

Правовая природа и соотношение дистрибьюторского и дилерского договоров

Дорохова Н. А.

Московский государственный юридический университет имени О. Е. Кутафина (МГЮА) (Москва, Российская Федерация)

E-mail: n-dorokhova@yandex.ru

Аннотация

Введение. Статья посвящена исследованию правовой природы дистрибьюторского и дилерского договоров, которые широко применяются в предпринимательской деятельности, но не имеют четкого законодательного регулирования в российском праве. Автор рассматривает проблему отсутствия легальных определений данных договоров, что приводит к неоднозначности их квалификации в судебной практике и доктрине. Уделяется внимание и международному аспекту, так как дистрибьюторские договоры заключаются с участием иностранных компаний.

Методология и материалы. Исследование основано на анализе российского и международного законодательства, судебной практики, а также научной юридической и экономической литературы. В качестве методологической базы используются сравнительно-правовой и системный подходы, позволяющие выявить особенности дистрибьюторских и дилерских договоров в контексте их соотношения с другими договорными конструкциями, такими как поставка, агентирование и возмездное оказание услуг.

Результаты исследования и их обсуждение. Автор приходит к выводу, что дистрибьюторский и дилерский договоры имеют правовую природу смешанного договора и включают элементы различных поименованных договоров (поставки, агентирования, возмездного оказания услуг). Судебная практика также чаще квалифицирует эти договоры как смешанные, что позволяет применять к ним нормы о соответствующих договорах. Установлено, что оба исследуемых договора относятся к группе «предпринимательских», а ключевое отличие между ними заключается в субъектном составе: дистрибьюторы действуют как оптовые торговцы, помогая продвигать товары производителя, а дилеры осуществляют продажу товаров в розницу, то есть они ближе к конечному потребителю.

Выводы. В статье определены существенные различия между дистрибьюторским и дилерским договорами, прежде всего в специфике субъектного состава. Выявлена правовая природа исследуемых договоров, проанализированы подходы судебной практики к их квалификации. Автор подчеркивает необходимость дальнейшего исследования и совершенствования правового регулирования дистрибьюторских и дилерских договоров. Результаты исследования могут быть полезны для практикующих юристов, а также для разработки законодательных инициатив в области гражданского права.

Ключевые слова: дистрибьюторский договор, дилерский договор, правовая природа, смешанный договор.

Для цитирования: Дорохова Н. А. Правовая природа и соотношение дистрибьюторского и дилерского договоров // Теоретическая и прикладная юриспруденция. 2025. № 2 (24). С. 101–114. EDN: VQFDRA

The Legal Nature and Relationship of Distribution and Dealer Agreements

Dorokhova N. A.

Kutafin Moscow State Law University (Moscow, Russian Federation)

E-mail: n-dorokhova@yandex.ru

Abstract

Introduction. The article explores the legal nature of distributor and dealer agreements, which are widely used in business but lack clear legislative regulation in Russian law. The author examines the problem of the absence of legal definitions for these contracts, leading to ambiguity in their classification in judicial practice and legal doctrine. Attention is also given to the international aspect, as distributor agreements often involve foreign companies.

Methodology and materials. The research is based on the analysis of Russian and international legislation, judicial practice, as well as scientific legal and economic literature. The methodological framework employs comparative legal and systemic approaches, which help identify the specifics of distributor and dealer agreements in relation to other contractual structures, such as supply, agency, and paid services.

Results and discussion. The author concludes that distributor and dealer agreements have the legal nature of mixed contracts and include elements of various named contracts (supply, agency, paid services). Judicial practice also often qualifies these agreements as mixed, allowing the application of norms from relevant contracts. It is established that both types of agreements belong to the category of “entrepreneurial contracts,” with the key difference lying in their subject composition: distributors act as wholesalers, promoting the manufacturer’s goods, while dealers engage in retail sales, thus being closer to the end consumer.

Conclusions. The article identifies significant differences between distributor and dealer agreements, primarily in the specificity of their subject composition. The legal nature of the examined contracts is clarified, and the approaches of judicial practice to their classification are analyzed. The author emphasizes the need for further research and improvement of the legal regulation of distributor and dealer agreements. The results of the study may be useful for practicing lawyers and for the development of legislative initiatives in the field of civil law.

Keywords: distributor agreement, dealer agreement, legal nature, mixed contract.

For citation: Dorokhova, N. A. (2025) The Legal Nature and Relationship of Distribution and Dealer Agreements. *Theoretical and Applied Law*. No. 2 (24). Pp. 101–114. (In Russ.)

Введение

Дистрибьюторская и дилерская деятельность как экономическое явление получили широкое распространение в российском предпринимательстве. В то же время в источниках российского гражданского права нет специальных норм, посвященных регулированию общественных отношений по осуществлению указанной деятельности. Широкое распространение в деловой практике дилерских и дистрибьюторских договоров, наличие обширной судебной практики, связанной с исполнением таких договоров, отсутствие в законодательстве специальных норм — всё это привело к неоднозначному пониманию в юридической науке правовой природы дилерского и дистрибьюторского договоров, а также их соотношения. При этом рассматриваемые общественные отношения являются объектом научного исследования не только цивилистов и ученых в области предпринимательского права, но и специалистов по международному частному праву. Так, международный элемент дилерского и дистрибьюторского соглашения зачастую заключается в том, что стороной-производителем закупаемого дилером или дистрибьютером товара является иностранная коммерческая организация. В связи с этим, например,

Н. В. Власова обращает внимание на то, что «дистрибьюторский договор (договор о продвижении, сбыте товаров), по которому дистрибьютор обязуется организовывать сбыт продукции поставщика на согласованных условиях от своего имени и за свой счет на определенных товарных рынках (договорной территории), является широко распространенным в международной коммерческой практике правовым инструментом организации экспорта и импорта продукции»¹. Отмечается также, что дистрибьюторские фирмы являются участниками внешнеторгового оборота, так как дистрибьюторы выступают реализаторами закупленного по импорту товара на территории своей страны².

Изначально дистрибьюторский договор использовался как средство продвижения и/или организации сбыта товаров за рубежом и, следовательно, заключался преимущественно в отношении товаров иностранных производителей. Однако сейчас по дистрибьюторским договорам реализуются товары и отечественных производителей³. Что касается сферы применения, то распространена практика заключения дистрибьюторских договоров, например, в таких отраслях, как электротехника и энергетика, химия и нефтехимия, а также медицина⁴.

Методология и материалы

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

Теоретическую основу исследования составили труды отечественных и иностранных ученых в области частного права (И. С. Андреева, И. Арсени, А. Б. Борисова, В. Ю. Доронькиной и др.). Нормативная база статьи представлена международными актами, а также отечественным законодательством. К эмпирической составляющей настоящего исследования следует отнести материалы опубликованной судебной практики.

Результаты исследования и их обсуждение

Правовое регулирование отношений дистрибуции

Среди международных источников регулирования дистрибуции следует выделить такие акты рекомендательного характера, как Принципы европейского частного права (гл. 5, ч. Е, кн. 4), где, в частности, дается определение дистрибьюторского договора. Под ним понимается соглашение, в силу которого одна сторона, поставщик, обязуется на постоянной основе поставлять другой стороне, дистрибьютору, продукт, а дистрибьютор обязуется покупать его либо принимать, оплачивать и продавать третьим лицам от своего имени и в своих интересах⁵.

Необходимо также обратить внимание на Типовой дистрибьюторский контракт ICC, разработанный Международной торговой палатой⁶. В соответствии со ст. 4 Типового дистрибьюторского контракта, дистрибьютор не вправе без предварительного согласия поставщика представлять, производить, осуществлять маркетинг или продавать на договорной территории продукцию, конкурирующую с продукцией поставщика. По условиям Типового дистрибьюторского контракта поставщик и дистрибьютор могут согласовать объем продаж на предстоящий год, определить гарантированный минимум продаж, что призвано обеспечить защиту интересов поставщика при невыполнении дистрибьютором его обязательств.

¹ Власова Н. В. Трансграничный дистрибьюторский договор в национальном законодательстве и международной коммерческой практике // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. 2023. № 3. С. 78–89.

² См. Арсени И. Отличие дистрибьюторского договора от дилерского договора // International journal of Supremance of law. 2016. № 2. URL: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/140-146_15.pdf (дата обращения: 22.02.2025).

³ См. Ахметшина Л. Ф. Проблемы применения дистрибьюторского договора // Академическая публицистика. 2024. № 9-2. С. 297–301.

⁴ См. Андреева Е. С. Дистрибьюторское соглашение в системе гражданско-правовых договоров // Global science: сборник статей IV Международной научно-практической конференции. Пенза. 30 марта 2024 года. Пенза: Наука и просвещение (ИП Гуляев Г. Ю.), 2024. С. 124–127.

⁵ Модельные правила европейского частного права / пер. с англ.; науч. ред. Н. Ю. Рассказова. М.: Статут, 2013. С. 249.

⁶ Публикация Международной торговой палаты № 646 «Типовой дистрибьюторский контракт ICC». Монопольный импортер-дистрибьютор. 2-е изд. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

К источникам регулирования отношений дистрибуции можно отнести акты Евразийского экономического союза. Так, условия обеспечения качества при дистрибуции лекарственных средств закреплены в решении Совета Евразийской экономической комиссии от 03.11.2016 № 80 «Об утверждении правил надлежащей дистрибьюторской практики в рамках Евразийского экономического союза». При этом в указанном акте дистрибуция определяется как деятельность, связанная с закупкой (закупом, приобретением), хранением, ввозом (импортом), вывозом (экспортом), реализацией (за исключением реализации населению) без ограничения объемов и транспортировкой лекарственных средств.

Экономическая сущность дистрибуции

Прежде чем перейти к исследованию правовой природы договорных отношений, возникающих в связи с осуществлением дистрибьюторской деятельности, полагаем, необходимо уяснить экономическую сущность этой категории.

Термин «дистрибуция» в переводе с английского языка означает «распределение», следовательно, под дистрибуцией можно понимать канал распределения. В научной и учебной литературе дается множество определений понятия «дистрибуция». Разделим их на три группы:

- 1) Согласно функциональному подходу, дистрибуция — сбытовая деятельность, состоящая в распределении, хранении и распределении, доставке⁷.
- 2) Рассматривая дистрибуцию с позиции процессного подхода, можно определить ее как деятельность по планированию, претворению в жизнь и контролю за физическим перемещением материалов и готовых изделий от мест их изготовления к местам их использования с целью удовлетворения нужд покупателей и с выгодой для себя⁸.
- 3) Используя системный подход, можно дать следующее понятие: это действия, связанные с организацией движения материалов, готовой продукции и запасных частей от производителя до потребителя. Эти действия включают транспортировку, складирование, управление запасами, грузопереработку, управление заказами, анализ мощности и размещения подразделений инфраструктуры в распределении, промышленные сети, необходимые для эффективного управления товарными потоками⁹.

На основе данных подходов в науке предлагается следующее определение указанному термину: дистрибуция — это вид услуги, которая интегрирует действия по продвижению готовой продукции и оказанию сопутствующего сервиса от производителя до потребителя¹⁰. Соответственно, экономическая сущность дистрибуции заключается в том, что это комплекс действий по распределению товаров, организации продаж, доставки и сервиса; процесс, цель которого сделать товар или услугу доступной для потребителей¹¹. В юридической литературе отмечают, что дистрибьюторы обычно работают в сфере сетевого маркетинга, при котором оплату дистрибьюторы получают не только за проданные непосредственно ими товары, но и в виде процента от продаж лицами, привлеченными дистрибьюторами. Поэтому для дистрибьютора выгодно привлекать как можно больше лиц в свою сеть продаж¹².

Правовая природа дистрибьюторского договора

Понятия дистрибьюторского договора в отечественном законодательстве нет, однако этот термин имеет широкое применение в судебной, деловой практике и доктрине гражданского права.

В науке дистрибьюторский договор определяется как соглашение, по которому одна сторона (дистрибьютор) принимает на себя обязанности по распространению и продвижению определенного то-

⁷ См. Новиков О. А., Уваров С. А. Логистика: учеб. пособие. СПб.: Бизнес-пресса, 2000. 208 с.

⁸ См. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. М.: Вильямс, 2015. 752 с.

⁹ См. Тарондо Ж.-К., Ксардель Д. Дистрибуция: пер. с фр. под ред. В. И. Черенкова. СПб.: Нева, 2003. 127 с.

¹⁰ См. Ибрагимова М. Х. Особенности деятельности дистрибьюторских компаний в России и перспективы их развития // Интернет-журнал «Науковедение». Т. 8, № 5 (2016). <https://naukovedenie.ru/PDF/07EVN516.pdf>.

¹¹ См. Усачева Ю. Что такое дистрибуция // <https://www.calltouch.ru/blog/chto-takoe-distribucziya/> (дата обращения: 22.02.2025).

¹² См. Арсени И. Отличие дистрибьюторского договора от дилерского договора // International journal of "Supremance of law". 2016. № 2. URL: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/140-146_15.pdf (дата обращения: 22.02.2025).

вара от своего имени и за свой счет на определенной территории и/или кругу покупателей, а также оказанию иных сопутствующих услуг, а другая сторона (поставщик) обязуется не поставлять указанный товар для реализации самостоятельно или посредством третьих лиц (эксклюзивная дистрибуция) и/или создавать привилегированное положение дистрибьютора по сравнению с иными покупателями¹³. Рассматриваемый договор также определяют как соглашение, по которому одна сторона (дистрибьютор) приобретает товар у другой стороны (поставщика) и, кроме приобретения товара и уплаты за него цены, обязуется осуществлять сбыт и продвижение этого товара на определенной территории¹⁴.

Одним из дискуссионных вопросов в доктрине гражданского права является определение правовой природы дистрибьюторского соглашения. Квалифицирующие признаки дистрибьюторского договора следующие: цель — направленность на организацию сбыта определенного товара; долгосрочный характер; территориальный характер (дистрибьютор осуществляет свою деятельность на определенной территории, под которой понимается часть государства, государство либо несколько государств); в договоре подлежат согласованию условия договоров поставки (купли-продажи), заключаемых дистрибьютором с третьими лицами; особый предмет¹⁵.

Дистрибьюторское соглашение может отличаться в правовых порядках разных стран. Указанный договор определяется в качестве разновидности агентирования (Катар, Кувейт, ОАЭ), поставки или франчайзинга (США), концессии о продажах (Бельгия, Италия, Франция, Португалия) или соглашения особой природы (Австрия и Литва). Поскольку один и тот же договор в зависимости от применимого к нему права может быть квалифицирован по-разному, предлагается в качестве основополагающего признака выделить его особый организационный характер, который воплощается в исполнении дистрибьютором сбытовой политики производителя (поставщика) посредством перепродажи товаров на определенных условиях в течение длительного срока и при отсутствии предоставления комплекса исключительных прав производителя (поставщика)¹⁶.

В Российской Федерации суды в зависимости от содержания соглашения и направленности воли сторон квалифицируют дистрибьюторские договоры:

- 1) как смешанный договор, к которому применяются нормы о купле-продаже, поставке и других договорах, в зависимости от условий дистрибьюторского соглашения (например, об агентском договоре)¹⁷;
- 2) в качестве агентского договора¹⁸;
- 3) как договор поставки¹⁹;
- 4) в качестве договора возмездного оказания услуг²⁰.

Преобладает отнесение дистрибьюторского договора к агентскому договору либо к смешанному договору, включающему элементы поставки, агентского договора, а иногда также возмездного оказания услуг, перевозки либо концессии.

Приведем пример из судебной практики, где суд пришел к выводу о том, что дистрибьюторский договор является смешанным. Так, арбитражный суд отметил, что, согласно ч. 3 ст. 421 ГК РФ, стороны могут заключить договор, в котором содержатся элементы различных договоров, предусмотренных за-

¹³ См. Андреева С. А. Квалификация дистрибьюторского договора по российскому праву и отграничение от смежных договорных конструкций // Конкурентное право. 2013. № 3. С. 16–20.

¹⁴ См. Серебрякова А. А. Проблемы правопонимания дистрибьюторского договора как организационного // Гражданское право. 2018. № 6. С. 18–20.

¹⁵ См. Свит Ю. П., Щербакова М. А. Условия договора поставки о вознаграждении покупателя и скидках при продаже продовольственных товаров: проблемы правовой квалификации // Законы России: опыт, анализ, практика. 2022. № 5. С. 53–59.

¹⁶ См. Григорьев Т. Ю. Трансграничные дистрибьюторское соглашение и договор торгового представительства в российском и зарубежном праве: автореф. дисс. ... канд. юрид. наук. М., 2018. 23 с.

¹⁷ Постановление ФАС Поволжского округа от 25.01.2005 № А55-6685/2004-42. Доступ из СПС «КонсультантПлюс»; Постановление Арбитражного суда Северо-Западного округа от 04.06.2020 № Ф07-2655/2020 по делу № А66-8311/2019. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

¹⁸ Определение Верховного Суда РФ от 01.04.2021 № 305-ЭС21-2419. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

¹⁹ Постановление Арбитражного суда Московского округа от 18.10.2021 № Ф05-25129/2021 по делу № А40-143970/2020. Доступ из СПС «КонсультантПлюс»; Постановление Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 21.01.2021 № Ф04-6120/2020 по делу № А70-4533/2020. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

²⁰ Постановление ФАС Московского округа от 26.11.2012 по делу № А40-12017/12-87-123. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

коном или иными правовыми актами (смешанный договор), а к отношениям сторон по такому договору применяются в соответствующих частях правила о договорах, элементы которых в нем содержатся. Одна из разновидностей смешанного договора — это дистрибьюторский договор, включающий в себя элементы договора поставки, агентского договора, договора на оказание услуг. По дистрибьюторскому договору одна сторона (дистрибьютор) обязуется приобретать товары у другой стороны (поставщика) и осуществлять их продвижение и реализацию на определенной территории. Дистрибьюторское соглашение как договор, регулирующий специфические отношения по организации поставок товара, широко применяется в сфере торговли на территории Российской Федерации²¹.

Важно также отметить, что дистрибьюторский договор, по которому обязательства сторон охватываются договором одного типа, например, когда поставщик принимает на себя обязательство принять товар обратно от покупателя (передача товара в собственность от поставщика к покупателю и обратная передача в собственность), является комплексным. Дистрибьюторский договор, по которому обязательства сторон относятся к разным типам договоров, либо содержащий непоименованные обязательства, является смешанным. Например, когда дистрибьюторский договор включает условия об обязанности дистрибьютора продавать приобретенный у поставщика товар, организовывать и проводить послепродажное обслуживание реализованного товара, его рекламу, демонстрацию и т. д.²²

Рассмотрим подробнее вопрос об отграничении дистрибьюторского договора от смежных договорных конструкций, элементы которых могут содержаться в рассматриваемом договоре.

В доктрине отмечается, что от договора поставки (ст. 506 ГК РФ) дистрибьюторское соглашение отличается наличием таких нехарактерных для купли-продажи обязательств дистрибьютора, как организация продажи товара, продвижение закупаемой у поставщика продукции, а также возможностью предоставления поставщиком привилегированного положения дистрибьютору (обязательство поставщика не сотрудничать с другими дистрибьюторами на определенной территории)²³. Так, правовой целью договора поставки является передача товара, принадлежащего поставщику, в собственность покупателя, а встречным предоставлением со стороны покупателя выступает оплата поставленного товара, то есть обязанности, не связанные с достижением основной цели договора, на покупателя возложены быть не могут.

В отличие от договора возмездного оказания услуг, предмет которого — совершение определенных действий или определенной деятельности за вознаграждение (ст. 779 ГК РФ), предметом дистрибьюторского соглашения является совершение дистрибьютором сделок с собственным товаром от своего имени в своих интересах, при этом поставщик не выплачивает дистрибьютору какого-либо вознаграждения за реализованный товар²⁴.

Рассуждая о правовой природе договора дистрибуции, А. В. Руденко отмечает, что дистрибьютор всегда действует от своего имени и за свой счет. Ученый также отграничивает дистрибьюторское соглашение от договора коммерческой концессии: в дистрибьюторском договоре экономический интерес состоит в извлечении выгоды от реализации товара (повышение продаж), а в договоре коммерческой концессии экономическая выгода достигается от использования исключительных прав²⁵.

В литературе можно встретить точку зрения, что дистрибьюторский договор относится к договорам особого рода, то есть не поименованным в законе (договорам *sui generis*).

Это обосновывают тем, что рассматриваемый договор не назван в Гражданском кодексе РФ, а также не является и смешанным договором, так как содержит в себе существенные условия, не являющиеся условиями какого-либо из договоров, поименованных в Гражданском кодексе РФ²⁶. Практическим след-

²¹ Постановление Арбитражного суда Уральского округа от 08.08.2019 № Ф09-4341/19 по делу № А34-9832/2018. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

²² См. Бычков А. И. Дистрибьюторский договор // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2012. № 9. С. 88–98.

²³ См.: Андреева С. А. Квалификация дистрибьюторского договора по российскому праву и отграничение от смежных договорных конструкций // Конкурентное право. 2013. № 3. Доступ из СПС «Консультант Плюс»; Канашевский В. А. Дистрибьюторские соглашения с иностранным лицом в российской коммерческой практике: материально-правовые и коллизионные вопросы // Закон. 2008. № 10. Доступ из СПС «Консультант Плюс».

²⁴ См. Борисова А. Б. Дистрибьюторский договор // Журнал российского права. 2005. № 3. Доступ из СПС «Консультант Плюс».

²⁵ Руденко А. В. О дистрибьюторском договоре // Юрист. 2006. № 8. Доступ из СПС «Консультант Плюс».

²⁶ См.: Андреева С. А. Указ. соч.; Руненко А. В. Указ. соч., и др.

ствием такой квалификации будет применение к дистрибьюторским соглашениям только норм из общих положений об обязательственном праве, в то время как квалификация рассматриваемого договора как смешанного позволяет применять в соответствующих частях правила о договорах, элементы которых в нем содержатся. Второй подход превалирует и в судебной практике, как это было показано ранее.

Автор настоящей работы приходит к выводу об отнесении дистрибьюторского договора к смешанным договорам. Необходимо обратить внимание, что независимо от того, элементы каких из названных договоров входят в состав дистрибьюторского договора, все эти типы договора являются консенсуальными, возмездными и двусторонне обязывающими.

Исходя из анализа научной юридической литературы можно выделить следующие характерные черты дистрибьюторского договора:

1) В то время как значительная часть существующих гражданско-правовых договоров носит срочный характер, действие дистрибьюторского договора осуществляется на долгосрочной основе. Для урегулирования на основании дистрибьюторского договора порядка, времени, объема поставки товаров формируются заявки либо заключаются разовые договоры между сторонами указанного договора. При этом оговаривается, что порядок заключения разовых договоров, заявок регламентирован условиями самого дистрибьюторского договора.

2) К характерным обязательствам дистрибьютора относится обязанность по приобретению и последующему распространению продукции поставщика, доведение ее до потребителя. Исполнение указанной обязанности предполагает привлечение субдистрибьюторов, торговых сетей, интернет-магазинов либо же осуществляется напрямую. В рамках возникающих обязательств дистрибьютор принимает на себя все затраты, связанные с хранением товара, его продвижением, продажей и т. п. Для исполнения возложенных на дистрибьютора обязательств предусматривается передача ему прав на использование товарного знака. Соответственно, при заключении дистрибьюторского договора каждая из сторон правоотношения получает определенную выгоду. Так, производитель специализируется исключительно на производстве продукции. Непосредственная же реализация продукции осуществляется дистрибьютором, который несет связанные с этим расходы, за что получает вознаграждение в виде разницы стоимости закупленного и реализованного товара²⁷.

3) Учитывая, что дистрибьюторский договор опосредует осуществление его сторонами предпринимательской деятельности, его следует отнести к группе «предпринимательских договоров». В связи с этим, исходя из положений норм пп. 1 п. 1 ст. 161 ГК РФ, дистрибьюторский договор может быть заключен только в письменной форме. Представляется, что при несоблюдении письменной формы в случае спора стороны по общему правилу не могут ссылаться в качестве подтверждения сделки и ее условий на свидетельские показания, но это не лишает их права приводить письменные и другие доказательства (п. 1 ст. 162 ГК РФ). Предусматривать последствие в виде недействительности дистрибьюторского договора полагаем нецелесообразным.

В доктрине и судебной практике выделяют следующие виды дистрибьюторских договоров:

1. Исключительный дистрибьюторский договор — договор, в силу которого поставщик обязуется осуществлять поставку продукта на определенной территории или для группы потребителей только одному дистрибьютору.
2. Избирательный дистрибьюторский договор — договор, в силу которого поставщик обязуется напрямую или опосредованно поставлять продукт только дистрибьюторам, отвечающим определенному критерию.
3. Исключительный договор о закупках — дистрибьюторский договор, в силу которого дистрибьютор обязуется покупать, принимать и оплачивать продукт только у определенного поставщика или у указанного им лица²⁸.

²⁷ См. Мозгов М. В. Квалификация и правовое регулирование дистрибьюторских договоров: предложения по изменению законодательства // Арбитражная практика. 2021. № 10. С. 15–18.

²⁸ См. Предпринимательское право Российской Федерации: учебник / отв. ред. Е. П. Губин, П. Г. Лахно. М., 2017. (Автор главы — кандидат юридических наук С. А. Парашук.)

Исходя из понимания авторов правовой природы дистрибьюторского договора в юридической доктрине предлагаются различные определения его предмета. Так, предмет дистрибьюторского договора раскрывается как организация поставок, состоящая в систематическом обязательстве дистрибьютора приобретать товары у поставщика и продавать их третьим лицам (покупателям), а также осуществлять юридические и фактические действия, связанные с организацией продаж товаров покупателям²⁹. Можно встретить мнение, что «предмет дистрибьюторского договора составляют действия принципала по предоставлению товаров дистрибьютору и действия дистрибьютора по реализации товаров, которые принципал производит или закупает, совокупность действий, являющихся элементами поименованных в действующем гражданском законодательстве договоров (договор возмездного оказания услуг, договор хранения, агентский договор, договор поставки и др.)»³⁰. М. Н. Илюшина пишет, что «в предмет дистрибьюторского договора входят действия дистрибьютора, носящие сугубо специфический характер, влияющие на достижение цели: обязанность соблюдать количество продаж, не вести продажу товаров иных производителей, вести продажу с использованием торговых технологий, предусмотренных соглашением, соблюдать оговоренные способы продажи»³¹.

Дистрибьюторские отношения всегда возникают в сфере предпринимательской деятельности. В связи с этим особенность статуса сторон по договору заключается в том, что и дистрибьютор, и поставщик являются субъектами предпринимательской деятельности, то есть коммерческими организациями либо индивидуальными предпринимателями.

Если говорить об обязанностях поставщика, то согласимся, что вне зависимости от вида дистрибьюторского договора к ним можно отнести: 1) поставку заказанной дистрибьютором продукции; 2) информирование дистрибьютора относительно свойств товаров, цен и условий продажи товаров, рекомендованных цен и условий перепродажи товаров, любых значимых связей между поставщиком и потребителями, любых рекламных кампаний, значимых для ведения бизнеса; 3) предупреждение дистрибьютора в разумный срок о том, что поставщик предвидит или должен предвидеть, что объемы производимых им поставок будут существенно меньше, чем дистрибьютор имел основание ожидать; 4) предоставление дистрибьютору за разумную цену всех имеющихся рекламных материалов, необходимых для надлежащей дистрибуции и продвижения товара; 5) приложение всех возможных усилий для того, чтобы не навредить репутации товаров и торговой марки³². Полагаем, что в последнем случае речь идет об обязанности поддерживать сложившийся уровень качества поставляемых товаров, а также хорошую репутацию бренда.

Из анализа Руководства по составлению международных дистрибьюторских соглашений Международной торговой палаты³³ можно выделить следующие обязанности дистрибьютора: 1) приобретать и перепродавать товар от своего имени и за свой счет; 2) принимать на себя организацию продаж на определенной территории; 3) не создавать обязательств для производителя.

В связи с отсутствием правовой определенности в отношении природы и регулирования отношений дистрибуции в юридической науке делаются предложения о разработке и принятии специальных нормативных актов, регулирующих отношения дистрибуции, либо о введении отдельной главы «Дистрибуция» в ГК РФ. В предлагаемых проектах приводится понятие дистрибьюторского договора, права и обязанности его сторон, особенности заключения, расторжения и ответственности сторон дистрибьюторского договора.

Считаем, что острой необходимости в разработке и принятии нормативного акта, посвященного отношениям дистрибуции, в настоящее время нет, что вызвано успешным подходом судов к квалификации

²⁹ См. Свит Ю. П., Щербакова М. А. Указ. соч. С. 57.

³⁰ Доронькина В. Ю. Имплементация дистрибьюторского договора в российское право: дисс. ... канд. юрид. наук. СПб., 2016. С. 11.

³¹ Илюшина М. Н. О новых договорных конструкциях в коммерческом обороте // Вестник Российской правовой академии. 2007. № 3. С. 36.

³² См. Арсени И. Отличие дистрибьюторского договора от дилерского договора // International journal of Supremance of law. 2016. № 2. С. 142. URL: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/140-146_15.pdf (дата обращения: 22.02.2025).

³³ Руководство по составлению международных дистрибьюторских соглашений (Guide to Drafting International Distributorship Agreements) (публикация МТП № 441 (E)). М., 1996.

исследуемого договора как смешанного, а также применением норм о соответствующих поименованных договорах. Сложно также говорить о единообразии понимания экономической сущности дистрибуции в деловой практике, что и приводит к соединению элементов разных договоров в каждом конкретном договоре дистрибуции. Введение императивных положений может привести к ограничению самостоятельности хозяйствующих субъектов, поэтому необходимо также продумать и эти возможные риски.

Дилерский договор: правовая природа и соотношение с дистрибьюторским договором

Наиболее близок по экономической сути и, как следствие, правовой природе к дистрибьюторскому договору дилерский договор. Он также распространен в деловой практике, но остается не закрепленным в действующем российском законодательстве.

Дилерский договор определяют как «договор, в соответствии с которым одна сторона обязуется приобретать у другой стороны товары (продукцию) и осуществлять дистрибуцию, продвижение и после-продажное сервисное обслуживание этого товара на определенной территории»³⁴.

Среди главных отличий дилерского и дистрибьюторского договора называют специфику субъектного состава. Субъектами дистрибьюторского договора, как правило, являются поставщик — производитель товаров и профессиональный дистрибьютор, обладающий соответствующими логистическими возможностями, наработанными каналами товарораспределения, торговой сетью и т. д. Дистрибьютор в товаропроводящей сети находится в непосредственной близости к производителю товаров, тогда как дилеры являются участниками конечного звена канала товарораспределения и выступают предпоследними владельцами товара перед его реализацией конечному потребителю. В случаях, когда сбытовая цепочка не включает звено дистрибьюторов, производитель может заключить дилерский договор напрямую. При этом торговые возможности дилера более ограничены по сравнению с дистрибьютором³⁵.

М. А. Егорова также отмечает, что дилеры, как и розничные торговцы, являются участниками конечного звена канала товарораспределения, а фактически — предпоследними торговыми владельцами товара перед его конечным потребителем; производитель (поставщик) может заключить дилерский договор напрямую с дилером³⁶.

В связи с тем, что дилерский договор опосредует осуществление его сторонами предпринимательской деятельности, исходя из его экономической сущности он может быть отнесен к категории предпринимательских договоров, что означает, что сторонами дилерского договора являются коммерческие юридические лица или индивидуальные предприниматели. С одной стороны, как правило, выступают производители товаров или крупные дистрибьюторы (дилеры), с другой — торговые компании или индивидуальные предприниматели.

Дилерские договоры получили широкое распространение, в частности, в таких сферах, как продажа и продвижение на товарном рынке автомобилей, запасных частей и комплектующих³⁷, при оказании услуг по приему платежей в пользу операторов³⁸ и др.

Относительно правовой квалификации дилерского договора в судебной практике сложились следующие основные подходы:

- 1) Смешанный договор, содержащий элементы договора поставки и договора об оказании услуг³⁹.

³⁴ Полякова В. Э. Дилерский договор. Доступ из СПС «КонсультантПлюс», 2025.

³⁵ См.: Арсени И. Отличие дистрибьюторского договора от дилерского договора // International journal of "Supremance of law". 2016. № 2. URL: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/140-146_15.pdf (дата обращения: 22.02.2025); Метелева Ю. А. Товарный оборот. Право. Практика. Тенденции регулирования. М.: Юриспруденция, 2008.

³⁶ См. Егорова М. А. Коммерческое право: учебник для вузов. М.: РАНХиГС при Президенте РФ, Статут, 2013.

³⁷ Постановление Арбитражного суда Московского округа от 21.12.2022 № Ф05-32137/2022 по делу № А40-232743/2021.

³⁸ Определение ВАС РФ от 17.10.2013 № ВАС-14574/13 по делу № А40-122450/12-97-574.

³⁹ Постановление Арбитражного суда Уральского округа от 30.01.2024 № Ф09-8671/23 по делу № А60-61821/2022, Постановление Арбитражного суда Северо-Западного округа от 14.02.2022 № Ф07-17480/2021 по делу № А56-51830/2020.

- 2) Смешанный договор, в соответствии с которым к обязательствам сторон применяются правила ГК РФ о договоре поставки и об агентском договоре⁴⁰. С учетом содержания договора также могут применяться правила о договорах подряда⁴¹ и договорах комиссии⁴².
- 3) Агентский договор⁴³.

Полагаем, что правовой природе дилерского договора наиболее полно отвечает конструкция смешанного договора. При этом элементы входящих в это соглашение договоров могут быть отнесены к различным типам договоров, что зависит от задач сторон и определяется содержанием каждого конкретного дилерского договора.

В юридической и экономической литературе отмечается, что дилеры всегда действуют в собственных интересах, а не в интересах клиентов, выступают в гражданском обороте в качестве торговца, а не посредника.

Однако не следует отождествлять дилерскую деятельность и деятельность, связанную с обычной перепродажей товаров, приобретенных по договорам купли-продажи. Дилеры в процессе осуществления своей хоть и самостоятельной деятельности связаны соглашением с поставщиками: дилеры обязаны осуществлять реализацию купленных у поставщиков товаров согласно условиям, определенным в соглашении между ними о предоставлении права на продажу.

К примеру, этим соглашением может быть установлен минимальный объем продаж на определенный период времени, и если фактический объем продаж будет ниже установленного минимума, то поставщик получит право расторгнуть соглашение.

В соглашении между сторонами на дилера могут накладываться дополнительные обязанности, связанные, в частности, с техническим обслуживанием товаров, организацией рекламы, предпродажного сервиса и др.⁴⁴

Больше информации об отличиях дилерского и дистрибьюторского договоров можно встретить в экономической литературе. Исходя из ее анализа можно сделать следующие выводы:

1. Дилер действует самостоятельно и имеет право устанавливать цену товара, дистрибьютор же во всех вопросах подчиняется правилам компании-поставщика.
2. Дилер осуществляет закупку товара небольшими партиями и, как правило, сотрудничает с несколькими поставщиками, чтобы разнообразить ассортимент продукции; дистрибьютор работает с крупным оптом, часто осуществляет закупки за рубежом и при этом часто оказывает услуги по таможенному оформлению.
3. Дилер занимается обслуживанием товара, осуществляет сервисный ремонт и дает гарантию, но за качество материала и самого товара ответственности не несет, в отличие от дистрибьютора, который полностью отвечает за качество продукции.
4. Дилер может быть представителем неограниченного числа поставщиков, в отличие от дистрибьютора⁴⁵.
5. Дилер получает прибыль за счет наценки на товар, а дистрибьютор — за счет приобретения продукции с существенной скидкой от поставщика и последующей продажей по полной стоимости. Также дистрибьютор может получать доход от продаж, осуществленных привлеченными им людьми (сетевой маркетинг). Таким образом, дилер приобретает продукцию по цене производителя, а продает — по цене дилера; полученная разница и является прибылью дилера. Соответственно, доход дилера зависит от количества проданной продукции, и если таковой не было, то и дохода не будет⁴⁶.

⁴⁰ Постановление Арбитражного суда Московского округа от 09.07.2024 № Ф05-13455/2024 по делу № А40-149864/2023.

⁴¹ Постановление Первого арбитражного апелляционного суда от 02.02.2023 № 01АП-8369/2022 по делу № А43-29978/2021.

⁴² Постановление Восемнадцатого арбитражного апелляционного суда от 11.10.2021 № 18АП-10914/2021 по делу № А07-12529/2016.

⁴³ Постановление Шестого арбитражного апелляционного суда от 07.02.2023 № 06АП-7492/2022 по делу № А04-5715/2022, Определение ВАС РФ от 19.03.2014 № ВАС-2751/14 по делу № А33-11286/2012, Определение ВАС РФ от 23.11.2011 № ВАС-15169/11 по делу № А33-8783/2010.

⁴⁴ См. Арсени И. Отличие дистрибьюторского договора от дилерского договора // International journal of Supremance of law. 2016. № 2. С. 142. URL: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/140-146_15.pdf (дата обращения: 22.02.2025).

⁴⁵ Кто такие дистрибьюторы и дилеры, чем они занимаются и кем лучше стать. URL: <https://www.insales.ru/blogs/university/kto-takie-distributyory-i-dilery-chem-oni-zanimayutsya-i-kem-luchshe-stat> (дата обращения: 20.02.2025).

⁴⁶ См. Арсени И. Дистрибьюторский и дилерский договоры: проблемы квалификации и индивидуализации. URL: <https://uspee.md/wp-content/uploads/2023/12/Igor-ARSENI.pdf> (дата обращения: 20.02.2025). Доступна на сайте ibn.idsi.md.

6. Дистрибьютор организует логистику, хранение и распределение товара, отвечает за ценообразование, маркетинг и продвижение продукции, обеспечивает безопасность и сохранность товара; дилер же анализирует спрос и формирует клиентскую базу, организует розничные продажи и сервисное обслуживание, проводит акции, скидки и другие мероприятия для стимулирования продаж.
7. Дистрибьютор выполняет не только функцию представителя бренда на рынке и осуществляет реализацию товара, но и занимается продвижением продукции и маркетинговым развитием бренда.
8. Дистрибуция в большей степени распространена в сетевом маркетинге, где дистрибьютор не столько получает деньги за реализованный товар, сколько проценты со сделок, проведенных его агентами, и проценты с продаж тех, кого эти агенты привлекли. Таким образом, создается обширная, приносящая доход сеть. В сетевом маркетинге интерес дистрибьютора заключается не в продажах, а в «вербовке» новых агентов, которые привлекут других людей, а последние, в свою очередь, следующие.

Следовательно, дистрибьютор — это крупный посредник, который распределяет товар между дилерами и розничными сетями. Дилер — это последнее звено, он продает товар конечному потребителю. Оба играют важную роль в цепочке поставок, но их функции, обязанности и уровень ответственности существенно различаются. Например, возмездное оказание услуг в дистрибьюторском договоре выражается преимущественно в оказании маркетинговых услуг, связанных с продвижением бренда поставщика, в то время как услуги дилера адресованы конечному потребителю распространяемого товара; также дилер может выполнять и подрядные работы, связанные с сервисным обслуживанием (например, ремонт автомобилей под товарным знаком поставщика). По этой же причине вряд ли в дилерский договор будут входить элементы договора концессии, в то время как для дистрибьюторского договора это достаточно распространено. Что касается специфики ответственности в случае закупки товара у зарубежного производителя, то перед конечным потребителем по смыслу положений ч. 6 ст. 5 Закона «О защите прав потребителей»⁴⁷ и преамбулы данного акта дистрибьютор будет отвечать как импортер, а дилер — как продавец.

Выводы

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы относительно правовой природы и соотношения дистрибьюторского и дилерского договоров. В настоящее время в российском законодательстве отсутствует легальное определение как дистрибьюторского, так и дилерского договоров. Анализ судебной практики и доктринальных положений позволяет автору сделать вывод о том, что рассматриваемые договоры по своей правовой природе являются смешанными. Они включают в себя элементы договора поставки, а также, в зависимости от конкретных условий соглашения и задач сторон, могут содержать элементы договора возмездного оказания услуг, агентского договора и/или договора коммерческой концессии, возможно, и иных поименованных в ГК РФ договоров. При этом и дилерский, и дистрибьюторский договоры следует отнести к группе предпринимательских.

Несмотря на схожесть указанных договорных конструкций, они имеют существенные различия, определяемые, прежде всего, спецификой субъектного состава. Так, дистрибьютор выступает крупным посредником, распределяющим товар между дилерами и розничными сетями, в то время как дилер является конечным звеном в цепочке поставок, непосредственно взаимодействующим с потребителем. При этом дистрибьютор занимается преимущественно маркетинговым продвижением бренда и перед конечным потребителем несет ответственность как импортер, тогда как дилер, выступая в роли продавца, предоставляет услуги конечному потребителю и может выполнять подрядные работы по сервисному обслуживанию. Дистрибьюторский договор часто включает элементы концессионного соглашения, в то время как для дилерского договора такая практика не характерна.

Автор настоящей статьи полагает, что в современных условиях объективная необходимость в разработке и принятии специализированного нормативно-правового акта, регулирующего дистрибьютор-

⁴⁷ Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» // Российская газета. 1996. № 8.

ские и дилерские правоотношения, отсутствует. Этот вывод обусловлен тем, что сложившаяся судебная практика демонстрирует эффективные подходы к квалификации дистрибьюторских и дилерских договоров как смешанных гражданско-правовых конструкций с последующим применением соответствующих правовых норм. Кроме того, отсутствие единообразного понимания экономической сущности исследуемых институтов, а также вариативность целей и задач каждого конкретного соглашения, вкпе с рисками ограничения автономии воли участников гражданского оборота при внедрении императивных предписаний служат дополнительными аргументами против необходимости введения дополнительного законодательного регулирования.

Таким образом, анализ правоприменительной практики и доктринальных взглядов свидетельствует о необходимости дальнейшего исследования данных договорных конструкций с целью совершенствования их правового регулирования.

Список источников

1. Андреева Е. С. Дистрибьютерское соглашение в системе гражданско-правовых договоров // Global science: сборник статей IV Международной научно-практической конференции. Пенза. 30 марта 2024 г. Пенза: Наука и просвещение (ИП Гуляев Г. Ю.). 2024. С. 124–127. EDN: KOURJK
2. Андреева С. А. Квалификация дистрибьюторского договора по российскому праву и отграничение от смежных договорных конструкций // Конкурентное право. 2013. № 3. С. 16–20. EDN: QJGBWP
3. Арсени И. Дистрибьюторский и дилерский договоры: проблемы квалификации и индивидуализации. URL: <https://uspee.md/wp-content/uploads/2023/12/Igor-ARSENI.pdf>
4. Арсени И. Отличие дистрибьюторского договора от дилерского договора // International journal of Supremance of law. 2016. № 2. URL: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/140-146_15.pdf
5. Ахметшина Л. Ф. Проблемы применения дистрибьюторского договора // Академическая публикастика. 2024. № 9-2. С. 297–301. EDN: OXXKMW
6. Борисова А. Б. Дистрибьюторский договор // Журнал российского права. 2005. № 3 (99). С. 56–64. EDN: OPCSUP
7. Бычков А. И. Дистрибьюторский договор // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2012. № 9 (132). С. 88–98. EDN: PCCUD
8. Власова Н. В. Трансграничный дистрибьюторский договор в национальном законодательстве и международной коммерческой практике // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. 2023. Т. 19, № 3. С. 78–89. DOI: 10.12737/jzsp.2023.037. EDN: PHBNRJ
9. Григорьев Т. Ю. Трансграничные дистрибьюторское соглашение и договор торгового представительства в российском и зарубежном праве: диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук. Москва, 2018. 246 с. EDN: VTQMMZ
10. Доронькина В. Ю. Имплементация дистрибьюторского договора в российское право: автореферат дисс. ... канд. юрид. наук. СПб., 2016. 23 с. EDN: ZPJWX
11. Ибрагимова М. Х. Особенности деятельности дистрибьюторских компаний в России и перспективы их развития // Интернет-журнал «Науковедение». 2016. Т. 8. № 5 (36). С. 25. EDN: XCMPPR
12. Илюшина М. Н. О новых договорных конструкциях в коммерческом обороте // Вестник Российской правовой академии. 2007. № 3. С. 34–36. EDN: KJVYND
13. Канашевский В. А. Дистрибьюторские соглашения с иностранным лицом в российской коммерческой практике: материально-правовые и коллизионные вопросы // Закон. 2008. № 10. С. 31–36. EDN: JUMZXP
14. Конкурентное право: учебник / К. Н. Алешин, Д. В. Артюшенко, М. А. Егорова [и др.]. М.: Юстицинформ, 2018. 628 с. EDN: XWNAGL
15. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс [пер. с англ.]. М.: Вильямс, 2007. 646 с. EDN: QRWCNT
16. Логистика: учеб. пособие / О. А. Новиков, С. А. Уваров. СПб.: Бизнес-пресса, 1999. 202 с.
17. Метелева Ю. А. Товарный оборот. Право. Практика. Тенденции регулирования: монография. М.: Юриспруденция, 2011. 293 с. EDN: SUJUVL

18. Мозгов М. В. Квалификация и правовое регулирование дистрибьюторских договоров: предложения по изменению законодательства // Арбитражная практика. 2021. № 10. С. 15–18.
19. Полякова В. Э. Дилерский договор. Доступ из СПС «КонсультантПлюс». 2025.
20. Предпринимательское право Российской Федерации: учебник / Е. П. Губин, П. Г. Лахно, В. А. Вайпан [и др.]. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Норма, 2017. 992 с. EDN: YOLQWE
21. Руденко А. В. О дистрибьюторском договоре // Юрист. 2006. № 8. С. 30–31. EDN: KUUVYJ
22. Свит Ю. П. Условия договора поставки о вознаграждении покупателя и скидках при продаже продовольственных товаров: проблемы правовой квалификации / Ю. П. Свит, М. А. Щербакова // Законы России: опыт, анализ, практика. 2022. № 5. С. 53–58. EDN: DIAAOM
23. Серебрякова А. А. Проблемы правопонимания дистрибьюторского договора как организационного // Гражданское право. 2018. № 6. С. 18–20. DOI: 10.18572/2070-2140-2018-6-18-20. EDN: VNCAGW
24. Тарондо Ж.-К. Дистрибуция / пер. с фр. под ред. В. И. Черенкова. СПб.: Нева, 2003. 127 с.

Об авторе:

Дорохова Наталья Александровна, доцент кафедры гражданского права Московского государственного юридического университета имени О. Е. Кутафина (МГЮА) (Москва, Российская Федерация), кандидат юридических наук; e-mail: n-dorokhova@yandex.ru

References

1. Andreeva, E. S. (2024) Distribution agreement in the system of civil law contracts. *Science and Education* (IP Gulyaev G. Yu.). Pp. 124–127. (In Russ.)
2. Andreeva, S. A. (2013) Qualification of a distribution agreement under Russian law and separation from related contractual structures. *Competition Law*. No. 3. Pp. 16–20. (In Russ.)
3. Arseny, I. (2023) Distribution and dealer contracts: problems of qualification and individualization. URL: <https://uspee.md/wp-content/uploads/2023/12/Igor-ARSENI.pdf> (In Russ.)
4. Arseny, I. (2016) The difference between a distribution agreement and a dealer agreement. *International journal of Supremacy of law*. No. 2. URL: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/140-146_15.pdf (In Russ.)
5. Akhmetshina, L. F. (2024) Problems of applying the distributor agreement. *Academic journalism*. No. 9-2. Pp. 297–301. (In Russ.)
6. Borisova, A. B. (2005) Distribution agreement. *Journal of Russian Law*. No. 3(99). Pp. 56–64. (In Russ.)
7. Bychkov, A. I. (2012) The distribution contract. *Property relations in the Russian Federation*. No. 9 (132). Pp. 88–98. (In Russ.)
8. Vlasova, N. V. (2023) Cross-border distributor agreement in national legislation and international commercial practice. *Journal of Foreign Legislation and Comparative Jurisprudence*. No. 3. Pp. 78–89. (In Russ.)
9. Grigoriev, T. Y. (2018) Cross-border distribution agreement and trade representation agreement in Russian and foreign law: dissertation for the degree of Candidate of Law / T. Y. Grigoriev. Moscow. 246 p. (In Russ.)
10. Doronkina, V. Y. (2016) Implementation of the distribution agreement in Russian law: abstract of the dissertation of the Candidate of Law. St. Petersburg. 23 p. (In Russ.)
11. Ibragimova, M. H. (2016) Features of activity of distribution companies in Russia and prospects of their development. *Online journal of Science Studies*. No. 5 (36). 25 p. (In Russ.)
12. Ilyushina, M. N. (2007) On new contractual structures in commercial turnover. *Bulletin of the Russian Law Academy*. No. 3. Pp. 34–36. (In Russ.)
13. Kanashevsky, V. A. (2008) Distribution agreements with a foreign person in Russian commercial practice: substantive and conflict of laws issues. *Law*. No. 10. Pp. 31–36. (In Russ.)
14. Alyoshin, K. N., Artyushenko, D. V., Egorova, M. A. (eds) (2018) Competition Law. *Justicinform*. 628 p. (In Russ.)
15. Kotler, F. (2007) Fundamentals of marketing: a short course. *Williams*. 646 p.

16. Novikov, O. A., Uvarov S. A. (eds) Logistics: Textbook (1999). *Business Press*. 202 p. (In Russ.)
17. Meteleva, Yu. A. (2011) Commodity turnover. Right. Practice. Regulatory trends: A monograph. *Jurisprudence Publishing House*. 293 p. (In Russ.)
18. Mozgov, M. V. (2021) Qualification and legal regulation of distribution contracts: proposals for changing legislation. *Arbitration practice*. No. 10. Pp. 15–18. (In Russ.)
19. Polyakova, V. E. (2025) Dealer agreement. (In Russ.)
20. Gubin, E. P., Lakhno, P. G., Vaipan, V. A. [and others] (eds) (2017) Business law of the Russian Federation: Textbook. 3rd edition, revised and supplemented. *Norma*. 992 p. (In Russ.)
21. Rudenko, A. V. (2006) On the distribution agreement. *Lawyer*. No. 8. Pp. 30–31. (In Russ.)
22. Sweet, Yu. P., Shcherbakova, M. A. (2022) Terms of the Delivery Agreement on the Remuneration of the Buyer and Discounts for the Sale of Food Products: Problems of Legal Qualification. *Laws of Russia: experience, analysis, practice*. No. 5. Pp. 53–58. (In Russ.)
23. Serebryakova, A. A. (2018) Issues of legal interpretation of a distribution agreement as an organizational one. *Civil law*. No. 6. Pp. 18–20. (In Russ.)
24. Tarondo, J.-C. (2003) Distribution: trans. from fr. edited by V. G. Cherenkov. *Neva*. P. 127.

About the author:

Natalia A. Dorokhova, Associate Professor of the Department of Civil Law of the Kutafin Moscow State Law University (Moscow, Russian Federation), PhD in Jurisprudence; e-mail: n-dorokhova@yandex.ru