью договора оптовой купли-

продажи. Принимая во внимание специфику общей цели и механизм ценообразования, ставящий цены на товары в зависимость от организации их последующего сбыта, дистрибьюторский договор можно признать лишь обладающим некоторыми признаками реализационного договора.

Реализация товаров регулируется в дистрибьюторском договоре по правилам, установленным ГК РФ для договоров купли-продажи (учитывая безусловный предпринимательский характер данной договорной конструкции) с единственным отличием, которое состоит в механизме ценообразования на продаваемые товары. Этот механизм обусловлен качеством выполнения дистрибьютором второго обязательства об организации системы сбыта и достижении согласованных показателей своих продаж. Эти показатели должны быть, прежде всего, количественными (объем продаж), а также качественными (покрытие розничных точек продаж), поскольку обязанность по осуществлению согласованных мероприятий по стимулированию сбыта само по себе не означает экономического и договорного результата.

Наиболее часто в науке коммерческого права дистрибьюторский договор сравнивают с договором поставки.

Партин А.М. отметил, что «дистрибьюторский договор наиболее тесно связан с договором поставки, поскольку включает в себя двухуровневую систему правоотношений, состоящую непосредственно из дистрибьюторского договора, а также из отдельных договоров купли-продажи, заключаемых в исполнении основного договора».[102, с.15]

Кучера Е.П. считает, что «договор поставки является наиболее удачной договорной конструкцией, поскольку дистрибьютор осуществляет поставку товаров на рынок для дальнейшей перепродажи населению».[89, с.24]

По нашему мнению, дистрибьюторский договор невозможно отождествлять с договором поставки, поскольку по договору поставки продавец принимает товар и оплачивает за него обусловленную цену и тем самым не может требовать от розничного продавца выполнения определенного объема продаж. Таким образом, главное отличие дистрибьюторского договора от договора поставки состоит в том, что поставщик не имеет правовых оснований для осуществления дальнейшего контроля за действиями покупателей.

Каширина Т.В. делает вывод, «что дистрибьюторский договор схож с агентским договором - как и агент, так и дистрибьютор действует от своего имени и в интересах принципала в целях заключения сделки, а принципал обязуется оплатить за это соответствующее вознаграждение». [79, с.65]

Следует отметить, что дистрибьюторский договор не имеет ничего общего с агентским договором, поскольку агент действует в интересах принципала, а дистрибьютор всегда выступает от своего имени и сам создает себе обязательства, тогда как агент, совершая юридически значимые действия, порождает права и обязанности исключительно для принципала. В связи с этим производитель вообще не имеет взаимосвязи с третьими лицами, которые вступили в договорные отношения с дистрибьютором.[17, p.252]

Ряд ученых рассматривают дистрибьюторский договор как посреднический. Вопрос о сопоставлении дистрибьюторского договора с посредническими договорами должен решаться с учетом понимания посредничества.

На сегодняшний день в теории общепринято широкое (экономическое) и узкое (правовое) понимание посредничества. Посредничество в широком смысле предполагает многообразную деятельность. Загоруйко И.Ю. пишет, что торгово-посредническая деятельность осуществляется в рыночной нише между спросом и предложением с целью извлечения прибыли и способствует обмену товарами и услугами.[50, с.13] Она может заключаться в совершении конкретных действий фактического характера, не влекущих никаких правовых последствий, но, тем не менее, содействующих осуществлению своих прав другими лицами.

Маслова В.А. рассматривает дистрибьюторский договор в качестве посреднического, поскольку он опосредует движение товаров в канале сбыта. В этой связи автор отмечает, что наличие общей цели у производителя и дистрибьютора позволяет относить дистрибьюторский договор к посредническим договорам, однако с оговоркой об особом характере — о такой организации сбыта, которая объединяет интересы производителя и дистрибьютора в стремлении к увеличению продаж и большей прибыльности.[93, с.11]

К таким же выводам пришли Борисова А.В.[24, с.60], Варданян М.Л.[28, с.48], Дашян М. С.[40, с.163], которые определяют дистрибьюторский договор как одну из эффективных форм организации реализации товаров на определенной территории.

Считаем, что отнесение дистрибьюторского договора к числу посреднических допустимо лишь с экономической точки зрения, а не с юридической, поскольку дистрибьютор действует не в чужом интересе, а участвует в торговых правоотношениях исключительно от своего имени и в своих интересах, что является главным отличительным признаком данной договорной конструкции.

Кибак Г., Мишина Т., Цонова И., исследуя виды посредничества в гражданском законодательстве Республики Молдова, отнесли дистрибьюторский договор к числу

посреднических торговых договоров.[80, с.383-385] В обоснование своих позиций, авторы пришли к выводу, что в отличие от обычного посредника, деятельность торгового посредника представляет собой профессиональную деятельность. В качестве торгового посредника могут выступать только юридические лица и индивидуальные предприниматели, которые осуществляют посредническую деятельность для извлечения прибыли. Торговый посредник осуществляет свою деятельность на основании договора не на постоянной основе. Отсутствие постоянных полномочий отличает договор торгового посредничества от смежных посреднических договоров и в том числе от договора коммерческого агентирования, где коммерческим агентом, признается занимающееся самостоятельной предпринимательской деятельностью физическое лицо, которому поручается осуществлять посредничество на постоянной основе. Отношения между торговым посредником и клиентом должны быть урегулированы на основании договора торгового посредничества. Наряду с общими обязанностями посредника, присущими всем договорам посредничества, торговый посредник обязан немедленно после заключения договора представить каждой из сторон подписанный им окончательный текст, содержащий указание сторон, предмет и условия договора, а в случае продажи товаров или ценных бумаг - их вид и количество, цену и срок поставки. В случае заключения сделок, которые не могут быть исполнены на месте, окончательный текст договора должен быть направлен сторонам для подписания, после чего каждой из сторон передается экземпляр, подписанный другой стороной. При этом, если одна из сторон отказывается принять или подписать окончательный текст договора, торговый посредник должен незамедлительно уведомить об этом другую сторону. В силу того, что торговый посредник действует от своего имени и за свой счет, не обладая представительскими полномочиями, закон запрещает получать плату или иное предусмотренное договором вознаграждение. Торговый посредник обязан вести учет всех заключаемых сделок в реестре торгового посредника. Все записи ведутся в хронологическом порядке и подписываются посредником. Торговый посредник обязан по требованию сторон выдавать подписанные им выписки из реестра. Выписки должны содержать все данные относительно сделок, в которых он выступал посредником. Как и в случаях простого посредничества, право торгового посредника возникает с момента заключения договора посредством услуг посредника либо при указании им на возможность заключения такого договора. Характерной особенностью торгового посредничества является право торгового посредника претендовать на выплату вознаграждения обеими сторонами. Если стороны не условились о порядке выплаты вознаграждения торговому посреднику, в отсутствие местного обычая, предусматривающего иное, вознаграждение выплачивается сторонами в

равных долях. Торговый посредник отвечает перед обеими сторонами за убытки, причиненные по его вине. Притом он обязан возместить причиненный ущерб в полном объеме.

По нашему мнению, выводы сделанные авторами относительно того, что дистрибьюторский договор относится к числу торговых посреднических договоров не соответствует правой природе дистрибьюторского договора по следующим основаниям: 1) дистрибьюторский договор заключается между поставщиком и дистрибьютором с целью продвижения товаров поставщика розничным продавцам, а не с целью заключить договор на реализацию товаров между поставщиком и розничным продавцом, в котором дистрибьютор будет участвовать в качестве торгового посредника; 2) дистрибьютор выступает в качестве самостоятельного коммерсанта, который приобретает товары у поставщика и обязуется поставлять их розничным продавцам, тогда как торговый посредник ничего ни у кого не приобретает, а лишь обязуется содействовать в посредничестве, подписать договор на продажу товаров; 3) между дистрибьютором и поставщиком заключается дистрибьюторский договор, а не договор торгового посредничества; 4) по дистрибьюторскому договору дистрибьютор получает вознаграждение от поставщика за реализацию товаров в объеме, предусмотренном договором, тогда как по договору торгового посредничества посредник получает вознаграждение от обеих сторон; 5) по дистрибьюторскому договору за причиненные убытки дистрибьютор отвечает исключительно перед поставщиком, а по договору торгового посредничества посредник отвечает перед обеими сторонами.

Изложенное позволяет сделать вывод, что дистрибьюторский договор по своей правовой природе никак не относится к числу посреднических договоров, а является самостоятельным гражданско-правовым договором.

Некоторые ученые относят дистрибьюторский договор к числу организационных, непосредственная цель которого не товарообмен, а повышение экономической результативности.

В этой связи нельзя не согласиться с Сухановым Е.А., который полагает, что организационные договоры не имеют самостоятельной ценности, «неотделимы» от основного обязательства.[38, с. 473]

Тюрина С.А. подчеркивает, что «договоры, обеспечивающие упорядоченную систему организации сбыта товаров, представляют определенную ценность, в результате чего достигается взаимовыгодный результат». [141, с.194]

Совершенствование сбыта при выполнении спланированных согласованных показателей приводит к увеличению оборота, и, вследствие этого, к увеличению показателей прибыльности обеих сторон дистрибьюторского договора.

Некоторые ученые сравнивают дистрибьюторский договор с договором франчайзинга, указывая, что по обоим договорам происходит передача прав на фирменное наименование и товарные знаки.[29, с.389]

Однако, по нашему мнению, дистрибьюторский договор отличается от договора франчайзинга, так как предметом договора франчайзинга выступает система исключительных прав (права на товарный знак, фирменное наименование), при этом у франчайзи не появляется обязательство покупать товары для дальнейшей перепродажи другим лицам. Обязанность франчайзи заключается, в частности, в производстве и реализации товаров под товарным знаком франчайзера и постоянно поддерживать их на качественном уровне согласно условиям договора франчайзинга. Заключая договор, преследуется иная цель, чем при дистрибьюторском договоре - цель получение максимальной прибыли от использования торговой марки либо фирменного наименования. Главная же цель дистрибьюторского договора заключается в увеличении объемов продаж товаров на соответствующей территории, при этом территория деятельности франчайзи не ограничена, тогда как деятельность дистрибьютора ограничена.

Следует отметить, что дистрибьюторский договор может рассматриваться как рамочным, так и не рамочным, рамочным будет считаться лишь в том, случае, когда все условия в дистрибьюторском договоре не детализированы и для осуществления отдельных условий договора возникнет необходимость в заключении дополнительных соглашений. В случае если стороны в дистрибьюторском договоре закрепили ассортимент, количество и виды товаров непосредственно в договоре, то такой договор не будет считаться рамочным.

Таким образом, в результате исследования места дистрибьюторского договора в системе коммерческих (торговых) договоров можно сделать вывод, что дистрибьюторский договор занимает самостоятельное место в этой системе, поскольку обладает самостоятельным предметом и специфическими условиями, что позволяет отличать его от других смежных договорных конструкции, но и одновременно обладает признаками реализационного и организационного договоров. В науке коммерческого права приводятся многие мнения относительно того, что дистрибьюторский договор имеет схожесть с такими договорами как купля-продажа, поставка, агентирование, посредничество, франчайзинг, однако данные мнения не учитывают специфику

дистрибьюторского договора. Дистрибьюторский договор может рассматриваться в зависимости от детализации в нем условий как рамочный так и не рамочный.

2.3. Зарубежный опыт правового регулирования дистрибьюторского договора.

Республика Молдова 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 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 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 в конечном счете окажутся несоизмеримо больше, чем заказ цветочной продукции у производителей Аргентины, даже с учетом длительной транспортировки и расходов на перевозку.

Следует отметить, что в законодательстве Латинской Америки дистрибьюторский договор закреплен как в общих нормах гражданского и торгового законодательства, так и в нормах специальных законов. В зависимости от того, в нормах каких законов содержится дистрибьюторский договор, государства Латинской Америки подразделяются на три основные группы: 1) государства в которых дистрибьюторский договор закреплен в Гражданском кодексе; 2) государства в которых дистрибьюторский договор содержится в Торговом кодексе; 3) государства в которых дистрибьюторский договор регулируется специальным законом и который регламентирует весь спектр дистрибьюторских отношений.

Среди государств Латинской Америки, в которых правовому регулированию дистрибьюторского договора посвящен Гражданский кодекс, следует отметить, прежде всего, Федеративную Республику Бразилию. Дистрибьюторскому договору посвящена Глава XII Гражданского кодекса Федеративной Республики Бразилия №10.406 от 10.01.2002г.)[35], в которой он смешан с договором агентирования и не отвечает самостоятельности, и тем самым не обладает признаками отличающими его от других договорных конструкции.

В ст. 710 Гражданского кодекса Бразилии приводится определение агентского договора, согласно которому одно лицо берет на себя обязательство распространять на возмездной основе товары за счет другого лица, выполнять отдельный круг деятельности на оговоренной территории, включающий такого рода распространение, когда агент имеет в своем распоряжении продукцию, подлежащую распространению, которая является предметом договора. Следует отметить, что в Гражданском кодексе Бразилии не выделяются стороны агентского договора.

Отличием дистрибьюторского договора от агентского по Гражданскому кодексу Федеративной Республики Бразилия является то, что товары, 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, по законодательству Федеративной Республики Бразилия дистрибьюторский договор определяется 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 дистрибуции 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[100], 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 Республики Гватемала[138]. В соответствии со ст. 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 Республике Молдова. На сегодняшний день Торговый кодекс в Республике Молдова не принят, поэтому нормы о дистрибьюторском договоре не могут быть в него включены по объективным причинам.

Одним из государств, в которых в отношении дистрибьюторского договора принят отдельный закон, является Республика Парагвай. В соответствии с п. «С» ст.2 Закона №194/93 от 06 июля 1993 года Республики Парагвай [70] 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.

Данный закон в своей особенности предусматривает меры защиты для национальных производителей, поскольку устанавливает жесткие штрафные санкции финансового характера в случае одностороннего отказа иностранного дистрибьютора от исполнения дистрибьюторского договора. Данные санкции зависят от средне годовой валовой прибыли дистрибьютора за последние три года и от срока действия дистрибьютора. 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 бесосновательного одностороннего отказа от исполнения договора со стороны дистрибьютора-нерезидента.

В настоящем исследовании в большей части рассматриваются дистрибьюторы-резиденты Республики Молдова, коммерсанты со статусом юридического и физического лица, осуществляющие коммерческую деятельность на территории Республики Молдова. Превалирующее значение имеет защита прав дистрибьютора, осуществляющего деятельность на территории Республики Молдова, а также национального производителя, осуществляющего свою деятельность в Республике Молдова.

24.06.1964 в Свободно ассоциированном государстве Пуэрто-Рико был принят Закон «О дистрибьюторских соглашениях» №75 (*Leyde contratos de distribucion de 1964*) (Далее – «Закон №75»), действующий в отношении всех дистрибьюторских договоров на территории Пуэрто-Рико.[71]

Этот закон был разработан в период, когда деятельность по импорту в данной стране в полной мере зависела от инвестиций крупных иностранных 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», но правильнее будет использовать понятие «Поставщик», что является также обоснованным по причинам, изложенным в диссертационном исследовании.

Вышеуказанный закон устанавливает трех годичный срок исковой давности, который начинает свое течение со дня расторжения договора или со дня причинения имущественного вреда одной из сторон, также данный закон содержит ряд

процессуальных норм, касающихся подсудности спора и порядка применения, обеспечительных мер в рамках спора между производителем и дистрибьютором.

Следует отметить, что правовое регулирование дистрибьюторского договора в Республике Гондурас регламентируется специальным Законом об отечественных и зарубежных представителях, дистрибьюторах и агентах №549 от 7 декабря 1977 года[72], который не проводит разграничения между понятиями представитель, агент и дистрибьютор, а в целом регулирует договорные отношения, возникающие между национальными и зарубежными предприятиями, осуществляющими реализацию и распространение товаров.

Однако имеются государства, в которых правовое регулирование дистрибьюторского договора осуществляется общими нормами о договоре поставки. В Торговом кодексе Республики Колумбия №410 от 1971 года[138] правовому регулированию договора поставки посвящены ст. 968-980, но при таком комплексном регулировании данного договора вызывает возмущение, что дистрибьюторский договор не урегулирован в качестве самостоятельного и отдельного вида договоров реализации товаров.

Таким образом, можем отметить, что в странах Латинской Америки дистрибьюторский договор регулируется устойчивой системой законодательных актов. Правовое регулирование дистрибьюторского договора Гражданским кодексом, Торговым кодексом и специальным законом свидетельствует о специальном регламентировании дистрибьюторских правоотношений, а отдельные элементы такого регламентирования могут быть имплементированы законодателем Республики Молдова в целях включения данного договора в систему гражданских договоров.

Массовое инвестирование частными компаниями США в экономику стран Латинской Америки привело к укреплению государственных предприятий, в частности, тех, которые осуществляют добычу и реализацию нефтепродуктов, как это имело место в Республике Гондурас.[148, с.112]

Приведенные выше примеры правового регулирования дистрибьюторского договора в странах Латинской Америки предоставляют определенные преференции в первую очередь производителям, являющимся резидентами этих стран и в этой связи устанавливают систему финансовых санкций для дистрибьюторов за одностороннее расторжение дистрибьюторского договора, не являющимся резидентами государств Латинской Америки. Установление законодателем таких санкций направлено на защиту от массового поступления в экономику страны иностранных товаров.

Отсутствие на сегодняшний день правового регулирования дистрибьюторского договора в европейских государствах приводит к невозможности определения места дистрибьюторского договора в системе гражданско-правовых договоров, а отсутствие надлежащей правовой регламентации дистрибьюторского договора приводит к тому, что стороны не имеют правовой защиты своих прав и законных интересов, а данный пробел затрудняет правовое регулирование.

Анализ правового регулирования дистрибьюторского договора в зарубежных странах свидетельствует о недостаточной регламентации дистрибьюторских отношений, в частности в европейских государствах, по сравнению с другими гражданско-правовыми договорами, что приводит к минимальной возможности имплементации правовых норм, поскольку законодательство других стран было бы хорошим примером для правовой регламентации дистрибьюторского договора в Республике Молдова. А настоящая диссертационная работа посвящена заимствованию такой договорной конструкции как дистрибьюторский договор в национальную правовую систему Республики Молдова как один из важнейших и эффективных инструментов осуществления субъектами предпринимательства реализации товаров.

В странах Европейского Союза в отличие от государств Латинской Америки правовое регулирование дистрибьюторского договора обстоит по - другому. Отдельное правовое регулирование дистрибьюторских отношений предусмотрено лишь в законодательстве Королевства Бельгия, а в других странах Европейского Союза специально не урегулированы вопросы, связанные с дистрибьюторским договором, а такие отношения чаще регулируются договором агентирования.

27 июля 1961 года в Королевстве Бельгия был принят Закон об одностороннем расторжении эксклюзивных дистрибьюторских договоров, заключенных на неопределенный срок. 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»).

Согласно ст. 1 данного закона дистрибьюторским договором признается соглашение, в силу которого одна сторона – производитель предоставляет одному или нескольким лицам – дистрибьютору право осуществлять продажу произведенных им товаров от своего имени и за свой счет. В ст. 3 указанного закона установлено, что в случае истечения срока дистрибьюторского договора, его действие не прекращается, а его расторжение возможно лишь путем отправления уведомления одной из сторон не позднее трех месяцев до окончания срока.

Анализ законодательства Королевства Бельгии, регулирующего дистрибьюторский договор, свидетельствует о том, что оно предоставляет преимущества только для одной из сторон, что ущемляет права другой стороны, а это приводит к нарушению баланса в коммерческой деятельности и не отвечает интересам предпринимателей, поэтому законодательство Латинской Америки и Королевства Бельгии не может быть заимствовано в качестве примера регулирования, без внесения соответствующих изменений, которые уравнивают интересы дистрибьютора и поставщика.

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 Америки[48, с.217] не содержит положений, как непосредственно, так и косвенно, регулирующих дистрибьюторский договор. Единообразный Торговый кодекс Соединенных Штатов Америки в его последней редакции содержит только нормы 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 США установлена трехуровневая система деятельности дистрибьюторов, но только для отдельных категории товаров. Данная система касается реализации алкогольной продукции. Звеньями данной трехуровневой цепочки являются производитель, дистрибьютор и розничные торговцы. Особенность данной системы заключается том, что каждый из участников цепи обязан обладать лицензией на реализацию алкоголя. Трехуровневая система заключается в том, что произведенная алкогольная продукция сначала попадает от производителя к дистрибьютору для дальнейшей перепродажи розничному торговцу в целях дальнейшей реализации конечному потребителю. Такая система дистрибьюторских отношений позволяет осуществлять государственный контроль за продажей алкогольной продукции, обеспечивает максимальное поступление налогов и сборов в бюджет государства, а также не допускает продажу алкогольной продукции несовершеннолетним, а недостатком такой системы является, то, что она ограничивает конкуренцию среди производителей, поскольку они имеют право продавать произведенную продукцию только крупным дистрибьюторам.

Следует отметить, что такая же система построена и в Республике Молдова, за исключением того, что розничные продавцы не обязаны приобретать лицензию на продажу алкогольной продукции, а все остальное построено по американской системе.

Трехуровневая система дистрибьюторства имеет место не только в сфере реализации алкогольной продукции. Так, например, в штате Флорида отношения в области дистрибуции регламентируются в различных сферах, где таковая осуществляется. В этом штате есть нормы, которые отдельно регулируют деятельность производителей и агентов, осуществляющих реализацию сельскохозяйственной техники. Указанные нормы предусмотрены главой 686 раздела XXXIX Статутов штата Флорида.[129]

Согласно данной норме в качестве дистрибьютора выступает организация или лицо, осуществляющая продажу и распространение сельскохозяйственной техники дилерам, и является представителем производителя на территории штата. Указанный 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 товарного рынка Республики Молдова, развитие торговой деятельности и привлечение инвестиций, наполнение рынка иностранными товарами требует создание равных возможностей и условий как для производителей, так и для дистрибьюторов.

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 молдавских реалиях.

Как отмечает Улугова К.Э., для отношений в сфере дистрибуции характерно наличие участия трех субъектов: поставщика, дистрибьютора и покупателя.[144, с.8] 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.

Следует отметить, что в странах СНГ также отсутствует правовое регулирование дистрибьюторского договора.

Таким образом, в условиях коммерческой деятельности система реализации товаров путем применения трехуровневой реализации товаров для отдельных видов товаров будет действовать, а для других товаров нет, поскольку в действующем законодательстве уже предусмотрены специальные правила реализации отдельных видов товаров.

2.4. Теоретико-правовые проблемы правового регулирования международного дистрибьюторского договора.

В настоящее время в международном коммерческом обороте отсутствует унифицированное правовое регулирование дистрибьюторского договора, а также нет международно - правовой дефиниции данного договора. Помимо этого законодательство множества зарубежных стран не имеет специального правового регулирования дистрибьюторского договора.[132, с. 135]

Во многих зарубежных странах наблюдается широкое применение дистрибьюторского договора поставщиками товаров, которые преследуют цель организации реализации и сбыта товаров на определенной территории в случаях, когда в отдельных регионах не имеется возможности создание и открытие филиалов.[12, с.184-185]

В США законодательство предоставляет дистрибьюторам возможность заключать дистрибьюторские договоры с несколькими производителями однородных товаров и является альтернативным договорам агентирования и франчайзинга.[79, с.61]

В Великобритании дистрибьюторский договор в коммерческой практике рассматривается как соглашение на единоличную реализацию товаров, согласно условиям которого, одна сторона – продавец английская компания производитель или торговая организация предоставляет другой стороне – иностранному покупателю право на единоличную продажу определенных видов товаров в пределах границ определенной территории.[150, с.132]

В Нидерландах дистрибьюторский договор приравнивается к договору купли-продажи на основании, которого дистрибьютор берет обязательство приобретать товары у поставщика и организовывать их последующую перепродажу и реализацию другим продавцам от своего имени и за свой счет

Во Франции по условиям дистрибьюторского договора поставщик берет обязательство поставлять товары и оказывать услуги дистрибьютору, а дистрибьютор обязуется продвигать данные товары на соответствующей территории.[119, с.37]

В государствах, в которых отсутствует специальное правовое регулирование дистрибьюторского договора, правовое регулирование дистрибьюторских отношении подчиненно общим правилам обязательственного или договорного права. По этому поводу Романов В.Е. отметил, что, к примеру, во Франции, где отсутствует специальное правовое регулирование дистрибьюторского договора на национальном уровне, по общему правилу, дистрибьюторские договоры должны заключать с соблюдением такого принципа как свобода договора. [119, с.38]

В отдельных государствах судебная защита прав дистрибьюторов осуществляется с применением по аналогии общих норм об агентировании или с применением общих принципов права.[29, с.388]

В Европейском Союзе к дистрибьюторскому договору применяется Регламент Европейской Комиссии № 2790/1999 от 29.12.1999г. о применении ст.81 Консолидированной версии Договора о Европейском союзе к категории вертикальных соглашений и к согласованной практике, который регламентирует сходные правоотношения по вертикали, вытекающих из дистрибьюторских правоотношений и франчайзинга.[154]

В науке международного коммерческого права дистрибьюторский договор рассматривается как разновидность коммерческого договора, в силу, того, что он заключается между коммерсантами и носит характер непоименованного и торгово-организационного.[114, с.13]

В международном праве отсутствует правовое регулирование дистрибьюторского договора, в связи с этим следует отметить следующие способы правового регулирования. Так, Международной торговой палатой (далее - МТП) было принято два документа для регулирования дистрибьюторского договора: 1. Руководство по составлению международных дистрибьюторских договоров (далее - Руководство) №411 от 1988 года.[121, с.87] 2. Типовой дистрибьюторский контракт. Монопольный дистрибьютор (далее – Типовой контракт) №518 от 1993 года.[136, с.52] Помимо указанных, следует отметить еще один документ, посвященный регулированию дистрибьюторского договора - Принципы европейского права: коммерческое агентирование, франшиза и дистрибьюция.[95, с.521]

Анализ указанных актов позволяет сделать следующие выводы:

1. В данных документах отсутствует четкое определение и не раскрывается понятие дистрибьюторского договора.

2. По дистрибьюторскому договору дистрибьютор организует сбыт товаров производителя на определенной территории, а также берет на себя исключительное право

маркетинга указанных товаров в приложении к дистрибьюторскому договору. Главной особенностью международного дистрибьюторского договора является то, что сторонами выступают дистрибьютор и поставщик, имеющие принадлежность к разным государствам.

3. При монопольной реализации товаров, дистрибьютор обладает исключительным правом единоличной продажи товаров на оговоренной территории. Как правило, в качестве монопольного дистрибьютора выступает иностранное лицо.

4. Выделяются три вида международного дистрибьюторского договора: 1) избирательный – по такому договору товар производителя реализуют только дистрибьюторы, обладающими определенными критериями; 2) эксклюзивный – договор, по которому дистрибьютор получает исключительное право на единоличную продажу товаров поставщика на закрепленной территории; 3) исключительный – договор, по условиям которого дистрибьютор обязуется приобретать товары исключительно у одного производителя или указанного им лица.

5. Международный дистрибьюторский договор сторонами должен быть заключен на основании принципов добросовестности, честности и сотрудничества.

6. Основными условиями международного дистрибьюторского договора выступают: 1) перечень договорных товаров, которых дистрибьютор будет продвигать, и реализовывать на договорной территории; 2) территория, на которой дистрибьютор будет осуществлять продажу и продвижение товаров поставщика. Следует отметить, что в вышеуказанных документах нет упоминания относительно «не конкуренции» между дистрибьютором и поставщиком на договорной территории. 3) цена товаров, объем продаж, использование товарных знаков и фирменного знака поставщика, реклама товаров поставщика и т.д.

7. В указанных документах закреплены основные обязанности сторон по международному дистрибьюторскому договору: 1) дистрибьютор обязуется: а) сбывать товары поставщика и прилагать усилия в целях увеличения объемов товаров; б) действовать в строгом соответствии с указаниями поставщика в целях обеспечения и организации надлежащей реализации товаров и укрепления позиции поставщика на определенной территории; в) предоставлять информацию относительно нарушения исключительных прав поставщика третьими лицами и др. В частности поставщик обязан: а) обязан информировать дистрибьютора о ценах, ассортименте товаров, о рекомендуемых ценах продажи товаров розничным продавцам, о взаимоотношениях с другими дистрибьюторами в рамках договорной территории, а также проводимых рекламных кампаниях связанных с продвижением товаров; б) предоставить дистрибьютору различного рода рекламные материалы в целях надлежащей продажи товаров; в)

предоставить дистрибьютору товар в соответствии с заказом, а также рекомендуемые цены перепродажи конечным покупателям; г) сообщить дистрибьютору об уменьшении объема поставок и принять для этого необходимые меры.

8. Стороны обязаны установить ежегодный объем продаж товаров и стороны должны прилагать усилия для надлежащей продажи товаров, за невыполнение которого не следует договорных санкции, за исключением случаев наличия вины. Также может предусмотрено условие о минимальном гарантированном объеме продаж и последствиях его невыполнения. В этой связи Вилкова Н.Г. отметила, что «в первом случае, дистрибьюторский договор может предусматривать обязанности сторон прилагать усилия для выполнения минимального объема продаж с целью достижения цели договора, при невыполнении которой стороны не будут нести никакой ответственности, а во втором случае дистрибьютор берет на себя обязательство выполнить минимальный объем продаж, за невыполнение которого последуют договорные санкции». [29, с.394] В этом контексте стороны обязаны сообщать о любом уменьшении объема поставок или объема покупок товаров.

9. Важным условием международного дистрибьюторского договора выступает условие о комиссионных выплатах и имеет место, когда договор носит смешанный характер (агентского – дистрибьюторский), а также когда поставщик осуществляет прямые продажи товаров.

10. Дистрибьютор по данному договору вправе назначать на закрепленной территории субдистрибьюторов, но исключительно с письменного согласия поставщика.

11. Международный дистрибьюторский договор может быть заключен как на определенный так и не определенный срок.

12. Стороны вправе в договоре установить санкции и выплату возмещения за досрочное прекращение договора.

При заключении международного дистрибьюторского договора стороны должны достигнуть соглашения и урегулировать вопросы проблем применения юрисдикции и порядок применения правовых норм при наличии не урегулированных аспектов. Другими словами, стороны вправе самостоятельно выбирать общие и императивные нормы права, а при их отсутствии руководствоваться нормами закона страны дистрибьютора, в частности, в случаях, когда спор будет рассматриваться судами страны дистрибьютора.

Так в Руководстве и Типовом контракте предусмотрены два варианта решения проблемы применения права. Во-первых, в случае невозможности применить к условиям договора соответствующие норм права стороны должны руководствоваться общими принципами применяемых к международным дистрибьюторским соглашениям в

международном торговом праве, обычаями международного торгового оборота или принципами УНИДРУА, применяемыми для международных коммерческих договоров. Во-вторых, к международному дистрибьюторскому договору может быть применено право страны одной из сторон. В частности, стороны могут применить нормы страны дистрибьютора даже если к договору, возможно, применить нормы иностранного права.[132]

Модельные правила европейского частного права регулируют общие вопросы дистрибьюторского договора, а все остальные вопросы заключения и исполнения договора должны регламентироваться непосредственно данным документом. Раскрывая содержание понятий трех видов дистрибьюторских договоров, между тем правовая регламентация осуществляется только двух видов, тем самым не раскрывает сущность договора на исключительные закупки. Также отсутствует регламентация относительно предоставления дистрибьютору исключительных прав, принадлежащих поставщику (фирменные наименования и товарные знаки). В тексте указанных правил часто встречается дефиниция «разумный»: разумная цена, разумный срок, разумный заказ, разумные указания и др. Однако не раскрывается содержание данного определения, что приводит к проблемам в правоприменительной практике и свободу действия судьям при рассмотрении дел, вытекающих из дистрибьюторских договоров.

Таким образом, на основании вышеизложенного можем констатировать, следующие основные теоретико-правовые проблемы регулирования международного дистрибьюторского:

1. Законодательство, как стран ЕС, так и иных государствах не имеет четкое и единообразное правовое регулирование дистрибьюторского договора.

2. В международном торговом обороте участники дистрибьюторских отношений руководствуются общими международными принципами и обычаями торгового оборота.

3. В частности, международный дистрибьюторский договор не получил специального международного правового регулирования в международном акте. При заключении международного дистрибьюторского договора стороны руководствуются актами, принятыми Международной торговой палатой, которые не содержат всех аспектов, касающихся дистрибьюторского договора и носят рекомендательный характер.

4. Отсутствие правового регулирования международного дистрибьюторского договора приводит к проблемам имплементации данной договорной конструкции в национальную правовую систему.

5. Отсутствие унифицированного международно-правового акта, регулирующего дистрибьюторский договор, приводит к различной квалификации и толкованию данного

договора в правоприменительной практике, а также не защищает единообразно права сторон по договору.

В настоящее время существует проблема имплементации дистрибьюторского договора в правовую систему Республики Молдова, поскольку в международном праве нет норм, которые регламентировали бы договорную конструкцию дистрибьюторского договора. Другими словами, можно сказать, что для имплементации норм международного права, регулирующих дистрибьюторский договор, необходимо, чтоб такая норма содержалась в международном праве. В международном праве отсутствуют нормы императивного права, которые бы регламентировали правовое регулирование дистрибьюторского договора. В этом контексте возникает проблема заимствования дистрибьюторского договора в правовую систему Республики Молдова из международного права, поскольку императивные нормы отсутствуют в международном праве.

В целях единообразного применения и толкования дистрибьюторского договора, как в международной, так и в национальной правоприменительной практике, а также обеспечения защиты прав сторон по договору, предлагаем принять унифицированный документ - Международную конвенцию «О дистрибьюторском договоре и дистрибьюторской деятельности», что позволит устранить все коллизии и разносторонние толкования данного договора, и создать фундаментальную базу для регламентирования всех вопросов, связанных с дистрибьюторской деятельностью в целом, и дистрибьюторским договором, в частности, путем имплементации в национальное законодательство. По нашему мнению, такой унифицированный международный документ создаст благоприятную правовую среду для международного и национального коммерческого оборота, поскольку суды, разрешая дела, связанные с правоотношениями, вытекающих из дистрибьюторских договоров и, в частности, с участием сторон разной государственной принадлежности, будут руководствоваться данным документом и не будут применять аналогию права или аналогию законодательства, и тем самым создастся баланс в правопримениии.

Таким образом, принятие международно – правового акта, регулирующего все аспекты дистрибьюторского договора, станет важным толчком для создания национальной законодательной базы.

2.5.Выводы к главе 2.

В результате проведенного исследования места дистрибьюторского договора в праве Республики Молдова и зарубежных стран можно сформулируем следующие выводы:

1. В рамках исследования было установлено, что дистрибьюторский договор состоит из комплекса различных обязательств, является непоименованным и в нем отсутствуют признаки смешанности.

2. Дистрибьюторский договор фактически применяется в коммерческой практике и судами к нему применяются нормы, регулирующие поименованные договоры, но он является по специфике предмета, особенности прав и обязанностей и ответственности сторон самостоятельным договором.

3. Одним из предложений в рамках данного исследования предлагается принятие специального закона «Об основах дистрибьюторской деятельности в Республике Молдова», который позволит урегулировать весь спектр дистрибьюторских правоотношений, а также дополнение ГК РМ отдельной главой, в которой будут закреплены нормы, регулирующие дистрибьюторский договор с определением его предмета, содержания, существенных условия и ответственности сторон. Принятие предлагаемых изменений, позволит включить дистрибьюторский договор в правовую систему Республики Молдова.

4. В результате исследования места дистрибьюторского договора в системе коммерческих (торговых) договоров можно сделать вывод, что дистрибьюторский договор занимает самостоятельное место в этой системе, поскольку обладает самостоятельным предметом и специфическими условиями, что позволяет отличать его от других смежных договорных конструкции, но и одновременно обладает признаками реализационного и организационного договоров.

5. В науке коммерческого право приводятся многие мнения относительно того, что дистрибьюторский договор имеет схожесть с такими договорами как купля-продажа, поставка, агентирование, посредничество, франчайзинг, однако данные мнения не учитывают специфику дистрибьюторского договора. Дистрибьюторский договор может рассматриваться в зависимости от детализации в нем условий как рамочный так и не рамочный.

6. В странах Латинской Америки дистрибьюторский договор регулируется системой законодательных актов. Правовое регулирование дистрибьюторского договора Гражданским кодексом, Торговым кодексом и специальным законом свидетельствует о специальном регламентировании дистрибьюторских правоотношений, а отдельные элементы такого регламентировании могут быть имплементированы законодателем Республики Молдова в целях включения данного договора в систему гражданских договоров.

7. 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. Регулирование дистрибьюторского договора происходит на уровне каждого штата, имеющего собственные кодексы и законодательные акты. В США установлена трехуровневая система деятельности дистрибьюторов, но только для отдельных категории товаров. Данная система касается реализации алкогольной продукции.

8. В странах Европейского Союза отдельное правовое регулирование дистрибьюторских отношений предусмотрено лишь в законодательстве Королевства Бельгия, а в других странах Европейского союза специально не урегулированы вопросы, связанные с дистрибьюторским договором, а такие отношения чаще регулируются договором агентирования.

9. В международном праве отсутствует правовое регулирование дистрибьюторского договора, в связи с этим правоотношения, вытекающие из международного дистрибьюторского договора, регулируются актами принятыми Международной торговой палатой и носят рекомендательный характер.

10. В настоящее время существует проблема имплементации дистрибьюторского договора в правовую систему Республики Молдова, поскольку в международном праве нет императивных норм, которые регламентировали бы договорную конструкцию дистрибьюторского договора.

Таким образом, в целях единообразного применения и толкования дистрибьюторского договора, как в международной, так и в национальной правоприменительной практике, а также обеспечения защиты прав сторон по договору, предлагаем принять унифицированный документ - Международную конвенцию «О дистрибьюторском договоре и дистрибьюторской деятельности», что позволит устранить все коллизии и разносторонние толкования данного договора, и создать фундаментальную базу для регламентирования всех вопросов, связанных с дистрибьюторской деятельностью в целом, и дистрибьюторским договором, в частности, путем имплементации в национальное законодательство.

Все изложенные в настоящей главе выводы нашли свое научное обоснование в научных статьях, опубликованных по теме диссертации, которые включены в библиографию настоящей диссертационной работы.

3. ЭЛЕМЕНТЫ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСТРИБЬЮТОРСКОГО ДОГОВОРА.

3.1. Понятие и юридическая конструкция дистрибьюторского договора.

Дистрибьюторский договор сегодня стал одним из самых распространенных договоров, который широко используется в торговой и предпринимательской деятельности коммерсантов. Данный договор является одним из важнейших инструментов позволяющим содействовать продвижению больших объемов товаров на товарные рынки, обеспечивающий оперативную реализацию товаров на больших территориях без открытия филиалов или представительств и без использования услуг торговых представителей. Договорная конструкция дистрибьюторского договора была заимствована из международного торгового оборота и регулируется обычаями делового и торгового оборота.

Отсутствие правового регулирования дистрибьюторского договора, а также отсутствие научных исследований в теории гражданского и коммерческого права приводит к различной правовой квалификации данного договора в правоприменительной практике и в науке, т.е. возникает неопределенность норм, применяемых к условиям и к правовой природе дистрибьюторского договора.

Производитель как коммерсант, который преследует цель извлечения прибыли, постоянно нуждается в дальнейшей реализации произведенных им товаров все большему количеству покупателей. В связи с этим производитель заключает договоры с другими коммерсантами, которые так же осуществляют коммерческую деятельность с целью извлечения прибыли. Каждый предприниматель достигает максимальной прибыли только в тех случаях, когда имеет много стабильных рынков сбыта товаров, и в связи с этим, чем больше он реализует товаров, тем больше он сможет производить новые товары. Производитель свободен в заключении договоров поставки с множеством коммерсантов с целью продажи произведенных товаров, но производитель может заключить договор исключительно с одним лицом – дистрибьютором, который будет обеспечивать реализацию произведенных товаров поставщиком. Производитель продает дистрибьютору товары по специальной цене для дальнейшей их перепродажи розничным продавцам с целью извлечения прибыли. В рамках дистрибьюторского договора и в целях не лишить правомочия производителя продавать произведенные товары другим предпринимателям стороны устанавливают дистрибьютору ограничительные меры территориального характера, что запрещает дистрибьютору продавать товары вне оговоренной территории. В качестве договорной территории могут выступать районы, области, а некоторых случаях и целые государства.[42, с.15-16]

Дистрибьюторский договор имеет огромное значение для обеих сторон, как для производителя, так и для дистрибьютора, так как производитель имеет возможность быстро реализовывать произведенные им товары и тем самым расширять постоянно территории и количество покупателей произведенных товаров, что исключает необходимость заключения разовых договоров поставки с покупателями. В свою очередь выгода дистрибьютора от заключенного дистрибьюторского договора состоит в том, что поставщик реализует ему товары по специальным ценам с установлением систем скидок и бонусов, что позволяет дистрибьютору устанавливать наценку на данные товары и перепродавать розничным продавцам и тем самым получать постоянную прибыль от этого. [46, с.58]

В законодательстве Республики Молдова отсутствует легальное определение дистрибьюторского договора. Среди ученых также отсутствует единая позиция относительно определения дистрибьюторского договора, поскольку нет единого мнения относительно дефиниции «дистрибьюторский договор».

В связи с этим возникает необходимость в проведении теоретико - правового анализа имеющихся определений дистрибьюторского договора как в науке национального, так и зарубежного гражданского права и на основании полученных результатов разработать и предложить собственную дефиницию дистрибьюторского договора.

Ряд авторов отмечают, что *«дистрибьюторский договор – это договор, по которому одна сторона (дистрибьютор) в рамках ведения предпринимательской деятельности обязуется в течение определенного договором времени осуществлять и организовывать продвижение и распространение товара другого лица (поставщика-производителя на определенной территории)»*. [125, с.37]

Табан И. определяет дистрибьюторский договор как «соглашение, на основании которого одна сторона (производитель или импортер) обязуется поставлять произведенные или закупленные товары другой стороне (дистрибьютору), который в свою очередь обязуется оплатить товар и за свой счет и от своего имени продавать приобретенные товары в розничную сеть на оговоренной территории». [134, с.188-190]

Партин А.М. 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), находящиеся в собственности дистрибьютора товары, приобретенные 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»).[102, с.8]

Доронькина В.Ю. сформулировала определение дистрибьюторского договора следующим образом: «по дистрибьюторскому договору одна сторона (принципал) обязуется предоставлять произведенные или закупаемые ею товары другой стороне (дистрибьютору), а дистрибьютор обязуется за свой счёт 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.[45, с.30]

Маслова В.А. дает следующее определение дистрибьюторского договора, согласно которому «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».[93, с.10]

Под дистрибьюторским договором следует понимать договор, в рамках которого одна сторона (поставщик) обязуется предоставлять другой стороне (дистрибьютору) эксклюзивное право продажи товаров на определенной территории и поставлять товар в установленном договоре объеме, а дистрибьютор обязуется обеспечить согласованный сторонами минимум продаж, не конкурировать с поставщиком за пределами оговоренной территории и на определенных договором условиях осуществлять мероприятия, направленные на постоянное повышение уровня продаж.[14, с.50-51]

Борисова А. Б. определяет дистрибьюторский договор как «договор, по которому одна сторона (дистрибьютор) осуществляющий коммерческую деятельность обязуется в период определенного времени обеспечивать и организовывать продвижение и реализацию товаров на оговоренной территории, а так же обязуется приобретать товары у другого лица (поставщика), который в свою очередь обязуется поставлять товар дистрибьютору и обеспечивать эксклюзивные правомочия на данной территории».[24,с.64]

Дашян М.С. дает следующее определение дистрибьюторского договора, согласно которому «по договору дистрибьюции одна сторона (грантор) предоставляет право на реализацию товаров на определенной территории другому лицу (дистрибьютору)».[39]

Витрянский В.В. охарактеризовывает дистрибьюторский договор как «договор исключительной купли-продажи товаров, на основании которого одна сторона (продавец) предоставляет другой стороне (покупателю) исключительные права на продажу товаров на определенной территории».[25, с.219-220]

Степанчикова Ю.С. раскрывает дистрибьюторский договор как «договор по которому одна сторона (поставщик) обязуется поставлять на постоянной основе товары другой стороне (дистрибьютору), который в свою очередь в рамках осуществления предпринимательской деятельности обязуется приобретать товары у поставщика и осуществлять продвижение на определенной территории путем перепродажи за свой счет и от своего имени».[131, с.193-205]

При определении дистрибьюторского договора в качестве непоименованного возникает проблема норм, которые будут применяться в случае возникновения спора, вытекающего из дистрибьюторских отношений.

Данная проблематика не исследована в судебной и правоприменительной практике Республики Молдова, однако отдельные судебные дела, связанные с отношениями, возникающими из дистрибьюторского договора, имеются, но чаще всего это споры, связанные с взысканием задолженности, возникшей в результате ненадлежащего исполнения дистрибьюторского договора. Так в частности, следует отметить, решение судебной инстанции Каушаны по гражданскому делу № 18-2e-1102-05062012 по исковому заявлению «AG» SRL к «OG» SRL о взыскании задолженности, возникшей из договора купли-продажи с условием дистрибьюции. В решении судебная инстанция установила, что сторонами был подписан и исполнялся договор купли-продажи с условием дистрибьюции. Суд признал, что договор по своему содержанию и правовой природе является договором купли - продажи с условием дистрибьюции. Как отмечено, было судебной инстанцией, «условие дистрибьюции» предполагает обязанности покупателя осуществлять и реализовывать товары продавца строго на территории определенной сторонами, не осуществлять продажу товаров вне территории, предусмотренной договором, выполнять установленный объем продаж, всячески продвигать товар продавца путем рекламы и маркетинговых механизмов, осуществлять логистику и доставку товаров розничным продавцам, воздержаться от продажи такого же рода товаров других производителей или поставщиков. В свою очередь в рамках дистрибьюции продавец не имеет права осуществлять поставку товаров другим покупателям, постоянно обеспечивать

соответствующий объем товаров и постоянно поддерживать необходимый объем товаров, предусмотренный договором, не отказывать и не обоснованно приостанавливать поставку товаров, за исключением случаев несвоевременной оплаты покупателем стоимости товаров, обеспечивать покупателя всей необходимой рекламной и иной информацией для надлежащего исполнения договорных условий. [116]

Анализ вышеуказанного решения позволяет сделать вывод, что судебная инстанция при рассмотрении вышеуказанного дела, выделила специфические особенности дистрибьюторского договора, которые указывают на самостоятельность данного договора, хотя и сторонами был заключён смешанный договор (договор купли-продажи с условием дистрибьюции) и тем самым судебная инстанция признала данный договор как отдельный, поскольку отдельно выделила его специфические условия, присущие исключительно данной договорной конструкции.

В связи с этим можно отметить, что при заключении и исполнении непоименованного договора, судебная инстанция принимает во внимание действительное содержание договора, права и обязанности сторон, распределение рисков и т.д.

Также следует отметить еще одно рассмотренное гражданское дело, связанное с взысканием задолженности, возникшей в результате ненадлежащего исполнения дистрибьюторского договора. Так в частности, следует отметить, решение судебной инстанции Бэлць по гражданскому делу № 09-2-5068-06102011 по исковому заявлению «AG» SRL к «VG» SRL о взыскании задолженности, возникшей из договора купли-продажи с условием дистрибьюции. В решении судебная инстанция установила, что сторонами был подписан и исполнялся договор купли-продажи. Так судебная инстанция отметила, что между «AG» SRL «VG» SRL был заключен договор купли-продажи продовольственных товаров Согласно п. 1.1. указанного договора продавец обязался поставлять продовольственные товары, а ответчик обязан был принять товары и оплатить их стоимость, в установленные сроки, согласно налоговым накладным. Продавцом полностью были исполнены обязательства, своевременно и в надлежащем порядке передав ответчику обусловленные договором продовольственные товары. Согласно п. 4.2.2 договора покупатель обязан оплатить товары на условиях и в сроки, оговоренные в п.п. 3.1,3.4 вышеуказанного договора. Данная обязанность непосредственно вытекает из ч.(1) ст. 753 Гражданского кодекса Республики Молдова, согласно которой покупатель обязуется принять товар и уплатить за нее обусловленную цену. Так же согласно п.3.4 договора оплата за полученный товар осуществляется покупателем на расчетный счет продавца в течение 21 календарных дней с момента оформления каждой налоговой накладной. Однако в нарушении п.п. 3.1,3.4. и п.4.2.2 вышеуказанного договора принятый

товар ответчиком не был оплачен в полном объеме в установленный договором срок. Ответчик не уплатил стоимость товара в размере 197 350,04 (сто девяносто семь тысяч триста пятьдесят, 04) лей. В результате рассмотрения дела судебная инстанция постановила взыскать с должника сумму долга.

Анализ вышеуказанного решения позволяет сделать вывод, что судебная инстанция при рассмотрении вышеуказанного дела, не выделила специфические особенности дистрибьюторского договора, а квалифицировала данный договор полностью как договор купли-продажи и применила соответствующие нормы ГК РМ. Судебная инстанция не учла, что в договоре предусматривались такие условия как договорная территория, объем продаж, порядок доставки товаров, перечисление бонусов за выполнение планов продаж, также предоставление дистрибьютору привилегированного положения в пределах договорной территорий. Следует отметить, что в данном случае, сторонами хотя и был заключён смешанный договор (договор купли-продажи с условием дистрибьюции), но тем самым судебная инстанция не признала данный договор как непоименованный и не учла, что некоторые условия присущие исключительно договорной конструкции дистрибьюторского договора.

В связи с этим можно отметить, что при заключении и исполнении непоименованного договора (в нашем случае дистрибьюторского договора), судебная инстанция принимает во внимание действительное содержание договора, права и обязанности сторон, и квалифицирует его поименованный договор.

Таким образом, вышеизложенный анализ даёт основание сделать вывод, что ученые в теории гражданского права и судебные инстанции по - разному раскрывают понятие дистрибьюторского договора и в связи с этим предлагаем авторское определение дистрибьюторского договора, согласно которому, **дистрибьюторский договор** это соглашение, на основании которого одна сторона (производитель, поставщик) обязуется поставлять произведенные или приобретенные им товары другой стороне (дистрибьютору), который обязуется приобретать товары в собственность и за свой счет и от своего имени перепродавать товары путём оказания услуг (расширение торговой сети, поддержание и увеличение объема реализуемых товаров, организация и обеспечение логистикой и доставкой товаров в розничную сеть, обеспечение рекламными и информационными ресурсами розничных продавцов и потенциальных потребителей) поставщику в целях сохранения его деловой репутации и укрепления его положения на товарном рынке

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 соглашений [121, с. 89] и «Типовой дистрибьюторский контракт МТП (Монопольный импортер-дистрибьютор)» (Публикация Международной торговой палаты №518).[136, с.15] Рекомендации Международной торговой палаты. Они 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, 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).

В соответствии со статьей 101 раздела 1 главы 5 части E книги IV Модельных правил европейского частного права под дистрибьюторским договором следует понимать договор на основании которого одна сторона (поставщик) обязуется на постоянной основе поставлять другой стороне (дистрибьютору) продукт, а дистрибьютор обязуется приобретать его в собственность, осуществлять его оплату и перепродавать третьим лицам от своего имени и в своих интересах.[95, с.521]

Как видно из данного определения, лицом, производящее товар, выступает поставщик, а лицом, которое обязано продавать данный товар, является дистрибьютор. В вышеуказанных документах подчеркивается, что дистрибьютор в отношениях с другими контрагентами выступает как самостоятельный субъект от своего имени и в своих интересах и не является работником или представителем поставщика, что позволяет его отличать от других посредников (агентов, комиссионеров, поручителей).

Одной из отличительных черт, позволяющих отличать дистрибьюторский договор от других договоров, выступает не только обязательство дистрибьютора продавать товары, но также включать в его содержание различные обязанности дистрибьютора, что в целом составляет предмет поименованных договоров (оказание возмездных услуг, коммерческое агентирование, хранение и т.д.).

В связи с этим в науке при раскрытии дефиниции дистрибьюторского договора возникают проблемы с определением предмета дистрибьюторского договора.

При проведении анализа заключаемых в предпринимательской практике дистрибьюторских договоров, предмет дистрибьюторского договора получает следующую формулировку: « По настоящему договору Поставщик обязуется поставлять товары дистрибьютору, а дистрибьютор обязуется принимать производимые поставщиком товары и оплачивать их, и реализовывать их розничным продавцам, на закрепленной в договоре территории. В рамках настоящего договора, стороны приняли соглашение об объединении усилий по организации и увеличению продаж товаров, произведенных поставщиком ».

В связи с этим Витрянский В.В. указывает, что «условие о предмете является одним из существенных условий, предусмотренных гражданским законом. Предмет договора охватывает такие данные как, количество, ассортимент, наименование, и качество произведенных товаров...».[43, с. 10]

Халабуденко О. отмечает, что «праву кредитора соответствует обязанность должника, выражающаяся в предоставлении какого-либо блага, по поводу которого было установлено обязательственное правоотношение. Это благо есть предмет предоставления, обязанность производителя, которое принимает на себя должник. Таким образом, предоставление есть результат, который должен быть, достигнут вследствие надлежащего исполнения обязательства. Такое благо определяется как объект *обязательства или предмет предоставления (предмет исполнения)*. Оценка предоставления, выраженного в определенном благе, возможна с учётом того, что личная правовая связь, возникшая между кредитором и должником, реализуется в определенной обязательственно-правовой конструкции. Так, обязанность по передаче вещи возникает и может быть исполненной в соответствующей обязательственно-правовой конструкции, например, конструкции договора купли-продажи».[145, с.229-230]

Для договорных обязательств характерна ситуация, когда одно правовое основание устанавливает несколько простых обязательств, рассматриваемых как единое целое, поскольку они объединены основным объектом предоставления. Так, по договору купли-продажи одна сторона (продавец) обязуется передать вещь в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять вещь и уплатить обусловленную цену. В ходе исполнения договора на продавца возлагаются обязанности: передать вещь, обеспечить ее сохранность до момента передачи покупателю, гарантировать покупателя от эвикции, устранить недостатки вещи – все эти и возможные иные обязанности исполняются посредством отдельных предоставлений, которые в целом связаны с одним объектом данной обязательственно-правовой конструкции – вещью.[146, с.25]

Предмет исполнения обязательства – это та вещь, работа или услуга, которую в силу обязательства должник обязан передать, выполнить, или оказать кредитору. Предметом исполнения может быть также обязанность должника воздерживаться от совершения определенных действий. В этой связи еще со времен римского права различают обязательства по передаче вещи (*dare*), обязательства по выполнению работ или оказанию услуг (*facere*), обязательства, возлагающие на должника обязанность воздерживаться от совершения определенных действий (*non facere*), а также обязательства по предоставлению обеспечения исполнения (*praestare*). [6, p.430]

По утверждению Мейера Д.И. «предмет договора это право на чужое действие». [91, с.46]

Главная особенность предмета дистрибьюторского договора состоит в действиях дистрибьютора, направленных на реализацию товаров, приобретенных у поставщика, а также совокупность других обязательств, которые содержатся в смежных поименованных договорах, предусмотренных в ГК РФ.

На сегодняшний день в имеющихся научных разработках относительно дистрибьюторского договора предмет дистрибьюторского договора учеными рассматривается и раскрывается неоднозначно.

Так Маслова В.А. указывает, что «предмет дистрибьюторского договора включает в себя две основные группы элементов, в которые входят товары, подлежащие поставке поставщиком дистрибьютору и организационные действия дистрибьютора, состоящие в построении системы продаж оптовым и розничным продавцам с целью увеличения продаж». [94, с.82] С данной позицией автора мы можем согласиться, поскольку для поставщика имеет значение расширение рынков сбыта товаров и увеличение территории и круга покупателей.

Однако, по нашему мнению, увеличение оптово-розничных продаж не входит в предмет дистрибьюторского договора. Заключение дистрибьюторского договора между поставщиком и дистрибьютором преследует цель сохранения деловой репутации поставщика и укрепления его положения на соответствующем сегменте рынка путём расширения рынка сбыта товаров и торговой сети, сохранение и постоянное укрепление положения поставщика на соответствующем рынке, а также информационное и рекламное обеспечение розничных продавцов и потребителей. Вышеуказанные цели можно рассматривать не как предмет договора, а как договорные обязанности сторон, поскольку результат, к которому стремятся стороны, может быть и не достигнут. Так, например, при исполнении договора стороны будут стремиться расширять рынок сбыта товаров поставщика и увеличивать долю его присутствия на соответствующей территории, но по

объективным экономическим причинам данная цель может быть, и не достигнута, хотя стороны будут исполнять условия договора надлежащим образом.

Улугова К.Э. рассматривает предмет дистрибьюторского договора как «действия дистрибьютора по приобретению и продвижению товаров поставщика, которые он приобретает в собственность, а также действия поставщика по предоставлению дистрибьютору преференциального положения на соответствующей территории. Такого рода действия направлены на расширение рынка сбыта товаров поставщика с целью получения соответствующего экономического результата».[144, с.9]С данной позицией автора трудно согласиться, поскольку, кроме продажи товаров и предоставления дистрибьютору преференциального положения на соответствующей территории, дистрибьюторский договор может предусматривать обязанность дистрибьютора оказывать соответствующие услуги или поручения поставщика, а весь объем действия сторон не ограничивается исключительно продажей товаров и предоставлением преференциального положения.

Городов О.А. отмечает, что предмет дистрибьюторского договора является сложноструктурным и состоит из нескольких 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.[87, с.256]

Руденко А.В. более узко раскрывает предмет дистрибьюторского договора, ограничиваясь лишь тем, что «предметом дистрибьюторского договора выступают, совместные действия сторон по реализации дистрибьютором произведенных поставщиком товаров, на условиях и в порядке, предусмотренном договором. К такого рода условиям относят: обязательство дистрибьютора продавать товары в объёме не ниже установленного в договоре, обязанность не реализовывать товары соответствующего ассортимента, которые являются конкурирующими товарами производителя, и осуществлять исключительно продажу товаров с использованием технологий и методов продаж, установленных поставщиком».[120, с.30-31]

Илюшина М.Н. отмечает, что «предметом дистрибьюторского договора выступают действия дистрибьютора по продаже товаров, проданных либо поставленных ему поставщиком, но при этом дистрибьютор выступает в качестве фактического, а не юридического посредника, поскольку он приобретает товары у поставщика за свой счёт и осуществляет их перепродажу от своего имени».[76, с.73-74]

Табан И. указывает, что «предмет дистрибьюторского договора – осуществление сбыта, продвижения и распространения товаров, которые производятся поставщиком».[133, р.40]

Руководство по составлению дистрибьюторских соглашений раскрывает предмет дистрибьюторского договора как «обязанность дистрибьютора приобретать и осуществлять перепродажу товаров за свой счет и от своего имени, принимать обязательство по организации продаж на оговоренной территории, тем самым не создавать поставщику дополнительных обязательств, а так же воздержаться от продажи товаров, конкурирующих с товарами поставщика».[121, с.90]

Вышеизложенное даёт основание сделать вывод, что *предметом* дистрибьюторского договора выступают действия поставщика по поставке дистрибьютору произведенных им или приобретенных товаров и совокупность действия дистрибьютора, направленных на реализацию данных товаров, которые по своей структуре составляют элементы отдельных поименованных гражданско-правовых договоров, содержащихся в действующем гражданском законодательстве (договор возмездного оказания услуг, договор хранения, договор купли-продажи, договор коммерческого агентирования и т.д.).

Одним из элементов, входящих, в структуру договорных отношений, вытекающих из договора дистрибьюции, выступает, то что, дистрибьютор приобретает у поставщика товары в собственность и обязуется их перепродавать другим лицам (розничным или оптовым продавцам).

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 правовую систему Республики Молдова перенят континентальный подход к определению права собственности, предусматривающий триаду правомочий собственника: владение, пользование, распоряжение.

Honore A.M. в своем научном труде «Ownership» предложил и раскрыл одиннадцать правомочий собственника в англо – саксонской правовой системе, а право отчуждать и защищать от притязаний являются самыми главными в этой системе, при этом данные правомочия могут в различных сочетаниях находиться у разных лиц.[156, р.123]

Концепцию права собственности, характерную для англо-саксонской системы права, невозможно применить к дистрибьюторскому договору, так как дистрибьютор приобретает право собственности на товары, а у поставщика право собственности не сохраняется. В данном случае речь идёт 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 её в праве заключить договор купли-продажи, который не предусматривает обязательной дальнейшей реализации товаров третьим лицам.

Право понудить собственника к реализации принадлежащей ему вещи предусмотрено ст. 622 ГК РФ, согласно которой кредитор вправе требовать отобрания вещи принадлежащей на праве собственности должнику в случае не исполнения им обязательства передать вещь, за исключением случаев, когда вещь передана другому лицу, обладающему таким же правом. [34]

Из этой нормы становится ясным, что собственник может быть понуждён к отчуждению принадлежащей ему на праве собственности вещи, поэтому согласно условиям дистрибьюторского договора отчуждение принадлежащих дистрибьютору на праве собственности товаров, не противоречит действующему законодательству, так как является договорной обязанностью дистрибьютора.

В силу этого возник вопрос относительно определения дистрибьюторского договора, исключительно через призму возможности предоставить дистрибьютору право продавать товары на оговоренной с поставщиком территории, так как это прямо вытекает из заключённых дистрибьюторских договоров в коммерческом обороте и с данной формулировкой мы согласны, но в правоприменительной практике возникают сложности, поскольку в обязанности дистрибьютора входит не только реализация товаров, но и оказание других услуг и выполнение отдельных поручений поставщика, и такая формулировка лишает поставщика возможности лично осуществлять реализацию товаров на территории, где осуществляет деятельность дистрибьютор. Таким образом, определение дистрибьюторского договора рассматривается нами более шире и не может быть ограничено исключительно правом на реализацию дистрибьютором товаров на договорной территории.

В теории гражданского права возникает проблема относительно того, относится ли дистрибьюторский договор к числу возмездных договоров, поскольку данный договор

не предусматривает оплату за оказание услуг дистрибьютором за реализацию товаров и будет ли в таком случае отвечать дистрибьюторский договор критерию возмездности?

В соответствии с ч.(2) ст.197 ГК РМ возмездной считается сделка, которая предоставляет имущественную выгоду одной стороне взамен на получение иной имущественной выгоды.

Возмездной называется сделка, в которой обязанности одной стороны совершить определенное действие соответствует встречная обязанность другой стороны. Например, по договору купли-продажи покупатель вправе требовать передачи ему в собственность приобретенной вещи, а продавцу, в свою очередь, причитается известная денежная сумма. Деньги выступают платежным средством не только за передачу вещи, но и за производство работ (по договору подряда), оказание услуг (по договору хранения) и т.д.[3, p.150]

Как указывается Брагинским М.И., «возмездность договора предполагает встречную компенсацию сторон, ради которой заключается договор, а безвозмездным считается договор, не предполагающий встречной компенсации».[42, с.215]

Халабуденко О. отмечает, что возмездным признается договор, в котором одной из сторон предоставляется имущественная выгода взамен получения иной имущественной выгоды. В таком договоре имущественное предоставление одной стороне обуславливает встречное имущественное предоставление другой стороне. По возмездному договору кредитор, принимающий исполнение, не соответствующее условиям обязательства, вправе требовать уменьшения размера встречного имущественного предоставления, в частности, уменьшения покупной цены. Так, согласно ст. 771 ГК РМ, покупатель, обнаруживший недостатки, вместо расторжения договора обратной силой или их устранения продавцом может требовать уменьшения цены в размере эквивалента расходов, необходимых для устранения недостатка. При этом учитывается цена, установленная в момент заключения договора. В соответствии с ч. (2) ст. 887 ГК РМ наниматель вправе требовать уменьшения наемной платы, если предусмотренные договором условия пользования вещью или её состояние существенно ухудшились в силу не зависящих от него обстоятельств. Кредитор, уменьшающий размер встречного имущественного предоставления, утрачивает право требовать возмещения убытков в той части, которая компенсирована уменьшением цены, но сохраняет право на возмещение иных убытков».[145, с.132]

Из буквального содержания ст. 197 ГК РМ под оплатой следует понимать денежные средства, оплаченные одной стороной договора другой стороне в целях исполнения договорных обязательств.

Также под денежным обязательством понимается обязательство, согласно которому должник обязан, на основании договора, предусмотренного ГК РФ, передать кредитору определенную или определяемую сумму денег, то есть использовать деньги как средство оплаты.[109, с.28]

По условиям дистрибьюторского договора стороны не осуществляют между собой денежных операций, за исполнение дистрибьютором обязанности продажи товаров третьим лицам, за исключением бонусов, которые дистрибьютор получает в случае выполнения объема продаж. Таким образом, в силу указанной точки зрения относительно отсутствия взаиморасчетов в виде уплаты денежных средств между сторонами при исполнении дистрибьюторского договора, можно говорить о безвозмездности данного договора.

По нашему мнению дистрибьюторский договор по своей правовой природе относится к возмездным договорам по следующим основаниям.

Как указывает Ансон Вильям Р., что «встречным удовлетворением является, то, что сделал, от чего воздержался или от чего отказался кредитор, или то, что он обещал сделать, воздержаться, или отказаться за обещание контрагента».[11, с.88] По мнению автора, встречное удовлетворение должно быть законным, представлять ценность, поскольку должно быть настоящим либо будущим удовлетворением и не должно быть эквивалентным обещанию.

Ровный В.В. относительно встречного удовлетворения, придерживается следующей позиции, что «оплата одной из сторон денежной платы является наиболее распространенное, но никак не единственное средство встречного удовлетворения».[117, с.32]

Как справедливо отмечает Романец Ю.В., «безвозмездным считается то обязательство, в отношении которого отсутствуют все сомнения относительно его возмездности».[118, с.259]

Что касается возмездности дистрибьюторского договора, то следует отметить, что дистрибьютор получает выгоду в виде льгот, предоставляемых поставщиком, то есть поставщик продает товар дистрибьютора по особой и сниженной цене, которая более выше для остальных покупателей, которые приобретают товары у поставщика без заключения дистрибьюторского договора, что даёт право дистрибьютору продавать указанный товар со своей наценкой, а так же дистрибьютор вправе использовать товарные знаки поставщика без заключения дополнительных договоров либо соглашений.

В связи с этим возникает вопрос, будут ли считаться денежные средства, оплаченные дистрибьютором за приобретенный товар у поставщика, возмездными?

Конечно, нет. Дистрибьютор покупает товар у поставщика на основании договора купли-продажи, согласно которому покупатель обязуется принять и оплатить за товар денежную сумму (в качестве которого выступает дистрибьютор), а продавец обязуется передать товар покупателю в порядке и сроки, установленные договором (в качестве которого выступает поставщик), в результате чего у дистрибьютора возникает право собственности на товар, а денежная оплата за товар рассматривается как встречное удовлетворение за полученный дистрибьютором товар от поставщика.

Таким образом, следует отметить, что по дистрибьюторскому договору непосредственно стороны не осуществляют прямых платежей за приобретаемые товары, за исключением случаев предоставления поставщиком дистрибьютору специальных ретро бонусов за приобретаемые товары, в случае продажи и выполнения установленного договором объема продаж. Возмездность дистрибьюторского договора также состоит в том, что при исполнении дистрибьюторского договора поставщик поставляет дистрибьютору товар по отдельной льготной цене, а также право пользоваться товарными знаками поставщика при рекламе и право быть исключительным дистрибьютором поставщика. Указанные льготы можно признавать как «иные имущественные выгоды» по смыслу ч. (2) ст. 197 ГК РМ.

Следует согласиться с мнением Партина А.М., который, отметил, что «в качестве встречного удовлетворения за реализацию дистрибьютором товаров поставщика выступает обязательство поставщика предоставить дистрибьютору привилегированное положение, в отличие от других покупателей, которые приобретают у него товары не в рамках дистрибьюторских отношений.[102, с.9] В связи с этим предоставленные поставщиком дистрибьютору льготы следует рассматривать как встречное имущественное удовлетворение за выполнение дистрибьютором обязательств по реализации товаров.

В соответствие с ч.(1) ст. 679 ГК РМ, договор считается заключенным, если сторонами достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора. Существенными считаются условия, которые предусмотрены законом как таковые или в отношении которых по заявлению одной из сторон необходимо достигнуть соглашения.

Дополнительные требования установлены законом в отношении существенных условий договора купли-продажи. Так согласно ч. (2) ст. 9 Закона РМ «О купле – продаже товаров» № 134 от 03.06.1994г.[65] договор считается заключенным, если он содержит условия о наименовании товаров, количественных показателях, цене или порядке ее определения, сроке поставки и иные существенные условия, которые могут повлечь невозможность исполнения договора.

Игнатьев В.П. и Проценко В.В. обоснованно отмечают, «чтобы договор считался заключенным необходимо, прежде всего, достичь соглашения по такому существенному условию, как предмет». [75, с.377]

Таким образом, можем с уверенностью говорить, что существенным условием дистрибьюторского договора будет выступать предмет, а также условие о порядке взаимодействия сторон при исполнении договора.

Как отмечалось ранее, в предмет дистрибьюторского договора входят действия поставщика по предоставлению товаров дистрибьютору для продажи третьим лицам и действия дистрибьютора, направленные на продажу товаров, произведённых или закупленных поставщиком, а в совокупности эти действия составляют элементы отдельных самостоятельных поименованных договоров, предусмотренных гражданским законодательством (договор купли-продажи, хранения, агентирования и т.д.).

Одной из проблем, имеющих в коммерческой практике, связанной с предметом дистрибьюторского договора, выступает проблема индивидуализации действий сторон о порядке продажи товаров. В связи с этим поставщик и дистрибьютор могут закрепить в договоре конкретные способы продажи товаров дистрибьютором, в частности, путём закрепления перечня торговых точек на территории, которым дистрибьютор будет продавать товары. Также, необходимо установить объем действий дистрибьютора, путём закрепления в дистрибьюторском договоре ограничительных мер, например, ограничение прав дистрибьютора на продажу товаров в границах конкретной территории, запрет на продажу товаров одним дистрибьютором на оговоренной территории в связи с осуществлением деятельности на данной территории другими дистрибьюторами поставщика (неэксклюзивный дистрибьюторский договор даёт право поставщику заключать договор с различными дистрибьюторами на одной и той же территории). Применение указанных способов в совокупности позволит конкретизировать то, каким образом дистрибьютор правомочен реализовывать товары.

Одним из существенных условий дистрибьюторского договора также выступает условие о порядке взаимодействия сторон после заключения соглашения. В договоре стороны должны указать обязательно категорию и ассортимент товаров, подлежащих поставке, порядок подачи заявок на поставку товаров, а также контактные данные уполномоченных представителей сторон и порядок и взаимодействия.

Как было отмечено ранее, специфической особенностью дистрибьюторского договора является то, что он включает в себя элементы различных поименованных договоров, предусмотренных ГК РФ, а также дистрибьюторский договор имеет своей целью постоянно укреплять и сохранять деловую репутацию поставщика на

соответствующем товарном рынке. Экономическая привлекательность данного договора заключается в том, что в нём сочетаются в совокупности различные обязанности дистрибьютора, такие как оказание услуг, перевозка, хранение, продажа товаров, охрана товарных знаков и т.д.

Следует отметить, что наиболее целесообразно сосредоточить в одном дистрибьюторском договоре различные обязанности дистрибьютора, что приведёт к освобождению сторон от заключения договоров в целях исполнения каждой обязанности в отдельности. Такой подход позволит конкретизировать все условия в едином договоре, который будет носить комплексный характер.

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 вправе закрепить порядок взаимодействия сторон и порядок поставки товаров по договору. В частности, речь идёт о порядке поставке товаров не напрямую дистрибьютору, а напрямую субдистрибьютору. Следует рассмотреть схему порядка взаимодействия сторон по дистрибьюторскому и субдистрибьюторскому договору. Так при субдистрибьюторском договоре субдистрибьютор направляет заявку на поставку товаров дистрибьютору, а дистрибьютор в свою очередь поставщику. В дистрибьюторском договоре дистрибьютор самостоятельно направляет заявку на поставку товаров производителем. Право собственности от производителя к дистрибьютору переходит с момента отгрузки товаров перевозчику на складе производителя. При исполнении заявки субдистрибьютора дистрибьютор направляет заявку производителю и в качестве получателя товаров указывает субдистрибьютора. Перевозчик получает указанный товар собственником, которого является дистрибьютор до момента отгрузки его на склад субдистрибьютора. Таким образом, порядок и момент перехода права собственности на товары от производителя к дистрибьютору и от дистрибьютора к субдистрибьютору должен быть закреплён в дистрибьюторском и субдистрибьюторском договорах.

В итоге 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.

В доктрине гражданского и коммерческого права среди ученых существуют спорные мнения относительно того, является ли условие о территории, где будет осуществляться реализацию товаров дистрибьютор существенным.

Партин А.М. указывает, что «условия о территории осуществления дистрибьютором реализации товара является существенным, так закрепляются конкретные границы действия, вытекающие из предмета дистрибьюторского договора».[102, с.12]

Маслова В.А. также отмечает условие о территории существенным условием дистрибьюторского договора. [93, с.11]

Табан И. в своем исследовании также отмечает, что «территория является одним из существенных условий, которое должно быть указано в договоре».[133, р. 41]

В результате анализа заключаемых дистрибьюторских договоров было выявлено, что условие о территории является существенным условием. Условие о территории означает вид административно - территориальной единицы, в которой дистрибьютор будет осуществлять реализацию товаров, к которой относят регион, район, муниципий, город или даже государство. Условие о территории, позволяет выявить, какие административные единицы обеспечены постоянным присутствием дистрибьютора, и какие еще нет.

Условие о территории в дистрибьюторском договоре имеет соотношение со ст. 1210 ГК РФ, в которой предусмотрена оговорка о конкуренции, которая устанавливает ограничение принципала на заключение агентских договоров с другими агентами либо ограничении его деятельности в отношении определенных товаров и на определенной территории, где осуществляет деятельность агент.

При установлении в дистрибьюторском договоре условий о территории, стороны должны учитывать требования ст. 11 Закона РФ «О конкуренции» №183 от 11.07.2012г.[66], согласно которой запрещается заключать соглашения между предприятиями, если оно приводит к разделу товарного рынка по территориальному принципу, ограничению доступа других продавцов или покупателей на рынок, объему продажи товаров, ассортименту и категории товаров и т.д.

Зачастую на практике возникают вопросы, являются ли дистрибьютор и поставщик картелями или являются конкурирующими сторонами, а также заключаемый ими дистрибьюторский договор выступает ли в качестве соглашения направленного на раздел рынка и его контроль?

На данные вопросы попытаемся ответить через призму Закона РМ «О конкуренции».

С точки зрения Закона РМ «О конкуренции» дистрибьюторский договор рассматривается как «вертикальное соглашение» - соглашение, в силу которого два и более независимых предприятия осуществляют деятельность по производству или сбыту на разных уровнях, которые относятся к условиям, при которых стороны вправе осуществлять покупку, продажу или перепродажу определенных товаров.

В рамках дистрибьюторского договора действуют две основные стороны – поставщик и дистрибьютор. Данные стороны являются независимыми предприятиями, каждый из которых действует отдельно на товарном рынке. Так дистрибьютор может распространять товары поставщика на определенной территории, но в свою очередь, поставщик будет лишен возможности распространять товары, напрямую, и наоборот, поставщик будет иметь возможность продавать товары через другого дистрибьютора на иной территории, что будет лишать другого дистрибьютора права продавать на этой территории товары. Таким образом, из сказанного можно сделать вывод, что поставщик и дистрибьютор являются конкурирующими сторонами на одном и том же уровне товарного рынка, на котором дистрибьютор покупает товары у производителя для их дальнейшей перепродажи. Такого рода продажи расцениваются как «конкурирующие продажи». Можем выделить два вида конкурирующих продаж при дистрибьюторстве: 1) в случаях, когда поставщик сам выступает в качестве продавца товаров и осуществляет прямые продажи; 2) в случаях, когда поставщик присутствует на товарном рынке опосредованно, то есть осуществляет продажу товаров через своих контролируемых дистрибьюторов. В данных случаях поставщик выступает в качестве конкурента по отношению к независимым дистрибьюторам, а их правоотношения соответствуют признакам «вертикальности».

Вышеизложенное дает основание сделать вывод, что дистрибьютор и поставщик являются конкурентами, и тем самым не создают картеля в силу ст. 7 Закона РМ «О конкуренции» согласно которой *злостным картелем* является антиконкурентное горизонтальное соглашение, за исключением соглашения малой важности, которое прямо или косвенно, отдельно или вместе с другими факторами, находящимися под контролем сторон, имеет своим предметом: а) установление цен продажи продуктов третьим лицам; б) ограничение производства или продаж; в) распределение рынков или клиентов; г) участие в торгах или других формах конкурса оферт с фальшивыми офертами. Учитывая, что злостные картели являются самыми серьезными антиконкурентными соглашениями,

считается, что они сами по себе способны препятствовать, ограничивать или искажать конкуренцию.

Учитывая «вертикальность» дистрибьюторского договора, то следует отметить, что данный договор не направлен на раздел товарного рынка и контроль его со стороны поставщика и дистрибьютора по следующим обоснованным причинам. Одной из важных особенностей дистрибьюторского договора является, то, что продажи согласно его условиям осуществляются на конкурентной основе на уровне канала распределения товаров более низкому звену, по отношению к тому с кем заключается данный договор. Другими словами конкуренция продаж между поставщиком и дистрибьютором осуществляется либо оптовым, либо розничным продавцам, а не исключительно оптовым, что не предполагает прямую продажу конечным потребителям, так как дистрибьютор как специфический участник торгового оборота выступает в качестве посредника фактического посредника между производителем и розничными продавцами.

Таким образом, между дистрибьютором и поставщиком не заключается дистрибьюторское соглашение о прямой продаже розничным продавцам, так как контрагентами поставщика выступают только оптовые покупатели или дистрибьюторы, а контрагентами дистрибьютора выступают розничные покупатели, а контрагентами розничных продавцов являются конечные покупатели (потребители). Из этого можем сделать следующие важные выводы. Во-первых, союз дистрибьютора и поставщика будет считаться картелем, когда между ними заключено «горизонтальное» дистрибьюторское соглашение, т.е. соглашение, заключенное между двумя или несколькими предприятиями, которые работают на одном и том же уровне рынка. Во – вторых, к заключенному между поставщиком и дистрибьютором дистрибьюторскому соглашению не могут применяться нормы о картеле, поскольку и поставщик и дистрибьютор действуют на разных уровнях рынка, т.е. осуществляют продажи разным участникам торгового оборота – поставщик продает дистрибьютору, дистрибьютор – розничным продавцам. Такая схема свидетельствует о разных целях и областях деятельности дистрибьютора и поставщика, не ограничивающая их возможностей на товарном рынке.

Все вышеизложенное свидетельствует, что деятельность поставщика и дистрибьютора в рамках дистрибьюторского договора не создает картеля, не направлено на раздел и контроль сегмента или всего рынка, поскольку поставщик действует на товарном рынке по согласованию с дистрибьютором.

Следует отметить, что с существующими научными точками зрения относительного того, что договорное условие о территории является существенным мы не согласны.

В соответствии с ч.(1) ст. 679 ГК РФ, договор считается заключенным, если сторонами достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора. Существенными считаются условия, которые предусмотрены законом как таковые или в отношении которых по заявлению одной из сторон необходимо достигнуть соглашение.

В этом контексте следует отметить, что если стороны в дистрибьюторском договоре не предусмотрели территорию, на которой дистрибьютор будет осуществлять свою деятельность, то его действия не будут ограничены территориальными границами. В таком случае дистрибьютор не будет обязан соблюдать условия о территории, а должен будет исполнять обязательство по выполнению предусмотренного договором объема продаж. В этом случае, если дистрибьютор находится на территории РФ, то он вправе осуществлять деятельность на всей территории РФ, в том, числе продавать товары за рубеж.

По нашему мнению, с учетом требований ч.(1) ст. 679 ГК РФ, условие дистрибьюторского договора о территории, не может считаться существенным, поскольку дистрибьюторский договор будет считаться заключенным и без закрепления данного условия, но если стороны включают данное условие, то оно становится существенным не в силу значимости, а в силу прямого указания закона.

Данная позиция непосредственно связана с условием дистрибьюторского договора об эксклюзивности, что означает право поставщика заключить договор с единственным дистрибьютором, который будет осуществлять реализацию товаров единолично, что лишает поставщика права заключать договоры с другими дистрибьюторами на договорной территории.

В частности, выделяют три основных вида дистрибьюторских договоров в зависимости от того, сколько дистрибьюторов привлекается для продажи товаров: 1) договор исключительной дистрибуции, который даёт право поставщику поставлять товары одному единственному дистрибьютору в пределах одной территории; 2) договор выборочной дистрибуции, что предполагает выбор право поставщика выбирать дистрибьютора по определенным критериям. Например, поставлять лекарства мелким или крупным аптечным сетям; 3) договор исключительной продажи означает обязанность дистрибьютора приобрести товар у поставщика или производителя указанного поставщиком.

Договорное условие об эксклюзивности предполагает право поставщика привлекать других дистрибьюторов для продажи товаров на оговоренной территории, либо поставщик заключает дистрибьюторский договор с единственным дистрибьютором.[15, с.141]

Условие об эксклюзивности, также как и условие о территории, не является существенным, пока стороны прямо это не предусмотрят в договоре как существенное условие. В таком случае дистрибьюторский договор будет считаться неэксклюзивным. Дистрибьюторский договор считается эксклюзивным только в том случае, когда поставщик предоставил право реализовывать товары единому дистрибьютору в пределах одной территории без права привлечения других дистрибьюторов.

В научной литературе в качестве существенного условия выделяют условие о гарантированном объеме продаж.[142, с.9] Данное условие является наиболее часто встречающимся и предполагает обязанность дистрибьютора приобретать у поставщика предусмотренный объем товаров в течение определенного срока и за оговоренную цену, за нарушение которого предусматривается соответствующая ответственность. Однако отсутствие данного условия в договоре приводит к тому, что договор считается заключенным, что будет лишать права поставщика применять к дистрибьютору договорную ответственность за несоблюдение условия о гарантированном объеме продаж.

Учитывая возмездный характер дистрибьюторского договора, то стоит отметить, что существенным условием дистрибьюторского договора является *цена*.

Цена дистрибьюторского договора – это условие о цене на товары, вознаграждения, скидки и бонусы, выплачиваемые дистрибьютору за оказываемые услуги по продвижению товаров. *Цена* играет важную роль при исполнении дистрибьюторского договора, поскольку без нее дистрибьюторский договор никак не будет отличаться от договора поставки или оптовой купли-продажи, что является дополнительным экономическим рычагом для стимулирования деятельности дистрибьютора по продвижению, сбыту товаров поставщика, обеспечит максимальное обеспечение необходимым ассортиментом и количеством товаров розничную сеть, поддерживать минимальные складские запасы товаров и что в конечном итоге позволит увеличивать объемы продаж.

Срок дистрибьюторского договора не является существенным условиями и как правило устанавливается по соглашению сторон.

По своей юридической конструкции дистрибьюторский договор является *синаллагматическим и консенсуальным*.

Синаллагматический характер дистрибьюторского договора заключается в том, что как поставщик, так и дистрибьютор имеют взаимные обязанности. Так поставщик обязуется поставить дистрибьютору товары, а встречная обязанность дистрибьютора заключается в обязанности сбывать и продвигать данные товары на договорной территории. Это прямо вытекает из содержания ч. (1) ст. 704 ГК РФ, согласно которой,

договор признается синаллагматическим, если каждая из сторон взаимно обязуется, таким образом, что обязанность каждой из них является встречной по отношению к обязанности другой.

Консенсуальность дистрибьюторского договора заключается в том, что дистрибьюторский договор признается заключенным ни в момент передачи товара поставщиком дистрибьютору, а в момент, когда стороны достигли соглашения (консенсус) по всем существенным условиям договора. Такой порядок заключения дистрибьюторский договора действующее законодательство признает общим порядком.

Вышеизложенное даёт основание сделать вывод о том, что существенным условием дистрибьюторского договора будет выступать условие о порядке взаимодействия сторон договора, а такие условия как территория, цена, эксклюзивность и гарантированный объем продаж, будут существенными только тогда, когда стороны их прямо укажут в содержании договора.

3.2. Стороны дистрибьюторского договора, их права и обязанности.

Как ранее было отмечено, в качестве сторон дистрибьюторского договора выступают поставщик и дистрибьютор. Однако действующее законодательство неоднозначно и не единообразно использует понятие поставщик и дистрибьютор. Ранее проведенный анализ действующего законодательства показал, что различные законодательные акты по-разному раскрывают понятие дистрибьютор, а что касается понятия «поставщик», то законодательство вообще не раскрывает его содержание и вовсе.

По общему правилу *поставщик* – это юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющий предпринимательскую деятельность, производящий или закупающий товар для дальнейшей продажи дистрибьютору. Наиболее развернуто понятие «производитель» даётся и раскрывается в ст.1 Закона РМ «О защите прав потребителей» №105 от 13.03.2003г.[58], согласно которой *производитель* – это хозяйствующий субъект: 1) производящий конечный продукт, его составную часть или сырье, 2) который ставит на продукт свое имя или торговую марку, 3) который восстанавливает продукт или изменяет характеристики продукта, 4) импортирующий продукты, 5) иностранный производитель представительство, которого зарегистрировано в Республике Молдова. Таким образом, можем отметить, что поставщик это лицо, которое производит товары и продает их дистрибьютору для дальнейшей перепродажи розничным продавцам.

В Руководстве по составлению международных дистрибьюторских соглашений, в Типовом дистрибьюторский контракт МТП (Монопольный импортер-дистрибьютор),

также и в Модельных правилах европейского частного права используется понятие «поставщик», но не раскрывается его содержание.

В частности, следует отметить мнение Доронькиной В.Ю., которая предлагает в качестве стороны договора назвать «принципалом», приводя параллель с агентским договором, в котором агент от своего имени и за свой счет по поручению принципала совершает сделки, но действует исключительно в интересах принципала». [45, с.15-16] По нашему мнению, ошибочно применять понятие «принципал» к дистрибьюторскому договору, поскольку принципал получает выгоду от совершения действий агентом, тогда как в дистрибьюторском договоре дистрибьютор действует в собственных интересах, не осуществляя посреднических действий в интересах поставщика, и сам получает определенную выгоду за реализацию товаров, произведенных или купленных поставщиком.

Наиболее правильным считаем мнение Степанчиковой Ю. С. которая отметила, термин «поставщик» является наиболее подходящим по следующим основаниям: 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 обеспечивается «предоставление товаров на постоянной основе». [127, с.196-197]

В связи с этим целесообразно применять в дистрибьюторском договоре понятие «поставщик», поскольку он поставляет произведенные или закупленные им товары дистрибьютору для дальнейшей их реализаций.

Таким образом, в целях унификации в действующем гражданском законодательства понятия «поставщик» нами предлагается научное определение данного термина, согласно которому – *поставщик* - это хозяйствующий субъект, производящий товары или импортирующих их для дальнейшей продажи дистрибьютору в целях реализации их третьим лицам. Думается, что такое определение более целесообразно и применимо непосредственно к правоотношениям, вытекающим из дистрибьюторского договора, и носит более узкую направленность.

Второй стороной в дистрибьюторском договоре выступает дистрибьютор. Ранее нами при анализе действующего законодательства были сделаны выводы об отсутствии единообразного толкования дефиниции «дистрибьютор», поэтому нами были предложены авторские определения дистрибьютор с внесением соответствующих дополнений в

действующее законодательство. По общему правилу, *дистрибьютор* – это хозяйствующий субъект, осуществляющий предпринимательскую деятельность путем продажи товаров, приобретенных у поставщика для дальнейшей перепродажи их субдистрибьюторам и розничным продавцам, а также оказывающий услуги по продвижению товаров поставщика. Главной специфической чертой дистрибьютора является то, что в отношениях с третьими лицами он выступает в качестве самостоятельного и независимого от поставщика субъекта, а все действия по перепродажи товаров осуществляет от своего имени и за свой счет.

В подтверждение того, что дистрибьютор действует самостоятельно от своего имени и за свой счет, заключая самостоятельно договоры с третьими лицами, приведем мнение Бушева А.Ю. который отметил, что «посредник действует в интересах клиента, чтоб установить правоотношения между клиентом и третьим лицом путём заключения договоров и иных юридических актов».[82, с.448]

В результате проведённого анализа заключенных в Республике Молдова дистрибьюторских договоров выделим и раскроем наиболее распространенные права и обязанности поставщика и дистрибьютора.

В соответствие с дистрибьюторским договором *дистрибьютор обязан:*

1. принимать поставляемые поставщиком товары в соответствие с приложениями, которые являются неотъемлемой частью дистрибьюторского договора. В приложении стороны указывают ассортимент, наименование, единицы измерения, цену, вид упаковки, количество и другую необходимую информацию;

2. приобретать товары у поставщика для дальнейшей реализации на оговоренной территории оптовым и розничным продавцам;

3. прилагать максимальные и эффективные усилия в целях маркетинга и увеличения объема продаж товаров на договорной территории;

4. соблюдать договорную территорию распространения товаров и не нарушать ее;

5. принимать и оплачивать товары в порядке и сроки, оговоренные дистрибьюторским договором;

6. информировать своевременно поставщика: 1) о ходе своей деятельности на территории, связанной с продвижением товаров; 2) о структуре рынка; 3) о наличии конкурирующих товаров на договорной территории и о количестве конкурирующих дистрибьюторов; 4) о любых нарушениях прав поставщика на договорной территории, касающихся товарных знаков, наименования поставщика, а также других прав, касающихся индивидуализации поставщика; 5) о жалобах и рекламациях, поступающих

от оптовых и розничных покупателей относительно качества товаров, и совместно с поставщиком разрешать все возникающие споры, связанные с некачественным товаром;

7. уважать права поставщика относительно соблюдения коммерческой тайны, которая стала известна в рамках исполнения дистрибьюторского договора;[124, с.43]

8. не открывать новые филиалы и не заключать субдистрибьюторские договоры за пределами договорной территории;

9. рекламировать товары поставщика, таким образом, чтоб они соответствовали имиджу и маркетинговой политике поставщика;

10. соблюдать установленный дистрибьюторским договором гарантированный объем продажи товаров. Данная обязанность позволяет поставщику вести учёт произведенного и проданного товара дистрибьютору. Обязанность по закупке минимального объема товаров, имеет важную роль для эксклюзивного дистрибьютора, поскольку на договорной территории действует единственный дистрибьютор и это позволяет поставщику определять какой объем товаров необходимо производить.

11. использовать систему скидок на товар, таким образом, чтоб обеспечить рекомендуемую розничную цену товаров;

12. прилагать все усилия в целях достижения качественного представления товаров поставщика и постоянно обеспечивать необходимый объем товаров у оптовых и розничных продавцов, строго соблюдать условия хранения, транспортировки и доставки товаров оптовым и розничным продавцам, исключая поставку некачественных и не безопасных товаров;

13. в установленный договором срок (еженедельно, ежемесячно) предоставлять поставщику информацию о товарных остатках и объемах продаж;

14. получить все необходимые разрешения или лицензии, необходимые для исполнения условий, связанных с дистрибьюторским договором;

15. обеспечивать уполномоченному представителю поставщика возможность: а) регулярно проверять работу торговых представителей дистрибьютора; б) периодически проводить собрания с торговыми представителями дистрибьютора; в) проводить проверку товарных запасов на складе дистрибьютора.

16. принимать все необходимые меры по реализации товаров на договорной территории в пределах срока годности

17.обеспечить необходимое количество транспортных единиц для осуществления доставки товаров оптовым и розничным продавцам на оговоренной территории;

18. обеспечить постоянное наличие на собственном складе необходимого запаса ассортимента товаров в объеме, достаточном для удовлетворения спроса на оговоренной

территории на протяжении не менее 14 дней, а также постоянно поддерживать минимальный ассортимент товаров;

19. отпускать и реализовывать товары оптовым и розничным продавцам, только по ценам, установленным сторонами в дистрибьюторском договоре.

20. осуществлять продажу товаров на договорной территории, используя собственную команду торговых представителей;

21. брать на себя обязанности по мотивации торговых представителей путем установления дополнительных поощрений к заработной плате (премии, % от продаж и т.д.);

22. брать на себя дополнительные расходы по доставке товаров и содержанию транспортного парка (проезд торговых представителей и экспедиторов к торговым точкам, расходы на горючесмазочные материалы, амортизацию и ремонт транспортных средств);

23. приостановить реализацию и изъять из торгового оборота товары, на которые имеются соответствующие сертификаты соответствия, но признанные некачественными;

24. возместить причиненный ущерб за неисполнение или ненадлежащее исполнение в порядке и сроки, установленные дистрибьюторским договором, в том числе неустойку и другие штрафные санкции; [17, с.251]

В рамках дистрибьюторского договора поставщик обязан:

1. поставлять и обеспечивать дистрибьютора товарами в количестве и ассортименте согласно подданным заявкам;

2. передавать товары в собственность дистрибьютору для их дальнейшей перепродажи третьим лицам;

3. в период срока действия дистрибьюторского договора отказаться от самостоятельного распространения, продажи и продвижения, произведённых или закупленных товаров, а равно заключать дистрибьюторские договоры с другими дистрибьюторами на договорной территории;

4. обеспечивать гибкое ценообразование на продаваемые товары и гарантировать установленные дистрибьюторским договором цены;

5. информировать дистрибьютора в письменной форме в случае повышения или снижения цен на товары за 3 рабочих дня до соответствующего изменения цен;

6. предоставлять дистрибьютору всю необходимую документацию на товар, сертификаты и иные разрешительные документы;

7. оказывать дистрибьютору всяческое содействие в продвижении товаров на договорной территории;

8. гарантировать качество товаров и соответствие рекламных материалов всем требованиям действующего законодательства, спецификаций технологии производства товаров;

9. не допускать нарушение договорной территории, в том числе со стороны других дистрибьюторов или продавцов;

10. предоставлять дистрибьютору: а) любую документацию, относящуюся к товарам, которую дистрибьютор обоснованно запрашивает для надлежащего исполнения договорных обязательств; 2) информацию относительно имеющихся контактах с продавцами или иными третьими лицами на договорной территории; 3) любую иную информацию, необходимую дистрибьютору для надлежащего исполнения договорных обязательств, в том числе о нарушении сроков поставки, отсутствия полного ассортимента или необходимого количества товаров и. д.[49, с.71]

11. предоставлять скидку в % отношении от цены, указанной в приложении к дистрибьюторскому договору;

12. предоставляет дистрибьютору следующие дополнительные скидки в % отношении: а) от суммы поставленной или оплаченной суммы в отчетном периоде товара с условием соблюдения дистрибьютором сроков оплаты; б) от стоимости отгруженной продукции на транспортные расходы по доставке товаров; в) от стоимости товаров в случае предоплаты за поставленный товар;

13. исполнять в установленный дистрибьюторским договором срок заявки дистрибьютора и необоснованно не отказывать в исполнении заявки за исключением форс-мажорных обстоятельств;

14. отвечать в порядке и в сроки, установленные дистрибьюторским договором, на все жалобы, рекламации и претензии, поступившие в адрес дистрибьютора относительно качества произведенных товаров;

15. устранить все дефекты и недостатки товара, вызванные производственно – технологическими и сырьевыми ошибками;

16. принять и списать все некачественные товары в порядке и сроки, предусмотренные дистрибьюторским договором;

17. соблюдать конфиденциальность информации, ставшей известной в рамках исполнения дистрибьюторского договора, в том числе после прекращения договорных обязательств;

18. возместить причиненный ущерб за неисполнение или ненадлежащее исполнение в порядке и сроки, установленные дистрибьюторским договором, в том числе неустойку и другие штрафные санкции. Например, в дистрибьюторском договоре стороны

устанавливают штрафную санкцию в виде фиксированной суммы, за выявления случаев реализации товаров оптовым или розничным продавцам на договорной территории.[18, с.254-255]

Помимо вышеуказанных обязанностей, сторон дистрибьюторский договор может предусматривать и иные обязанности по усмотрению сторон.

Стороны, кроме обязанностей, обладают также правами. Рассмотрим основные права сторон по дистрибьюторскому договору.

1. Поставщик вправе беспрепятственно поставлять и реализовывать товары вне договорной территории, даже если покупатели имеют, целью реализовывать товары на договорной территории, в этом случае поставщик обязан воздержаться от активной поддержки таких продаж, чтоб не нарушить эксклюзивные права дистрибьютора.

2. Дистрибьютор вправе самостоятельно и по своему усмотрению организовывать реализацию товаров через дистрибьюторскую сеть оптовым и розничным продавцам на договорной территории.

3. Дистрибьютор вправе производить, продвигать и реализовывать любую другую продукцию как конкурирующую так и не конкурирующую с товарами поставщика в пределах договорной территории.

4. Дистрибьютор имеет право самостоятельно назначать субдистрибьюторов или иных продавцов в пределах договорной территории, в этом случае дистрибьютор отвечает перед поставщиком за действия субдистрибьюторов и иных продавцов как за свои собственные.

5. Поставщик вправе не применять к дистрибьютору систему скидок в случае не исполнения им обязательств по оплате товара в срок и не выполнения минимального объема продаж.

6. Дистрибьютор вправе самостоятельно устанавливать отпускные цены на товары в пределах, установленных условиями дистрибьюторского договора.

7. Дистрибьютор вправе использовать товарные знаки и знаки индивидуализации поставщика в целях реализации товаров на оговоренной территории, в том числе наносить рекламу товаров поставщика на автотранспортные средства, на рекламные щиты, в торговых точках и в других, не запрещенных законом местах.

8. Дистрибьютор вправе вернуть поставщику некачественные товары и требовать их замены.

9. Поставщик имеет право в любое время через своего уполномоченного представителя проверять деятельность торговых представителей дистрибьютора, уровень продаж, ситуацию на товарном рынке, отзывы оптовых и розничных продавцов, наличие

остатков товара на складах дистрибьютора, наличие всех ассортиментов и необходимого количества товара в торговых точках на договорной территории.

10. Дистрибьютор обладает правом представления товаров поставщика на товарных ярмарках и выставках, расходы на которые возмещаются по договоренности сторон.

11. Дистрибьютор вправе в порядке и в сроки, установленные договором, обращаться к поставщику с рекламациями или претензиями на качество и количество поставленных товаров.

12. Стороны вправе в любое время прекратить договорные отношения в порядке и сроки, предусмотренные договором, а также в случаях, прямо предусмотренных действующим законодательством.

13. Стороны вправе рассматривать все возникающие споры, связанные с исполнением дистрибьюторского договора, путём переговоров, а в случае не достижения компромисса могут обратиться в компетентную судебную инстанцию. [125, с.36-37]

При заключении дистрибьюторского договора стороны могут предусмотреть и иные права, которые не будут противоречить действующему законодательству.

При исследовании вопросов прав и обязанностей сторон по дистрибьюторскому договору возникает проблема относительно того, является ли дистрибьюторский договор подтверждением прав использования товарных знаков и фирменных наименований поставщика либо необходимо заключать отдельные договоры на использование товарных знаков и фирменных наименований поставщика.

Так согласно ст. 6 Закона РМ «Об охране товарных знаков» №38 от 29.02.2009г.[67] владелец вправе передать в пользование товарные знаки на основании письменного соглашения без права отчуждения. Это означает, что поставщик как владелец товарного знака вправе передать дистрибьютору право пользования на принадлежащие ему товарные знаки, указав это прямо в дистрибьюторском договоре без заключения дополнительного лицензионного соглашения на передачу права пользования товарными знаками.

Другой проблемой, касающейся прав и обязанностей сторон, является вопрос ограничения прав сторон по дистрибьюторскому договору. Речь идет об ограничении права сторон заключать аналогичные дистрибьюторские договоры с другими поставщиками или дистрибьюторами, а также ограничение на осуществление самостоятельной деятельности, аналогичной той, которая является предметом дистрибьюторского договора.

Согласно ч.(6) ст. 60 ГК РМ юридическое лицо может быть ограничено в правах лишь в случаях и в порядке предусмотренных законом. [34]

Ранее нами было отмечено, что в договоре коммерческого агентирования стороны могут быть, ограничены вправе заключать аналогичные договоры, что прямо предусмотрено законодательством. Аналогичные условия закреплены и в дистрибьюторском договоре, в связи с этим возникает вопрос, не ограничиваются ли права сторон, если такое ограничение не предусмотрено законом. По нашему мнению следует разграничивать понятия «ограничение прав» от «исполнения договорных обязательств». Так, например, если стороны закрепляют в дистрибьюторском договоре в виде санкции неустойку, за нарушение условия не заключать аналогичные договоры на договорной территории, а в случае надлежащего исполнения данного обязательства не повлечёт за собой применения договорной неустойки, за исключением случаев нарушения стороной данного условия, что повлечёт оплату другой стороне денежной неустойки. Такая позиция прямо согласуется с принципом свободы договора и согласно ч.(1) ст. 667 ГК РМ, договаривающиеся стороны свободны в заключении договора и определении их содержания в пределах императивных норм права.

В этом контексте следует согласиться с мнением Бычкова А.И., который отмечает, что «запрет на заключение аналогичных договоров не следует рассматривать как ограничения прав, так как стороны данное обязательство принимают добровольно и по собственной воле».[27, с.92]

Еще одной проблемой относительно прав и обязанностей по эксклюзивному дистрибьюторскому договору является такая проблема: вправе ли стороны осуществлять реализацию товаров вне договорной территории в случае поступления заявки от третьего лица и как должны поступить стороны в такой ситуации? Главной обязанностью дистрибьютора согласно условиям дистрибьюторского договора является продвижение и реализация товаров поставщика на договорной территории. Главной задачей поставщика при заключении эксклюзивного дистрибьюторского договора, является назначение конкретного дистрибьютора на отдельной территории, а в отношении другой территории, поставщик может заключить договор с другим дистрибьютором, поэтому при поступлении заявки на приобретение товара от третьего лица, находящегося на внедоговорной территории, дистрибьютор обязан об этом сообщить поставщику, а также предложить третьему лицу приобрести товар непосредственно у поставщика.

Таким образом, можем отметить, что в дистрибьюторский договор помимо обязанности дистрибьютора реализовывать товары и поставщика предоставлять дистрибьютору определенные товары могут также включать и другие права и

обязанности, присущие поименованным договорам, таким как купля - продажа, коммерческое агентирование, торговое посредничество, хранение, оказание услуг и т.д. Также стороны предусматривают в дистрибьюторском договоре обязанность оказания различного рода услуг и выполнения поручений поставщика. В частности, к таковым относятся проведение и участие в семинарах, тренингах по продвижению товаров, участие в выставках и ярмарках, проведение встреч по обсуждению стратегии продаж и рекламных компаний, обеспечение охраны торговых и складских помещений. Помимо этого дистрибьюторским договором может быть предусмотрена обязанность предоставления отчетов о проданных товарах за отчетный период, информации относительно маркетинговых исследований, о контроле за деятельностью торговых представителей дистрибьютора, проверки товарных остатков в складских помещениях дистрибьютора, о проверки деятельности дистрибьютора отдельно по районам и на территории в целом, проведение прогноза поставок и продаж на будущий год и др.

На основании вышеизложенного можем сделать вывод, что главной обязанностью дистрибьютора выступает реализация товаров, приобретенных у поставщика, оптовым и розничным продавцам на оговоренной территории, а поставщик в свою очередь выполняет обязанность предоставлять дистрибьютору специальные скидки и бонусы на приобретаемые дистрибьютором товары. Стороны могут в рамках дистрибьюторского договора предусмотреть и иные обязанности, в том числе оказание различного рода услуг.

3.3. Порядок заключения, изменения и расторжения дистрибьюторского договора.

Только законно заключенный договор создает ожидаемые от него юридически значимые эффекты. Заключение договора предполагает: способность сторон к вступлению в договорные отношения, согласие сторон договора вступить в договорное обязательство, определенность предмета предоставления, дозволенную правопорядком цель установления договорного обязательства. Требуя соблюдения названных условий действительности договора, законодательство оставляет за собой контроль: порядка, в котором достигается соглашение сторон; способности сторон к вступлению в договор; дозволенности содержания соглашения; правовой цели, для достижения которой стороны вступают в договор.[97, с.214]

В соответствие с ч.(1) ст. 679 ГК РФ, договор считается заключенным, если сторонами достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора. Существенными считаются условия, которые предусмотрены законом как таковые или в отношении которых по заявлению одной из сторон необходимо достигнуть соглашения.

Дополнительные требования установлены законом в отношении существенных условий договора купли-продажи. Так согласно ч. (2) ст. 9 Закона РМ «О купле – продаже товаров» № 134 от 03.06.1994г.[65] договор считается заключенным, если он содержит условия о наименовании товаров, количественных показателях, цене или порядке ее определения, сроке поставки и иные существенные условия, которые могут повлечь невозможность исполнения договора.

Порядок достижения соглашения по всем существенным условиям договора устанавливается непосредственно законом и по общему правилу означает, подача одной стороной предложения о заключении договора (оферта), а другая сторона дает согласие на это предложение (акцепт).[145, с.141]

Как и при заключении любого гражданско – правового договора, также и при дистрибьюторском договоре сторонам необходимо достигнуть соглашения по всем существенным условиям, в частности, о предмете и порядке взаимодействия сторон в рамках договорных отношений. В частности, следует отметить, что по общему правилу, условия о территории и эксклюзивности не являются существенными условиями дистрибьюторского договора, и договор считается заключенным без их согласования, но большинство коммерсантов выбирают в качестве единого и универсального договора дистрибьюторский, и поэтому включают различный круг обязанностей, в том числе обязанность соблюдать территорию и эксклюзивность.[43, с.222]

По общему правилу договор считается заключенным с момента получения акцепта оферентом. [37, с.216] На практике чаще всего происходит так, что одна из сторон с использованием современных компьютерных технологий отправляет другой стороне проект дистрибьюторского договора в электронной форме, а другая сторона имеет возможность изучить предложенные условия договора и соответственно внести собственные предложения и корректировки в текст договора. С момента получения откорректированного договора сторона должна согласиться с измененными условиями договора либо отказаться от нового текста договора. В случае несогласия с условиями договора ни одну из сторон невозможно понудить к заключению договора в силу принципа свободы договора.

Имеет место случай, когда в качестве стороны договора выступает иностранный поставщик, то и автором и составителем документа выступает именно он и это ограничивает внесение дистрибьютором собственных условий. Чаще всего это касается подсудности спора, вытекающего из дистрибьюторского договора, относительно санкций установленных за неисполнение дистрибьютором обязательств по реализации гарантированного объема продаж. В таком случае дистрибьютор полностью ограничен в

реализации своего права на участие в оформлении условия договора. В таком случае, дистрибьютор предлагает собственные изменения и направляет поставщику изменённый проект договора, но поставщик не будет рассматривать данные изменения и вообще откажется от заключения договора, поэтому дистрибьютор вынужден будет согласиться на такие условия, чтобы не потерять экономически выгодного производителя и стать его единственным дистрибьютором. Такого рода поведение поставщика можно назвать ущемлением права дистрибьютора, но оно полностью соответствует принципу свободы договора, поскольку дистрибьютор соглашается с предложенными условиями договора по собственной воле и его никто не принуждает соглашаться и заключать договор с такими договорными условиями.[19, с.51]

Одной из распространенных проблем на сегодняшний день в области дистрибьюторской деятельности является поглощение иностранными поставщиками действующих на территории Республики Молдова крупных дистрибьюторов. Это чаще всего происходит из-за того, что товар иностранного поставщика в результате деятельности дистрибьютора на определенной территории становится узнаваемым и это приносит прибыль дистрибьютору. В период действия дистрибьюторского договора дистрибьютор закупает у поставщика максимальное количество товаров и обеспечивает наибольшее присутствие и наличие данных товаров практически во всех торговых точках на договорной территории, но со временем, когда товар становится узнаваемым, иностранный поставщик создает собственное юридическое лицо на территории Республики Молдова или предлагает дистрибьютору дальнейшее сотрудничество, ограничивая его деятельность небольшой территорией либо вовсе расторгает договор и прекращает сотрудничество с ним. Иностраный поставщик также может предложить дистрибьютору продать его предприятие или выкупить контрольную долю в уставном капитале. В таком случае иностранный поставщик получает готовый сформированный дистрибьютором рынок с максимальным присутствием и наличием товаров и стабильным спросом на товары. Такая схема позволяет поставщику получить максимальную прибыль, поскольку он не предоставляет соответствующие скидки и бонусы дистрибьютору в виде разницы между ценой за поставленный товар и за проданный товар третьему лицу. Такое положение дел не интересует потенциального покупателя, поскольку для него нет разницы кто дистрибьютор, а кто поставщик.

По этим причинам поставщику становится легче создать собственную коммерческую организацию, поскольку товар за счёт сил дистрибьютора ранее получил широкое распространение на рынке и поставщику уже легче будет его продавать. Такая схема является рискованной коммерческой практикой для дистрибьютора, так как

поставщик вытесняет его и получает готовый сформированный товарный рынок и данный вариант дистрибьютор при заключении дистрибьюторского договора должен допускать.

В дистрибьюторских договорах часто встречается обязанность дистрибьютора предоставить поставщику бухгалтерскую или финансовую отчетность, что позволяет проанализировать поставщику истинную картину финансового положения дистрибьютора и в случае удовлетворительных показателей позволяют ему самостоятельно занять рынок, на котором ранее осуществлял деятельность дистрибьютор.

Вызывают проблемы также вопросы изменения и расторжения дистрибьюторского договора, подлежащие исследованию и рассмотрению.

Исходя из действия принципа *pacta sunt servanda*, гражданско-правовой договор предполагает неизменность и нерасторжимость в течение всего периода его действия.

Согласно ч. (3) ст. 668 ГК договор, если законом не предусмотрено иное, может быть изменён или расторгнут обратной силой только в соответствии с условиями договора или по соглашению сторон. [34]

По общему правилу договор не должен быть изменён и не расторгаться в течение всего срока действия за исключением случаев, когда это прямо предусмотрено законом или соглашением сторон. В таком случае договор может быть изменён или, расторгнут: по обоюдному согласию обеих сторон; 2) если это прямо предусмотрено условиями договора при наличии на то определенных оснований по заявлению одной из сторон; 3) если это прямо предусмотрено законодательством при наступлении определенных обстоятельств.[10, с.66]

Таким образом, можем сказать, что для изменения или расторжения договора необходимо наличие в законе или в договоре на то основании, а также соглашение сторон, выраженное путем совместного волеизъявления. Однако проведенный нами анализ содержания дистрибьюторских соглашений в части изменения и расторжения дистрибьюторского договора, дает основание для вывода, что в виде санкции за нарушение дистрибьютором условий договора поставщик имеет право, расторгнуть его в одностороннем порядке.

Согласно действующему гражданскому законодательству, изменение или расторжение договора возможно по обоюдному согласию сторон, либо по заявлению одной из сторон в судебном порядке.[7, р.115]

Таким образом, в случае нарушения дистрибьютором договорных обязательств, за которое договором предусмотрено расторжение договора, поставщик направляет в адрес дистрибьютора письменное уведомление о намерении расторгнуть договор, после получения, которого действие договора прекращается.

Помимо оснований расторжения дистрибьюторского договора, предусмотренных законом, стороны могут также дополнительно предусмотреть основания расторжения договора, среди которых: 1) в случае существенного нарушения одной из сторон условий дистрибьюторского договора; 2) в случае реорганизации или ликвидации стороны договора либо в случае изменения состава исполнительных органов или учредителей одной из сторон, либо начала в отношении одной из сторон процедуры несостоятельности (банкротства). 3) в случае, если поставщик не согласен с ценовой политикой дистрибьютора или торговой наценкой на товары. По истечении срока действия или расторжения дистрибьюторского договора дистрибьютор обязуется: 1) передать поставщику остатки непроданных товаров или передать непроданные товары лицу, указанному поставщиком, в этом случае дистрибьютор за свой счёт осуществляет передачу остатков товаров и не должен препятствовать и не удерживать данные товары; 2) оплатить стоимость неоплаченных товаров, находящихся у него, и объем непроданного товара из общего товарооборота исключается на который не начисляются бонусы.

Таким образом, на основании вышесказанного можно отметить, что право поставщика в одностороннем порядке расторгнуть дистрибьюторский договор влечёт впоследствии лишение дистрибьютора данного статуса и прекращает его обязанность продавать и продвигать товары поставщика.

Руководство по составлению международных дистрибьюторских соглашений предусматривает досрочное расторжение дистрибьюторского договора и рекомендует сторонам дистрибьюторского договора прямо предусматривать, является ли перечень условий расторжения исчерпывающим либо приводится в качестве примерного. [121, с.58]

Включение такого условия в дистрибьюторский договор, по нашему мнению, является проблемным, поскольку после расторжения договора дистрибьютор лишается обязанности продавать товары.

Так возникает вопрос, как возратить поставщику непроданные и неоплаченные товары, находящиеся в собственности у дистрибьютора? Думается, что стороны могут в договоре предусмотреть обязанность дистрибьютора вернуть остатки непроданных товаров поставщику по ценам, ранее оплаченным дистрибьютором, либо предоставить дистрибьютору право продать самостоятельно все остатки товаров полностью.

Следующей проблемой, выступают правовые последствия для субдистрибьюторского договора в случае расторжением дистрибьюторского договора, т.е. какое влияние будет оказывать расторжение дистрибьюторского договора на субдистрибьюторский договор. Согласно условиям субдистрибьюторского договора, субдистрибьютор приобретает товары у дистрибьютора и перепродает их третьим лицам,

а в случае расторжения дистрибьюторского договора, дистрибьютор лишается возможности приобретать товары у поставщика и продавать их субдистрибьютору, в результате чего действия субдистрибьюторского договора так же прекращается.

Какую ответственность в таком случае будет нести дистрибьютор перед субдистрибьютором и какие правовые последствия наступят для субдистрибьютора, если инициатива расторжения будет исходить от поставщика, поскольку поставщик не будет поставлять ему товары, и он соответственно не сможет исполнить обязательство перед субдистрибьютором. В таком случае стороны могут предусмотреть в договоре два случая: 1) закрепить право дистрибьютора расторгнуть договор непосредственно в субдистрибьюторском договоре, которое необходимо согласовать с обеими сторонами, 2) взыскать с дистрибьютора причиненные субдистрибьютору убытки.

В настоящее время часто встречаются ситуации, когда в отношении дистрибьюторов, осуществляющих продажу товаров иностранных поставщиков расторгаются договоры. Такого рода ситуация встречается также, когда производитель товаров является иностранной коммерческой организацией и законодательством его страны введены определенные экономические санкции в отношении поставок товаров на территорию деятельности дистрибьютора. Для крупных поставщиков, расположенных на территории стран Европейского союза, изменение политической ситуации независимо от экономических санкций со стороны других стран влечёт прекращение всех взаимоотношений с дистрибьютором, в том числе расторжение дистрибьюторского договора. Такое поведение в первую очередь связано с деловой репутацией иностранного поставщика на территории других государств, который в целях сохранения своей репутации готов прекратить любые договорные отношения с дистрибьюторами. Таким образом, при введении экономических санкций иностранный производитель расторгает дистрибьюторский договор, а дистрибьютор в результате этого остается в худшей ситуации, поскольку не по своей вине лишён возможности покупать товары и исполнять условия субдистрибьюторского договора.

В результате расторжения дистрибьюторского договора возникает проблема договорных взаимоотношений между дистрибьютором и субдистрибьютором, которая напрямую зависят от поставщика, поскольку обе лишены возможности покупать товары. В таком случае стороны должны в субдистрибьюторском договоре предусмотреть право дистрибьютора расторгнуть субдистрибьюторский договор, без каких - либо правовых последствий. [12, с. 182-183]

В этом контексте следует отметить ст. 663 ГК РФ, согласно, которой обязательство подлежит прекращению, если оно вызвано вследствие непредвиденных обстоятельств, за

которое должник не отвечает. Из этого следует, что если возникает ситуация, в силу которой дистрибьютор не сможет исполнить обязательство перед субдистрибьютором по непредвиденным обстоятельствам, например, в случае отказа от исполнения обязательства поставщиком не по вине дистрибьютора, то договор автоматически прекращает свое действие.

При заключении дистрибьюторского договора дистрибьютору и субдистрибьютору необходимо предусмотреть в субдистрибьюторском договоре право дистрибьютора расторгнуть договор в случае расторжения поставщиком дистрибьюторского договора, по обстоятельствам, которые не зависят от дистрибьютора.

Во втором случае имеет место расторжение дистрибьюторского договора поставщиком в случае нарушения дистрибьютором условия договора. В данном случае поставщик имеет право расторгнуть дистрибьюторский договор за нарушение дистрибьютором предусмотренных обязанностей (в этом случае стороны закрепят конкретный перечень оснований, которые влекут право расторжения договора поставщиком). В таком случае дистрибьютор не сможет доказать, что расторжение дистрибьюторского договора по инициативе поставщика произошло не по его вине, в результате чего субдистрибьютор лишился возможности покупать товары и в связи с этим он должен нести ответственность перед субдистрибьютором. По нашему мнению, наиболее целесообразным способом защиты прав субдистрибьютора будет взыскание с дистрибьютора причиненных субдистрибьютору убытков в результате расторжения договора поставщиком по вине дистрибьютора.

На основании вышеизложенного следует сделать вывод, что привлечение дистрибьютора к ответственности зависит от оснований расторжения дистрибьюторского договора. Так, если поставщик расторгает договор по основаниям, не зависящим от воли дистрибьютора, то дистрибьютор вправе расторгнуть субдистрибьюторский договор, но данное право дистрибьютора необходимо согласовать сторонами в субдистрибьюторском договоре, в случае расторжения дистрибьюторского договора поставщиком, за нарушение условий договора дистрибьютором, что повлекло невозможность исполнения субдистрибьюторского договора, то дистрибьютор должен возместить субдистрибьютору все наступившие убытки.

3.4. Дистрибьюторский и дилерский договоры: проблемы квалификации и идентификации. Субдистрибьюторский договор.

В коммерческом обороте Республики Молдова помимо дистрибьюторского договора широкое применение получили также дилерские договоры. Однако часто на практике возникают проблемы с заключением и исполнением данного договора, так как

предприниматели, обращаясь за юридической помощью в оформлении дилерского договора, часто получают ответ, что этот договор не отличается от дистрибьюторского договора, поскольку дилер также приобретает товар у поставщика и перепродает его третьим лицам. В этом случае возникает обоснованный вопрос, какой необходимо заключать договор дистрибьюторский либо дилерский? [15, с.143]

В законодательстве Республике Молдова термин «дилер» или «дилерская деятельность» не раскрывается и не имеет правового регулирования, хотя отдельные упоминания о нем в законодательстве имеют место. Так, согласно п. d) ч. (3) ст. 13 Закона РМ «О производстве и обороте этилового спирта и алкогольной продукции» №1100 от 30.06.2000г.[63], хозяйствующий субъект, испрашивающий лицензию, дополнительно к документам, предусмотренным Законом «О лицензировании отдельных видов деятельности» №451 от 30 июля 2001 года[64], должен представить: «копию разрешения, по меньшей мере, одного производителя на осуществление оптовой реализации алкогольной продукции в режиме дилерской деятельности - для хранения и оптовой реализации отечественной алкогольной продукции через специализированные склады».

В пункте. в) ч.(1) ст. 2 Закона РМ «О товарных биржах» № 1117 от 26.02.1997г.[68]указано, что «биржевая торговля осуществляется путем биржевых сделок посредником от своего имени и за свой счет с целью перепродажи товара на бирже (дилерская деятельность)».

Из вышеуказанных законодательных актов можно заметить, что законодатель использует понятие «дилерская деятельность», но не раскрывает его правовое содержание.

Слово дилер происходит от английского «dealer» - торговец, агент.[88, с.121]

Дилер рассматривается в двух качествах: 1) юридическое или физическое лицо, член фондовой биржи, ведущие биржевые операции не в качестве брокеров, а действующие от своего имени и за собственный счет, осуществляющий самостоятельно куплю-продажу ценных бумаг, валюты, драгоценных металлов; 2) физическое или юридическое лицо, закупающее продукцию оптом и торгующее ею в розницу или малыми партиями.[113, с.325]

Следует отметить, что в зарубежном законодательстве содержание понятия «дилер» раскрывается в большей степени. Например, согласно ст. 1 Федерального закона Российской Федерации «О техническом осмотре транспортных средств» №170-ФЗ от 01.07.2011г.[147]дилер – это юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, который на основании договора, заключенного с производителем или импортером (дистрибьютором) за свой счет и от своего имени берет обязательство осуществлять

сервисно - техническое обслуживание транспортных средств отдельных марок без обязанности продаж таких транспортных средств. Следует отметить, что понятие дилер в коммерческом обороте более шире, чем в вышеуказанном нормативном акте и, по нашему мнению, деятельность дилера не ограничивается исключительно деятельностью по сервисному обслуживанию транспортных средств, но на практике дилер вправе осуществлять и продажу транспортных средств. Дилер приобретает транспортные средства у производителя, и становится их собственником, а затем осуществляет их продажу физическим и юридическим лицам.[130, с.101]

В Республике Беларусь *дилер* – рассматривается как субъект товаропроводящей сети, осуществляющий реализацию (сервисное обслуживание) товара производителя от своего имени за свой счет на условиях, определенных соответствующим соглашением или договором с производителем или уполномоченной организацией.

В Германии дилерский договор, как правило, является договором смешанного договора: договора поручения, агентского договора и договора об использовании ноу-хау.[101, с.117]

Интересно, что, анализируя деятельность дилеров на авторынке, Волгин В.В. отмечает, что поддержка со стороны компании «Audi» включает: 1) консультирование по вопросам строительства и архитектуры; 2) консультирование по вопросам бизнес - планирования; 3) консультирование по стандартам и процессам; 4) отбор, обучение и развитие персонала через академию«Audi»; 5) техническую поддержку on-line и через Атлантический центр; 6) контроль за системой соблюдения стандартов и процессов.[30, с.27]

Анализируя указанное в Торговом кодексе Германии, заметим, что в дилерской деятельности в этом государстве производителем выдвигаются как количественные, так и качественные критерии. По этому поводу Фезенмайер Г. отмечает, что количественные критерии характеризуются тем, что дилерские договоры могут быть, заключены только с ограниченным количеством партнеров, соответствующих качественным критериям. К качественным критериям, в свою очередь, принадлежат следующие: 1) обучение торгового персонала; 2) уровень сервиса (послепродажный); 3) требования к спектру товаров; 4) требования к презентации продукции (имидж марки); 5) возможность «shopinshop» - решений (например, в торговых центрах). [157, s.283]

Во Франции дилерская деятельность имеет много наименований: эксклюзивный комиссионер, концессионер, общий агент, и др. Правовое регулирование дилерской деятельности во Франции имеет общие черты с правовым регулированием дилерской деятельности в Германии. Такой вывод подтверждается и тем, что к дилерам выдвигаются

требования количественного и качественного характера, о которых мы указывали выше, исследуя правовое регулирование дилерской деятельности в Германии. Так Волгин В.В. отмечает, что в таких случаях производитель самостоятельно «создает» своих дилеров. Так, автокомпании «Citroen», «Ford», «Renault» создали во Франции собственные мультибрендовые дилерские компании сети автосервисов. Это, например, «Eurorepair», «Motocraft». [30, с.70]

Следует отметить, что дилерство широко применяется и в области рынка ценных бумаг и банковской сфере. Так в Великобритании банк – дилер осуществляет продажу ценных бумаг [90, с.62] и первичный дилер – дилерская компания осуществляющая размещение новых ценных бумаг. В США дилер действует в основном в сфере купли-продажи ценных бумаг и дилерство отождествляется с понятием «франчайзинг».[126, с.45]

Таким образом, можно сделать вывод, что дилерская деятельность в основном применяется в сфере продажи автомобилей, поскольку производитель сам строит свою дилерскую сеть, в целях оперативной и эффективной реализации автотранспортных средств и тем самым предъявляя к дилерам качественные и количественные требования.

В Республике Молдова дилерская деятельность достаточно развита и предусматривает в большей степени продажу автотранспортных средств, а также их сервисное обслуживание. В обоснование этого приведём несколько дилерских компаний, осуществляющих свою деятельность в Республике Молдова, среди которых:

1) Toyota Center Chişinău «Continent» - официальный дилер автомобилей марки «Toyota» на территории Республики Молдова, которая осуществляет продажу и сервисное обслуживание автомобилей марки «Toyota». 2) AutoFrame - FM – официальный дилер автомобилей марки «Chevrolet», которые продает и осуществляет техническое обслуживание автомобилей данных марок. 3) DAAC Autotest, DAAC Hermes, Integral Auto – являются официальными дилерами автомобильных марок «Renault», «Dacia», осуществляющие продажу и сервисное обслуживание данных марок автомобилей. 4) Grand Premium – официальный дистрибьютор автомобилей марки «Mercedes –Benz» , выполняющий функции официального продавца, сервис обслуживания и гарантийного обслуживания автомобилей Mercedes –Benz». 5) Autospace – официальный дилер автокомпании). «Mitsubishi Motors», и автокомпании «BMW» осуществляющий продажу и сервисное обслуживание автомобилей марок «Mitsubishi» и «BMW»на территории Молдовы. 6) Nistru –Lada - официальный дилер автокомпании «АвтоВАЗ» осуществляющий продажу и сервисное обслуживание автомобилей марок «ВАЗ» в Молдове.

Вышеизложенное подтверждает еще раз, что дилер осуществляет не только техническое и сервисное обслуживание автотранспортных средств, но и осуществляет их продажу. Главной целью дилера выступает продажа автомобилей, а сервисное обслуживание это дополнительная функция, поскольку продажа автомобилей приносит дилеру большую часть доходов, нежели техническое обслуживание. Следует отметить, что дилер реализует транспортные средства по розничным ценам по договорам купли-продажи, а сервисное обслуживание автомобилей осуществляет отдельно на основании договора возмездного оказания услуг.[101, с.87]

В Республике Молдова отсутствует правовое регулирование дилерской деятельности, а также отсутствуют научные исследования данной проблемы. В связи с этим нами будет исследован вопрос правового регулирования дилерского договора и его отличия от дистрибьюторского договора.

Как было отмечено, что дилерский договор на сервисное обслуживание автомобилей заключается с: 1) производителем, 2) дистрибьютором. Договор, заключенный между производителем и дилером на продажу транспортных средств розничным покупателям по своему содержанию полностью совпадает с дистрибьюторским договором.

Егорова М.А. отмечает схожесть по своей природе и конструкции дилерского и дистрибьюторского договор, но они имеют специфичный субъектный состав: это дистрибьютор, получивший товар от производителя и дилер, приобретающий товар у дистрибьютора. [47, с.313]

Степанчикова Ю.С. обоснованно, отметила, что основу разграничения «дистрибьютора» от «дилера» легли три критерия. *Во-первых*, дистрибьютор действует от имени производителя товара, дилер от своего имени. *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 обслуживание товара.[131, с.201]

Большинство авторов сходятся во мнении, что термины «дилер» и «дистрибьютор» являются синонимами, хотя последний более широко применяется в мировой договорной практике. Как отмечает Бортолотти Ф., если и выделять дилерский договор, то лишь на основании того, что дилер перепродает товар на уровне розничной торговли.[152, р.316]

Считаем, что необходимо в действующее законодательство ввести такие понятия как «дилер» и «дилерская деятельность», поскольку «де факто» такая деятельность существует, а «де юре» нет и с учётом специфики, необходимо чтоб данный вид деятельности распространялся исключительно на продажу и сервисное обслуживание

автомобилей, а в отношении других товаров применять понятие «дистрибьютор» и «дистрибьюторский договор», в противном случае дилерский договор ничем не будет отличаться от дистрибьюторского договора.

В обосновании данной точки зрения приведём следующие отличительные черты позволяющие отличать дистрибьютора от дилера, дистрибьюторский договор от дилерского договора:

1. Дилер (от агл. Dealer) – это торговец, агент. Дилер выступает в качестве участника маркетингового канала, фирма, закупающая продукцию оптом и торгующая ею в розницу или малыми партиями. Дилеры чаще все выступают агентом фирмы производителя продукции или дистрибьютора, выступающего в роли участника его дилерской цепи. Таким образом, дилер является последним звеном посреднической цепочки и находится в непосредственных отношениях с конечным покупателем (потребителем).[101, с.119] В отличие от дилера, дистрибьютор – от английского «distributor» - распределитель. Дистрибьютор – это физическое или юридическое лицо, осуществляющего коммерческую деятельность по оптовому сбыту товаров определенного вида, обладает собственными складами, закупают товары у производителя, создают собственную сеть, занимаются изучением спроса и рекламой. Дистрибьютор выступает в качестве распределителя, поскольку приобретает у производителя крупные партии товаров, затем более мелкими партиями распределяет в розничную сеть множеству розничных продавцов.[104]

2. Дилер, как правило, действует в качестве посредника и осуществляет продажу товаров одного производителя, тогда как дистрибьютор не выступает в качестве юридического посредника и может осуществлять продажу товаров нескольких производителей или даже множества производителей.

3. Дилер всегда выступает в качестве розничного продавца, поскольку приобретает товар в собственность и перепродает его не по оптовым ценам, а по розничным ценам как юридическим лицам, так и физическим лицам (потребителям), тогда как дистрибьютор всегда выступает в качестве оптового продавца, поскольку осуществляет продажу товаров исключительно розничным продавцам – коммерсантам, которые перепродают товары конечным потребителям, приобретающим товары для личных и бытовых целей, а не в целях предпринимательской деятельности.

4. Основное назначение дистрибьютора – создать и развить сеть распространения продукции, раскрутить и продвинуть бренд. Дилер же заботится о том, чтобы доставить товар потребителю и реализовать его.

5. Разница между дистрибьютором и дилером заключается еще и в раскрутке товара. Если для дилера не имеет значение популярность продаваемой марки, то дистрибьютор всегда озабочен раскруткой и продвижением определенного бренда. Потому перед дистрибьюторами часто стоит задача организации эффективных рекламных кампаний. Хотя он и не участвует в прямых поставках товара на прилавки магазинов, но его цель – сделать так, чтобы люди в других регионах уже ждали ту или иную продукцию еще до ее появления в магазинах.

6. Еще одно отличие дистрибьютора от дилера заключается в том, что первый не ставит за главную цель довести продаваемый продукт до окончательного потребителя. Его задача – создать надежную сеть продаж, то есть все время искать новых розничных продавцов или субдистрибьюторов для дальнейшего распространения продукции по регионам. Цель дилера – так организовать работу, чтобы продаваемый продукт доходил до окончательного потребителя как можно быстрее и по самой выгодной для дилера цене.

7. Дистрибьютор отличается от дилера и тем, что дистрибьютор получает прибыль за счет собственных усилий и свободы в формировании цен и территории продаж, а дилер пользуется исключительно деловой репутацией и имиджем производителя, который продает товары по строго определенной цене и определенным клиентам. [15, с.144]

8. Дистрибьюторский договор отличается в первую очередь от дилерского договора специфичным субъектным составом – это производитель и профессиональный дистрибьютор, обладающий серьёзными логистическими возможностями по доставке товаров оптовым и розничным продавцам, а дилерский договор отличается тем, что дилер всегда приобретает товары у производителей, но не обладает логистическими возможностями в связи с этим не осуществляет доставку товаров в розничную сеть и товары покупатели самостоятельно забирают собственными силами.

9. Дистрибьюторский и дилерский договоры отличаются предметом, так предметом дистрибьюторского договора выступают действия поставщика по продаже товаров и действия дистрибьютора по дальнейшей реализации данного товара третьим лицам, и выплата дистрибьютору поставщиком определенного вознаграждения в виде бонусов и скидок, тогда как предметом дилерского договора выступают действия производителя по продаже определенных товаров и действия дилера по дальнейшей продаже данных товаров третьим лицам.

10. Дистрибьютор в рамках своей деятельности не оказывает дополнительных услуг покупателям, а при дилерском договоре помимо продаж дилер оказывает дополнительные платные услуги, например сервисное, техническое обслуживание и т.д.

11. По дистрибьюторскому договору дистрибьютор может реализовывать любые виды товаров, тогда как при дилерском договоре дилер продает исключительно определенный вид товаров, например продажа автомобилей, сельскохозяйственной техники и т.д.

Таким образом, проведенный сравнительный анализ свидетельствует, что дистрибьюторский и дилерский договоры, отличаются между собой предметом, содержанием, условиями и целями и по своей правовой природе являются самостоятельными договорными конструкциями, что позволяет исключить все существующие в науке противоречия.

При осуществлении торговой деятельности у коммерсантов возникает вопрос, какой необходимо заключать договор с третьим лицом, которое будет осуществлять продажу товаров, приобретенных у дистрибьютора?

Учитывая, что в дистрибьюторском договоре установлено право, дистрибьютора заключать субдистрибьюторский договор, хотя его понятие в законодательстве и в науке отсутствует, то считаем целесообразным ввести в действующее законодательство Республики Молдова понятие «субдистрибьютор» и «субдистрибьюторский договор», что позволит определить специфику и правовой статус деятельности лица, который приобретает товары непосредственно у дистрибьютора, который в свою очередь приобрел товары у поставщика (производителя).

Под субдистрибьютором понимается юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющее коммерческую деятельность, которые заключили субдистрибьюторский договор на продажу товаров третьим лицам, а также по поручению дистрибьютора оказывают дополнительные услуги в целях продвижения товаров на договорной территории. Имеет место две ситуации взаимосвязи сторон по субдистрибьюторскому договору: 1) субдистрибьютор получает товары для дальнейшей перепродажи непосредственно от дистрибьютора; 2) поставщик по поручению дистрибьютора поставяет товары непосредственно субдистрибьютору на основании имеющейся системы правоотношений между поставщиком, дистрибьютором и субдистрибьютором.

Субдистрибьюторский договор следует определить, как соглашение на основании, которого одна сторона (дистрибьютор) обязуется продавать другому лицу (субдистрибьютору) приобретенные у третьего лица (поставщика) товары, а субдистрибьютор обязан реализовывать данные товары от своего имени и за собственный счет, также выполнять иные дополнительные услуги по поручению дистрибьютора на оговоренной территории в целях продвижения товаров.

Относительно выделения в качестве самостоятельно субдилерского договора по аналогии субдистрибьюторского договора нами не видится целесообразным, поскольку основными покупателями автотранспортных средств выступают физические лица как потребители, приобретающие автомобили для личного пользования, и не имеют цель дальнейшей перепродажи. Следует отметить, что при отношениях дистрибьютора нет ограничения в количестве розничных продавцов, тогда как субдистрибьютор может осуществлять продажу товаров конкретным и более мелким торговцам, которые в свою очередь будут перепродавать товары конечным потребителям. Таким образом, в дистрибьюторской цепи между субдистрибьютором и конечным розничным потребителем могут находиться несколько промежуточных звеньев, которые могут выступать непосредственно конечными потребителями, приобретающими товары для личного пользования, но и могут осуществлять дальнейшую их перепродажу.

В связи с вышеизложенным возникает проблема, какой договор будет заключаться между субдистрибьютором и вышеуказанными субъектами? По нашему мнению, наиболее удачным и правильным будет заключение договора купли-продажи, поскольку данные субъекты уже не имеют целью реализовывать товары более широкому кругу потребителей. В таком случае розничные коммерсанты заключают с субдистрибьютором договор купли-продажи и на основании, которого покупают товары для использования в собственной коммерческой деятельности.

По условиям субдистрибьюторского договора субдистрибьютор приобретает товары у дистрибьютора в собственность и осуществляет их перепродажу третьим лицам от своего имени и за свой счет. Как правило, право дистрибьютора заключать субдистрибьюторские договоры предусматривается непосредственно дистрибьюторским договором, а также стороны могут предусмотреть в договоре обязанность дистрибьютора получить письменное разрешение от поставщика для заключения субдистрибьюторского договора. При дистрибьюторском договоре дистрибьютор приобретает в собственность товары у поставщика и в дальнейшем осуществляет их перепродажу от своего имени на основании субдистрибьюторского договора субдистрибьютором. По иному выглядит ситуация, когда поставщик по поручению дистрибьютора поставляет товары непосредственно субдистрибьютору, с которым у него заключён субдистрибьюторский договор, поскольку дистрибьютор в данной ситуации не является собственником товара, а с момента отгрузки товара на склад субдистрибьютора он становится собственником данного товара, а до отгрузки поставщик выступает собственником товара.

На основании вышеизложенного, можно сделать вывод, что в коммерческой практике и в науке дистрибьюторский и дилерский договоры отождествляют и не

выделяют никаких различий между ними, что является ошибочным. В рамках настоящего исследования нами было доказано и предложено ввести в действующее законодательство понятия «дилер», «дилерская деятельность» и «дилерский договор», которые будут применимы исключительно к сфере продажи и сервисного обслуживания автомобильного транспорта, поскольку дилерская деятельность по своей природе и специфике применима исключительно в указанной сфере коммерческой деятельности. К остальным отношениям применять исключительно дистрибьюторский договор, так как по своей правовой природе он предусматривает продажу более широкого ассортимента товаров. Главное отличие дистрибьюторского и дилерского договоров состоит, в том, что предметом дилерского договора является реализация и сервисное обслуживание автомобильного транспорта, а предметом дистрибьюторского договора выступают действия поставщика и дистрибьютора по реализации и продвижению товаров на договорной территории. Также в рамках настоящего исследования предложено ввести в действующее законодательство понятия «субдистрибьютор» и «субдистрибьюторский договор», что позволит определить специфику и правовую природу данного участника дистрибьюторских правоотношений, который приобретает товары непосредственно у дистрибьютора.

3.5. Ответственность сторон в случае ненадлежащего исполнения обязательств по дистрибьюторскому договору

По общему правилу ответственность по договору наступает в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения условий договора, что представляет собой вид договорной санкции. Такой вид ответственности предоставляет сторонам возможность получить возмещение убытков.[1, p.923]

Договорная ответственность определяется законом или соглашением сторон. За исключением случаев, предусмотренных законом, такая ответственность может быть ограничена сторонами; ее конкретная форма может быть выражена суррогатными формами компенсации, например неустойкой. Для возникновения договорной ответственности необходимо наличие определенных условий, отличающихся от тех, которые определяют ответственность за причиненный вред по основаниям, предусмотренным законом.[4, p. 313]

Для возложения ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение договорного обязательства, прежде всего, необходимо наличие самого обязательства, установленного на действительном правовом основании (договоре). Таким образом, право кредитора предъявить требования в связи с нарушением договорной обязанности возникает в случае нарушения действительного договора. Нарушение договора представляет собой объективный факт, который можно констатировать во всех случаях,

когда не наступил тот правовой результат, который должен был быть, достигнут при надлежащем исполнении обязательства. Факт нарушения договорного обязательства ложится в основание возникновения нового охранительного правоотношения, направленного на возмещение причиненных убытков.[36, с. 98]

Содержание дистрибьюторского договора включает в себя комплекс прав и обязанностей сторон, за нарушение которых наступает договорная ответственность. Учитывая тот факт, что дистрибьюторский договор разрабатывается непосредственно поставщиком, который имеет преимущественное положение перед дистрибьютором, то главной санкцией в большинстве случаев за нарушение договорных обязательств является расторжение дистрибьюторского договора и лишения статуса дистрибьютора.[28, с.50]

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 поставщика; обязанность не искать, не открывать торговых помещений, не осуществлять реализацию товаров на территории товаров-заменителей или товаров, схожих с товарами поставщика.

В случае нарушения вышеуказанных обязанностей в дистрибьюторском договоре предусмотрены специфические санкции, наличие которых характерно только для дистрибьюторского договора. К таковым следует отнести: 1) временное приостановление поставки товаров дистрибьютору без предоставления предусмотренной договором скидки на определенный срок и прекращение деятельности дистрибьютора в качестве такового, который выражается в расторжении дистрибьюторского договора.

Приостановление права на покупку товаров по специальной дистрибьюторской цене характерно для дистрибьюторских договоров, поскольку путём предоставления специальной цены на товары опосредуется положение дистрибьютора, в отличие от лиц, сотрудничающих с поставщиком без заключения дистрибьюторского договора. Срок приостановления права на специальную дистрибьюторскую скидку определяется поставщиком самостоятельно в зависимости от обстоятельств допущенного дистрибьютором нарушения.[127, с.200]

При приостановлении права дистрибьютора на приобретение товара по специальной скидочной цене, поставщик в адрес дистрибьютора направляет уведомление в письменной форме, с указанием оснований и нарушений, послуживших причинами для приостановления, и ссылки на пункт договора, предусматривающий возможность применения санкции, а также срок, на который дистрибьютор утрачивает правомочие закупать товары у поставщика по сниженной цене. В этом случае к данному уведомлению

поставщик прилагает прайс-листы с ценами, по которым поставщик будет продавать товары как и другим покупателям, не являющимся дистрибьюторами поставщика.[128,с.132-135]

Чаще всего прекращение деятельности дистрибьютора на договорной территории в дистрибьюторских договорах именуется как «лишение статуса дистрибьютора». При применении термина «статус дистрибьютора» появляется неувязка, каким образом соотносятся понятие «статус дистрибьютора» и «личные права и прямые обязанности сторон в обязательстве». Внедрение в дистрибьюторской деятельности термина «статус» значит воплощение дистрибьютором деятельности по реализации продуктов и оказания услуг в целях исполнения условий дистрибьюторского контракта, а также передача дистрибьютору особенного положения по сравнению с лицами, сотрудничающими с поставщиком, которые не заключили с ним дистрибьюторский контракт. В дистрибьюторском договоре условие о лишении статуса дистрибьютора имеет возможность быть сформулировано следующим образом: «В случае нарушения прямой обязанности дистрибьютора по реализации продуктов, поставщик вправе отказаться от исполнения и расторгнуть дистрибьюторский контракт, вследствие чего дистрибьютор лишается «статуса дистрибьютора». То есть термин «лишение статуса» в контексте отказа от выполнения условий контракта значит прекращение для дистрибьютора его обязательств, предусмотренных дистрибьюторским контрактом. Таким образом, под статусом дистрибьютора следует воспринимать комплекс прав и обязательств, которые дистрибьютор воплотит в жизнь в ходе выполнения дистрибьюторского контракта, а лишение статуса дистрибьютора значит прекращение выполнения дистрибьютором собственных обязательств.[33, с.33-34]

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 поставщика 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 поставщику, реализация товаров за пределами согласованной сторонами территории, несоблюдение гарантированного минимума продаж и другие.

Лишение статуса дистрибьютора может быть установлено и в случае повторного нарушения обязанностей, предусмотренных выше. О принятом решении поставщик

уведомляет дистрибьютора письменно, а также прикладывает прайс-лист для покупателей, не имеющих статуса дистрибьютора, тем самым информируя дистрибьютора, что он вправе сотрудничать с поставщиком в отсутствие дистрибьюторского договора.[17, с.252]

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 поставщик вправе в одностороннем порядке увеличить отпускные цены на товар путем понижения размера скидки, предоставляемой дистрибьютору. В случае нарушения дистрибьютором гарантированного объема закупок, поставщик 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 поставщика 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 лишён возможности согласовывать предельный процент повышения цен в случае нарушения объема закупок.[140, с.18]

По нашему мнению целесообразно установить в дистрибьюторском договоре предельный максимум увеличения отпускной цены на товары в процентном соотношении, в рамках которого поставщик имеет право увеличивать цены. Помимо этого стороны имеют право разделить процент увеличения отпускной цены, который будет зависеть от того как дистрибьютор будет соблюдать обязательство по выполнению объёма закупок товаров в отчетном периоде.

Условие об увеличении отпускной цены на товар получило распространение в договорах купли-продажи и при возникновении споров по вопросу квалификации данного условия. Существует две позиции правоприменения: 1) квалификация условия о повышении отпускной цены на товар как соглашения о неустойке; 2) условие о повышении отпускной цены является надлежащим способом согласования порядка изменения цены товара.[45, с.131]

Считаем, что первый подход вполне применим к дистрибьюторскому договору и является обоснованным, поскольку если бы дистрибьютор не соблюдал обязательство объема закупок, то специальная дистрибьюторская скидка осталась бы неизменной.

Условие об увеличении отпускной стоимости имеет возможность быть установленным в дистрибьюторском договоре в случае нарушения дистрибьютором минимального размера закупок, при этом процент увеличения имеет возможность быть, учтён в договоре и согласован с дистрибьютором. Поставщик не вправе по собственному усмотрению необоснованно завышать цену продукта в случае нарушения дистрибьютором обязательства об объёме закупок продукта.

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что как для договора купли-продажи, 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 продукты в случае нарушения обязательства о соблюдении минимального размера закупок отличается от приостановления права на покупку продуктов с особой дистрибьюторской скидкой. В первом случае процент увеличения согласовывается сторонами в дистрибьюторском договоре и имеется возможность увеличить отпускные цены для клиентов, сотрудничающих с поставщиком и не заключивших с ним дистрибьюторский договор. В случае приостановления права на покупку продуктов с особой дистрибьюторской скидкой дистрибьютор покупает продукты по отпускным ценам для клиентов, сотрудничающих с поставщиком и не заключивших с ним дистрибьюторский договор.[122, с.53]

В предпринимательской практике можно встретить и более сбалансированные условия об ответственности в дистрибьюторских договорах. Например, общее условие о применении неустойки: за неисполнение или ненадлежащее исполнение условий дистрибьюторского договора о реализации продукции третьим лицам в обход фигуры дистрибьютора или, наоборот, поставщика, 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.[106, с.112]

В отношении поставщика 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 поставщик привлекает других дистрибьюторов для осуществления продаж на территории, на которой уже действует дистрибьютор, то поставщик будет нести ответственность в форме, установленной договором.

Вышеуказанные санкции зависят от усмотрения и согласования сторон и могут подвергаться изменению в период действия дистрибьюторского договора. К примеру, Типовой дистрибьюторский контракт МТП (Монопольный импортер-дистрибьютор) не предусматривает условий об ответственности и оставляет это на согласование сторон, а лишь предусматривает положение о возможности взыскания убытков в случае расторжения дистрибьюторского договора. [136, с.25]

Таким образом, для дистрибьюторского договора свойственно наличие специфических санкций, которые не свойственны для иных гражданско-правовых соглашений, а именно: увеличение отпускных цен поставщиком в одностороннем порядке в случае неисполнения условия о минимальном объеме закупок за определенный период времени; приостановление права на покупку товаров со специальной дистрибьюторской скидкой; одностороннее расторжение дистрибьюторского договора, поставщиком, в результате чего происходит лишение статуса дистрибьютора. Все указанные санкции свидетельствует о том, что дистрибьюторский договор является самостоятельным видом договора и не являющимся смешанным, подлежащим самостоятельному правовому регулированию в специальном нормативном акте.

3.6. Выводы к главе 3

В результате проведенной общей характеристики правового регулирования дистрибьюторского договора в праве Республики Молдова можно выделить следующие основные положения:

1. В законодательстве Республики Молдова отсутствует легальное определение дистрибьюторского договора. Среди ученых также отсутствует единая позиция относительно определения дистрибьюторского договора, поскольку нет единого мнения относительно дефиниции «дистрибьюторский договор» и в связи с этим предложено авторское определение дистрибьюторского договора.

2. Существенным условием дистрибьюторского договора будет выступать предмет, а так же условие о порядке взаимодействия сторон при исполнении договора. Существенными условиями дистрибьюторского договора также будут выступать такие условия как территория, эксклюзивность и гарантированный объем продаж, но они будут существенными только тогда, когда стороны их прямо закрепят в содержании договора.

3. В качестве сторон дистрибьюторского договора выступают поставщик и дистрибьютор. Действующее законодательство Республике Молдова не содержит и не раскрывает понятий «поставщик» и «дистрибьютор» поэтому в целях унификации в действующем гражданском законодательства данных понятий нами было предложено научное определение данных терминов.

4. Основной обязанностью дистрибьютора выступает реализация товаров, приобретённых у поставщика оптовым и розничным продавцам на оговоренной территории, а поставщик в свою очередь выполняет обязанность предоставлять дистрибьютору специальные скидки и бонусы на приобретаемые дистрибьютором товары.

5. В Республике Молдова дилерская деятельность достаточно развита, но не урегулирована на законодательном уровне и предусматривает в большей степени продажу автотранспортных средств, а также их сервисное обслуживание. В связи с этим предлагается внести в действующее законодательство такие понятия как «дилер» и «дилерская деятельность», поскольку «де факто» такая деятельность существует, а «де юре» нет.

6. Основное отличие дистрибьюторского и дилерского договоров состоит, в том, что предметом дилерского договора является реализация и сервисное обслуживание автомобильного транспорта, а предметом дистрибьюторского договора выступают действия поставщика и дистрибьютора по реализации и продвижению товаров на договорной территории.

7. Также в рамках настоящего исследования предложено ввести в действующее законодательство понятие «субдистрибьютор» и «субдистрибьюторский договор», что позволит определить специфику и правовую природу данного участника дистрибьюторских правоотношении, который приобретает товары непосредственно у дистрибьютора.

8. Дистрибьюторский договор считается заключённым, когда сторонами достигнуто соглашения по всем существенным условиям, в частности о предмете и порядке взаимодействия сторон в рамках договорных отношений. По общему правилу, для изменения или расторжения дистрибьюторского договора необходимо наличия в законе или в договоре на то оснований, а также соглашение сторон, выраженное путем совместного волеизъявления.

9. Привлечение дистрибьютора к ответственности зависит от оснований расторжения дистрибьюторского договора. Для дистрибьюторского договора свойственно наличие специфических санкций, которые не свойственны для иных гражданско-правовых соглашений. Все указанные санкции свидетельствует о том, что

дистрибьюторский договор является самостоятельным видом договора, который подлежит самостоятельному правовому регулированию в специальном нормативном акте.

Все изложенные в настоящей главе выводы нашли свое научное обоснование в научных статьях, опубликованных по теме диссертации, которые включены в библиографию настоящей диссертационной работы.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ.

В результате проведенного исследования правового регулирования дистрибьюторского договора в Республике Молдова сформулированы следующие выводы:

1. Действующее законодательство Республики Молдова не содержит специального правового регулирования дистрибьюторского договора, а ГК РМ относит дистрибьюторский договор к смешанным и непоименованным договорам, который сочетает в себе элементы различных поименованных договоров.

2. Законодательство Республики Молдова по - разному раскрывает понятие и содержание дефиниции «дистрибьютор», отсутствует также легальное определение понятию «дистрибьюторская деятельность» и «дистрибьюторская цепь».

3. Отсутствие надлежащего правового регулирования дистрибьюторского договора в действующем законодательстве Республики Молдова приводит к разностороннему толкованию и квалификации данного договора в коммерческом обороте и в правоприменительной деятельности, а коммерсанты вовсе не знают, какими нормами руководствоваться при заключении дистрибьюторского договора, что приводит к заключению больше смежных договоров, нежели дистрибьюторского.

4. Среди ученых отсутствует единая научная точка зрения относительно правовой природы дистрибьюторского договора в системе гражданско - правовых договоров Республики Молдова. Такое положение дел объясняется отсутствием надлежащего правового регулирования дистрибьюторского договора в законодательстве Республики Молдова, что приводит к противоречивым и ошибочным толкованиям правовой природы дистрибьюторского договора учеными и отсутствие научного интереса в его комплексном и всестороннем исследовании.

5. В результате исследования места дистрибьюторского договора в системе гражданско-правовых договоров можно сделать вывод, что дистрибьюторский договор занимает самостоятельное место в этой системе, поскольку обладает самостоятельным предметом и специфическими условиями, что позволяет отличать его от других смежных договорных конструкций, но и одновременно обладает признаками реализационного и организационного договоров.

6. В рамках исследования правового регулирования дистрибьюторского договора в зарубежных странах установлено, что в странах Латинской Америки правовое регулирование осуществляется как нормами гражданского, так и торгового законодательства, а также специальным законодательством, что свидетельствует о четком правовом регулировании дистрибьюторского договора. В США правовое регулирование

дистрибьюторского договора на федеральном уровне отсутствует. Отдельно правовое регулирование дистрибьюторского договора осуществляется на уровне штатов. В США установлена трехуровневая система дистрибьюторской деятельности для реализации отдельных видов товаров, в частности, такая система применяется при продаже алкогольной продукции. В Европейском Союзе также отсутствуют правовые акты, отдельно посвященные правовому регулированию дистрибьюторского договора, за исключением Королевства Бельгии. В странах СНГ также отсутствует правовое регулирование дистрибьюторского договора.

7. Констатируется, что на международном уровне отсутствует специальный правовой акт, посвященный правовому регулированию дистрибьюторского договора, в связи с этим правоотношения, вытекающие из международного дистрибьюторского договора, регулируются актами, принятыми Международной Торговой Палатой и носят рекомендательный характер. В этой связи возникает проблема имплементации дистрибьюторского договора в правовую систему Республики Молдова, поскольку в международном праве нет императивных норм, которые регламентировали бы договорную конструкцию дистрибьюторского договора.

8. Сделан вывод, что существенным условием дистрибьюторского договора будет выступать предмет, а также условие о порядке взаимодействия сторон при исполнении договора, также будут выступать в качестве существенных такие условия как территория, эксклюзивность и гарантированный объем продаж лишь в том случае, если они прямо будут закреплены в содержании договора.

9. Сделан вывод, что дистрибьюторский договор считается заключенным, когда сторонами достигнуто соглашение по всем существенным условиям, в частности, о предмете и порядке взаимодействия сторон в рамках договорных отношений.

10. В Республике Молдова дилерская деятельность хорошо развита, но не урегулирована на законодательном уровне и предусматривает в большей степени продажу автотранспортных средств, а также их сервисное обслуживание. Главная отличительная черта дистрибьюторского и дилерского договоров состоит, в том, что предметом дилерского договора является реализация и сервисное обслуживание автомобильного транспорта, а предметом дистрибьюторского договора выступают действия поставщика и дистрибьютора по реализации и продвижению товаров на договорной территории.

11. В работе делается вывод, что основной обязанностью дистрибьютора выступает сбыт товаров, приобретенных у поставщика оптовым и розничным продавцом на оговоренной территории, а поставщик в свою очередь выполняет обязанность предоставлять дистрибьютору специальные скидки и бонусы на приобретаемые

дистрибьютором товары. Стороны могут в рамках дистрибьюторского договора предусмотреть и иные обязанности, в том числе оказание различного рода услуг

12. В рамках исследования доказано, что дистрибьюторскому договору свойственны специфические договорные санкции, которые не свойственны для иных гражданско-правовых соглашений, среди которых: увеличение отпускных цен поставщиком в одностороннем порядке в случае неисполнения условия о минимальном объеме закупок за определенный период времени; приостановление права на покупку товаров по специальной дистрибьюторской скидке; одностороннее расторжение дистрибьюторского договора, поставщиком, в результате чего происходит лишение статуса дистрибьютора.

*В результате проведенного исследования в целях полного и всестороннего регулирования правового регулирования дистрибьюторского договора предлагаются следующие **рекомендации и предложения** по совершенствованию действующего законодательства:*

1. **Предлагается** принять специальный Закон «О дистрибьюторской деятельности», который позволит урегулировать весь спектр дистрибьюторских правоотношений, а также дополнить ГК РМ отдельной главой «Дистрибьюторский договор», в которой будут закреплены нормы, регулирующие дистрибьюторский договор с определением его предмета, содержания, существенных условий и ответственности сторон. Принятие предлагаемых изменений, позволит включить дистрибьюторский договор в правовую систему Республики Молдова.

2. **Предлагается** дополнить и внести соответствующие изменения в ряд законодательных актов:

- ст. 1 Закона РМ «О защите прав потребителей № 105-XV от 13 марта 2003 года дополнить понятием следующего содержания:

дистрибьютор – это хозяйствующий субъект дистрибьюционной сети, который приобретает товары у производителей и импортеров за свой счет и от своего имени осуществляет дальнейшую перепродажу этих товаров розничным продавцам.

- ст. 3 Закона РМ «О внутренней торговле №231 от 23.09.2010 года дополнить понятиями следующего содержания:

дистрибьюторская деятельность – это вид оптовой деятельности, в соответствии с которой поставщик (производитель) продает произведенные или закупленные им товары дистрибьютору (субдистрибьютору) для дальнейшей перепродажи этих товаров розничным продавцам.

дистрибьютор – это хозяйствующий субъект, осуществляющий предпринимательскую деятельность путем продажи товаров, приобретенных у поставщика для дальнейшей перепродажи их субдистрибьюторам и розничным продавцам, а также оказывающий услуги по продвижению товаров поставщика.

– ст. 2 Закона РМ «О рынке нефтепродуктов» №461 от 30.07.2001 года дополнить понятием следующего содержания:

дистрибьютор – это хозяйствующий субъект обладающий лицензией на хранение и оптовую реализацию нефтепродуктов и сжиженного газа, а также осуществляющий хранение и оптовую реализацию через дистрибьюционную цепь нефтепродуктов и сжиженного газа розничным продавцам.

- ст. 1 Закона РМ «О производстве и обороте этилового спирта и алкогольной продукции» №1100 от 30.06. 2000 года дополнить понятием следующего содержания:

дистрибьютор алкогольной продукции – это хозяйствующий субъект, обладающий лицензией на осуществление хранения и оптовой продажи алкогольной продукции, а также осуществляющий хранение и оптовую торговлю посредством дистрибьюционной цепи упакованной алкогольной продукцией, как произведенной в Республике Молдова, так и импортируемой, только через специализированный склад, находящийся в собственности у хозяйствующего субъекта.

- ст. 1 Закона РМ «О винограде и вине» №57 от 10.03.2006 года дополнить понятиями следующего содержания:

винодельческое предприятие – в качестве, которого могут выступать физические и юридические лица осуществляющее не менее одной из следующих видов деятельности: производство, хранение, оптовую или розничную торговлю, винами и винной продукцией.

дистрибьютор винодельческой продукцией – это хозяйствующий субъект осуществляющий хранение и оптовую реализацию упакованной импортной и отечественной винодельческой продукции через специализированный склад, находящийся в собственности у хозяйствующего субъекта.

- ст. 1 Закона РМ «О фармацевтической деятельности» № 1456 от 25.05.1993 года дополнить понятием следующего содержания:

дистрибьютор фармацевтической продукций – это хозяйствующий субъект обладающий лицензией на хранение и оптовую реализацию через дистрибьюторскую сеть фармацевтической продукции и лекарствами.

- ст. 1 Закона РМ «Об энергетике» №1525 от 19.02.1998 года дополнить понятием следующего содержания:

дистрибьютор энергетических ресурсов - это хозяйствующий субъект обладающий лицензией на распределение и поставку энергетических ресурсов розничным поставщикам и реализаторам энергетических ресурсов.

- В ст. 1 Закона АТО Гагаузия «О рынке нефтепродуктов и сжиженного газа АТО Гагаузия» №45 от 17.07.2001 года, внести следующие изменения и дополнения:

понятие «оптовый продавец» заменить на понятие «дистрибьютор» и изложить в следующий редакции:

дистрибьютор – это хозяйствующий субъект Гагаузии обладающий лицензией на хранение и оптовую реализацию нефтепродуктов и сжиженного газа, а также осуществляющий хранение и оптовую реализацию через дистрибьюционную цепь нефтепродуктов и сжиженного газа розничным продавцам.

3. **Предлагается** определение дистрибьюторского договора, согласно которому, *дистрибьюторский договор* это соглашение, на основании которого одна сторона (производитель, поставщик) обязуется поставлять произведенные или приобретенные товары другой стороне (дистрибьютору), который обязуется приобретать товары в собственность и за свой счет и от своего имени перепродавать товары путем оказания услуг (расширение торговой сети, поддержание и увеличение объема реализуемых товаров, организация и обеспечение логистикой и доставкой товаров в розничную сеть, обеспечение рекламными и информационными ресурсами розничных продавцов и потенциальных потребителей) поставщику в целях сохранения его деловой репутации и укрепления его положения на товарном рынке.

4. **Предлагается** дополнить действующее законодательство определениями «поставщик» и «дистрибьютор». *Поставщик* - это хозяйствующий субъект, производящий товары или импортирующих их для дальнейшей продажи дистрибьютору в целях реализации их третьим лицам. *Дистрибьютор* – это хозяйствующий субъект, осуществляющий предпринимательскую деятельность путем продажи товаров, приобретенных у поставщика для дальнейшей перепродажи их субдистрибьюторам и розничным продавцам, а также оказывающий услуги по продвижению товаров поставщика.

5. **Предлагается** ввести в действующее законодательство понятие «субдистрибьютор» и «субдистрибьюторский договор».

Под субдистрибьютором понимается юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющее коммерческую деятельность, которые заключили субдистрибьюторский договор на продажу товаров третьим лицам, а также по поручению

дистрибьютора оказывают дополнительные услуги в целях продвижения товаров на договорной территории.

Субдистрибьюторский договор следует определить, как соглашение, на основании которого одна сторона (дистрибьютор) обязуется продавать другому лицу (субдистрибьютору) приобретенные у третьего лица (поставщика) товары, а субдистрибьютор обязан реализовывать данные товары от своего имени и за собственный счет, также выполнять иные дополнительные услуги по поручению дистрибьютора на оговоренной территории в целях продвижения товаров.

6. Предлагается принять унифицированный международный документ - Международную конвенцию «О дистрибьюторском договоре и дистрибьюторской деятельности», что позволит устранить все коллизии и разносторонние толкования данного договора, и создать фундаментальную базу для регламентирования всех вопросов, связанных с дистрибьюторской деятельностью в целом, и дистрибьюторским договором, путем имплементации данных норм в национальное законодательство.

Результаты, полученные в настоящем исследовании, найдут свою применимость, если они будут реализованы в правовых положениях, которые будут реализованы на национальном уровне в целях совершенствования действующего законодательства и устранения существующих недостатков. Они также могут быть включены в учебные программы на юридических факультетах в Республике Молдова.

План перспективных исследований включает следующие этапы: 1. Продолжать исследования практики применения дистрибьюторского договора в других современных государствах, кроме тех, которые предусмотрены в диссертации, с целью определения эффективности национального механизма. 2. Проведение других тщательных исследований было сосредоточено на эволюции и перспективах модернизации дистрибьюторского договора и его аналогов. 3. Анализ национальной и международной судебной практики применительно к урегулированию споров, вытекающих из настоящего договора или аналогов. 4. В будущем мы ожидаем подготовки и улучшения предложений по подготовке проекта в дополнение к Гражданскому кодексу Республики Молдова отдельной главой «Дистрибьюторский договор», других смежных законов, а также подготовку курса «Перспективные контракты в Республике Молдова», который будет представлен в учебной программе, 2-го цикла обучения, Магистратура, в университетах Республики Молдова.

Все изложенные выводы и предложения нашли свое научное обоснование в научных статьях, опубликованных по теме диссертации, которые включены в библиографию настоящей диссертационной работы.

БИБЛИОГРАФИЯ

I. Список литературы на румынском языке

1. Baias Fl., Chelaru E., Constantinovich R., Macovei I. Commentariu pe articole (art. 1-2664). Bucuresti: Editura BECK, 2012. 2734 p.
2. Baieş S., Volcinschi V., Cebotari V., Baieşu A., Creţu I. Drept civil: Drepturile reale: Teoria generală a obligaţiilor. Chisinau: Ed. A 2-a, 2005. 270 p.
3. Baieş S., Roşca N. Drept civil: Partea generală. Partea fizică. Persoana juridică :(man.) . Univ.de Stat din Moldova. Fac. de drept. Catedra Drept Civil. Ediţia a 2-a. Chişinău: S.n., 2007. 416 p.
4. Buruiană M., Efrim O., Eshanu N. Comentariul Codului Civil al Republica Moldova. Chisinau: Editura ARC. 2006. 816 p.
5. Cărpenaru S. Drept comercial roman. Bucureşti: ALL BECK, 2001. 646 p.
6. Comentariul Codului civil al Republicii Moldova. Vol. I. / Coordonatori: Buruiană M., Efrim O., Eşanu N. Chişinău: Tipografia centrală, 2006. 816 p.
7. Drept civil: Drepturile reale: Teoria generală a obligaţiilor / Baieş S., Volcinschi V., Cebotari V., Baieşu A., Creţu I. Ed. A 2-a. Chişinău, 2005. 275p.
8. Roşca N., Baieş S. Dreptul afacerilor. Volumul II., Chişinău, 2006. 432 p.

II. Список литературы на русском языке

9. Андреев С. Е., Савичева И.А., Федотова А.И. Договор: заключение, изменение, расторжение. Москва: «Проспект», 1997. 256 с.
10. Андреева Л. В. Коммерческое право России. Москва: Wolters Kluwer, 2006. 288 с.
11. Ансон В. Р. Основы договорного права /Под ред. Д.Ф.Рамзайцева; Пер. с англ. А.С.Александровского и др. Москва: Международная книга, 1947. 453 с.
12. Арсени И. Теоретико-правовые проблемы правового регулирования международного дистрибьюторского договора. В: Верховенство права, Киев - Кишинэу, 2016, №1,с.182-189.
13. Арсени И. Понятие и правовое регулирование оптовой торговли в Республике Молдова на современном этапе./Современная юридическая наука Приднестровья: вопросы теории и практики. В: Сборник научных трудов.- Тирасполь: Из-во Приднестр.ун-та, 2015, с.8-17.
14. Арсени И. Отличительные черты дистрибьюторского договора от смежных договорных конструкций. În: Legea șiViața. Chişinău, 2016, №7, с.50-54.

15. Арсени И. Отличие дистрибьюторского договора от дилерского договора. В: Верховенство права. Киев - Кишинэу, 2016, №2, с.140-146.
16. Арсени И., Татар О. Правовая природа договора оптовой купли-продажи товаров в законодательстве Республики Молдова. В: Материалы международной научно-практической конференции посвященной 25-ти летию образования КГУ. Комрат. с. 230-235.
17. Арсени И. О дистрибьюторском договоре. Conferința națională cu participare internațională "Știința în Nordul Republicii Moldova: realizări, probleme, perspective»: consacrată aniversărilor de 70 de ani de la constituirea Instituțiilor de Cercetare științifică din Moldova, 55 de ani de la fondarea Academiei de științe a Moldovei, 10 ani de la fondarea Filialei Bălți a Academiei de științe a Moldovei, (Ed. a 2-a), 29-30 Septembrie 2016, Bălți / col. red.: Valeriu Capcelea (coord.) [et al.]. Bălți: S. n., 2016, .p.251-252.
18. Арсени И. Правовая природа дистрибьюторского договора в Республике Молдова. Conferința națională cu participare internațională "Știința în Nordul Republicii Moldova: realizări, probleme, perspective»: consacrată aniversărilor de 70 de ani de la constituirea Instituțiilor de Cercetare științifică din Moldova, 55 de ani de la fondarea Academiei de științe a Moldovei, 10 ani de la fondarea Filialei Bălți a Academiei de științe a Moldovei, (Ed. a 2-a), 29-30 Septembrie 2016, Bălți / col. red.: Valeriu Capcelea (coord.) [etal.]. Bălți: S. n., 2016, p.254-255.
19. Арсени И. Место дистрибьюторского договора в системе гражданско – правовых договоров Республики Молдова. În: Legea și Viața. Chișinău, 2016, № 9,с.51-58.
20. Беликова К. М., Габов А. В., Гаврилов Д. А.и др.; «Координация экономической деятельности в российском правовом пространстве: монография» // отв. ред. М.А.Егорова. Москва: Юстицинформ, 2015. 665с.
21. Барина М. Н. Трансформация частноправовых норм международных актов. Дисс. на соиск. учен. степ. канд .юрид.наук. Саратов, 2004.172 с.
22. Бахин С. В. Субправо (международные своды унифицированного контрактного права) /Ассоциация Юридический Центр; Юридический факультет Санкт-Петербургского государственного университета. С-Петербург.: Юридический центр Пресс, 2002. 311с.
23. Бизнес – словарь: Англо - русский и русско - английский /сост. Сергеева В.С.- Москва: АСТ; ЮНВЕСТ. 2003. 678с.
24. Борисова А. Б. Дистрибьюторский договор. В: Журнал российского права. Москва, 2005, №3, с.54-64.
25. Брагинский М. И., Витрянский В. В. Договорное право: Договоры о выполнении работ и оказании услуг. Кн. 3. Москва: Статут, 2002. 1055 с.

26. Брагинский М. И. Основы учения о непоименованных (безымянных) и смешанных договорах /М. И.Брагинский. Москва: Статут, 2007. 79 с.
27. Бычков А. И. Дистрибьюторский договор. В: Имущественные отношения в Российской Федерации. 2012. №9, с. 88-98.
28. Варданян М. Л. Дистрибьюторский договор как форма осуществления иностранными компаниями предпринимательской деятельности на территории России. В: Законодательство и экономика. Москва, 2008, №8, с. 48-52.
29. Вилкова Н. Г. Договорное право в международном обороте. Москва, 2002. 511с.
30. Волгин В.В. Энциклопедия автосервиса. Секреты бизнеса. Москва, 2009. 545 с.
31. Гавердовский А. С. Имплементация норм международного права. Киев: Вища шк., 1980. 320 с.
32. Гаврилов В. В. Теории трансформации и имплементации норм международного права в отечественной правовой доктрине. В: Московский журнал международного права. 2001, №2. с.31-69.
33. Голубин Е. В. Дистрибуция. Формирование и оптимизация каналов сбыта. Москва: Вершина, 2006. 86 с.
34. Гражданский кодекс Республики Молдова № 1107-XV от 06.06.2002. В: Официальный Монитор Республики Молдова № 82-86/661 от 26.06.2002.
35. Гражданский кодекс Федеративной Республики Бразилия): Закон №10.406 от 10 января 2002 // www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/L10406.htm .(посещен 10.09.2016)
36. Гражданско-правовой договор: классическая традиция и современные тенденции / Бекленищева И.В. - Москва: Статут, 2006. 204 с.
37. Гражданское право. В 4 т. Т. 3: Обязательственное право: учеб. Для студентов вузов, обучающихся по направлению 521400 «Юриспруденция»/ [Витрянский В.В и др.]; отв. ред. Суханов Е. А.. 3-е изд., перераб. и доп. Москва: Волтерс Клувер, 2007. 800 с.
38. Гражданское право: В 2 т. Том II. Полутом 1: Учебник. / Отв. ред. Проф. Суханов Е. А.. - 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство БЕК. 2006. 816 с.
39. Дашян М. С. Дистрибьюторский договор. В: Финансовая газета. Региональный выпуск. 2004, № 29//www.lawmix.ru/bux/111716/ (посещен 17.08.2016)
40. Дашян М. С. Интеллектуальная собственность в бизнесе. Москва: Эксмо, 2009. 352с.
41. Договорное право. Книга вторая: Договоры о передаче имущества / Брагинский М.И., Витрянский В. В. Москва: Статут, 2011. 780 с.
42. Договорное право. Книга первая. Общие положения / Брагинский М.И., Витрянский В. В. 3-е изд., стер. Москва: Статут, 2011. 847 с.

43. Договорное право: учеб. пособие для студентов вузов обучающихся по специальности «Юриспруденция»/ Беспалов Ю. Ф., Егорова О. А, Якушев П. А.. – Москва: «Юнити - Дана», 2012. 551с.
44. Дополнительное постановление Двенадцатого арбитражного апелляционного суда от 27.01.2012 по делу №А12-11251/2011 // <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=RAPS012;n=20291> (посещен 04.09.2016)
45. Доронькина В.Ю. Имплементация дистрибьюторского договора в российское право: диссер. канд. юрид. наук: 12.00.03. С- Петербург, 2016. 166 с.
46. Доронькина В. Ю. Понятие дистрибьюторского договора в современной литературе и других источниках (часть вторая). В: Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теорий и практики, №5-3 (43), 2014. с.57-59.
47. 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. Москва: Статут, 2013. 640 с.
48. Единообразный торговый кодекс США: Официальный текст - 1990 : Перевод с английского / Ред..Лебедев С. Н. - справ. изд. - Москва :Международный центр финансово - экономического развития, 1996. 427 с.
49. Есикова И.В.Сетевой сбыт. Как организовать глобальную дистрибьюторскую сеть– 2-е изд. – Москва: Дашков и К, 2014. 196 с.
50. Загоруйко И. Ю.Финансово-правовое регулирование торгово-посреднической деятельности в Российской Федерации. Пермь, 2009. 128 с.
51. Закон РМ « О ратификации Соглашения об ассоциации между Республикой Молдова, с одной стороны, и Европейским союзом и Европейским сообществом по атомной энергий и их государствами - членами, с другой стороны» №112 от 02.07.2014. В: Официальный Монитор № 185-199-86 от 18.07.2014.
52. Закон РМ «О винограде и вине» №57 от 10.03.2006. В: Официальный Монитор Республики Молдова №75-78 от 19.05.2006.
53. Закон РМ «О фармацевтической деятельности» № 1456 от 25.05.1993. В: Monitorul Parlamentului №007 от 01.07.1993.
54. Закон РМ « О лизинге» № 59 от 28.04.2005. В: Официальный Монитор Республики Молдова № 92-94 от 08.07.2005.
55. Закон Республики Молдова «Об ипотеке» №142 от 26.06.2008. В: Официальный Монитор Республики Молдова №165-166 от 02.09.2008.

56. Закон РМ «О франчайзинге» №1335 от 01.10.1997. В: Официальный Монитор Республики Молдова №82-83 от 11.12.1997.
57. Закон РМ «О внутренней торговле» №231 от 23.09.2010. В: Официальный Монитор Республики Молдова № 206-209 от 22.10.2010.
58. Закон РМ «О защите прав потребителей» № 105 от 13.03.2003. В: Официальный Монитор Республики Молдова №126-131 от 27.06.2003.
59. Закон РМ «О пищевых продуктах» №78 от 18.03.2004. В: Официальный Монитор Республики Молдова №83-87 от 28.05.2004.
60. Закон РМ «Об общей безопасности пищевых продуктов» №422 от 22.12.2006. В: Официальный Монитор Республики Молдова №36-38 от 16.03.2007.
61. Закон РМ «О рынке нефтепродуктов» №461 от 30.07.2001//В: Официальный Монитор Республики Молдова №76 от 22.04.2003.
62. Закон РМ «Об аккредитации и оценке соответствия» №235 от 01.12.2011. В: Официальный Монитор Республики Молдова №46-47 от 07.03.2012.
63. Закон РМ «О производстве и обороте этилового спирта» №1100 от 30.06.2000// В: Официальный Монитор Республики Молдова № 98-99 от 19.10.2000.
64. Закон РМ « О лицензировании отдельных видов деятельности» №451 от 30 июля 2001. В: Официальный монитор Республики Молдова №108 от 06.09.2001.
65. Закон РМ «О купле – продаже товаров» № 134 от 03.06.1994. В: Официальный Монитор Республики Молдова №18 от 08.12.1994.
66. Закон РМ «О конкуренции» №183 от 11.07.2012. В: Официальный Монитор Республики Молдова №193-194 от 14.09.2012.
67. Закон РМ «Об охране товарных знаков» №38 от 29.02.2009. В: Официальный Монитор Республики Молдова №99-101 от 06.06.2008.
68. Закон РМ «О товарных биржах» №1117 от 26.02.1997. В: Официальный Монитор Республики Молдова №70 от 25.07.1998.
69. Закон АТО Гагаузия (Гагауз Ери) «О рынке нефтепродуктов и сжиженного газа АТО Гагаузия» №45 от 17.07.2001//<http://halktoplushu.md/index.php/zakony-ato-gagauziya/281-2011-06-28-08-17-43> (посещен 11.08.2016)
70. Закон Республики Парагвай № 194/93 от 6 июля 1993 г. // http://www.embapar.jp/wp/wp-content/themes/paraguay/pdf/eco/18_Ley_194_93_De_Representantes_y_Agentes.pdf . (посещен 11.09.2016)
71. Закон Пэрто - Рико «О дистрибьюторских соглашениях» №75 от 24.06.1964) // <http://www.lexjuris.com/LEXMATE/comercio/lex1964075.htm>(посещен 10.09.2016)

72. Закон Республики Гондурас «Об отечественных и зарубежных представителях, дистрибьюторах и агентах» №549 от 7.12.1977) // : <http://bufeterosa.com/biblioteca/leurepdistribuidores.pdf> .(посещен 11.09.2016)
73. Захария С. К., Игнатъев В. П., Завальнюк А. А. Правовое регулирование деятельности хозяйствующих субъектов в Республике Молдова: учебное пособие/ Под общ. ред. Игнатъева В. П. Комрат, 2009. 344с.
74. Ивина Л.В. Современный англо-русский толковый бизнес- словарь. Москва: АСТ; Астрель: Хранитель, 2007. 378 с.
75. Игнатъев В. П., Проценко В. В. Гражданское право. Общая часть: учебник./ Под общ ред. Игнатъева В. П. Кишинэу, 2010. 415с.
76. Илюшина М. Н. Проблемы типизации новых договорных конструкций в коммерческом обороте. В: Законы России: опыт, анализ, практика. 2008, №11, с.73-77.
77. Каленик А. Коммерческое (предпринимательское) право. Учебник. 6-е издание, перераб. и дополн. посвященное 10 летию введения в действие Гражданского кодекса. Государственный Университет Молдовы. Кишинэу, 2014. 193с.
78. Каленик А. Коммерческое (предпринимательское) право. Учебник. Кишинэу, 2016. 193с.
79. Каширина Т. В. Место дистрибьюторского договора в системе договоров ГК РФ. В: Закон. – Москва, 2011, № 65, с.60-68.
80. Кибак Г., Мишина Т., Цонова И. Гражданское право. Особенная часть. Учебное пособие. Издание 4-е, дополненное и переработанное. Кишинэу: CEP USM, 2006. 480 с.
81. Кодекс РМ О правонарушениях №218 от 24.10.2008. В: Официальный Монитор Республики Молдова № 3-6 от 16.01.2009.
82. Коммерческое (предпринимательское) право: учебник: в 2т. / под ред. Попондопуло В. Ф. Т.2. – 5-е изд., перераб. и доп. Москва: Проспект, 2016. 800 с.
83. Коммерческое право. Учебник под ред Булатецкого Ю. Е.. (автор главы 9 - Т.Э.Сидорова). Москва: Норма, 2011. 736 с.
84. Конвенция Организации Объединенных Наций о договорах международной купли-продажи товаров (Заключена в г. Вене 11.04.1980) // <http://docs.cntd.ru/document/9010417> (посещен 04.09.2016).
85. Конституция Республики Молдова от 29.07.1994. В: Официальный Монитор Республики Молдова №1 от 12.08.94.
86. Конституционному суду Республики Молдова: 10 лет деятельности/отв. за выпуск: Пушкаш В. Кишинэу: Ch. Reclama, 2005. 231с.

87. Координация экономической деятельности в российском правовом пространстве: монография /Беликова К. М, Габов А. В., Гаврилов Д. А.и др.; отв. ред. Егорова М. А.. Москва: Юстицинформ, 2015. 656 с.
88. Кравченко Н.В. Англо-русский, русско – английский словарь бизнес - лексики: 30 000 слов. Ростов -на - Дону: Феникс, 2012. 383с.
89. Кучер. Е. П. Договор поставки как институт гражданского права. Монография. Москва: Агентство печать «Науки и образование», 2008.102 с.
90. Лондар С.Л. Формування системи первинних дилерів в Україні / С.Л. Лондар, В.Й. Башко. В: Фіанси України. 2010, №3, с. 61-73.
91. Мейер Д. И. Русское гражданское право. Часть 2. По исправленному и дополненному 8-му изд., 1902. Изд. 3-е,испр. Москва: «Статут», 2003. 831 с.
92. Масленников В.В. Посредническое предпринимательство. Москва, 2003. 272с.
93. Маслова В. А. Дистрибьюторский договор как правовой инструмент организаций сбыта товаров. . дисс. канд. юрид. наук. Москва, 2011. 30 с.
94. Маслова В. А. Предмет дистрибьюторского договора. В: Коммерческое право. Москва: Зерцало, 2010, №2 (7), с. 76-94.
95. Модельные правила европейского частного права: пер. с англ. / Науч. ред. Рассказова Н. Ю.Москва: Статут, 2013. 989 с.
96. Мозгов М.В.Квалификация и правовое регулирование дистрибьюторских договоров: предложения по изменению законодательства. В: Арбитражная практика. 2009, №10, -с.15-18.
97. Морандьер Л. Ж. Гражданское право Франции = Lyon Julliot De La Morandiere . Precis De Droit Civil; Tome II. / Пер. и вступ. ст.: Флейшиц Е. А.Москва: Иностр. лит., 1960. 728 с.
98. Намашко С. Определение понятия договора оптовой купли-продажи. В: Юрист. 2001, №11, с.23-26.
99. Намашко С.А. Участники договора оптовой купли-продажи В: Юрист. Москва: Юрист, №8, 2001, - с.41-45
100. Новый Торговый кодекс Бразилии (проект нового Торгового кодекса Бразилии)// <https://www12.senado.gov.br/ecidadania/visualizacaiconsultapublica?id=81> (посещен 11.09.2016)
101. Орленко Б. Правовое регулирование дилерской деятельности в государствах романо-германской и англо-американской правовых систем. В: Национальный юридический журнал: теория и практика. Кишинэу, 2016, № 5. с.85-92.

102. Партин А. М. Правовая природа дистрибьюторских соглашений. Автореф. дисс. канд. юрид. наук. Москва, 2010. 32с.
103. Партин А. Дистрибьюторское соглашение в системе договоров по гражданскому праву России. В: Хозяйство и право. 2009, №1, с. 55-64.
104. Пашкевич А.В. Проблемы правового регулирования деятельности дилеров и дистрибьюторов [Электронный ресурс] / URL: http://www.0zn.ru/pravo/pravovoe_regulirovanie_deyatelnosti.html. (посещен 04.09.2016)
105. Петраш И.П. Коммерческое агентирование в торговом праве: сравнительно-правовое исследование. Диссер. на степ. канд. юрид. наук. Москва, 2015. 200с.
106. Половцева Ф. П. Коммерческая деятельность: Учебник. Москва: Инфра-М, 2010. 248 с.
107. Постановление Правительства РМ «Об утверждении Положения о хранении и оптовой торговле (через автоматизированную систему) идентифицированными нефтепродуктами» №1116 от 22.08.2002. В: Официальный Монитор Республики Молдова №122-123 от 29.08.2002.
108. Постановление Правительства РМ «Об утверждении Стратегии развития внутренней торговли в Республике Молдова на 2014-2020 годы» № 948 от 25.11.2013: В: Monitorul Oficial №284-289 от 06.12.2013.
109. Постановление Пленума Высшей судебной палаты РМ «О некоторых вопросах, касающихся применения судебными инстанциями законодательства при разрешении споров, связанных с договорами займа» № 8 от 24.12.2010. В: Бюллетень Высшей судебной палаты Республики Молдова, 2012, № 2.
110. Постановление Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации «О свободе договора и ее пределах» №16 от 14.03.2014 // http://www.arbitr.ru/aspract/post_plenum/106573.html (посещен 04.09.2016).
111. Постановление Федерального Арбитражного суда Поволжского округа от 03.08.2011 по делу №А55-26891/2009 // www.eg-online.ru/document/adjudication/213354/ (посещен 04.09.2016).
112. Пугинский Б. И. Коммерческое право России. Учебник. Издание 4-е, переработ. Москва: Юрайт., 2009. 350 с.
113. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь. – 6 –е изд., перераб. и доп. Москва: НИЦ – ИНФРА-М, 2014. 512с.
114. Райников А. С. Договор коммерческой концессии как институт обязательственного права и как правоотношение: Дис. канд. юрид. наук. Москва, 2009. 122 с.

115. Решение Международного коммерческого арбитражного суда при Торгово - промышленной палате Российской Федерации от 13.07.2013 по делу №196/2011// <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=ARB;n=329401>(посещен 04.09.2016).
116. Решение суда Каушаны № 18-2е-1102-05062012 от 30.12.2012// <http://www.jcs.instante.justice.md/> (посещен 25.08.2016)
117. Ровный В. В. Общая характеристика договора купли-продажи: В помощь студентам и аспирантам. В: Сибирский Юридический Вестник. - 2001, №3, с.26-38.
118. Романец Ю. В. Система договоров в гражданском праве России. Москва: Юристь, 2001. 496 с.
119. Романова В. Е. Трансграничный дистрибьюторский договор в странах Европы: Нидерланды и Франция. В: Международное публичное и частное право. 2013. № 1 (70). с. 36-40.
120. Руденко А. В. О дистрибьюторском договоре. В: Юрист. Москва: Юрист, 2006, № 8, с.30-31.
121. Руководство по составлению международных дистрибьюторских соглашений. Публикация № 441 Е. Серия: "Издания Международной Торговой Палаты" / Пер. с англ. Москва: Консалтбанкир, 1996. 136с.
122. Система договоров в гражданском праве России / Романец Ю. В.; Вступ. ст.: Яковлев В. Ф. Москва: Юристь, 2001. 496 с.
123. Скидки, бонусы, премии, надбавки: экономическое обоснование, правовое регулирование, бухгалтерский и налоговый учет/ Касьянова Г. Ю. Москва: АБАК, 2010. 80 с.
124. Сорокина Т. С. Система дистрибуции: Инструменты создания конкурентного преимущества. Москва. 2015, 150 с.
125. Сосна Б., Арсени И. Правовое регулирование дистрибьюторского договора в РМ. В: Национальный юридический журнал: теория и практика. Кишинэу, 2014 , № 1, с.35-37.
126. Сосна С.А. Франчайзинг. Коммерческая концессия / Сосна С. А., Васильева Е.Н. Москва: ИКЦ «Академ книга», 2005. 375 с.
127. Степанчикова Ю. С., Борель Ю. С. Дистрибьюторский договор как форма построения товарно-сбытовой сети за рубежом: правовая природа, вопросы терминологии, практика применения. В: Актуальные проблемы международного публичного и международного частного права : сб. науч. тр. / Белорус. гос. ун-т ; отв. ред.: Бабкина Е. В., А. Е. Вашкевич. Минск, 2011, с. 193–205.

128. Степанчикова Ю. С., Борель, Ю. С. Правовое регулирование дистрибьюторского договора. В: Научные стремления – 2010 : сб. материалов Респ. науч.-практ. молодеж. конф. с междунар. участием, Минск, 1–3 нояб. 2010 г. : в 2 ч. / НАН Беларуси, Совет молодых ученых НАН Беларуси ; редкол.: В. В. Казбанов [и др.]. Минск, 2010. – Ч. 1, с. 132–135.
129. Статуты штата Флорида) // <http://www.flsenate.gov/Laws/Statutes/2012/Title34/#Title34> (посещен .11.09.2016)
130. Степанчикова Ю. С., Борель, Ю. С. Дистрибьюторский (дилерский) договор: тенденции квалификации. Беларусь в современном мире :В: материалы IX Междунар. науч. конф., посвящ. 89-летию образования Белорус. гос. ун-та, Минск, 29 окт. 2010 г. Белорус. гос. ун-т ; редкол.: В. Г. Шадурский [и др.]. Минск, 2010, с.101 -104.
131. Степанчикова Ю.С. Дистрибьюторский договор как форма построения товарно-сбытовой сети за рубежом: правовая природа, вопросы терминологии, практика применения. Актуальные проблемы международного публичного и международного частного права. В: сборник научных трудов. Выпуск 3: Беларусь: БГУ, 2011, с. 193-205
132. Стригунова Д. П. Проблемы правового регулирования международного дистрибьюторского договора. В: Современное право: Москва, 2015, № 2, с.134-139.
133. Табан И. Проблемы правового регулирования договора дистрибьюции в гражданском законодательстве Республике Молдова. In: Buletinul științific al Universității de Stat „Bogdan Petriceicu Hașdeu” din Cahul. Cahul, 2015, №. 2 (2), p.38-44.
134. Табан И. Теоретико-правовые особенности регулирования договора дистрибьюции в Республике Молдова. В: Сборник научных трудов международной научно-практической конференции: «Роль современной науки в формировании гражданского общества». Том II, Московская академия экономики и права: Тирасполь , 2016, с.188-195.
135. Татарская Е.В. Непоименованные и смешанные договора. В: Российская юстиция. 2007, №4, с. 8-13.
136. Типовой дистрибьюторский контракт МТП. Монопольный импортер-дистрибьютор. Публикация № 646 Е. Серия: "Издания международной торговой палаты". 2-е изд. на рус. и англ. яз. Москва: Консалтбанкир, 2005.144с.
137. Толочко О. Н. Международное экономическое право и имплементация его норм в национальное законодательство (на примере Республики Беларусь). С-Петербург.: СКФ «Россия-Нева», 2012. 320 с.
138. Торговый кодекс Республики Гватемала) // [http://www.registromercantil.gob.gt/regulaciones/DECRETO-2-70\[Codigo- Comercio\].pdf](http://www.registromercantil.gob.gt/regulaciones/DECRETO-2-70[Codigo- Comercio].pdf) (посещен 11.09.2016)

139. Торговый кодекс Республики Колумбия №410 от 1971 года // [http://www.camaradorada.org.co/documentos/Codigo % 20Comercio.pdf](http://www.camaradorada.org.co/documentos/Codigo%20Comercio.pdf) (посещен 11.09.2016)
140. Тынянов М. А. Управление развитием дистрибьюторской деятельности в современных экономических системах. Дисс. канд. экон. наук. Москва, 2008. 21 с.
141. Тюрина С. А. Признаки акцессорности в договорах организационного характера // В: Труды института государства и права РАН. 2008, № 4, с.193-204.
142. Улугова К. Э. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в сфере дистрибуции: частноправовой и публично-правовой аспекты. Автореф. дисс. канд. юрид. наук. Москва, 2015. 22 с.
143. Ульянищев В. Г. Понятие и классификация частноправовых договоров. Москва, 1994. 34 с.
144. Улугова К. Э. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в сфере дистрибуции: частноправовой и публично-правовой аспекты. Автореф. дисс. канд. юрид. наук. Москва, 2015. 23 с.
145. Халабуденко О. Имущественные права. Книга 2. Обязательственное право. Междунар. независимый ун-т Молдовы. Кишинэу: Типogr. „Elan Poligraf”, 2014. 488с.
146. Халабуденко О. Договор как юридическая конструкция в фокусе предмета гражданского права. В: Закон и жизнь, Кишинэу, № 11, 2008, с.18-29.
147. Федеральный закон РФ «О техническом осмотре транспортных средств №170-ФЗ » от 01.07.2011 (принят ГД ФС РФ 15.11.2011). В: Собрание законодательства РФ №27 от 04.07.2011.
148. Филипенко А. С. Экономика зарубежных стран / Под ред. Вергун В.А., Бураковский И.В. и др. – 2-е изд. Москва: Просвещение, 1998. 218 с.
149. Функ Я. И. Право международной купли-продажи товаров и торгового посредничества: Минск: Дикта, 2005. 296с.
150. Шмиттгофф К. М. Экспорт: право и практика международной торговли / Пер. с англ. Москва: Юридическая литература, 1993. 512 с.

III. Список литературы на английском языке

151. Bartels Robert. The History of Marketing Thought. Columbus, Ohio. 1988.
152. Bortilotti F. Drafting and Negotiating International Commercial Contracts. ICC The World Business Organization ICC publication №671, 2008. 411 p.
153. Friedman Walter A. Birth of a salesman: the transformation of selling in America / Walter A. Friedman. 2004.

154. Commission Regulation (EU) N 330/2010 of the 20 April 2010 on the application of the Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices [Electronic recourse]. Access to European Union Law. (посещен 16.09.2016)
155. Eric H. Shaw D.G. Brian Jones Paula A. McLean. The early thought of marketing thought // Barbara Stern, Michael Saren, Mark Tadajewski. The SAGE Handbook of Marketing Theory. London. 2010.
156. Honore A. M. "Ownership". In Oxford essays in jurisprudence. Ed. by Guest A. W. (Oxford, 1961). p.112–128.

IV.Список литературы на немецком языке

157. Fesenmair G. Markenartikel und selektive Vertriebs systemeim Onlinevertrieb, GRUR-Prax 2013. 360 s.

Пояснительная записка

к проекту Закона «О дистрибьюторской деятельности» и проекту Закона о внесении изменений в некоторые законодательные акты

Соглашение об ассоциации между Республикой Молдова и Европейским союзом в Разделе 5 «Торговля и вопросы, связанные с торговлей» закрепило основные стимулы для экономического роста и модернизации всей экономики Республики Молдова. Данный документ предусматривает либерализацию торговли путем устранения технических и процедурных барьеров в сфере торговли товарами, а также путем принятия упрощенных правил для инвестиций и услуг. В рамках указанного соглашения стороны договорились о принятии Республикой Молдова европейских норм и стандартов в целях более углубленной интеграций с европейским рынком. В частности сторонами достигнута договоренность о развитии новых и современных форм торговли, распределений и сбыта товаров, предоставления услуг и инвестиционного потока.

Одной из современных форм торговли широко применяемой на территориях Республики Молдова является *дистрибьюторская деятельность*.

О необходимости развития дистрибьюторской деятельности в Республике Молдова отмечается в Стратегии развития внутренней торговли в Республике Молдова на 2014-2020 годы. В этой связи отмечается, «что Республика Молдова являясь аграрной страной необходим выбор более эффективных каналов интенсивной дистрибьюции продовольственных товаров». В частности, в Стратегии одной из задач совершенствования дистрибьюторской деятельности в области сбыта сельскохозяйственной продукции выступает модернизация и внедрения наиболее эффективных форм дистрибьюции агропродовольственной продукции. Также в Стратегии отмечается положительная сторона такого вида торговой деятельности, поскольку оптовики – дистрибьюторы практикуют доставку продуктов на «дом», в том числе сельскохозяйственных (заказ по телефону), что в большой степени уменьшает расходы производителей и розничных продавцов. В этом контексте делается вывод, что «поощрение наиболее эффективных форм дистрибьюции товаров» позволит интегрировать рынок Молдовы на единый европейский рынок, а также будет способствовать привлечению партнеров из Европейского союза.

В настоящее время роль дистрибьюторской деятельности в торговом обороте весьма велика, поскольку именно дистрибьюторы обеспечивают своевременное распределение товаров от крупных производителей к более мелкой розничной сети. Сегодня торговый оборот без данных субъектов не возможен, так как дистрибьюторы обеспечивает постоянное присутствие всего ассортимента товаров в розничной сети и оперативного распределения более крупных партии товаров на более мелкие.

С экономической точки зрения важной задачей для производителя является правильный выбор партнера – дистрибьютора, поскольку именно от него кардинально зависит объем продажи товаров и присутствия данных товаров в розничной сети.

Анализ мирового опыта показывает, что договорная модель дистрибуции, основанная на конструкции дистрибьюторского соглашения, является одной из наиболее адаптированных к решению задач сбыта и продвижения товаров на новые рынки. Данная форма предпринимательской деятельности позволяет производителю обеспечить максимально возможную в существующих в конкретный период времени рыночных условиях представленность товаров на соответствующем рынке без значительных капиталовложений и одновременно спрогнозировать объемы производимой продукции. Это происходит за счет возможности экономии оборотных средств производителя и совместного с дистрибьютором прогнозирования спроса, что гарантирует производителю возможность обеспечить большую стабильность финансовых и операционных ресурсов и денежных потоков, в отличие от организации сбыта и продвижения, производимых им товаров своими силами и за счет собственных или заемных средств.

Таким образом, рассматривая дистрибьюторскую деятельность как экономическую категорию, следует отметить, что такая деятельность представляет собой систему сложного и комплексного правоотношения, направленного на распределение и сбыт товаров производителя или поставщика на определенных договорных условиях.

Действующее законодательство Республики Молдова не предусматривает специального и комплексного правового регулирования дистрибьюторской деятельности.

Республика Молдова является далеко не единственным государством, в котором отсутствует закрепление норм о дистрибьюторской деятельности в действующем 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 различных законодательных актах Республики Молдова законодатель использует такие категории как «дистрибьютор», «дистрибьюторская сеть», «дистрибьюторская цепь», но не раскрываются их содержание.

Можно отметить ряд законодательных актов, в которых содержатся нормы, касающиеся дистрибьюторской деятельности, среди которых следует выделить:

1. Закон РМ «О защите прав потребителей» №105 от 13.03.2003г. – является центральным законодательным актом, устанавливающим основы правового регулирования защиты прав потребителей и, в частности, устанавливает обязанности производителей, исполнителей, продавцов и *дистрибьюторов* в области защиты прав потребителей. Следует особо отметить, что указанный закон в ст. 1 дает понятие «дистрибьютор», согласно которой «дистрибьютор - это хозяйствующий субъект дистрибьюторной цепи, иной, чем производитель или импортер, который поставляет товары на рынок и обеспечивает перевод собственности от них, от производителя к потребителю». Из указанного определения непонятно, в качестве кого выступает дистрибьютор, в качестве посредника или самостоятельного продавца, продает ли он сам приобретенные товары от своего имени, или представляет интересы импортера или производителя.

Также в определении «дистрибьютор» законодатель использует словосочетание «дистрибьюционная цепь» и опять же не раскрывает его содержание. Таким образом, получается законодательный пробел, то есть не понятно, что это такое. В связи с этим возникает необходимость уточнения и законодательного закрепления.

2. Закон РМ «О пищевых продуктах» №78 от 18.03.2004г. лишь упоминает о понятии «дистрибьютор». Так, в ч. (7) ст. 14 данного закона указано, что этикетка пищевых продуктов должна содержать обязательную информацию, включающую следующие сведения: 1) наименование пищевого продукта; 2) состав ингредиентов пищевого продукта; 3) масса или объем продукта; 4) дата изготовления и срок годности продукта; 5) порядок и условия хранения продукта; 5) инструкция по использованию продукта; 6) идентификационные данные относительно партии продукта; 7) наименование и адрес производителя или импортера, *дистрибьютора*; 8) страна изготовитель или страна происхождения. Из данного перечня становится ясным, что законодатель опять же использует дефиницию «дистрибьютор», но никак не раскрывает её содержание.

3. Закон РМ «Об общей безопасности пищевых продуктов» №422 от 22.12.2006г., в ст. 2 содержит понятие «дистрибьютора», согласно которой «дистрибьютор - это любой хозяйствующий субъект, участвующий в процессе размещения/предоставления продукции, чья деятельность не влияет на безопасность продукции». Из данного

определения становится понятным, что в этом законе используется иное определение, которое вовсе не раскрывает содержание дефиниции «дистрибьютор», то есть мы видим, что законодатель в разных законах использует разные определения «дистрибьютора». В связи с этим возникает необходимость разработки и применения единого унифицированного понятия дистрибьютора путем закрепления этого определения в специальном отдельном законе, который будет регламентировать единый комплекс дистрибьюторских отношений.

Помимо вышеуказанного в ст. ст. 3, 6 и 7 данного закона устанавливаются обязанности дистрибьютора.

4. Закон РМ «Об аккредитации и оценке соответствия» №235 от 01.12.2011г., в ст. 2 предусматривает понятие «дистрибьютор» - это любое юридическое или физическое лицо цепи поставки, кроме производителя или импортера, поставляющее товары и продукцию на рынок. Из данного определения становится понятным, что законодатель выделяет дистрибьютора в качестве самостоятельного участника торговли и тем подчеркивает, что дистрибьютор не является импортером или производителем. В статье 29 вышеуказанного закона также закреплены основные обязанности дистрибьютора.

5. Закон РМ «О производстве и обороте этилового спирта и алкогольной продукции» №1100 от 30.06.2000г. не предусматривает понятие «дистрибьюторская деятельность», а предусматривает термин «дилерская деятельность». Так п. d) ч. (3) ст. 13 Закона РМ «О производстве и обороте этилового спирта и алкогольной продукции» №1100 от 30.06.2000г. устанавливает, что «хозяйствующий субъект, испрашивающий лицензию, дополнительно к документам, предусмотренным Законом « О лицензировании отдельных видов деятельности» №451 от 30 июля 2001 года, должен представить: «копию разрешения, по меньшей мере, одного производителя на осуществление оптовой реализации алкогольной продукции в режиме *дилерской деятельности* - для хранения и оптовой реализации отечественной алкогольной продукции через специализированные склады». Мы видим, что законодатель использует понятие «дилерская деятельность», но опять, же не раскрывает его правовое содержание.

6. Закон РМ «О винограде и вине» №57 от 10.03.2006г. - в п е) ч.(3) ст. 25 предусматривает, что «этикетка или потребительская упаковка должна содержать, наименование и адрес упаковщика и *дистрибьютора*. Однако не раскрывает понятие дистрибьютора в рамках осуществления им деятельности в области реализации и сбыта винодельческой продукции. Следует отметить, что в ст. 2 данного закона предусматривается понятие *винодельческое предприятие* – в качестве, которого могут выступать физические и юридические лица осуществляющее не менее одной из

следующих видов деятельности: производство, хранение, розничную торговлю, винами и винной продукцией. Из данного определения становится ясно, что законодатель предусматривает понятие дистрибьютора в сфере реализаций винной продукции, но даже не рассматривает данного субъекта торговли как винодельческое предприятие.

7. Закон РМ «О фармацевтической деятельности» № 1456 от 25.05.1993г. в ч.(1) ст. 20¹ предусматривает, что «лекарства, другая фармацевтическая продукция и парафармацевтические изделия распределяются через оптовую и розничную дистрибьюторскую сеть». Но опять, же законодатель ввел понятие «дистрибьюторская сеть» но не раскрыл его понятийного содержания.

8. Закон РМ «Об энергетике» №1525 от 19.02.1998г. в ст.13¹ также упоминает понятие «дистрибьютор», но не раскрывает его содержание.

9. Кодекс РМ «О правонарушениях» №218 от 24.10.2008г. в п. с) ч. (1) ст. 344 предусматривает ответственность дистрибьютора за совершение правонарушения в области нарушения требований безопасности продукции.

Анализ действующего законодательства показал, что отсутствие законодательного регулирования такого вида торговой деятельности как *дистрибьюторская деятельность*, приводит к не единообразному пониманию и квалификации дистрибьюторских правоотношений. В связи с этим возникает необходимость разработки и применения единого унифицированного специального закона, который будет регламентировать единый комплекс дистрибьюторских отношений.

В настоящее время существует проблема имплементации норм регулирующих дистрибьюторскую деятельность в правовую систему Республики Молдова, поскольку в международном праве нет норм, которые регламентировали бы данный вид торговой деятельности. Другими словами, можно сказать, что для имплементации норм международного права, регулирующих дистрибьюторскую деятельность, необходимо, чтоб такая норма содержалась в международном праве. В международном праве отсутствуют нормы императивного права, которые бы регламентировали правовое регулирование дистрибьюторской деятельности, в результате чего возникает проблема заимствования норм регулирующих дистрибьюторскую деятельность в правовую систему Республики Молдова.

Необходимость наличия специального правового регулирования дистрибьюторской деятельности, позволит защитить специфические права дистрибьютора и поставщика, упорядочит применение норм о дистрибьюторской деятельности, а также позволит единообразно квалифицировать и применять нормы о дистрибьюторском договоре судами.

Следует особо подчеркнуть, что в целях единообразного применения и толкования норм о дистрибьюторской деятельности, как в международной, так и в национальной правоприменительной практике, а также обеспечения защиты прав участников данных правоотношений, предлагаем принять специальный унифицированный документ – Закон «О дистрибьюторской деятельности», что позволит устранить все коллизии и разносторонние толкования данного вида торговой деятельности, и создать фундаментальную базу для регламентирования всех вопросов, связанных с дистрибьюторской деятельностью в целом. Такой унифицированный законодательный акт создаст благоприятную правовую среду для международного и национального коммерческого оборота, поскольку суды, разрешая дела, связанные с правоотношениями, вытекающих из дистрибьюторских отношений, в частности, с участием сторон разной государственной принадлежности, будут руководствоваться данным документом и не будут применять аналогию права или аналогию законодательства, и тем самым создастся баланс в правоприменении.

Предложенный проект закона определяет правовые основы дистрибьюторской деятельности в Республике Молдова, понятие и предмет дистрибьюторской деятельности, а также субъектов дистрибьюторских отношений, их права, обязанности и ответственность. Представленный проект также вводит такие понятия как *дистрибьюторская деятельность, дистрибьюторская цепь, дистрибьюторский договор, дистрибьюторские услуги, субъекты дистрибьюторской деятельности, договорная территория, гарантированный объем продаж, ретро бонус, эксклюзивные права.*

Проект закона направлен на покрытие и устранение всех недостатков в практике и внедрения европейских стандартов и является одним из первых законодательных актов на европейском пространстве, который учитывает все необходимые аспекты, касающиеся правового регулирования дистрибьюторской деятельности.

Отдельно проект закона создает правовые механизмы и предпосылки для реализации и защиты прав и законных интересов субъектами дистрибьюторской деятельности, поскольку анализ показывает, что отсутствие законодательного регулирования дистрибьюторской деятельности приводит к незнанию субъектами данных правоотношений своих прав и обязанности, что влечет негативные правовые последствия.

Утверждение проекта требует внесение определенных изменений в гражданское законодательство и законодательство по регулированию внутренней нормативной базы.

С учетом выше указанного, предлагаем на утверждение проект Закона «О дистрибьюторской деятельности».

Республика Молдова

ПАРЛАМЕНТ

Закон № _____ - от _____ 20__

«О дистрибьюторской деятельности»

Парламент принимает настоящий органический закон.

ГЛАВА I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 1. Цель настоящего закона

Настоящий закон определяет правовые основы дистрибьюторской деятельности в Республике Молдова, понятие и предмет дистрибьюторской деятельности, а также субъектов дистрибьюторских отношений, их права, обязанности и ответственность.

Статья 2. Правовое регулирование

(1) Дистрибьюторская деятельность и смежные отношения регулируются Гражданским кодексом, настоящим законом и другими нормативными актами.

(2) Если международным соглашением, одной из сторон которой является Республика Молдова, в области дистрибьюторской деятельности установлены нормы, отличающиеся от норм предусмотренных настоящим законом, то применяются нормы международного соглашения.

Статья 3. Основные понятия

В целях настоящего закона следующие понятия употребляются в значении:

дистрибьюторская деятельность - это вид оптовой деятельности, в соответствии с которой поставщик (производитель) продает произведенные или закупленные им товары дистрибьютору (субдистрибьютору) для дальнейшей перепродажи этих товаров розничным продавцам.

дистрибьюторская цепь - это совокупность действий дистрибьютора, направленных на приобретение товаров у производителя или импортера с целью дальнейшей поставки (перепродажи) данных товаров розничным продавцам.

дистрибьюторский договор - это соглашение, на основании которого, одна сторона (поставщик), обязуется поставлять произведенные или приобретенные им товары, другой стороне (дистрибьютору, субдистрибьютору), а дистрибьютор (субдистрибьютор) обязуется приобретать товары в собственность, и за свой счет и от своего имени, перепродавать товары путём оказания дистрибьюторских услуг поставщику в целях сохранения его деловой репутации и укрепления его положения на товарном рынке.

дистрибьюторские услуги - это система действий дистрибьютора (субдистрибьютора) направленных на расширение торговой сети, поддержание и увеличение объема реализуемых товаров, организация и обеспечение логистикой и доставкой товаров в розничную сеть, обеспечение рекламными и информационными ресурсами розничных продавцов и потенциальных потребителей.

субъекты дистрибьюторской деятельности – это хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговую деятельность в качестве поставщиков, дистрибьюторов и субдистрибьюторов.

договорная территория – это территория, в границах которой дистрибьютор или субдистрибьютор вправе осуществлять продажу товаров поставщика. В качестве территорий выступают государство, автономно - территориальные образования, районы, муниципии и города.

гарантированный объем продаж - это валовый объем продажи товаров за определенный период времени, за исполнение которого поставщик предоставляет дистрибьютору ретро бонусы.

ретро бонус- это денежная премия, установленная в процентом соотношении и выплачиваемая поставщиком дистрибьютору в случае выполнения дистрибьютором оговоренного гарантированного объема продаж или закупки определенного количества товаров.

эксклюзивные права – это единоличное право предоставляемое поставщиком дистрибьютору на продажу и продвижение товаров на всей договорной территории.

Статья 4. Виды дистрибьюторской деятельности

(1) Настоящий закон применяется к следующим видам дистрибьюторской деятельности:

а) эксклюзивная дистрибьюторская деятельность – предоставляет поставщику право поставлять товары одному единственному дистрибьютору в пределах одной территории;

в) выборочная дистрибьюторская деятельность - предоставляет поставщику право выбирать дистрибьютора по определенным критериям.

с) дистрибьюторская деятельность исключительной продажи - означает обязанность дистрибьютора приобрести товар у поставщика или производителя указанного поставщиком.

Статья 5. Субъекты дистрибьюторской деятельности

Субъектами дистрибьюторской деятельности выступают:

а) *поставщик* - это хозяйствующий субъект производящий товары или импортирующих их для дальнейшей продажи дистрибьютору (субдистрибьютору). В качестве поставщика могут выступать физическое или юридическое лицо: а) Республики Молдова заключившее дистрибьюторский договор с национальным или местным дистрибьютором (субдистрибьютором); б) иностранного государства, заключившего дистрибьюторский договор с национальным дистрибьютором (дистрибьютором).

б) *дистрибьютор* – это хозяйствующий субъект, осуществляющий предпринимательскую деятельность путем продажи товаров, приобретенных у поставщика для дальнейшей перепродажи их субдистрибьюторам и розничным продавцам, а также оказывающий услуги по продвижению товаров поставщика. В качестве дистрибьютора могут выступать физическое или юридическое лицо: а) Республики Молдова заключившее дистрибьюторский договор с национальным или иностранным поставщиком; б) иностранного государства, заключившего дистрибьюторский договор с национальным поставщиком.

в) *субдистрибьютор* - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющее коммерческую деятельность, которые заключили субдистрибьюторский договор с дистрибьютором на продажу товаров третьим лицам, а также по поручению

дистрибьютора оказывают дополнительные услуги в целях продвижения товаров поставщика на договорной территории.

ГЛАВА II. ДИСТРИБЬЮТОРСКИЙ ДОГОВОР

Статья 6. Правовая форма дистрибьюторских отношений.

Правовой формой дистрибьюторских отношений выступает дистрибьюторский договор, заключенный между поставщиком и дистрибьютором и субдистрибьюторский договор, заключенный между дистрибьютором и субдистрибьютором в соответствии с требованиями настоящего закона и гражданского законодательства.

Статья 7. Дистрибьюторский договор

(1) Дистрибьюторский договор должен содержать:

- а) стороны договора;
- б) предмет дистрибьюторского договора;
- в) срок действия договора;
- г) общая сумма договора;
- д) порядок и сроки осуществления расчетов по договору;
- е) условия, порядок и сроки поставки;
- ж) территория на которой дистрибьютор будет осуществлять деятельность, если иное не предусмотрено соглашением сторон;
- з) порядок взаимодействия сторон в рамках дистрибьюторского договора;
- и) порядок осуществления заказов;
- к) условия о таре и упаковке;
- л) условия об использовании товарных знаков и фирменных наименований поставщика;
- м) условие о предоставлении дистрибьютору ретро бонусов;
- н) условие о выполнении гарантированного объема продаж дистрибьютором;
- о) права и обязанности сторон;
- п) ответственность сторон по договору;
- р) порядок разрешения споров, рекламации и претензий;
- с) порядок изменения, продления и расторжения договора;
- т) местонахождение, банковские реквизиты и подписи сторон;
- у) иные условия предусмотренные соглашением сторон и не противоречащие действующему законодательству.

(2) Предметом дистрибьюторского договора выступают действия поставщика по поставке дистрибьютору произведенных или приобретенных им товаров и совокупность действий дистрибьютора, направленных на реализацию за свой счет и от своего имени данных товаров третьим лицам на договорной территории.

(3) Дистрибьюторский договор вступает в силу со дня его подписания, если иное не предусмотрено соглашением сторон.

(4) Дистрибьюторский договор заключается на срок не менее одного года со дня вступления его в силу.

Статья 8. Право собственности на товары

(1) Право собственности на товары переходят от поставщика дистрибьютору в момент приема – передачи.

(2) Риск случайной гибели, утраты или повреждения товаров переходят к дистрибьютору в момент передачи, если договором не предусмотрено иное.

(3) В целях обеспечения сохранности товаров при перевозке, поставщик обязуется обеспечить за свой счет страхование товаров от всех рисков.

Статья 9. Взаимоотношение сторон по дистрибьюторскому договору

(1) Взаимоотношения сторон по дистрибьюторскому договору никаким образом не создают совместного предприятия, товарищества или агентских отношений.

(2) Дистрибьютор считается самостоятельной и независимой стороной и осуществляет реализацию и продвижение товаров поставщика от своего имени и за свой счет. Поставщик не вмешивается в деятельность дистрибьютора, равно как дистрибьютор не вмешивается в деятельность поставщика.

(3) Дистрибьютор не вправе действовать от имени и в интересах поставщика, если такое право не предусмотрено прямо дистрибьюторским договором.

(4) Дистрибьютор самостоятелен в установлении цен на реализуемые товары, выборе субдистрибьюторов и иных продавцов в пределах договорной территории, если иное не предусмотрено дистрибьюторским договором.

Статья 10. Субдистрибьюторский договор

(1) Субдистрибьюторский договор – это соглашение на основании, которого одна сторона (дистрибьютор) обязуется продавать другому лицу (субдистрибьютору) приобретенные у третьего лица (поставщика) товары, а субдистрибьютор обязуется реализовывать данные товары от своего имени и за собственный счет, также выполнять иные дополнительные услуги по поручению дистрибьютора на договорной территории в целях продвижения товаров.

(2) Дистрибьютор вправе заключать субдистрибьюторский договор, если это прямо предусмотрено дистрибьюторским договором и с письменного согласия поставщика. В письменном согласии поставщик указывает срок действия субдистрибьюторского договора и территорию, на которой вправе осуществлять деятельность субдистрибьютор.

(3) В отношении субдистрибьюторского договора действуют положения, применяемые к дистрибьюторскому договору в соответствии с настоящим законом, если иное не предусмотрено субдистрибьюторским договором.

(4) Субдистрибьюторский договор должен содержать сведения относительно дистрибьюторского договора и согласие поставщика на заключение субдистрибьюторского договора.

(5) При заключении субдистрибьюторского договора дистрибьютор сохраняет ответственность перед поставщиком.

(6) Субдистрибьюторский договор не может превышать срока действия дистрибьюторского договора.

(7) Последующее заключение субдистрибьюторского договора не разрешается.

Статья 11. Эксклюзивный и неэксклюзивный дистрибьюторский договор.

(1) Эксклюзивный дистрибьюторский договор - это соглашение, по которому одна сторона (поставщик) предоставляет другой стороне (дистрибьютору) исключительное право единолично реализовывать и продвигать товары на всей договорной территории, а поставщик обязуется не реализовывать товары самостоятельно или с участием третьих лиц, а также не заключать аналогичных дистрибьюторских договоров в пределах договорной территории.

(2) Эксклюзивность должна быть прямо предусмотрена в дистрибьюторском договоре.

(3) Дистрибьюторский договор, не предусматривающий условия об эксклюзивности, считается неэксклюзивным.

(4) Дистрибьюторский договор, содержащий условия о реализации товаров, оказаний услуг, выполнения работ определенной категорий покупателей или исключительно покупателям имеющих местонахождение в пределах договорной территории считается ничтожным.

Статья 12. Международный дистрибьюторский договор.

(1) Международный дистрибьюторский договор - это соглашение между дистрибьютором и поставщиком имеющих принадлежность к разным государствам, на основании которого дистрибьютор организует, сбыт и продвижение товаров поставщика в течение определенного срока на территории другого государства.

(2) Международный дистрибьюторский договор в обязательном порядке должен содержать условия:

а) о перечне договорных товаров, которых дистрибьютор будет продвигать, и реализовывать на договорной территории;

в) о территории, на которой дистрибьютор будет осуществлять продажу и продвижение товаров поставщика

с) о цене товаров, об объеме продаж, об использовании товарных знаков и фирменного знака поставщика и рекламе товаров поставщика.

(3) Стороны международного дистрибьюторского договора могут предусмотреть и иные условия указанные в настоящем законе.

(4) При заключении международного дистрибьюторского договора стороны должны достигнуть соглашения и урегулировать вопросы проблем применения юрисдикции и порядок применения правовых норм при наличии не урегулированных аспектов.

(5) В случае невозможности применить к условиям договора соответствующие норм права стороны должны руководствоваться общими принципами применяемых к международным дистрибьюторским соглашениям в международном торговом праве, обычаями международного торгового оборота или принципами УНИДРУА применяемых для международных коммерческих договоров.

(6) Стороны могут предусмотреть, возможность применения к международному дистрибьюторскому договору право страны одной из сторон.

Статья 13. Порядок использование товарных знаков и фирменных наименований поставщика.

(1) Поставщик предоставляет дистрибьютору право использовать товарные знаки, фирменные наименование и иные средства индивидуализаций поставщика в целях подтверждения подлинности и рекламирования товаров, предусмотренных дистрибьюторским договором, и только в интересах поставщика.

(2) Дистрибьютор обязан в пределах договорной территории или вне ее не регистрировать и не допускать регистрации товарных знаков, фирменных наименований и иных средств индивидуализации поставщика третьими лицами.

(3) По истечении срока действия или расторжения дистрибьюторского договора дистрибьютор утрачивает право на товарные знаки, фирменные наименования и иные средства индивидуализации поставщика. В данном случае дистрибьютор праве реализовать оставшиеся запасы товаров под торговым знаком поставщика.

(4) Дистрибьютор обязан уведомлять поставщика о любом нарушении исключительного права на использование его товарных знаков, фирменных наименований или иных способов индивидуализации на договорной территории.

Статья 14. Заключение, изменение и расторжение дистрибьюторского договора.

(1) Дистрибьюторский договор заключается, изменяется и расторгается согласно закону.

(2) Дистрибьюторский договор считается заключенным, если сторонами достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора согласно положениям настоящего закона.

(3) Дистрибьюторский договор может быть изменен по обоюдному согласию сторон либо на основании решения судебной инстанции.

(4) Дистрибьюторский договор, может быть, расторгнут по следующим основаниям:

а) в случае существенного нарушения одной из сторон условий дистрибьюторского договора;

в) в случае реорганизации или ликвидации одной из сторон договора либо в случае изменения состава органов управления или учредителей одной из сторон, либо начала в отношении одной из сторон процедуры несостоятельности (банкротства).

с) в случае, если поставщик не согласен с ценовой политикой дистрибьютора или торговой наценкой на товары.

(5) При расторжении дистрибьюторского договора дистрибьютор обязуется:

а) передать поставщику остатки непроданных товаров или передать непроданные товары лицу указанному поставщиком, в этом случае дистрибьютор за свой счёт осуществляет передачу остатков товаров и не должен препятствовать и не удерживать данные товары;

в) оплатить стоимость неоплаченных товаров, находящихся у него, и объем непроданного товара из общего товарооборота исключается на который не начисляются бонусы.

(6) Стороны вправе расторгнуть или изменить дистрибьюторский договор путем направления письменного уведомления за 30 дней до предстоящего изменения или расторжения договора.

Статья 15. Отказ от исполнения дистрибьюторского договора.

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

ГЛАВА III. ПРАВА, ОБЯЗАННОСТИ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН.

Статья 16. Права и обязанности поставщика.

(1) Поставщик обязан:

а) поставлять и обеспечивать дистрибьютора товарами в количестве и ассортименте согласно поданным заявкам;

- в) передавать товары в собственность дистрибьютору для их дальнейшей перепродажи третьим лицам;
 - с) в период срока действия эксклюзивного дистрибьюторского договора отказаться от самостоятельного распространения, продажи и продвижения, произведённых или закупленных товаров, а равно заключать дистрибьюторские договоры с другими дистрибьюторами на договорной территории;
 - д) обеспечивать гибкое ценообразование на продаваемые товары и гарантировать установленные дистрибьюторским договором цены;
 - е) информировать дистрибьютора в письменной форме в случае повышения или снижения цен на товары;
 - ф) предоставлять дистрибьютору всю необходимую документацию на товар, сертификаты и иные разрешительные документы;
 - г) оказывать дистрибьютору всяческое содействие в продвижении товаров на договорной территории;
 - h) гарантировать качество товаров и соответствие рекламных материалов всем требованиям действующего законодательства, спецификаций технологии производства товаров;
 - і) исключать нарушение договорной территории, в том числе со стороны других дистрибьюторов или продавцов;
 - ї) исполнять в установленный дистрибьюторским договором срок заявки дистрибьютора и необоснованно не отказывать в исполнении заявки за исключением форс-мажорных обстоятельств;
 - ј) отвечать в порядке и в сроки, установленные дистрибьюторским договором, на все жалобы, рекламации и претензии, поступившие в адрес дистрибьютора относительно качества произведенных товаров;
 - к) устранить все дефекты и недостатки товара, вызванные производственно – технологическими и сырьевыми ошибками;
 - l) принять и списать все некачественные товары в порядке и сроки, предусмотренные дистрибьюторским договором;
 - m) соблюдать конфиденциальность информации, ставшей известной в рамках исполнения дистрибьюторского договора, в том числе после прекращения договорных обязательств;
 - n) возместить причиненный ущерб за неисполнение или ненадлежащее исполнение в порядке и сроки, установленные дистрибьюторским договором, в том числе неустойку и другие штрафные санкции;
 - о) дистрибьюторским договором могут быть предусмотрены иные обязанности поставщика не противоречащие действующему законодательству.
- (2) Поставщик вправе:
- а) беспрепятственно поставлять и реализовывать товары вне договорной территории, даже если покупатели имеют, целью реализовывать товары на договорной территории, в этом случае поставщик обязан воздержаться от активной поддержки таких продаж, чтоб не нарушить эксклюзивные права дистрибьютора;
 - в) не применять к дистрибьютору систему скидок в случае не исполнения им обязательств по оплате товара в срок и не выполнения минимального объема продаж;
 - с) в любое время через своего уполномоченного представителя проверять деятельность торговых представителей дистрибьютора, уровень продаж, ситуацию на

товарном рынке, отзывы оптовых и розничных продавцов, наличие остатков товара на складах дистрибьютора, наличие всех ассортиментов и необходимого количества товара в торговых точках на договорной территории;

d) вправе в любое время прекратить договорные отношения в порядке и сроки предусмотренные договором, а также в случаях, прямо предусмотренных действующим законодательством;

e) рассматривать все возникающие споры, связанные с исполнением дистрибьюторского договора путём переговоров, а в случае не достижения компромисса могут обратиться в компетентную судебную инстанцию.

f) дистрибьюторским договором могут быть предусмотрены иные права поставщика не противоречащие действующему законодательству.

Статья 17. Права и обязанности дистрибьютора.

(1) Дистрибьютор обязан:

a) принимать поставляемые поставщиком товары;

b) приобретать товар у поставщика для дальнейшей реализации на договорной территории оптовым и розничным продавцам;

c) прилагать максимальные и эффективные усилия в целях маркетинга и увеличения объема продаж товаров на договорной территории;

d) соблюдать договорную территорию распространения товаров и не нарушать ее;

e) принимать и оплачивать товары в порядке и сроки, оговоренные дистрибьюторским договором;

f) уважать права дистрибьютора относительно соблюдения коммерческой тайны, которая стала известна в рамках исполнения дистрибьюторского договора;

g) рекламировать товары поставщика, таким образом, чтоб они соответствовали имиджу и маркетинговой политике поставщика;

h) соблюдать установленный дистрибьюторским договором гарантированный объем продажи товаров;

i) прилагать все усилия в целях достижения качественного представления товаров поставщика и постоянно обеспечивать необходимый объем товаров у оптовых и розничных продавцах, строго соблюдать условия хранения, транспортировки и доставки товаров оптовым и розничным продавцам, исключая поставку некачественных и не безопасных товаров;

l) получить все необходимые разрешения или лицензии, необходимые для исполнения условий, связанных с дистрибьюторским договором;

l) приостановить реализацию и изъять из торгового оборота товары, на которые имеются соответствующие сертификаты соответствия, но признанные некачественными;

m) возместить причиненный ущерб за неисполнение или ненадлежащее исполнение в порядке и сроки, установленные дистрибьюторским договором, в том числе неустойку и другие штрафные санкций.

n) дистрибьюторским договором могут быть предусмотрены иные обязанности дистрибьютора не противоречащие действующему законодательству.

(2) Дистрибьютор вправе:

a) вправе самостоятельно и по своему усмотрению организовывать реализацию товаров через дистрибьюторскую сеть оптовым и розничным продавцам на договорной территории;

в) производить, продвигать и реализовывать любую другую продукцию как конкурирующую так и не конкурирующую с товарами поставщика в пределах договорной территории;

с) самостоятельно назначать субдистрибьюторов или иных продавцов в пределах договорной территории, в этом случае дистрибьютор отвечает перед поставщиком за действия субдистрибьюторов и иных продавцов как за свои собственные;

д) самостоятельно устанавливать отпускные цены на товары в пределах, установленных условиями дистрибьюторского договора;

е) использовать товарные знаки и знаки индивидуализации поставщика в целях реализации товаров на оговоренной территории, в том числе наносить рекламу товаров поставщика на автотранспортные средства, на рекламные щиты, в торговых точках и в других, не запрещенных законом местах;

ф) вернуть поставщику некачественные товары и требовать их замены;

г) в порядке и в сроки установленные договором обращаться к поставщику с рекламациями или претензиями на качество и количество поставленных товаров;

h) в любое время прекратить договорные отношения в порядке и сроки предусмотренные договором, а также в случаях, прямо предусмотренных действующим законодательством;

i) рассматривать все возникающие споры, связанные с исполнением дистрибьюторского договора путём переговоров, а в случае не достижения компромисса могут обратиться в компетентную судебную инстанцию;

i) дистрибьюторским договором могут быть предусмотрены иные права дистрибьютора не противоречащие действующему законодательству.

Статья 18. Ответственность сторон по дистрибьюторскому договору.

(1) За невыполнение или ненадлежащее исполнение дистрибьюторского договора дистрибьютор и поставщик несут ответственность согласно настоящему закону и Гражданскому кодексу.

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

(3) В случае нарушения дистрибьютором обязанностей дистрибьюторского договора, согласованных сторонами, поставщик 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.

(4) Стороны вправе установить в дистрибьюторском договоре ответственность за нарушение договорной территории.

Статья 19. Рассмотрение споров

(1) Споры, вытекающие из дистрибьюторского и международного дистрибьюторского договора, подлежат рассмотрению компетентной судебной инстанцией в порядке, предусмотренном Гражданским процессуальным кодексом.

(2) Стороны вправе передать рассмотрение споров вытекающих из дистрибьюторского договора арбитражу в соответствии с положениями Закона «Об арбитраже» № 23 от 22 февраля 2008 года.

(3) Споры, вытекающие из международного дистрибьюторского договора, могут быть рассмотрены международным коммерческим арбитражем в порядке, предусмотренном Законом «О международном арбитраже» № 24 от 22 февраля 2008 года.

ГЛАВА IV. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ И ПЕРЕХОДНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 20. Вступление в силу настоящего закона.

(1) Настоящий закон вступает в силу со дня его опубликования.

(2) Законодательные и иные нормативные акты до приведения их в соответствие с положениями настоящего закона применяются в части не противоречащей данному закону.

Статья 21. Приведение нормативных актов в соответствие с настоящим законом.

Правительству в двухмесячный срок привести свои нормативные акты в соответствие с настоящим законом

Республика Молдова

ПАРЛАМЕНТ

Закон № _____ - от _____ 20__

о внесении изменений и дополнений
в некоторые законодательные акты

Парламент принимает настоящий органический закон.

Ст. I. – В Закон о защите прав потребителей № 105-XV от 13 марта 2003 года, внести следующие изменения и дополнения:

1. В статье 1:

дополнить статью понятием следующего содержания:

дистрибьютор – это хозяйствующий субъект дистрибьюционной сети, который приобретает товары и у производителей и импортеров за свой счет и от своего имени осуществляет дальнейшую перепродажу этих товаров розничным продавцам.

Ст. II. – В Закон о внутренней торговле №231 от 23.09.2010 года, внести следующие изменения и дополнения:

1. В статье 3:

дополнить статью понятиями следующего содержания:

дистрибьюторская деятельность – это вид оптовой деятельности, в соответствие с которой поставщик (производитель) продает произведенные или закупленные им товары дистрибьютору (субдистрибьютору) для дальнейшей перепродажи этих товаров розничным продавцам.

дистрибьютор – это хозяйствующий субъект, осуществляющий предпринимательскую деятельность путем продажи товаров, приобретенных у поставщика для дальнейшей перепродажи их субдистрибьюторам и розничным продавцам, а также оказывающий услуги по продвижению товаров поставщика.

Ст. III. – В Закон о рынке нефтепродуктов №461 от 30.07.2001 года внести следующие изменения и дополнения:

1. В статье 2:

дополнить статью понятием следующего содержания:

дистрибьютор – это хозяйствующий субъект обладающий лицензией на хранение и оптовую реализацию нефтепродуктами и сжиженным газом, а также осуществляющий хранение и оптовую реализацию через дистрибьюционную цепь нефтепродуктами и сжиженным газом розничным продавцам.

Ст. IV. – В Закон о производстве и обороте этилового спирта и алкогольной продукции» №1100 от 30.06. 2000 года, внести следующие изменения и дополнения:

1. В статье 1:

дополнить статью понятием следующего содержания:

дистрибьютор алкогольной продукции – это хозяйствующий субъект, обладающий лицензией на осуществление хранения и оптовой продажи алкогольной продукции, а также осуществляющий хранение и оптовую торговлю посредством дистрибьюционной цепи упакованной алкогольной продукцией, как произведенной в Республике Молдова, так и импортируемой, только через специализированный склад, находящийся в собственности у хозяйствующего субъекта.

Ст. V. – В Закон «О винограде и вине» №57 от 10.03.2006 года, внести следующие изменения и дополнения:

1. В статье 1:

дополнить статью понятиями следующего содержания:

винодельческое предприятие – в качестве, которого могут выступать физические и юридические лица осуществляющее не менее одной из следующих видов деятельности: производство, хранение, оптовую или розничную торговлю, винами и винной продукцией.

дистрибьютор винодельческой продукцией – это хозяйствующий субъект осуществляющий хранение и оптовую реализацию упакованной импортной и отечественной винодельческой продукцией через специализированный склад, находящийся в собственности у хозяйствующего субъекта.

Ст. VI. – В Закон «О фармацевтической деятельности» № 1456 от 25.05.1993 года, внести следующие изменения и дополнения:

1. В статье 1:

дополнить статью понятием следующего содержания:

дистрибьютор фармацевтической продукций – это хозяйствующий субъект обладающий лицензией на хранение и оптовую реализацию через дистрибьюторскую сеть фармацевтической продукцией и лекарствами.

Ст. VII. – В Закон «Об энергетике» №1525 от 19.02.1998 года, внести следующие изменения и дополнения:

1. В статье 1:

дополнить статью понятием следующего содержания:

дистрибьютор энергетических ресурсов - это хозяйствующий субъект обладающий лицензией на распределение и поставку энергетических ресурсов розничным поставщикам и реализаторам энергетических ресурсов.

Пояснительная записка
к проекту Закона о внесении изменений и дополнений
в Гражданский кодекс Республики Молдова № 1107-XV от 6 июня 2002 года

На современном этапе развития рыночных отношений в коммерческом обороте используются различные договорные конструкции. Одним из важных инструментов, обеспечивающих организацию оптовой и розничной торговли товарами, являются договоры особого вида, которые широко используют национальные и иностранные коммерсанты. Такого рода договором выступает и дистрибьюторский договор.

Указанный договор заключаются и применяются очень активно как иностранными экономическими агентами, так и национальными, поскольку именно данный договор обеспечивает эффективный правовой механизм ввоза и сбыта, больших объемов товаров розничным сетям на территории всей страны.

В результате проведенного анализа было установлено, что коммерсанты заключают как международные дистрибьюторские договоры, так и на национальном уровне. Таким образом, можем констатировать, что дистрибьюторский договор является распространенным договором в предпринимательской деятельности дистрибьюторов РМ. Однако действующее гражданское законодательство РМ не предусматривает договорной конструкции дистрибьюторского договора, что создает неопределенность в толковании и квалификации данного договора в правоприменительной и предпринимательской практике. Зачастую предприниматели сами не знают, какими нормами руководствоваться при заключении дистрибьюторского договора, что приводит к заключению больше смежных договоров, нежели дистрибьюторских, например договора купли-продажи, франчайзинга, торгового посредничества и т.д.

Дистрибьюторский договор на современном этапе развития торговых отношений является важнейшим механизмом, позволяющим поставщику (производителю) оперативно реализовывать произведенные им товары через дистрибьюторов другим покупателям розничной сети.

Анализ правового регулирования дистрибьюторского договора в зарубежных странах свидетельствует о недостаточной регламентации дистрибьюторских отношений, в частности в европейских государствах, по сравнению с другими гражданско-правовыми договорами, что приводит к минимальной возможности имплементации правовых норм, поскольку законодательство других стран было бы хорошим примером для правовой регламентации дистрибьюторского договора в Республике Молдова.

В Европейском Союзе к дистрибьюторскому договору применяется Регламент Европейской Комиссии № 2790/1999 от 29.12.1999г. о применении ст.81 Консолидированной версии Договора о Европейском союзе к категории вертикальных соглашений и к согласованной практике, который регламентирует сходные правоотношения по вертикали, вытекающих из дистрибьюторских правоотношений и франчайзинга.

В международном праве отсутствует правовое регулирование дистрибьюторского договора, в связи с этим следует отметить следующие способы правового регулирования. Так, Международной торговой палатой было принято два документа для регулирования дистрибьюторского договора: 1) Руководство по составлению международных дистрибьюторских договоров №411 от 1988 года; 2) Типовой дистрибьюторский контракт. Монопольный дистрибьютор №518 от 1993 года. Однако данные акты носят рекомендательный характер, а не обязательный характер.

Существенным условием дистрибьюторского договора будет выступать предмет, а также условие о порядке взаимодействия сторон при исполнении договора, также будут выступать в качестве существенных такие условия как территория, эксклюзивность и гарантированный объем продаж лишь в том случае, если они прямо будут закреплены в содержании договора. По юридической конструкции дистрибьюторский договор является синаллагматическим и консенсуальным.

Основной обязанностью дистрибьютора выступает сбыт товаров, приобретенных у поставщика оптовым и розничным продавцом на оговоренной территории, а поставщик в свою очередь выполняет обязанность предоставлять дистрибьютору специальные скидки и бонусы на приобретаемые дистрибьютором товары. Стороны могут в рамках дистрибьюторского договора предусмотреть и иные обязанности, в том числе оказание различного рода услуг.

Дистрибьюторскому договору свойственны специфические договорные санкции, которые не свойственны для иных гражданско-правовых соглашений, среди которых: увеличение отпускных цен поставщиком в одностороннем порядке в случае неисполнения условия о минимальном объеме закупок за определенный период времени; приостановление права на покупку товаров по специальной дистрибьюторской скидке; одностороннее расторжение дистрибьюторского договора, поставщиком, в результате чего происходит лишение статуса дистрибьютора.

В результате исследования места дистрибьюторского договора в системе коммерческих (торговых) договоров можно сделать вывод, что дистрибьюторский договор занимает самостоятельное место в этой системе, поскольку обладает

самостоятельным предметом и специфическими условиями, что позволяет отличать его от других смежных договорных конструкции, но и одновременно обладает признаками реализационного и организационного договоров.

В связи с содержанием в дистрибьюторском договоре комплекса различных обязательств, его характера непоименованности и отсутствия в нем признаков смешанности, потребностям правоприменительной практики будет отвечать внесение изменений в ГК РМ в виде отдельной главы, посвященной регулированию дистрибьюторского договора. Принятие предлагаемых изменений, позволит включить дистрибьюторский договор в законодательство Республики Молдова.

В связи с содержанием в дистрибьюторском договоре комплекса различных обязательств, его характера непоименованности и отсутствия в нем признаков смешанности, потребностям правоприменительной практики будет отвечать внесение изменений в ГК РМ в виде отдельной главы, посвященной регулированию дистрибьюторского договора, в которой будут закреплены нормы, регулирующие дистрибьюторский договор с определением его предмета, содержания, существенных условий и ответственности сторон. Принятие предлагаемых изменений, позволит включить дистрибьюторский договор в законодательство Республики Молдова.

Отдельно следует отметить, что включение дистрибьюторского договора в правовую систему Республики Молдова позволит защищать интересы участников данных правоотношений, поскольку основным механизмом реализации прав и обязанностей участников данных правоотношений выступает дистрибьюторский договор, а отсутствие правового регулирования приводит к неправильной квалификации и толкованию в правоприменительной практике.

Наличие правового регулирования дистрибьюторского договора в действующем законодательстве Республики Молдова приведет к единообразному толкованию и квалификации данного договора в коммерческом обороте и в правоприменительной деятельности, а коммерсанты будут знать, какими нормами руководствоваться при заключении дистрибьюторского договора и какими способами защищать нарушенные права.

Предложенный проект закона определяет правовые основы дистрибьюторского договора в Республике Молдова, понятие и предмет дистрибьюторского договора, а также субъектов дистрибьюторских отношений, их права, обязанности и ответственность. Представленный проект также вводит такие понятия как *дистрибьюторский договор*, *дистрибьютор*, *поставщик*, *субдистрибьютор*, *международный дистрибьюторский договор*, *эксклюзивные права*.

Проект закона направлен на покрытие и устранение всех недостатков в практике и внедрения европейских стандартов и является одним из первых законодательных актов на европейском пространстве, который учитывает все необходимые аспекты, касающиеся правового регулирования дистрибьюторского договора.

Утверждение проекта требует внесение определенных изменений в законодательство по регулированию внутренней нормативной базы.

С учетом выше указанного, предлагаем на утверждение проект закона о дополнении Гражданского кодекса Главой XXI¹ Дистрибьюторский договор.

Республика Молдова

ПАРЛАМЕНТ

Закон № _____ - от _____ 20__

о внесении изменений и дополнений
в Гражданский кодекс Республики Молдова № 1107-XV от 6 июня 2002 года

Парламент принимает настоящий органический закон.

Ст. I. – В Гражданский кодекс Республики Молдова № 1107-XV от 6 июня 2002 года (Официальный монитор Республики Молдова, 2002 г., № 82–86, ст. 661), с последующими изменениями, внести следующие изменения и дополнения:

1. Дополнить кодекс главой XXI¹ следующего содержания:

**«Глава XXI¹
Дистрибьюторский договор**

Статья 1178¹ Дистрибьюторский договор

По дистрибьюторскому договору одна сторона (поставщик), обязуется поставлять произведенные или приобретенные им товары, другой стороне (дистрибьютору, субдистрибьютору), а дистрибьютор (субдистрибьютор) обязуется приобретать товары в собственность, и за свой счет и от своего имени, перепродавать товары путём оказания дистрибьюторских услуг поставщику в целях сохранения его деловой репутации и укрепления его положения на товарном рынке.

Статья 1178² Форма и содержание дистрибьюторского договора

(1) Дистрибьюторский договор заключается в письменной форме. Несоблюдение письменной формы влечет его недействительность.

(2) Предметом дистрибьюторского договора выступают действия поставщика по поставке дистрибьютору произведенных или приобретенных им товаров и совокупность действий дистрибьютора, направленных на реализацию за свой счет и от своего имени данных товаров третьим лицам на договорной территории.

(3) Дистрибьюторский договор должен содержать условия о предмете, сроке действия договора, общей сумме договора, порядке взаимодействия сторон, правах и обязанностях сторон, об ответственности сторон, порядке разрешения споров, рекламации и претензий и о порядке изменения, продления и расторжения договора.

(4) Стороны дистрибьюторского договора могут предусмотреть иные условия, не противоречащие действующему законодательству.

Статья 1178³ Срок действия договора

(1) Дистрибьюторский договор заключается на срок не менее одного года со дня вступления его в силу.

(2) Дистрибьюторский договор вступает в силу со дня его подписания, если иное не предусмотрено соглашением сторон.

Статья 1178⁴ Договорная территория

(1) Стороны по взаимному соглашению могут предусмотреть в договоре условие о территории, в границах которой дистрибьютор или субдистрибьютор вправе осуществлять продажу товаров поставщика, а поставщик не вправе заключать аналогичные договора на поставку товаров другим дистрибьюторам или продавцам.

(2) В случае установления в дистрибьюторском договоре условия о территории, стороны обязаны соблюдать ее и не нарушать.

Статья 1178⁵ Гарантированный объем продаж

В дистрибьюторском договоре может быть предусмотрено условие о гарантированном объеме продаж, предусматривающий валовый объем продаж товаров за определенный период времени, за исполнение которого поставщик предоставляет дистрибьютору ретро бонусы.

Статья 1178⁶ Права и обязанности поставщика.

(1) Поставщик обязан:

а) поставлять и обеспечивать дистрибьютора товарами в количестве и ассортименте согласно поданным заявкам;

в) передавать товары в собственность дистрибьютору для их дальнейшей перепродажи третьим лицам;

с) в период срока действия эксклюзивного дистрибьюторского договора отказаться от самостоятельного распространения, продажи и продвижения, произведённых или закупленных товаров, а равно заключать дистрибьюторские договоры с другими дистрибьюторами на договорной территории;

д) обеспечивать гибкое ценообразование на продаваемые товары и гарантировать установленные дистрибьюторским договором цены;

е) исключать нарушение договорной территории, в том числе со стороны других дистрибьюторов или продавцов;

ф) дистрибьюторским договором могут быть предусмотрены иные обязанности поставщика не противоречащие действующему законодательству.

(2) Поставщик вправе:

а) беспрепятственно поставлять и реализовывать товары вне договорной территории, даже если покупатели имеют, целью реализовывать товары на договорной территории, в этом случае поставщик обязан воздержаться от активной поддержки таких продаж, чтоб не нарушить эксклюзивные права дистрибьютора;

в) дистрибьюторским договором могут быть предусмотрены иные права поставщика не противоречащие действующему законодательству.

Статья 1178⁷ Права и обязанности дистрибьютора.

(1) Дистрибьютор обязан:

а) принимать поставляемые поставщиком товары;

в) приобретать товар у поставщика для дальнейшей реализации на договорной территории оптовым и розничным продавцам;

с) прилагать максимальные и эффективные усилия в целях маркетинга и увеличения объема продаж товаров на договорной территории;

д) соблюдать договорную территорию распространения товаров и не нарушать ее;

е) принимать и оплачивать товары в порядке и сроки, оговоренные дистрибьюторским договором;

ф) уважать права дистрибьютора относительно соблюдения коммерческой тайны, которая стала известна в рамках исполнения дистрибьюторского договора;

г) соблюдать установленный дистрибьюторским договором гарантированный объем продажи товаров;

h) дистрибьюторским договором могут быть предусмотрены иные обязанности дистрибьютора не противоречащие действующему законодательству.

(2) Дистрибьютор вправе:

а) вправе самостоятельно и по своему усмотрению организовывать реализацию товаров через дистрибьюторскую сеть оптовым и розничным продавцам на договорной территории;

в) производить, продвигать и реализовывать любую другую продукцию как конкурирующую так и не конкурирующую с товарами поставщика в пределах договорной территории;

с) самостоятельно назначать субдистрибьюторов или иных продавцов в пределах договорной территории, в этом случае дистрибьютор отвечает перед поставщиком за действия субдистрибьюторов и иных продавцов как за свои собственные;

d) самостоятельно устанавливать отпускные цены на товары в пределах, установленных условиями дистрибьюторского договора;

е) использовать товарные знаки и знаки индивидуализации поставщика в целях реализации товаров на оговоренной территории, в том числе наносить рекламу товаров поставщика на автотранспортные средства, на рекламные щиты, в торговых точках и в других, не запрещенных законом местах;

ф) вернуть поставщику некачественные товары и требовать их замены;

г) дистрибьюторским договором могут быть предусмотрены иные права дистрибьютора не противоречащие действующему законодательству.

Статья 1178⁸ Субдистрибьюторский договор

(1) По субдистрибьюторскому договору одна сторона (дистрибьютор) обязуется продавать другому лицу (субдистрибьютору) приобретенные у третьего лица (поставщика) товары, а субдистрибьютор обязуется реализовывать данные товары от своего имени и за собственный счет, также выполнять иные дополнительные услуги по поручению дистрибьютора на договорной территории в целях продвижения товаров.

(2) Дистрибьютор вправе заключать субдистрибьюторский договор, если это прямо предусмотрено дистрибьюторским договором и с письменного согласия поставщика. В письменном согласии поставщик указывает срок действия субдистрибьюторского договора и территорию, на которой праве осуществлять деятельность субдистрибьютор.

(3) В отношении субдистрибьюторского договора действуют положения, применяемые к дистрибьюторскому договору в соответствии с действующим законодательством, если иное не предусмотрено субдистрибьюторским договором.

(4) Субдистрибьюторский договор должен содержать сведения относительно дистрибьюторского договора и согласие поставщика на заключение субдистрибьюторского договора.

(5) При заключении субдистрибьюторского договора дистрибьютор сохраняет ответственность перед поставщиком.

(6) Субдистрибьюторский договор не может превышать срока действия дистрибьюторского договора.

(7) Последующее заключение субдистрибьюторского договора не разрешается.

Статья 1178⁹ Расторжение дистрибьюторского договора

(1) Дистрибьюторский договор, может быть, расторгнут по следующим основаниям:

а) в случае существенного нарушения одной из сторон условий дистрибьюторского договора;

в) в случае реорганизации или ликвидации одной из сторон договора либо в случае изменения состава органов управления или учредителей одной из сторон, либо начала в отношении одной из сторон процедуры несостоятельности (банкротства).

с) в случае, если поставщик не согласен с ценовой политикой дистрибьютора или торговой наценкой на товары.

(5) При расторжении дистрибьюторского договора дистрибьютор обязуется:

а) передать поставщику остатки непроданных товаров или передать непроданные товары лицу указанному поставщиком, в этом случае дистрибьютор за свой счёт осуществляет передачу остатков товаров и не должен препятствовать и не удерживать данные товары;

в) оплатить стоимость неоплаченных товаров, находящихся у него, и объем непроданного товара из общего товарооборота исключается на который не начисляются бонусы.

(2) Стороны вправе расторгнуть дистрибьюторский договор путем направления письменного уведомления за 30 дней до предстоящего расторжения договора.

Статья 1178¹⁰ Отказ от исполнения дистрибьюторского договора.

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

Статья 1178¹¹ Ответственность сторон по дистрибьюторскому договору.

(1) За невыполнение или ненадлежащее исполнение дистрибьюторского договора дистрибьютор и поставщик несут ответственность согласно действующего законодательства.

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

(3) В случае нарушения дистрибьютором обязанностей дистрибьюторского договора, согласованных сторонами, поставщик 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.

(4) Стороны вправе установить в дистрибьюторском договоре ответственность за нарушение договорной территории.

Ст. II. - (1) Настоящий закон вступает в силу со дня его опубликования.

(2) Правительству в трехмесячный срок привести свои нормативные акты в соответствие с настоящим законом

ЗАКОН АТО ГАГАУЗИЯ

о внесении изменений и дополнений
в Закон АТО Гагаузия «О рынке нефтепродуктов и сжиженного газа АТО
Гагаузия» №45 от 17.07.2001 года.

Народное Собрание Гагаузий принимает настоящий закон.

Ст. 1. – В Закон АТО Гагаузия «О рынке нефтепродуктов и сжиженного газа АТО Гагаузия» №45 от 17.07.2001 года, внести следующие изменения и дополнения:

1. В статье 1:

понятие «оптовый продавец» заменить на понятие «дистрибьютор» и изложить в следующей редакции:

дистрибьютор – это хозяйствующий субъект Гагаузии обладающий лицензией на хранение и оптовую реализацию нефтепродуктами и сжиженным газом, а также осуществляющий хранение и оптовую реализацию через дистрибьюционную цепь нефтепродуктами и сжиженным газом розничным продавцам.

ДЕКЛАРАЦИЯ ОБ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Нижеподписавшийся, заявляю под личную ответственность, что материалы, представленные в докторской диссертации, являются результатом личных научных исследований и разработок. Осознаю, что в противном случае, буду нести ответственность в соответствии с действующим законодательством.

Арсени Игорь

01.07.2017

CV АВТОРА



ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ

Имя Фамилия **Арсени Игорь**

Дата и место рождения **02.04.1987, с. Бешгиоз, Чадыр-Лунгский район**

Телефон: **079001837**

Email: **igorarseni1987@gmail.com**

ОБРАЗОВАНИЕ

2006-2010– Комратский государственный университет, Юридический факультет, Лицензиат права

2010-2012 – Комратский государственный университет, Юридический факультет, Магистр права.

2013-2017- Европейский Университет Молдовы, докторантура, специализация 553.01. – Частное право (Гражданское право).

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

01.07.2010 – 01.08.2011 - юрисконсульт в дистрибьюторской компании SC «VichiValCom» SRL.

01.08.2011-02.09.2011 года – офицер информации в Службе информации и безопасности Республики Молдова.

02.09.2011 года – 05.02.2015 - юрисконсульт в дистрибьюторской компании SC «Azamet – Grup» SRL.

02.09.2013 по настоящее время - преподаватель кафедры «Частное право», Юридический факультет, Комратского государственного университета.

02.09.2014 по настоящее время – и. о. заведующего кафедрой «Частное право», Юридический факультет, Комратского государственного университета.

02.09.2015 по настоящее время – юрисконсульт (по совместительству) Комратского государственного университета.

НАУЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ:

Статьи в научных журналах

1. Арсени И. Теоретико-правовые проблемы правового регулирования международного дистрибьюторского договора. В: Верховенство права, Киев - Кишинэу, 2016, №1. с.182-189. 0,9 п.л.
2. Арсени И. Отличие дистрибьюторского договора от дилерского договора. В: Верховенство права, Киев - Кишинэу, 2016, №2. с.140-146. 0,9 п.л., категория «С».
3. Арсени И. Отличительные черты дистрибьюторского договора от смежных договорных конструкций. În: Legea și viața. Chișinău, 2016, №7. с.50-54. 0,8 п.л., категория «С»
4. Арсени И. Место дистрибьюторского договора в системе гражданско – правовых договоров Республики Молдова. În: Legea și viața. Chișinău, 2016, № 9. с.51-58. 0,8 п.л., категория «С»
5. Арсени И. Особенности судебной практики европейского суда по правам человека

- при рассмотрении дел связанных с лишением родительских прав: Кишинэу. În:Legea și viața, 2016, №6, с.32-38. 0,9 п.л., категория «С». (в соавт.)
6. Арсени И. Правовые проблемы соотношения гражданского и земельного законодательства при регулировании сделок с землей на современном этапе. В: «Закон и жизнь»: Кишинев, 2015, №12. 0,8 п.л., категория «С». (в соавт.)
7. Арсени И. Понятие и сущность представительства в гражданском процессе РМ: Кишинэу. В: «Закон и жизнь» 2015, №11, с.12-18. 0,7 п.л., категория «С».
8. Арсени И. Проблемы имплементации договора факторинга в РМ: Кишинэу. В: «Закон и жизнь» 2015, №9, с.15-21. 0,7 п.л., категория «С». (в соавт.)
9. Арсени И. Требования, по которым выносятся судебный приказ в гражданском процессе РМ. Кишинев. În:Legea și viața, 2015, № 8, с.26-33. 0,8 п.л., категория «С». (в соавт.)
10. Арсени И. Правовая природа договора оптовой купли-продажи в законодательстве РМ. Кишинэу. В: «Закон и жизнь» 2015, №6, с.34-37. 0,7 п.л., категория «С». (в соавт.)
11. Арсени И. Особенности правового регулирования арбитража в зарубежных странах: Кишинэу. В: «Закон и жизнь» 2015, №6, с.8-13. 0,5 п.л., категория «С». (в соавт.)
12. Арсени И. Личные неимущественные права и их виды в гражданском праве РМ. Кишинэу. В: «Закон и жизнь»: 2015, №4, с.18-26. 0,6 п.л., категория «С». (в соавт.)
13. Арсени И. Личные неимущественные права и обязанности супругов в РМ: Кишинэу. В: «Закон и жизнь» 2015, №3, с.24-31. 0,7 п.л., категория «С». (в соавт.)
14. Арсени И. Особенности защиты прав потребителей при оказании туристических услуг. Кишинев. В: Закон и жизнь. 2015, № 2, с.32-38. 0,7 п.л., категория «С». (в соавт.)
15. Арсени И. Судебный приказ как разновидность судебного постановления: его правовая природа и сущность. Кишинев. В: Закон и жизнь. 2014 , № 12, с.4-10. 0,9 п.л., категория «С». (в соавт.)
16. Арсени И. Защита прав потребителей при перевозке пассажиров автомобильным транспортом. Кишинев. În:Legea și viața, 2014, № 10, с.24-31. 0,8 п.л., категория «С». (в соавт.)
17. Арсени И. Проблемы ответственности в гражданском процессе РМ. Кишинев. În:Legea și viața, 2014, № 8-9, с. 9-15. 0,6 п.л., категория «С». (в соавт.)
18. Арсени И. Законодательное регулирование защиты прав потребителей. Кишинев. В:Закон и жизнь. 2014 г, № 7, с. 21-26. 0,8 п.л., категория «С». (в соавт.)
19. Арсени И., Правовое регулирование арбитражного процесса в РМ. Кишинев. В: Закон и жизнь, 2014, № 6, с.13-18. 0,8 п.л., категория «С». (в соавт.)
20. Арсени И. Решения Конституционного суда как источник права в современном понимании. Кишинёв. В: Закон и жизнь, 2014, №4(267), с. 4-8. 0,5 п.л., категория «С». (в соавт.)
21. Арсени И. Принцип диспозитивности в современном гражданском процессе РМ. Кишинёв. În: Национальный юридический журнал: теория и практика, 2014, №3, с.51-54. 0,8 п.л., категория «С». (в соавт.)
22. Арсени И. Проблемы понятия усыновления в науке семейного права. Кишинёв. В: Закон и жизнь. 2014, №2(265), с. 14-18. 0,6 п.л., категория «С». (в соавт.)
23. Арсени И. Принцип состязательности в гражданском процессе РМ и зарубежных стран. Кишинёв. В: Закон и жизнь, 2014, №2, с. 32-38. 0,7 п.л., категория «С». (в соавт.)
24. Арсени И. Характеристика гражданского судопроизводства как специфической формы разрешения споров. Кишинев. În:Legea și viața, 2014, № 2, с. 50-51. 0,4 п.л.,

категория «С». (в соавт.)

25. Арсени И. Правовое регулирование дистрибьюторского договора в РМ. Кишинёв. În: Национальный юридический журнал: теория и практика. 2014, №1(5), с. 35-38. 0,5 п.л., категория «С». (в соавт.)

Участие в конференциях

1. Арсени И. О дистрибьюторском договоре. Conferința națională cu participare internațională "Știința în Nordul Republicii Moldova: realizări, probleme, perspective»: consacrată aniversărilor de 70 de ani de la constituirea Instituțiilor de Cercetare științifică din Moldova, 55 de ani de la fondarea Academiei de științe a Moldovei, 10 ani de la fondarea Filialei Bălți a Academiei de științe a Moldovei, (Ed. a 2-a), 29-30 Septembrie 2016, Bălți / col. red.: Valeriu Carpelea (coord.) [et al.]. – Bălți: S. n., 2016 (Tipogr. "Foxtrot"), p.251-252.

2. Арсени И. Правовая природа дистрибьюторского договора в Республике Молдова. Conferința națională cu participare internațională "Știința în Nordul Republicii Moldova: realizări, probleme, perspective»: consacrată aniversărilor de 70 de ani de la constituirea Instituțiilor de Cercetare științifică din Moldova, 55 de ani de la fondarea Academiei de științe a Moldovei, 10 ani de la fondarea Filialei Bălți a Academiei de științe a Moldovei, (Ed. a 2-a), 29-30 Septembrie 2016, Bălți / col. red.: Valeriu Carpelea (coord.) [et al.]. – Bălți: S. n., 2016 (Tipogr. "Foxtrot"), p.254-255.

3. Арсени И. Роль и сущность оптовой торговли в современном коммерческом праве РМ.// Международная научно - практическая конференция: «Роль современной науки в формировании гражданского общества», 28-29 апреля 2016 года: Московская академия экономики и права, Тираспольский филиал. Тирасполь, 2016, с.180-185 0,5 п.л.

4. Арсени И., Особенности судебной практики европейского суда по правам человека при рассмотрении дел связанных с лишением родительских прав. В: Conferința internațională „Integrarea Economică Europeană”, Кишинев, 2016, с. 208-214. 0,5 п.л. (в соавт.)

5. Арсени И. Правовая природа договора оптовой купли-продажи товаров в законодательстве РМ// «Наука. Образование. Культура»: Материалы международной научно-практической конференции посвященной 25-ти летию образования КГУ, 14 февраля 2016 года. Комрат, 2016, - с.230-235. 0,6 п.л. (в соавт.)

6. Арсени И. Актуальные проблемы защиты прав потребителей в РМ// «Наука. Образование. Культура»: Материалы международной научно-практической конференции посвященной 25-ти-летию образования КГУ, 14 февраля 2016 года. Комрат, 2016, - с.228-230. 0,5 п.л. (в соавт.)

7. Арсени И. Понятие и правовое регулирование оптовой торговли в РМ на современном этапе./Современная юридическая наука Приднестровья: вопросы теории и практики. В: Сборник научных трудов.- Тирасполь: Изд-во Приднестр. ун-та, 2015, с.8-17. 0,4 п.л.,

8. Арсени И. Отличие судебного решения по гражданским делам от других судебных актов.//Яковлевские чтения. Традиции и новации в системе современного права: Материалы международной научной конференций, 12-13 февраля 2015 года, Тирасполь: Изд-во Приднестр.ун-та, 2015, с.46-50. 0,4 п.л.,

9. Арсени И. Государственная защита прав потребителей в РМ. «Наука. Образование. Культура»: международная научно-практическая конференция: посвященная 24-й годовщине Комратского государственного университета, 11 февраля 2015 года. Комрат, 2015, с. 195-198. 0,5 п.л. (в соавт.)

10. Арсени И. Решения конституционного суда как источник права в современном понимании. Научно-практическая конференция, посвященная 23-ей годовщине образования Комратского государственного университета «Наука. Образование. Культура» 7 февраля 2014 года, Комрат, с.152-156. 0,6 п.л. (в соавт.)
11. Арсени И. Принцип состязательности в гражданском процессе РМ и зарубежных стран. Конференция «Abordări Europene în cercetare și inovare». Кишинев: în: revista «Vector European» № 1, 2014 , с. 133-140. 1,0 п.л. (в соавт.)
12. Арсени И. Проблемы института пересмотра решений в ревизионном порядке в гражданском процессе РМ. Международная научно-практическая конференция, посвящённая 21-годовщине Комратского Государственного университета «Наука. Образование. Культура», 10 февр. 2012 год. – Комрат, 2012, с.103-105. 0,7 п.л. (в соавт.)
13. Арсени И. Правовое государство и разделение властей. Материалы студенческой научной конференции в Бельцком государственном университете. А. Руссо, м. Бэльц, октябрь 2007, с. 51-56. 0,5 п.л. (в соавт.)