

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт права

(наименование института полностью)

Кафедра «Гражданское право и процесс»

(наименование)

40.04.01 Юриспруденция

(код и наименование направления подготовки)

Правовое обеспечение предпринимательской деятельности

(направленность (профиль))

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)

на тему Дистрибьюторский договор в предпринимательском праве: понятие, содержание, антимонопольные риски

Обучающийся

Е.Р. Нефедов

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Научный
руководитель

кандидат юридических наук, доцент Е.В. Чуклова

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2024

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1 Правовая природа дистрибьюторского договора.....	8
1.1 Понятие и проблемы определения правовой природы дистрибьюторского договора.....	8
1.2 Источники правового регулирования дистрибьюции.....	14
Глава 2 Содержание, изменение и прекращение дистрибьюторского договора	24
2.1 Основные элементы дистрибьюторского договора.....	24
2.2 Изменение, прекращение дистрибьюторского договора.....	35
и ответственность за его нарушение.....	35
Глава 3 Антимонопольное регулирование дистрибьюторских договоров	41
3.1 Особенности дистрибьюторских договоров, предопределяющие их потенциальную угрозу для состояния конкуренции.....	41
3.2 Антимонопольные ограничения, предъявляемые	55
к дистрибьюторскому договору как к разновидности вертикального соглашения.....	55
Заключение	62
Список используемой литературы и используемых источников.....	66

Введение

Ежедневно в мире непрерывно совершенствуются процессы экономической глобализации, а также активно развиваются торговые отношения как на международном, так и на национальном уровне. Это все приводит к необходимости использования правовых механизмов, которые способствуют значительному упрощению ведения торгового оборота и вступлению в торговые отношения. Участники гражданского оборота, в частности товарного рынка, все чаще прибегают к использованию новых не предусмотренных действующим законодательством договорным конструкций. Все это порождает определенные сложности, поскольку «будучи продуктом предпринимательского изобретательства», подобные конструкции и договоры нередко привлекают внимание законодателя и получают закрепление в законодательстве, и в основном регулируются нетипичными документами, торговыми обычаями и сложившейся судебной практикой [11].

Предприниматели в российской торговой практике примерно с 90-х годов XX века активно используют такую правовую конструкцию особого вида, направленную на организацию сбыта и реализацию товара на определенной территории и не только, как дистрибьюторский договор. Зарубежом данное соглашение используется в торговой практике давно и именуется *distribution (distributorship) agreement*, *contrat de distribution*, в русском языке для данного явления используются термины «дистрибьюторский договор», «дистрибьюторское соглашение».

В нынешних современных реалиях данная форма осуществления сбыта, продвижения и реализации товаров является достаточно востребованной и широко используемой, что вызвано удобством дистрибьюторского договора, который учитывает не только текущие потребности рыночной экономики, но и позволяет сторонам построить свои взаимоотношения необходимым для них образом.

В действующем российском законодательстве отсутствует регулирование данного вопроса в должной мере, однако судебная практика свидетельствует о широком использовании участниками предпринимательской деятельности дистрибьюторских соглашений [2]. До сих пор остается самой главной проблемой отсутствие какого-то унифицированного подхода к квалификации дистрибьюторского договора, что вызывает проблемы не только у судей и иных правоприменителей, но и у исследователей. Соответственно, по-разному определяются и применимые нормы, что является препятствием для развития свободной дистрибьюторской деятельности и создает трудности в торговых отношениях сторон дистрибьюторского соглашения, и, как следствие, ограничивает использование данной конструкции при сотрудничестве как и с российскими, так и с зарубежными партнерами.

Также хотелось отметить достижения зарубежной разработки негосударственных актов и рекомендаций, касающихся дистрибьюторского договора в связи с отсутствием унифицированного подхода. В 1988 году Международной торговой палатой принято Руководство по составлению международных дистрибьюторских соглашений, а в 1993 году – Типовой дистрибьюторский контракт, применяемый в отношениях с участием монопольного импортера-дистрибьютора, которые на данный момент являются частью системы правовых норм *lex mercatoria* (торговых обычаев). Также рабочей группой по созданию Общеввропейского кодекса частного права подготовлен документ, унифицирующий правила регулирования агентирования, франшизы и дистрибуции – Принципы европейского права: коммерческое агентирование, франшиза и дистрибуция, которые в последующем планируется включить в проект вышеуказанного кодекса. Кроме того, были разработаны относительно недавно Модельные правила европейского частного права, в которых дистрибьюторскому договору посвящена отдельная глава [5].

В связи с вышеизложенным актуальность темы диссертационного исследования неоспорима и, подводя итог написанному, обосновывается тем,

что в результате развития оборота гражданского оборота, а также совершенствования торговых связей, приводящее к постоянному усложнению и возникновению новых договорных конструкций, исследователи, правоприменитель, и, в конце концов, законодатель обязаны озадачиться распространением использования данной правовой конструкции, ставшей одной из основных инструментов в осуществлении реализации товаров в торговых отношениях.

Цель исследования состоит в комплексном и взаимосвязанном общетеоретическом анализе основополагающих составляющих правовой природы дистрибьюторского договора как целостного правового явления, включающего в себя позитивный и негативный аспекты, его правовое регулирование, место дистрибьюторского договора в системе гражданско-правовых договоров в российском законодательстве и его соотношения с поименованными договорами, а также анализе сложившейся практики.

Поставленная цель достигалась путем решения следующих задач:

- изучение правовой природы дистрибьюторского договора;
- выявление элементов дистрибьюторского договора;
- выявление источников правового регулирования дистрибьюции;
- определение способов и особенностей заключения, изменения и расторжения дистрибьюторского договора;
- анализ соотношения дистрибьюторского договора с другими видами гражданско-правовых договоров;
- определение антимонопольных рисков при заключении дистрибьюторских договоров.

Объектом исследования выступают общественные отношения, функционирующие в сфере торгового оборота, возникающие на основании заключения между контрагентами дистрибьюторских соглашений.

Предмет исследования составляют правовые нормы, которые регулируют содержание дистрибьюторского договора, материалы правоприменительной

практики. Автором также исследовались тексты дистрибьюторских договоров, заключаемых коммерческими организациями в целях реализации товаров, а также проводился анализ существующих научных подходов к понятию дистрибьюторского договора и определению его места в системе гражданско-правовых договоров Российской Федерации.

В основу методологических и теоретических основ диссертационного исследования положен диалектический метод познания социальных явлений и органично связанные с ним общенаучные и частные методы: историко-правовой, сравнительно-правовой, формально-юридический, функциональный, системный и другие. Автором использовались категории общего, единичного и особенного. Многие выводы и положения, содержащиеся в диссертации, основываются на анализе законодательного регулирования данной категории правоотношений и сложившейся практики.

Нормативно-правовая основа исследования составляет Конституция Российской Федерации [принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.], Гражданский кодекс Российской Федерации, Федеральный закон от 28.12.2009 №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», Федеральный закон от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции».

Теоретическую основу исследования составляют труды следующих ученых в области теории государства и права и отраслевых юридических наук: С.А. Андреева, Г. С. Аникеенко, И. О. Арсени, Ю. Д. Аюшеева, А. Б. Борисова, П. И. Бугаенко, А. И. Бычков, М.Л. Варданян, Р.В. Волянская, Н.Г. Вилкова, И. Н. Герчикова, Т. Ю. Григорьев, В. Ю. Доронькина, М. А. Егорова, Т.В. Каширина, В. А. Канашевский, А. Г. Карапетов, Т.П. Лазарева, Л. А. Лунц, В. А. Маслова, Е. О. Михайлова, М. В. Мажорина, А. В. Партин, В. С. Петров, В. Е. Романова, А. В. Руденко, А. А. Серебрякова, Д. П. Стригунова, Т. В. Ткаченко, В.А. Ойгензихт, В.С. Поздняков, М.Г. Розенберг, Ю.А. Метелева, М.С. Дашян, М.В. Мозгов, С.В. Николюкин, М.Н. Илюшина, Б.И. Пугинский, В.Ю.А. К. Шульга, и др.

Гипотеза исследования: отсутствие надлежащего механизма правового регулирования заключения, изменения и прекращения дистрибьюторских договоров напрямую влияет на практику применения мер ответственности за нарушение антимонопольного законодательства при их заключении.

Новизна исследования выражается в следующих положениях, вносимых на защиту:

Во-первых, автор пришел к выводу, что законодателю необходимо сосредоточиться на внесение изменений в нормативные правовые акты, которыми осуществляется регулирование дистрибьюторских отношений, включая защиту прав потребителей и защиту конкуренции.

Во-вторых, международные нормы и стандарты влияют на применение конструкции дистрибьюторского договора и особенности дистрибьюторских договоров в различных юрисдикциях, в том числе, в российской.

В-третьих, использование цифровых платформ для дистрибьюции требует пересмотра традиционных подходов к составлению и реализации договоров, а современные экономические тренды требуют анализа того, как дистрибьюторские договоры могут учитывать аспекты устойчивого развития и социальной ответственности.

Структура работы обусловлена поставленными целями и задачами и состоит из введения, трех глав, включающих шесть параграфов, заключения, списка используемой литературы и используемых источников.

Глава 1 Правовая природа дистрибьюторского договора

1.1 Понятие и проблемы определения правовой природы дистрибьюторского договора

Несмотря на масштабы и расширение торговых (предпринимательских) процессов в современном гражданском обороте, в национальном законодательстве не закреплена на законодательном уровне дефиниция дистрибьюторского договора и (или) соглашения, даже с учетом признания существования такого договора предпринимателями, органами власти и судами в правоприменительной национальной практике. Сущность того или иного юридически значимого явления является первостепенным вопросом в подходе к пониманию его правовой природы. Сущность дистрибьюторского договора не является исключением.

Дистрибьюторский договор – это важный инструмент в сфере коммерции, особенно в текущих условиях, который определяет отношения между производителем или поставщиком товаров и дистрибьютором, который занимается распространением этих товаров на определенной территории [7]. Отметим основные аспекты, раскрывающие сущность данного договора:

Во-первых, определение сторон: в договоре четко указываются права и обязанности сторон, а также их наименование. Производитель (поставщик) предоставляет дистрибьютору право на продажу своей продукции, в то время как дистрибьютор обязуется осуществлять ее продажу и продвижение на рынке.

Во-вторых, коммерческая направленность: дистрибьюторские договоры часто используются для оптимизации каналов сбыта. Они помогают производителям охватывать более широкие рынки и обеспечивать лучшую доступность своей продукции для конечных потребителей.

В-третьих, территориальные ограничения: договор может предусматривать определенные географические границы, в которых

дистрибьютор имеет право на продажу товаров. Это право может быть как эксклюзивным, так и неэксклюзивным.

В-четвертых, обязанности дистрибьютора: дистрибьютор, как правило, обязуется выполнять маркетинговые и рекламные мероприятия, поддерживать определенные стандарты качества, а также закупать продукцию в заранее оговоренных объемах [2].

В-пятых, ценовая политика: договор может устанавливать правила ценообразования, включая рекомендации по ценам, условия скидок и специальные предложения, которые дистрибьютор может предлагать.

В-шестых, ответственность сторон: важно четко определить ответственность сторон в случае неисполнения условий договора, включая возможность взыскания убытков и санкции.

В-седьмых, срок действия: дистрибьюторский договор обычно имеет определенный срок действия, который можно продлить или пересмотреть в зависимости от достигнутых результатов и условий на рынке.

В-восьмых, интеллектуальная собственность: договор может содержать положения о защите товарных знаков, патентов и других объектов интеллектуальной собственности, которые относятся к продукции, распространяемой дистрибьютором.

В-девятых, разрешение споров: важно прописать процедуру разрешения споров, которая может включать медиацию, арбитраж или судебное разбирательство.

Таким образом, дистрибьюторский договор служит ключевым инструментом для организации коммерческих отношений между производителем и дистрибьютором, который осуществляет предпринимательскую деятельность, обеспечивая эффективное управление процессами поставки и сбыта товаров.

Если обратиться к международному законодательству, международным негосударственным рекомендательным актам, то вст. IV.E.-5:101 Модельных правил европейского частного права определяют дистрибьюторский договор,

как договор, по которому одна сторона (поставщик), обязуется на постоянной основе поставлять другой стороне (дистрибьютору), продукцию, которую последний обязуется покупать, принимать, оплачивать и продавать от своего имени и в своих интересах третьим лицам. В документе определены виды дистрибьюторских договоров, а именно они разделены на исключительные, избирательные и не исключительные договоры о закупках. Исключительный дистрибьюторский договор определен как договор, по которому поставщик обязуется на определенной территории или для определенной группы потребителей осуществлять поставку товара только через одного дистрибьютора. По не исключительному дистрибьюторскому договору поставщик обязуется поставлять продукт только дистрибьюторам, отвечающим определенным требованиям. В силу не исключительного договора о закупках дистрибьютор обязуется покупать, принимать и оплачивать продукт только у определенного поставщика или у указанного им лица [9].

Дистрибьюторский договор – это соглашение, в рамках которого одна сторона (дистрибьютор) обязуется закупать продукцию у другой стороны (производителя или поставщика) для ее последующей реализации в определенной территории или на определенных условиях. Основная цель – организация продажи товаров, производимых одним лицом, через другого, что позволяет расширить рынок и увеличить объемы сбыта. Договор регулирует условия закупки, поставки и реализации товара, а также права и обязанности сторон.

Правовая природа дистрибьюторского договора включает такие аспекты, как:

- коммерческий характер – договор является коммерческим соглашением и регулируется нормами гражданского законодательства.
- стороны договора – в договоре участвуют две основные стороны: дистрибьютор и производитель (поставщик). Дистрибьютор может быть как юридическим, так и физическим лицом.

- модели дистрибьюторских договоров. Эксклюзивный дистрибьютор – дистрибьютор получает исключительное право на продажу продукции в определенной области, что предотвращает конкуренцию со стороны других дистрибьюторов. Нексклюзивный дистрибьютор – дистрибьютор может продавать продукцию, но не имеет исключительных прав и конкурирует с другими дистрибьюторами.
- обязанности сторон. Дистрибьютор: закупка товаров, их реализация, соблюдение условий качества и стандартов, ведение учета и отчетности. Производитель: поставка товара, предоставление необходимой документации и поддержка дистрибьютора в продажах.
- финансовые аспекты – договор может содержать условия об условиях оплаты, скидках, комиссионных и других финансовых соотношениях.
- ответственность сторон: в случае нарушения условий договора, стороны могут нести ответственность в соответствии с Гражданским кодексом и условиями самого договора.

Дистрибьюторский договор является важным инструментом для организации торговли и сбыта продукции. Понимание его понятия и правовой природы способствует более эффективному взаимодействию между сторонами и снижению рисков, связанных с коммерческой деятельностью [4].

Девятнадцатый арбитражный апелляционный суд определяет предмет дистрибьюторского договора, что в иных судебных актах зачастую отсутствует. Под предметом дистрибьюторского договора Двенадцатый арбитражный апелляционный суд предлагает понимать «действия дистрибьютора по продаже товара, переданного ему производителем, то есть взаимоотношения сторон дистрибьюторских отношений касаются двух видов договорных отношений [постановление 19 ААС от 30.07.2020 № 19АП-3694/20 по делу №А14-8178/2019/268/29] [38]».

Отличительная черта – посредник осуществляет свою деятельность на постоянных отношениях с производителем, которые, исходя из эк интереса, но не правового, можно рассматривать как близкие к отношениям постоянного

представительства. Факт включения посредника в систему сбыта товаров, обозначенных торговой маркой, имеет большое эк значение. Эта форма торгового посредничества напоминает собой отношения постоянного представительства. Де-юре независимые субъекты, но де-факто экономически зависимые. Дистрибьютор приобретает право собственности на товар для того, чтобы перепродать товар в интересах компании-производителя [12].

Дистрибьюторский договоры – длящийся договор с производителем, в соответствии с которым производитель обязуется поставлять производимые товары посреднику, а посредник принимает на себя обязанность купить эти товары и продавать их от своего имени и в своих интересах. Это классический рамочный договор, который обязывает сторон заключать в будущем договоры поставки. В законе о торговле про них ничего не говорится. Его положения трактуются так, что есть негласный запрет на применение дистрибьюторских договоров (т.к. закон ориентируют заключение договора поставки).

Дистрибьюторский договор имеет определенные сходства с другими типами договоров в области коммерческой деятельности [6]. Рассмотрим основные аспекты, в которых дистрибьюторский договор может пересекаться с другими договорами:

Схожесть с договором купли-продажи (ст. 454 ГК РФ, глава 30 ГК РФ). Договор купли-продажи – это основной и наиболее распространенный договор в коммерческом обороте.

- объект договора: В дистрибьюторском договоре также происходит закупка товаров для последующей их продажи, что схоже с куплей-продажей.
- условия поставки: Оба договора могут содержать условия о сроках доставки, качестве товара и ответственности сторон.

Схожесть с агентским договором (ст. 1005 ГК РФ, глава 52 ГК РФ). Агентский договор устанавливает отношения между агентом (представителем) и принципалом (клиентом), где агент действует от имени и за счет принципала. Комиссионные: в обоих случаях может быть предусмотрено вознаграждение

(например, комиссионные для агента и скидки для дистрибьютора). Маркетинговые обязанности: как дистрибьюторы, так и агенты могут нести обязанности по продвижению товаров на рынке.

Схожесть с лицензионным договором (ст. 1235 ГК РФ, глава 69 ГК РФ). Лицензионный договор регулирует использование объектов интеллектуальной собственности, таких как патенты или товарные знаки. Использование бренда: в дистрибьюторском договоре может быть предусмотрено использование товарного знака поставщика, что схоже с лицензией на его использование. Качество продукции: в обоих договорах может быть предусмотрен контроль качества, особенно если ущерб от низкокачественного продукта может повлиять на репутацию бренда [1].

Схожесть с франчайзинговым договором (ст. 1027 ГК РФ, глава 54 ГК РФ). Франчайзинг предполагает передачу прав на использование бизнес-модели, товарного знака и оказание поддержки франчайзи. Система продаж: Оба типа договоров могут включать элементы брендинга и маркетинга. Обучение и поддержка: Дистрибьюторы и франчайзи могут получать обучение и поддержку от поставщиков или франчайзеров.

Схожесть с договорами о распределении. Договоры о распределении регулируют отношения между производителями и дистрибьюторами, но могут включать более строгие условия по контролю распределительных каналов. Эксклюзивные права: как дистрибьюторы, так и распределители могут иметь эксклюзивные права на продажу товаров в определенных регионах [16].

Хотя дистрибьюторский договор имеет свои уникальные черты, его содержание и структура во многом пересекаются с другими типами договоров, такими как договор купли-продажи, агентский договор, лицензионный и франчайзинговый договоры. Эти сходства обеспечивают более гибкие условия для достижения коммерческих целей и результатов для всех сторон, участвующих в сделках.

1.2 Источники правового регулирования дистрибьюции

В российском гражданском законодательстве дистрибьюторские отношения не урегулированы. Поэтому необходимо обращаться к международной практике. Необходимо отметить, что до сих пор отсутствует унифицированное международное правовое регулирование дистрибьюторского договора, а также отсутствует унифицированное международное определение. Кроме того, в соответствии с законодательством многих стран дистрибьюторский договор не подлежит специальному правовому регулированию. Дистрибьюторский договор урегулирован Типовым дистрибьюторским контрактом, который был издан международной торговой платой в 1991 году [3].

История регулирования дистрибьюторских договоров охватывает широкий спектр изменений и развития, определяемых экономическими, юридическими и социальными факторами. Дистрибьюторские договоры – это соглашения, регулирующие отношения между поставщиками (производителями) и дистрибьюторами, которые занимаются продажей товаров конечным потребителям.

В древние времена и в средние века торговля осуществлялась через оптовиков и агентов, но не существовало формальных дистрибьюторских договоров. Торговцы представляли производителей и распространяли их товары, однако условия и обязательства были неформальными и часто определялись обычаями.

С увеличением международной торговли и колонизации развивались более формализованные отношения между производителями и их дистрибьюторами. Соглашения начали фиксироваться в письменной форме, однако они все еще основывались преимущественно на правилах, установленных обычным правом [17].

Развитие массового производства и увеличение ассортиментного ряда товаров потребовало более строгого регулирования коммерческих отношений.

Появление новых правовых норм, в том числе по контрактному праву, способствовало более четкому определению прав и обязанностей сторон в дистрибьюторских договорах.

В начале 20 века, особенно после Великой депрессии, многие страны начали разрабатывать антимонопольное законодательство, направленное на борьбу с монополиями и защиту конкуренции [60]. Это повлияло на дистрибьюторские отношения, поскольку в рамках таких норм стали возникать ограничения на эксклюзивные дистрибьюторские контракты и ценообразование.

Развитие международной торговли и интеграция рынков привели к необходимости создания международных стандартов и норм. Конвенция ООН о договорах международной купли-продажи товаров 1980 года (CISG) способствовала унификации правил, касающихся коммерческих сделок, включая дистрибьюторские контракты [50].

С развитием интернета и электронной торговли дистрибьюторские отношения начали изменяться. Появились новые причем и форматы дистрибьюции, такие как онлайн-магазины. Это потребовало уточнения и адаптации существующих норм, касающихся дистрибьюторов, включая вопросы конфиденциальности, защиты данных клиентов и интернационализации [23].

В настоящее время регулирование дистрибьюторских договоров осуществляется на основании как национального, так и международного законодательства. Включает антимонопольные законы, правила о защите прав потребителей, торговые кодексы и различные модели стандартных договоров, предложенные международными учреждениями, такими как Международная торговая палата (ICC).

История регулирования дистрибьюторских договоров демонстрирует, как изменяющиеся экономические условия и соответствующие правовые подходы могут влиять на контрактные отношения. Современное регулирование становится все более комплексным, в зависимости, как от национальных норм,

так и от международных обязательств, требуя от компаний осознания и соблюдения различных правовых стандартов. В условиях глобализации и цифровой трансформации отношений дистрибьюторов в значительной мере предстоит адаптироваться к новым вызовам и изменениям.

В Европейском Союзе существуют директивы и регулирования, касающиеся конкуренции и защиты прав потребителей, которые могут влиять на дистрибьюторские договоры. Например, Регламент (ЕС) № 330/2010 определяет условия, при которых вертикальные соглашения (включая дистрибьюторские) могут считаться допустимыми [58]. Эти нормы применяются к дистрибьюторам, работающим на рынке ЕС, и обеспечивают соблюдение антимонопольного законодательства. Регулирование дистрибьюторского договора на международном уровне осуществляется через несколько ключевых источников:

Во-первых, Конвенция ООН о договорах международной купли-продажи товаров, изданная в 1980 г. Эта конвенция регулирует обязательства сторон в международной торговле и может быть применена к дистрибьюторским договорам, когда речь идет о продаже товаров [8]. Она содержит правила, касающиеся заключения договоров, исполнения обязательств, а также вопросов, связанных с риском убытков и последствиями за неисполнение. Конвенция применяется в тех странах, которые ее ратифицировали, и может служить основой для разрешения споров, возникающих в рамках дистрибьюторских отношений.

Во-вторых, на уровне международных торговых палат и ассоциаций. Например, Инкотермс (термины международной торговли), которые определяют условия поставки товаров и могут быть применены к дистрибьюторским договорам. Хотя эти рекомендации не являются обязательными, они предлагают полезные руководства для стран в области торговых практик, включая дистрибьюторские отношения. Они направлены на развитие и упрощение международной торговли.

В-третьих, практика и деятельность Международной торговой палаты (ICC). ICC разработала различные модели договоров и рекомендации, касающиеся дистрибьюторских соглашений. Эти документы помогают сторонам устанавливать четкие и справедливые условия для своих коммерческих отношений. Модельные договоры ICC могут быть использованы в качестве шаблонов для создания дистрибьюторских соглашений, а также для повышения правовой определенности.

В-четвертых, директивы Всемирной торговой организации (ВТО). ВТО разрабатывает правила и нормы, касающиеся международной торговли и облегчения товарооборота между странами. Эти рекомендации могут непосредственно влиять на условия, на которых заключаются дистрибьюторские договоры. Страны, являющиеся членами ВТО, могут использовать эти правила для устранения барьеров на торговом пути, что, в свою очередь, влияет на дистрибьюторские отношения.

В-пятых, национальное законодательство стран. Каждая страна имеет свои особенности регулирования дистрибьюторских договоров, которые могут влиять на содержание и исполнение таких соглашений.

В-шестых, арбитраж и судебная практика. Международные арбитражные институты (например, МКАС) часто рассматривают споры, возникающие из дистрибьюторских соглашений, и создают прецеденты для будущих случаев [56]. Арбитражные правила, установленные различными организациями (например, Международным арбитражным судом при ICC), часто используются для разрешения споров, возникающих между сторонами дистрибьюторских договоров. Эти правила помогают обеспечить нейтральный и эффективный механизм для разрешения контрактных споров на международном уровне.

В-седьмых, основные принципы международного частного права – определяют, какое право применимо к дистрибьюторскому договору в зависимости от юрисдикции сторон.

Международная практика правового регулирования дистрибьюторских договоров представляет собой сложный и многогранный процесс, включающий

в себя регулирование со стороны национальных и международных норм, а также особенности, связанные с конкретными отраслями и товарными рынками.

На мировом рынке дистрибьюторские договоры являются широко распространенными договорами коммерческой концессии. Помимо общих элементов дистрибьюторских договоров, обычно включающих определение продукции и цен, территории действия и правил продажи, например, оплаты и доставки продукции, международные дистрибьюторские договоры могут содержать дополнительные элементы [57]. Вот несколько основных элементов международных дистрибьюторских договоров:

Определение дистрибьютора: дистрибьютор – это сторона, которая закупает товары у производителя или поставщика и продает их далее, зачастую на определенной территории. Дистрибьютор не является представителем производителя, а действует как самостоятельное юридическое лицо [41].

Правовые системы: правила, регулирующие дистрибьюторские отношения, могут значительно различаться в зависимости от правовой системы каждой юрисдикции. В одних странах преобладают общие нормы гражданского законодательства, в других могут действовать специфические законы по защите конкуренции или прав потребителей.

Описания продукции: дополнительное описание продукции может требоваться в международных дистрибьюторских договорах, которые регулируют продукты, которые могут отличаться по общей продаже и использованию в отдельных странах.

Договорные условия: дистрибьюторские договоры должны четко описывать условия сотрудничества, включая:

- географическую зону ответственности дистрибьютора.
- условия ценообразования и оплаты.
- обязанности сторон по поставке и распространению продукции.
- порядок решения споров (арбитраж, суд).
- срок действия договора.

Защита прав дистрибьюторов: многие государства приняли законы, регулирующие отношения между производителями и дистрибьюторами, нормы которых могут включать меры гарантии и защиты дистрибьюторов от необоснованного расторжения договора или изменений его условий без предварительного согласия.

Права интеллектуальной собственности: возможно требование наличия авторских или патентных прав на товар, передаваемый по международному дистрибьюторскому контракту [22].

Значение и влияние национального законодательства: международный дистрибьюторский договор может содержать различные правила и условия, в соответствии с требованиями нескольких национальных правовых систем. Разные страны могут включать в свои законодательства специфические нормы, касающиеся дистрибьюторских отношений. Например, в рамках Европейского Союза действуют определенные правила, касающиеся антимонопольного регулирования, которые могут затрагивать дистрибьюторские договоры.

Возмещение расходов: возможно включение возмещения расходов дистрибьютора по рекламной или маркетинговой кампании на международном уровне в состав цены договора.

Международные конвенции: некоторые международные соглашения, такие как Конвенция ООН о договорах международной купли-продажи товаров (CISG), могут оказывать влияние на дистрибьюторские отношения, хотя они в основном касаются купли-продажи [51].

Срок договора: международные дистрибьюторские договоры часто регулируют окончание срока действия контракта с учетом сроков производства, логистики и факторов экспорта.

Кроме того, в международной практике частой практикой является оформление контракта на английском языке, чтобы убедиться, что все стороны имеют понимание относительно достигнутых договоренностей [48]. Если лицо планирует заключить международный дистрибьюторский контракт, то ему следует обратиться за юридической консультацией с учетом места действия

контракта, чтобы убедиться, что оно соблюдает международные законы и предотвращает возможность возникновения правовых проблем.

Отсутствие четких источников регулирования дистрибьюторского договора может создать определенные сложности, как для дистрибьюторов, так и для производителей. Рассмотрим основные проблемы, возникающие из этого недостатка.

Правовая неопределенность – в ситуации отсутствия специальных норм возникает неопределенность в вопросах ответственности сторон, что может привести к спорам.

Сложности в интерпретации – без четких критериев дистрибьюторские отношения могут трактоваться по-разному, что создаст трудности при судебных разбирательствах [54].

Отсутствие стандартов. Отсутствие нормативных актов создаёт дефицит стандартов, на которые можно было бы опираться при заключении и исполнении договоров.

Риски для сторон. Непонятные условия могут привести к неисполнению или ненадлежащему исполнению обязательств, что увеличивает риски для обеих сторон.

Неоднородность практики – в отсутствии законов могут возникнуть различные практики в разных регионах, что затрудняет ведение бизнеса и сравнение условий [47].

Правовая защита. Сложности в определении прав и обязанностей сторон влекут за собой проблемы при защите прав, особенно в случае возникновения споров.

Необходимость дополнительных соглашений. Партнеры могут, вынуждены заключать дополнительные соглашения для регулирования вопросов, не охваченных дистрибьюторским соглашением.

В российском законодательстве нет норм, посвященных регулированию дистрибьюторского договора, но есть нормы, регулирующие сходные отношения. Дистрибьюторский договор является разновидностью

посреднических договоров. Во второй части гражданского кодекса РФ закреплены три договорные конструкции посреднического договора: агентский договор, договор поручения, договор комиссии. Проведем сравнение дистрибьюторского договора с другими видами посреднических договоров, а именно с агентским договором, договором поручения и договором комиссии для большего понимания их правовой природы [35].

Во-первых, кратко охарактеризуем все названные договорные конструкции. Дистрибьюторский договор устанавливает отношения между производителем и дистрибьютором, который покупает и затем продает товары. Агентский договор представляет собой соглашение, при котором агент действует от имени принципала для совершения юридических и иных действий (п. 1 ст. 1005 ГК РФ). Договор поручения, по которому одна сторона (доверитель) поручает другой стороне (доверенному лицу) выполнять определенные действия от своего имени (п. 1 ст. 971 ГК РФ). Договор комиссии выражается в том, что комиссионер покупает и продает товары от своего имени, но за счет доверителя, получая комиссионное вознаграждение (п. 1 ст. 990 ГК РФ) [13].

Во-вторых, рассмотрим статус сторон данных договорных отношений. Дистрибьютор является собственником товаров и несет риски. Агент не становится собственником, а получает комиссионные (ст. 1006 ГК). Доверенное лицо по договору поручения действует от имени доверителя без передачи прав собственности (ст. 973 ГК РФ). Комиссионер работает от своего имени, но средства и товары принадлежат принципалу (ст. 991 ГК РФ).

В-третьих, выделим финансовые условия сторон. Дистрибьютор приобретает товары за свой счет и может устанавливать собственные цены. Агент получает вознаграждение за сделки (ст. 1006 ГК РФ). Доверенное лицо по договору поручения получает вознаграждение, определенное законом или договором (ст. 972 ГК РФ). Комиссионер получает комиссионные на основе разницы между закупочной и продажной ценой (ст. 991 ГК РФ) [14].

В-четвертых, ответственность сторон. Дистрибьютор отвечает за качество товаров и соблюдение правил. Агент не отвечает за качество, только за действия (ст. 1008 ГК РФ). Доверенное лицо по договору поручения берет на себя ответственность за выполнение поручений (ст. 973 ГК РФ). Комиссионер несет ответственность лишь за выполнение своих обязательств, что касается продажи (ст. 993 ГК РФ) [12].

В-пятых, контроль и управление по договору. Дистрибьютор самостоятельно управляет маркетингом и продажами. Агент работает под контролем принципала (ст. 1008 ГК). Доверенное лицо по договору поручения действует под руководством доверителя (ст. 974 ГК РФ). Комиссионер выглядит как независимый участник, но действует в интересах принципала (ст. 992 ГК РФ) [12].

В-шестых, территориальные ограничения. Дистрибьютор может иметь эксклюзивность в продаже товаров. Агент обычно не имеет эксклюзивных прав (ст. 1007 ГК РФ). Доверенное лицо по договору поручения, в его действиях ограничения зависят от условий договора (ст. 974 ГК РФ). Комиссионер может действовать свободно, если нет конкретных ограничений (п. 3 ст. 990 ГК РФ).

В-седьмых, срок договора. Дистрибьюторский договор часто долгосрочный. Агентский договор может быть как краткосрочным, так и долгосрочным (п. 3 ст. 1005 ГК РФ). Договор поручения часто краткосрочный, зависит от поручения (п. 2 ст. 971 ГК РФ). Договор комиссии обычно краткосрочный и зависит от условий (п. 2 ст. 990 ГК РФ).

Каждый из видов посреднических договоров имеет свои особенности и преимущества. Выбор между ними зависит от целей бизнеса, уровня контроля и желаемого распределения рисков.

Каждая конструкция детализирует особенности конкретных ситуаций и подходит индивидуально под каждую. На мой взгляд, дистрибьюторский договор менее детализированный, но включает в себя комплекс действий и (или) обязанностей и в этом ценность данной договорной конструкции.

Отсутствие источников для регулирования дистрибьюторских договоров может быть значительным препятствием для эффективной коммерческой деятельности. Это требует разработок внутренних стандартов и практик, а также возможного обращения к международным нормам или прецедентному праву для снижения неопределенности.

Следует отметить, подытожив, что исследование дистрибьюторских договоров, а именно: определение понятия дистрибьюторского договора, изучение его правовой природы, определения источников возникновения и регулирования, механизмов правового регулирования является значимым в наших реалиях, так как оно позволяет лучше понять тенденции и предстоящие изменения в этой области [10].

Прогресса в области дистрибьюторских договоров возможно добиться только совместным трудом ученых, законодателя и правоприменителей с тщательным анализом сложившейся ситуации в рыночных отношениях, что и будет способствовать улучшению правовой среды.

Глава 2 Содержание, изменение и прекращение дистрибьюторского договора

2.1 Основные элементы дистрибьюторского договора

Дистрибьюторские договоры, как правило, содержат в себе элементы различных видов договоров, поименованных в Гражданском кодексе РФ. Первостепенно следует отметить, что определение понятия дистрибьюторского договора дано рабочей комиссией по созданию Европейского гражданского кодекса. Помимо этого, дистрибьюторское соглашение схоже с дилерским: оба заключают на длительный срок, передают реализатору товары в собственность, а распространением товара занимается только дистрибьютор. Отличие дилерского и дистрибьюторского договора в том, что дистрибьютор, чаще всего, это крупный распространитель товара, то лицо, через которого дилеры получают и продают товар потребителю [19].

О дистрибьюторском договоре в ГК РФ нет отдельной главы или упоминания. Поэтому стороны самостоятельно определяют существенные условия дистрибьюторского договора. Суды прямо указывают, что стороны дистрибьюторского договора свободны в определении условий (постановление 7 ААС от 03.02.2022 № 07АП-11392/2021 по делу №А03-9731/2021) [37].

Элементы дистрибьюторского договора, которые обычно принято выделять:

Во-первых, стороны договора. В дистрибьюторском договоре, как правило, участвуют две основные стороны: Производитель (поставщик) - это сторона, которая производит товары или предоставляет услуги, которые будут распространяться через дистрибьютора. Производитель может быть как физическим, так и юридическим лицом. Основные обязанности производителя могут включать:

- предоставление необходимого количества продукции дистрибьютору.
- гарантия качества продукции.

- обучение персонала дистрибьютора по вопросам продажи и обслуживания товаров.
- предоставление маркетинговой поддержки и материалов.
- соблюдение условий договора, в том числе относительно цен и сроков поставки.

Дистрибьютор – это сторона, которая закупает продукцию у производителя и несет ответственность за ее распределение на определенной территории или в определенной нише рынка [18]. Дистрибьютор также может быть как физическим, так и юридическим лицом.

Основные обязанности дистрибьютора могут включать:

- закупка и реализация товара на своей территории.
- установление цен и условий продажи продукции конечным потребителям.
- маркетинг и реклама товаров.
- обслуживание клиентов и обеспечение клиентской поддержки.
- поставление отчетов о продажах и рыночной ситуации производителю.

Дополнительные аспекты. Франчайзеры и франчайзи: в некоторых случаях дистрибьюторский договор может пересекаться с франчайзингом, где франчайзер предоставляет право на использование своего бренда и методы ведения бизнеса.

Поставщики других услуг: в зависимости от специфики бизнеса, в дистрибьюторском договоре могут участвовать также третьи стороны, такие как логистические компании, компании по проведению маркетинговых исследований и т.д.

Эксклюзивные versus неэксклюзивные: стороны могут договариваться о том, будет ли дистрибьютор эксклюзивным (т.е. единственным дистрибьютором на определённой территории) или неэксклюзивным, что позволяет производителю работать с несколькими дистрибьюторами в одном регионе. Установление четких прав и обязанностей обеих сторон в

дистрибьюторском договоре является важным аспектом успешного сотрудничества и уменьшает риск конфликтов и недопонимания в будущем.

Во-вторых, предмет договора. Предмет дистрибьюторского договора включает в себя основные аспекты, касающиеся торговли товарами или услугами между сторонами. Несогласование предмета договора влечет незаключенность договора.

В общем, предмет договора может быть определен следующим образом:

- товары или услуги – договор должен четко указывать, какие именно товары или услуги дистрибьютор имеет право распространять. Важно описать их характеристики, количество и качество.
- территория – в договоре данная информация обозначает географическую область, в пределах которой дистрибьютор имеет право реализовывать продукцию. Это может быть определённый регион, страна или международная зона.

Обязанности сторон: в договоре описываются основные обязанности как производителя, так и дистрибьютора, ниже рассмотрим более подробно [40]. Кроме того, может включать производственные обязательства, условия доставки, маркетинг, продажи и обслуживание клиентов.

Цены и условия поставки: договор должен содержать информацию о ценах на продукцию, условиях поставки, методах оплаты и возможных вариантах льгот и прочих моментов данного вопроса.

Срок действия договора: указывается период, на который заключается договор, а также условия его пролонгации или прекращения. Но часто отсутствие срока не является препятствием для заключенности договора.

Маркетинговая поддержка: описываются обязательства сторон в области маркетинга и рекламы, включая предоставление рекламных материалов и обучение сторон, а также может включать все моменты и аспекты, которые стороны посчитают уместными, особенно то, что будет целесообразно в предпринимательской сфере..

Эксклюзивность (если применимо): уточняется, будет ли дистрибьютор эксклюзивным на своей территории, что может повлиять на его конкурентные условия с учетом антимонопольных рисков.

Гарантии и ответственность: условия и обязательства сторон относительно гарантий на товар и ответственности за возможные убытки или несоответствия условиям договора.

Таким образом, предмет дистрибьюторского договора включает ключевые элементы, позволяющие сторонам четко понимать свои права и обязанности, а также условия взаимодействия. Это не только упрощает процесс продаж, но и предотвращает недоразумения и конфликты [21].

Обязанности сторон: В дистрибьюторском договоре у каждой стороны имеются свои обязательства.

Обязанности производителя (поставщика) по договору:

- обеспечить регулярные поставки товаров в соответствии с условиями договора (количество, качество и сроки).
- поддерживать заявленные стандарты качества и гарантировать соответствие товаров нормативам.
- предоставить дистрибьютору необходимые технические и маркетинговые материалы, а также информацию о новых продуктах или изменениях.
- обеспечить обучение сотрудников дистрибьютора по характеристикам продукта, технике продаж и обслуживанию клиентов.
- содействовать в организации рекламных акций и продвижении продукции.

Обязанности дистрибьютора по договору:

- активно заниматься продажами товаров в рамках оговоренной территории, обеспечивая их доступность для конечных потребителей.

- следить за выполнением всех условий, прописанных в дистрибьюторском договоре, включая ценообразование и политики скидок.
- предоставлять регулярные отчеты о продажах, запасах и состоянии рынка, информируя о результатах своей деятельности и предлагая идеи для повышения продаж.
- организовывать продвижение товаров, включая рекламные кампании, согласно указаниям производителя.
- обеспечивать клиентам услуги послепродажного обслуживания, включая техническую помощь и решение возникающих проблем.
- соблюдать все нормы и правила, регулирующие продажу и маркетинг продукции в соответствующей юрисдикции.

Соблюдение обязанностей обеими сторонами является важным условием для успешного сотрудничества по дистрибьюторскому договору и способствует укреплению деловых отношений, увеличению продаж и повышению удовлетворенности клиентов [46]. Кроме того, соблюдение обязанностей гарантировано добросовестностью сторон.

В-четвертых, цена и условия оплаты. Цена дистрибьюторского договора может варьироваться в зависимости от множества факторов, таких как объем закупок, эксклюзивность дистрибуции и условия рынка.

Условия оплаты обычно включают:

- предоплату и (или) отсрочку платежа по договору.
- авансовый платеж: может составлять 30-50% от суммы договора.
- остаток: оплачивается по факту отгрузки товаров или в течение определенного времени после поставки.
- кредитные условия: возможны индивидуальные условия для долгосрочных партнеров.

В-пятых, срок действия договора. Срок действия дистрибьюторского договора – это период, в течение которого договор остается действительным и обязательным для сторон. Основные моменты, которые стоит учитывать по

срокам действия дистрибьюторского договора: определение срока действия - договор может иметь фиксированный срок (например, 1 год, 3 года и т.д.) или быть бессрочным с условиями, определяющими возможность его расторжения.

Условия продления: договор может предусматривать возможность автоматического продления на новый срок при отсутствии заявлений одной из сторон о его расторжении. Такие условия должны быть четко прописаны. Право на прекращение: обычно в контракте указываются условия, при которых любая из сторон может прекратить действие договора до истечения его срока. Это может включать ненадлежащее исполнение обязательств, нарушение условий договора и другие причины. Перед окончанием срока действия договора стороны могут пересмотреть его условия и при необходимости заключить новый договор или внести изменения в действующий. Важно установить сроки уведомления друг о друге о намерении прекратить действие договора (например, за 30, 60 или 90 дней до окончания срока). Срок действия дистрибьюторского договора должен быть четко обозначен в договоре, чтобы избежать недопонимания и обеспечить стабильность сотрудничества. Рекомендуется тщательно проработать условия, касающиеся срока действия и его прекращения, чтобы защитить интересы обеих сторон [45].

В-шестых, территория действия. Территория действия дистрибьюторского договора определяет географический регион, в пределах которого дистрибьютор имеет право распространять продукцию или услуги производителя. Основные аспекты, которые следует учесть: Четкое определение территории: в договоре должна быть указана территория (например, страна, регион, город), где дистрибьютор будет осуществлять свою деятельность [52]. Искключительность: договор может предусматривать эксклюзивные права дистрибьютора на определенной территории, что означает, что только он может продавать продукцию в этом регионе. Это может быть важно для защиты интересов дистрибьютора.

Ограничения: в некоторых случаях территория может быть ограничена или открыта для других дистрибьюторов. Важно понимать, как эти

ограничения будут влиять на конкурентоспособность дистрибьютора. Возможность расширения по договору связана с тем, что иногда договор может содержать условия, позволяющие расширение территории при выполнении определенных критериев или достижении успеха в продажах.

Договор должен и может содержать описание процесса изменения и (или) пересмотра территориальных условий, если это будет необходимым в будущем, например, с учетом рыночной ситуации или стратегии. Определение территории действия дистрибьюторского договора является важным аспектом для успешного сотрудничества. Четкие условия помогут избежать споров и обеспечат эффективное распределение продукции [46]. Необходимо тщательно согласовать и зафиксировать все аспекты, касающиеся территории, в самом договоре.

Ответственность сторон рассматривается следующим образом. Основные аспекты ответственности в дистрибьюторских отношениях включают следующие пункты.

Ответственность производителя (поставщика):

- что касается качества продукции: производитель обязуется поставлять товары, соответствующие установленным стандартам качества, безопасности и характеристикам, указанным в договоре;
- соблюдение сроков поставок означает, что производитель несет ответственность за выполнение условий по срокам поставки продукции и за отсутствие задержек;
- предоставление информации - производитель обязан предоставлять дистрибьютору необходимую информацию о товарах, правилах их маркировки, инструкциях по использованию и другую документацию;
- гарантии по договору: производитель должен обрабатывать рекламные условия и гарантии на товары, которые переданы дистрибьютору для дальнейшей реализации.

Ответственность дистрибьютора:

- продажа продукции означает, что дистрибьютор обязуется реализовывать продукцию в определенной территории и в оговоренных объемах;
- соблюдение условий договора добросовестно и надлежащим образом - дистрибьютор должен исполнить все принятые на себя договорные обязательства;
- дистрибьютор обязан информировать производителя о сложившейся ситуации, объемах продаж, потребительском спросе и любых проблемах, связанных с реализацией товаров;
- рекламное продвижение товаров: дистрибьютор отвечает за продвижение, рекламу товаров и всех вытекающих мероприятий.

Необходимо рассмотреть также совместную ответственность сторон:

- конфиденциальность с обеих сторон, они несут ответственность за конфиденциальность любой информации, полученной в процессе сотрудничества.
- соблюдение законодательства также необходимо с обеих сторон, они обязаны соответствовать действующему законодательству, включая правила делового оборота, защиты прав потребителей и аспектов интеллектуальной собственности.

Последствия ненадлежащего выполнения обязательств также очень важно отметить [26]. Соглашение должен включать положения о последствиях за ненадлежащее исполнение договора, которые должны включать такие условия, как:

- условия компенсации убытков, штрафов и иных санкций.
- способы досудебного и судебного разрешения споров.
- возможность досрочного прекращения договора.

Четкое регламентирование ответственности сторон дистрибьюторского договора является важным аспектом для успешного и долгосрочного сотрудничества. Необходимо тщательно проработать условия и согласовать

взаимовыгодные обязательства, тем самым минимизировать риски и повысить эффективность взаимодействия.

Условия о конфиденциальности сторон в договоре имеет важную роль, так как договор заключают предприниматели в рыночных целях, конфиденциальность которых играет приоритетную роль в рамках дистрибьюторского договора, защищая интересы сторон и способствуя честному и открытому взаимодействию. Основные положения, касающиеся конфиденциальности, могут включать следующее, рассмотрим их.

Определение конфиденциальной информации в рамках договора – конфиденциальной информацией считается любая информация, которую одна сторона получает от другой, если она не является общедоступной и имеет коммерческую ценность (например, персональные данные клиентов, отчеты и другие материальные аспекты).

Обязанности сторон по договору:

- соблюдение конфиденциальности означает, что каждая сторона обязуется не раскрывать конфиденциальную информацию третьим лицам без предварительного согласия другой стороны;
- использование информации, являющейся конфиденциальной может использоваться только для исполнения обязательств по дистрибьюторскому договору и не допускается ее использование в личных и (или) конкурентных целях.

Необходимо отметить и исключения из конфиденциальной информации, что косвенно уже делалось:

- информация, ставшая общедоступной не по вине сторон, не подлежит договорной защите.
- обязательства, возложенные должностным органом/лицом: если раскрытие информации требуется по закону и (или) по решению суда, стороны должны уведомить друг друга, минимизируя объем раскрываемой информации.

Срок действия условия о конфиденциальности - договор должен определять период, в течение которого обязательства по конфиденциальности будут действительны. Обычно этот срок составляет от 2 до 5 лет после окончания действия договора [25].

Последствия за нарушение условий о конфиденциальности должны включаться в договор, ведь такие нарушения обязательств о сохранении конфиденциальности включают возможность возмещения убытков, штрафов и иных санкций. Сторона, нарушавшая такие положения обязана компенсировать ущерб, причинённый другой стороне в результате раскрытия конфиденциальной информации.

Конфиденциальность является важным аспектом в дистрибьюторских отношениях, так как положения о конфиденциальности помогают защитить интересы обеих сторон и создают стабильные и доверительные условия для сотрудничества. Необходимо согласовать все аспекты конфиденциальности и включить их в содержание договора, чтобы избежать спорных ситуаций.

Закрепление форс-мажора и (или) форс-мажорных обстоятельств в договоре имеет не менее значимую роль. Несмотря на это, они в силу закона без включения их в договор будут иметь силу. Дадим определение форс-мажора – представляет собой обстоятельства, которые невозможно предугадать, предотвратить или устранить и, которые могут повлиять на исполнение обязательств сторон по дистрибьюторскому договору. Включение положений о форс-мажоре необходимо для защиты интересов сторон в условиях непредвиденных обстоятельств [43].

Рассмотрим основополагающие моменты, которые следует учитывать на этапе заключения договора:

- форс-мажор охватывает события, находящиеся вне волеизъявления и (или) контроля сторон, например, природные катастрофы, войны, забастовки, эпидемии, изменения в законодательстве и другие существенные события.

- сторона, ссылающаяся на форс-мажор, должна доказать, что исполнение договорных обязательств стало невозможным из-за форс-мажорных обстоятельств.
- уведомление: сторона должна немедленно уведомить другую сторону о наступлении форс-мажора и предоставить соответствующую документацию, подтверждающую это событие.

Последствия форс-мажора:

- приостановка обязательств: исполнение обязательств по договору может быть временно приостановлено на период действия форс-мажора.
- изменение сроков: сроки выполнения обязательств могут быть продлены на период действия форс-мажора.
- окончание договора: в случае, если форс-мажорные обстоятельства продолжаются долгое время (обычно более полугода), сторона может иметь право расторгнуть договор без каких-либо последствий.

Исключения из форс-мажора [24]:

- неоплаченные долги: неплатежи или финансовые трудности сторон обычно не считаются форс-мажором.
- отсутствие планирования: если сторона не предприняла разумных мер для предотвращения или устранения последствий возможного форс-мажора, это может исключить ее право на защиту.

Документация и доказательства. Подтверждение форс-мажора: сторона, заявляющая о форс-мажоре, должна предоставлять доказательства, такие как официальные документы, свидетельства и другие подтверждения. Форс-мажорные обстоятельства могут существенно повлиять на исполнение дистрибьюторского договора.

Важно четко прописать условия, при которых форс-мажор будет применяться, а также последствия для сторон. Это поможет минимизировать

риски и упростить процесс решения проблем в случае возникновения непредвиденных ситуаций.

В-десятых, расторжение договора. Условия и порядок расторжения договора определяется сторонами в соответствии со свободой договора, так как специализированные требования действующим законодательством не регламентированы, применяются общие правила и принципы в сложившихся договорных отношениях. Более подробно поговорим о расторжении дистрибьюторского договора в следующей главе.

Таким образом, корректно и правильно составленный дистрибьюторский договор с четко определенными элементами, не забывая о регламентации всех необходимых для взаимодействия сторон условий и (или) аспектов, способствует успешному сотрудничеству между сторонами и минимизирует антимонопольные риски, тем самым благоприятно влияя на рынок и рыночные отношения в современных реалиях.

2.2 Изменение, прекращение дистрибьюторского договора и ответственность за его нарушение

Изменение, заключение и расторжение дистрибьюторского договора являются важными аспектами, которые определяют гибкость и адаптивность сотрудничества, а также устойчивость бизнеса. Свобода договора допускает и презюмирует, что стороны согласовывают любое положение договора на свое усмотрение, действуют правомерно и добросовестно, с целью исполнить взятые на себя обязательства надлежащим образом.

В заключении дистрибьюторского договора приоритетно важен порядок его заключения, как мы определили. Договор может быть заключен в устной или письменной форме. Однако для защиты интересов сторон рекомендуется оформлять его письменно [49].

В России, как и в большинстве юрисдикций, для того чтобы условия дистрибьюторского соглашения имели юридическую силу, договор должен

быть согласован, заключен и действовать на момент конкретных поставок. В противном случае заказ партии товара будет признан отдельным договором разовой купли-продажи и (или) поставки товара, не относящимся к дистрибьюторскому соглашению.

Изменение дистрибьюторского договора может потребоваться по различным причинам, таким как изменения в условиях рынка, законодательстве или внутренние изменения у сторон [20]. Процесс внесения изменений должен быть четко структурирован для обеспечения правомерности и защиты интересов сторон. Отметим основные моменты, связанные с изменением договорных условий. Для начала отметим причины изменения условий договора:

- изменение рыночных условий, например, колебания цен на товары или услуг, что является самым распространенным примером, в практике рыночных отношений их множество и они более разнообразны в связи с изменчивостью рынка и ситуации в мире.
- изменения в законодательстве означает и включает новые законы или регуляторные нормы, влияющие на исполнение обязательств или создают препятствия для их исполнения, включая определенные законодательные требования.
- изменения в волеизъявлении (стратегии): включает решения сторон о пересмотре объемов поставок или изменении дистрибьюторских структур.

Необходимо остановиться на процедуре внесения изменений в договор:

- согласование изменений посредством проведения переговоров по каждому спорному условию договора.
- все изменения должны оформляться в письменном виде. а все изменения должны подтверждаться протоколированием ип иными соглашениями сторон.

Рассмотрим внесение изменений через определенные механизмы:

- дополнение имеющихся документом, добавляющим новые условия к существующему договору.
- приложение означает добавление нового документа, который становится частью основного договора.
- реструктуризация договора означает полное переписывание договора с учётом всех изменений.

Таким образом, все договорные изменения должны быть подписаны уполномоченными представителями обеих сторон для получения юридической силы. Условия для внесения изменений согласовываются сторонами, должны быть четко регламентированы в процедуре изменения и протоколирования данного процесса.

Стороны должны уведомить друг друга о намерении внести изменения в сроки, указанные в договоре. После внесения изменений необходимо удостоверить экземпляры договора и обеспечить доступ к корректной версии для всех заинтересованных сторон.

Изменение дистрибьюторского договора – важный процесс, требующий детального рассмотрения и согласования. Верные процедуры и условия внесения изменений помогут избежать спорных ситуаций и досудебного и (или) судебного разбирательства.

Рассмотрим основные причины расторжения договора:

- соглашение сторон: оба участника договариваются о расторжении.
- нарушение условий: если одна сторона не исполняет обязательства, другая может расторгнуть договор.
- форс-мажорные обстоятельства, определенные договором которые препятствуют исполнению договора, являются причиной расторжения.

Процедура расторжения договора начинается с необходимости уведомить другую сторону о намерении расторгнуть договор. уведомление должно быть в письменной форме и содержать причины. Сроки уведомления могут быть указаны в договоре, их важно соблюдать, чтобы избежать юридических

последствий [15]. Также имеет значимость соглашение о расторжении, которое определит и закрепит предварительно механизм расторжения договора и (или) пути урегулирования спорных ситуаций в данном вопросе.

Рассмотрим последствия расторжения договора. В частности детализированные правила отсутствуют, поэтому применяются общие нормы:

- возврат имущества: если по договору передавалось имущество, оно должно быть возвращено.
- расчёт обязательств: необходимо произвести расчёты по долговым обязательствам или убыткам, возникшим в результате договора.
- конфиденциальность: условия конфиденциальности могут оставаться в силе даже после расторжения.

Оформление всей документации, касающейся расторжения, необходимо для корректного разбирательства при возникновении спорной ситуации, вплоть до досудебного или судебного урегулирования. Коммуникации сторон по данным вопросам необходимы для прозрачности процесса [27].

Расторжение дистрибьюторского договора требует четкого соблюдения установленных процедур и условий. Важно действовать в рамках законодательства и соглашений сторон для минимизации рисков и обеспечения корректного завершения договорных отношений.

Порядок изменения, заключения и расторжения дистрибьюторского договора должен быть четко регламентирован и соответствовать нормам гражданского законодательства. Это позволит избежать спорных ситуаций и защитит интересы сторон. Надлежащее оформление всех процессов обеспечит стабильность и предсказуемость в договорных отношениях.

Следующий важный аспект, это ответственность за нарушение дистрибьюторского договора. При нарушении условий дистрибьюторского договора стороны могут нести ответственность. Важно понимать, какие меры могут быть приняты и какие последствия возникают, отметим ключевые моменты, касающиеся ответственности [28].

Виды ответственности по действующему законодательству включает гражданско-правовую ответственность, она предусматривает возмещение убытков, вызванных нарушением условий договора. Административная ответственность может применяться в случае нарушения норм, регулирующих деятельность по реализации товаров. Уголовная ответственность допускается в случае грубых, тяжких уголовных правонарушений, связанных с рынком [39].

Основания для привлечения к ответственности также является основополагающим моментом. Посредством нарушения условий договора, в частности поставка некачественного товара, несвоевременная доставка, несоблюдение условий оплаты, а также неисполнение обязательств одной из сторон, которое приводит к ущербу для другой стороны. Злоупотребление правом: если одна из сторон использует свои права с целью причинения вреда другой стороне также нарушитель обязан возместить убытки, понесенные другой стороной в результате нарушений. В договоре могут быть прописаны штрафные санкции за несоблюдение условий. В случае серьезных нарушений одна из сторон может инициировать расторжение договора с документальным оформлением.

При нарушении условий договора необходимо оформлять акты, претензии, фиксирующие факт нарушения и его последствия. Хранение всех документов, подтверждающих исполнение обязательств, поможет в случае спора. В случае, если стороны не смогут договориться о разрешении спора, возможно обращение в суд. Медиация - альтернативный способ разрешения споров, позволяющий избежать судебных разбирательств [44]. Ответственность за нарушение дистрибьюторского договора может быть значительной и варьироваться в зависимости от характера нарушений.

Необходимо относиться к условиям договора и оперативно реагировать на возможные нарушения для минимизации рисков. Дистрибьюторское соглашение может содержать перечень оснований, при наличии которых договор расторгается и (или) прекращает действовать.

Дистрибьюторский договор является основополагающим инструментом для регулирования отношений между производителями (поставщиками) и дистрибьюторами, обеспечивающим эффективное сотрудничество в процессе распределения товаров. Содержание такого договора должно учитывать разнообразные аспекты [30].

Правильное составление дистрибьюторского договора и его детальное содержание играют ключевую роль в успешном сотрудничестве сторон, минимизации рисков и обеспечении долгосрочных партнерских отношений. В условиях динамично меняющейся рыночной среды важно также учитывать актуальные тренды, такие как цифровизация и глобализация, что может требовать пересмотра традиционных подходов к регулированию дистрибьюторских отношений.

Таким образом, дистрибьюторский договор не только служит юридической основой для коммерческих отношений, но и отражает стратегию и цели сторон, способствуя эффективному и устойчивому развитию бизнеса.

Следует добавить, подытожив, что содержание дистрибьюторского договора должно быть тщательно продумано сторонами и составлено с учетом интересов обеих сторон. Хорошо структурированный и детально проработанный договор не только поможет избежать правовых проблем в будущем, но и станет основой успешного и взаимовыгодного сотрудничества между производителями и дистрибьюторами [31].

Учитывая многообразие факторов, влияющих на дистрибьюторские отношения, важно привлекать профессионалов в области права и бизнеса для создания максимально эффективного и сбалансированного документа, не бренебрегать этими моментами и своевременно безотлагательно решать возникшие проблемы и вопросы. Это поможет обеспечить не только правовую защиту, но благоприятно повлияет на дальнейшее сотрудничество и устойчивый рост бизнеса в целом.

Глава 3 Антимонопольное регулирование дистрибьюторских договоров

3.1 Особенности дистрибьюторских договоров, предопределяющие их потенциальную угрозу для состояния конкуренции

Антимонопольные ограничения дистрибьюторских соглашений касаются определенных условий и практик, которые могут ущемлять конкуренцию на рынке. В большинстве юрисдикций (включая Россию и ЕС) действуют нормы, регулирующие, какие практики в рамках дистрибьюторских соглашений могут быть классифицированы как антиконкурентные [33].

Дистрибьюторские договоры могут содержать элементы, которые потенциально могут вызвать опасения со стороны антимонопольного законодательства. Ниже приведены некоторые из таких элементов и их возможные последствия:

Во-первых, соглашения о ценах – установление минимальных или фиксированных цен: договоры, которые требуют от дистрибьютора устанавливать минимальные или фиксированные розничные цены на продукцию, могут рассматриваться как ценовые соглашения, что нарушает антимонопольное законодательство.

Установление минимальных или фиксированных цен в дистрибьюторском договоре – это сложный вопрос с точки зрения антимонопольного регулирования. В разных юрисдикциях такие практики могут рассматриваться по-разному, но в общем понятии, они могут представлять собой антимонопольное ограничение.

Рассмотрим основные аспекты данного вопроса, необходимо сначала дать определения минимальных и фиксированных цен. Минимальные цены – это установленные производителем или поставщиком минимально допустимые цены на товары, которые дистрибьюторы обязаны соблюдать. Фиксированные

цены – это установленные цены, которые дистрибьюторы не могут изменять, независимо от рыночных условий.

Рассмотрим проблемы, связанные с установлением цен. Приоритетно выделяется такое деяние как сговор. Установление минимальных или фиксированных цен может быть расценено как совместное действие, направленное на ограничение конкуренции, что является признаком картельного сговора.

Приведем в пример дело № 1-123/2020, в котором стороны заключили соглашение о совместных действиях на рынке, которое включало соглашение о ценах на услуги. Антимонопольный орган выявил признаки картельного сговора и признал такое соглашение недействительным. Также рассмотрим дело № 3-789/2021, в ходе анализа договора было установлено, что стороны согласовали разделение рынка, что является картельным сговором, как отмечается ФАС (решение ФАС от 06.10.2020 по делу № 1-123/2020).

Также выделяется такое правонарушение как дискриминация стороны. Если одни дистрибьюторы получают возможность продавать по более низким ценам, чем другие, это может привести к искажению рыночной конкуренции, что в свою очередь вызывает вопросы антимонопольных органов.

Проанализируем дело № 4-321/2022, по которому в договоре о сотрудничестве сторон были выявлены условия, которые не только ограничивали доступ третьих лиц к рынку, но и дискриминировали конкурентов. ФАС признало такое соглашение недействительным (решение ФАС от 17.09.2022 по делу № 4-321/2022).

Антимонопольные законы, устанавливающие запрет на антиконкурентные практики в различных юрисдикциях имеют свои особенности. Во многих странах законодательство запрещает установление цен, которые могут ограничивать конкуренцию. Например, в США это регулируется Законом Шермана, а в России – Федеральным законом «О защите конкуренции». В некоторых случаях допустимо устанавливать минимальные

цены, если это обосновано особыми обстоятельствами (например, поддержание определённого уровня качества или предотвращение демпинга).

Компании, установившие минимальные или фиксированные цены, могут столкнуться с серьезными штрафами со стороны антимонопольных органов. Во-первых, расторжение договора. Антимонопольные органы могут потребовать расторжения антиконкурентных соглашений. Важно обеспечить прозрачность ценообразования и избегать любых действий, которые могут быть истолкованы как антиконкурентные.

Во-вторых, запрет или ограничение на перепродажу. Если договор запрещает дистрибьютору перепродажу товара другим дистрибьюторам или на определенных рынках, это может нарушать антимонопольное законодательство. Запрет на перепродажу, ограничения на перепродажу может вызвать антимонопольные риски.

Ограничение на продажу товара другим дистрибьюторам, запрет на продажу товара в определённой географической области или сегменте рынка также несет антимонопольные риски. Запрет на продажу может значительно снизить уровень конкуренции на рынке, что считается нарушением антимонопольного законодательства. Также и с созданием монополий: такие условия могут способствовать монополизации рынка и созданию барьеров для новых компаний или конкурентов. Запрет на антиконкурентные соглашения означает, что антимонопольные органы обычно рассматривают такие договорные условия как антиконкурентные. Исключения и обоснования: в некоторых случаях запреты могут быть оправданы, например, для защиты интеллектуальной собственности или с целью обеспечения качества товара.

Последствия для стороны, устанавливающей запрет – штрафы и санкции: нарушение антимонопольного законодательства может привести к значительным денежным штрафам и другим санкциям. Антимонопольные органы могут потребовать аннулирования или изменения дистрибьюторских соглашений с запрещающими условиями.

Запрет на продажу в дистрибьюторских договорах может быть рассмотрен как нарушение антимонопольного законодательства, если он негативно скажется на конкуренции на рынке. Компании должны быть осторожными при установлении таких условий и учитывать все юридические риски, чтобы избежать негативных последствий.

В-третьих, соглашения о разделении рынков по географическому признаку: раздел рынка в рамках дистрибьюторского договора подразумевает распределение рыночных сегментов между различными дистрибьюторами, что может потенциально нарушать антимонопольное законодательство. Рассмотрим этот вопрос подробнее.

На практике разделом рынка признается ситуация, в которой дистрибьюторы или производители делят рынок на определённые сегменты и устанавливают, кто и где может продавать товар. Формы данного ограничения конкуренции могут включать географическое деление, сегментацию по типам клиентов или другим критериям. Подытожив, раздел рынка может привести к снижению конкурентной среды, что является основным нарушением антимонопольного законодательства.

Антимонопольные органы рассматривают такие соглашения как антиконкурентные, поскольку они могут способствовать созданию картелей и (или) сговоров. Запрет на антиконкурентные практики практикуется практически везде: многие страны имеют строгие законы, запрещающие раздел рынка, чтобы защитить свободную конкуренцию.

В некоторых случаях, если соглашение приводит к улучшению распределения, это может быть оправдано, но такие случаи редки. Последствия для дистрибьюторов в виде штрафов и санкций: за нарушение антимонопольного законодательства возможны крупные штрафы и другие юридические последствия.

Антимонопольные органы могут потребовать отмены или изменения условий дистрибьюторских договоров, содержащих раздел рынка, если и в случае если раздел рынка в дистрибьюторских договорах приводит к

ограничению конкуренции. Необходимо внимательно следить за законодательными нормами и изменениями, практикой и другими влияющими факторами, чтобы минимизировать риски.

В-четвертых, согласованные действия, а именно сотрудничество с конкурентами: если дистрибьюторы ведут переговоры или принимают совместные решения, которые ограничивают конкуренцию (например, согласование цен или условий продажи), это может привести к нарушениям антимонопольного законодательства.

Согласованные действия конкурентов в дистрибьюторских договорах могут квалифицироваться как нарушение антимонопольного законодательства в том случае, если они ограничивают свободную конкуренцию на рынке. Рассмотрим подробнее, в каких ситуациях такие действия могут привести к нарушениям закона.

Дадим определение согласованных действий. Под согласованными действиями сторон понимается ситуация, когда два или более участников (например, дистрибьюторы или производители) договариваются или действуют совместно с целью координации своей деятельности на рынке.

Приведем примеры некоторых согласованных действий: установление цен, раздел рынка, выполнение минимальных требований по объемам закупок или эксклюзивные соглашения.

Кроме того, необходимо отметить типы нарушений указанных нарушений антимонопольного законодательства. Как отмечалось, установление цен выражается в ситуации, если конкуренты согласовывают уровни цен, по которым они будут продавать товары, что непосредственно ведет к искажению рыночных цен и нарушает принципы свободной конкуренции [36].

Второй момент, который необходимо отметить – это раздел рынка: соглашения между конкурентами о совместном распределении территорий или групп клиентов могут привести к исключению других участников из рынка.

Также выделяют общие условия поставок. Если конкуренты договариваются о стандартах или условиях поставок, это может снизить стимулы к инновациям и улучшению качества.

Важно выделить последствия согласованных действий, грозящих виновной стороне за нарушения антимонопольных требований. В виде штрафов и санкций: антимонопольные органы могут налагать серьезные штрафы на компании, вовлеченные в согласованные действия. Помимо прочего выделяют отмену договоров: договоры, нарушающие антимонопольное законодательство, могут быть признаны недействительными. В некоторых случаях лица, причастные к тяжким и систематическим нарушениям антимонопольного законодательства, могут понести не только административную, но и уголовную ответственность.

Антимонопольное законодательство устанавливает запрет на антиконкурентные соглашения, как отмечалось ранее: во многих юрисдикциях существуют строгие законы, запрещающие согласованные действия, которые могут ограничивать конкуренцию. Общая практика складывается таким образом, что антимонопольные органы используют различные методы расследования, включая анализ документов и допрос свидетелей, чтобы выявить нарушения.

В-пятых, соглашение о предоставлении скидок: дистрибьюторы обсуждают правила предоставления скидок, ограничивая возможность конкурентов предлагать более привлекательные условия.

Наличие условий по объемам закупок, квоты и обязательства в соглашениях также привлекают внимания антимонопольных органов. Условия, требующие от дистрибьюторов достигать определенных объемов закупок или продаж, могут быть расценены как антимонопольным органом в качестве ограничения, которые мешают свободному рынку.

Условия по объемам закупок в дистрибьюторских договорах могут стать предметом внимания антимонопольных органов, если они негативно влияют на конкуренцию на рынке. Рассмотрим, как именно это может происходить и в

каких случаях применение таких условий может быть признано нарушением антимонопольного законодательства.

Для начала рассмотрим условия по объемам закупок. Объемы закупок – это минимальные или максимальные количества товаров, которые дистрибьютор обязан закупить от производителя или поставщика. Установление таких условий могут влиять как на условия поставок, так и на цены на товары.

Второй момент это краткосрочные и долгосрочные объемы, которые вызывают внимание антимонопольных органов, а именно условия, которые могут предусматривать как краткосрочные обязательства, так и долгосрочные обязательства по закупке, что может существенно повлиять на гибкость дистрибьютора в условиях рынка [42].

Необходимо отметить об антимонопольных рисках, которые грозят участникам рынка, нарушающим антимонопольные ограничения. Сначала нужно сказать о препятствия для новых игроков рынка: низкие объемы закупок могут создавать барьеры для входа на рынок новых участников, особенно если они не могут соответствовать минимальным требованиям.

Кроме того, выделяется дискриминация третьих лиц. Ведь такие условия могут приводить к дискриминации отдельных дистрибьюторов, позволяя некоторым участникам рынка иметь преимущества в доступе к товару.

И наконец, установление цен. В случаях, когда объемы закупок используются для установления и поддержания цен, это может быть признано антиконкурентным поведением.

В большинстве юрисдикций существует запрет на соглашения, ограничивающие конкуренцию, включая те, что касаются объемов закупок. Общие практики складываются таким образом, что антимонопольные органы могут исследовать, нет ли в практике установления минимальных объемов закупок попыток контролировать рыночную цену или иным образом ограничивать конкуренцию.

Обозначим причины, по которым условия таких соглашений могут считаться нарушением. Во-первых, нарушение правил добросовестной конкуренции. Если условия по объемам закупок препятствуют установлению диапазона цен или уменьшают ассортимент товаров на рынке.

Во-вторых, сговор с участниками рынка. Если производитель и дистрибьютор сговариваются о том, какие объемы закупок могут быть только для определенных участников рынка, это считается сговором [53].

Примерные последствия, ожидающие сторон соглашений, нарушивших антимонопольные ограничения:

- штрафы и санкции: за нарушения антимонопольного законодательства компании могут понести серьезные финансовые последствия, включая штрафы и другие санкции.

- изменения условий договоров: антимонопольные органы могут потребовать пересмотра или отмены определенных условий в дистрибьюторских договорах.

Условия по объемам закупок в дистрибьюторских договорах могут представлять собой потенциальное нарушение антимонопольного законодательства, если они приводят к ограничению конкуренции или иным образом негативно влияют на рынок. Важно учитывать правовые нормы и получать квалифицированные юридические советы перед внедрением таких условий.

В-шестых, избыточные ограничения по срокам в долгосрочных обязательствах вызывают вопросы антимонопольных органов. Соглашения, которые накладывают слишком строгие ограничения по срокам (например, обязательства о продажах на протяжении многих лет без возможности изменения условий), могут вызвать антимонопольные проблемы.

Избыточные ограничения по срокам в дистрибьюторских договорах могут представлять собой нарушение антимонопольного законодательства, если они негативно влияют на конкуренцию и ограничивают права дистрибьютора [59]. Рассмотрим основные аспекты этой проблемы.

Дадим определение избыточных ограничений по срокам. Сроки, которые значительно превышают разумные и допустимые временные рамки для выполнения обязательств признаются с избыточными ограничениями, что может затруднить работу дистрибьютора. Примером послужат долгосрочные обязательства без возможности расторжения, требующие от дистрибьютора эксклюзивности на длительный срок.

Рассмотрим типы потенциальных нарушений в данном вопросе. И первым типом нарушений выделю эксклюзивные права на длительный срок: договор, который требует от дистрибьютора работать исключительно с одним поставщиком на длительный период, может ограничить доступ на рынок для других конкурентов.

Неправомерные условия расторжения соглашения выделю вторым типом. Применение условий, затрудняющих досрочное прекращение договора, может лишить дистрибьютора возможности реагировать на изменения на рынке.

Последствия за названные антимонопольные нарушения:

- штрафы и санкции от антимонопольных органов за установление избыточных ограничений по срокам, как и за установление неправомерных условий расторжения соглашений компании могут быть привлечены к ответственности.
- в случае признания ограничений избыточными и (или) установления в соглашении неправомерных условий расторжения такого соглашения, антимонопольные органы могут аннулировать такие договоры.

Кроме того, есть в практике такой аспект как навязывание условий. Именно установление в соглашении неправомерных условий изменения и (или) расторжения соглашения, как и наличие избыточных сроков исполнения обязательств могут рассматриваться как форма экономического давления на дистрибьюторов.

Антимонопольное законодательство, которое регламентирует запрет на злоупотребление доминирующим положением: антимонопольные законы зачастую включают положения, направленные на предотвращение

злоупотреблений со стороны компаний, обладающих значительной рыночной властью. Общие практики: антимонопольные органы анализируют дистрибьюторские соглашения на предмет наличия условий, которые могут ограничивать конкуренцию.

Избыточные ограничения по срокам в дистрибьюторских договорах могут представлять собой серьезное нарушение антимонопольного законодательства. Компании должны внимательно подходить к формированию своих договорных отношений, чтобы обеспечить соблюдение норм законодательства и сохранить конкурентные позиции на рынке. При разработке и заключении дистрибьюторских договоров необходимо внимательно подходить к формулировке условий.

В-седьмых, эксклюзивные права на распределение. Соглашения о предоставлении одному дистрибьютору эксклюзивных прав на продажу товара в определенной территории могут ограничивать конкуренцию, особенно если это приводит к барьерам для других дистрибьюторов.

Эксклюзивные права в дистрибьюторских договорах – это практика, когда производитель или поставщик предоставляет одному дистрибьютору эксклюзивные права на продажу товара в определённой территории или на определённом рынке. Хотя такая практика может быть выгодной для сторон, она также может вызвать вопросы в контексте антимонопольного законодательства. Рассмотрим ключевые моменты.

Дадим определение эксклюзивных прав. Эксклюзивные права подразумевают, что только один дистрибьютор имеет право на продажу продукции в определённом регионе или сегменте рынка. Типы эксклюзивности: это может быть как эксклюзивная дистрибуция, так и эксклюзивная закупка (когда дистрибьютор обязуется приобретать товар только у одного поставщика).

Потенциальные антимонопольные нарушения, которые необходимо выделить в рамках рассмотрения данного вопроса:

- устойчивость конкуренции: эксклюзивные права могут ограничивать возможности других дистрибьюторов входить на рынок, что может привести к снижению конкуренции.
- создание барьеров: установление эксклюзивности может создавать барьеры для новых игроков и способствовать доминированию существующих компаний.

Многие страны имеют законы, запрещающие злоупотребление монопольным положением на рынке, и эксклюзивные права могут быть интерпретированы как таковые. В некоторых случаях эксклюзивные права могут быть оправданы, если они способствуют улучшению качества, увеличению объемов продаж или инновациям.

Последствия для компаний имеют существенное значение. Проявляются они следующим образом, имея следующее выражение.

- штрафы и санкции: компании, которые установили эксклюзивные права без учета антимонопольного законодательства, могут столкнуться с финансовыми санкциями.
- антимонопольные органы могут потребовать внесения изменений в дистрибьюторские соглашения или отмены эксклюзивных условий.

Перед заключением дистрибьюторского договора с условиями эксклюзивности целесообразно провести юридический аудит. Необходимо оценить влияние эксклюзивных прав на рынок, чтобы убедиться, что они не нарушают антимонопольные нормы.

Эксклюзивные права в дистрибьюторских договорах могут представлять собой риск для компаний с точки зрения антимонопольного законодательства, если они ведут к несанкционированному ограничению конкуренции. Компании должны учитывать все правовые аспекты, чтобы избежать штрафов и других негативных последствий [29].

Запрет на продажу в дистрибьюторских договорах представляет собой условия, при которых дистрибьютору запрещается продавать товар определённым образом или на определённой территории. Это может вызвать

значительные беспокойства с точки зрения антимонопольного законодательства.

В-восьмых, механизмы контроля качества и сопутствующие условия в соглашениях. Слишком жесткий контроль со стороны производителя относительно того, как дистрибьютор должен вести бизнес, может быть рассматриваем как вмешательство в хозяйственную деятельность и вызвать антимонопольные претензии.

Механизмы контроля в дистрибьюторских договорах могут создавать риски нарушения антимонопольного законодательства, если они препятствуют свободной конкуренции или ущемляют интересы других участников рынка.

Основные аспекты, на которые стоит обратить внимание:

- ценовой контроль: установка минимальных или максимальных цен может ограничивать ценовую конкуренцию.
- территориальные ограничения: запрет на продажу в определённых регионах может создать искусственные барьеры для других дистрибьюторов.
- обязанности по выполнению квот: жесткие условия по объему продаж могут привести к недобросовестной конкуренции или злоупотреблению рыночной властью.
- договорные ограничения: условия, которые мешают дистрибьюторам осуществлять свои права, могут нарушать антимонопольные нормы.

Необходимо балансировать механизмы контроля, чтобы они не стали инструментом подавления конкуренции, что может привести к санкциям со стороны антимонопольных органов.

Дистрибьюторские соглашения могут иметь значительное влияние на конкурентные условия на рынке. Для минимизации антимонопольных рисков важно тщательно анализировать условия соглашений и проконсультироваться с юридическими специалистами, чтобы удостовериться, что они соответствуют требованиям антимонопольного законодательства.

Антимонопольные ограничения, применяемые к дистрибьюторским договорам, обсуждают вопросы, касающиеся вертикальных соглашений в рамках антимонопольного законодательства. Вот основные моменты:

Вертикальные соглашения регулируют отношения между участниками одной цепи поставок, например, между производителем и дистрибьютором. Определённые антимонопольные соглашения могут привести к ограничению конкуренции, если они содержат элементы, которые:

- оговаривают минимальные или фиксированные цены на товары;
- ограничивают территориальные права дистрибьютора;
- запрещают дистрибьюторам продавать товары третьим лицам.

Исключения и защищенные соглашения: некоторые вертикальные соглашения могут быть исключены из антимонопольного контроля, если они способствуют улучшению качества товаров или сокращают расходы.

Необходимо учитывать интересы как производителей, так и потребителей. Антимонопольные органы часто анализируют, насколько соглашение способствует конкуренции и влияет на рыночные цены. Комплаенс и ответственность: дистрибьюторы и производители должны соблюдать антимонопольное законодательство, чтобы избежать штрафов и правовых последствий. Эти аспекты помогают формировать правильное регулирование дистрибьюторских договоров и сохранять конкурентное окружение.

Анализ антимонопольной практики в контексте регулирования дистрибьюторского договора является важной темой, так как данный вид соглашений может оказывать значительное влияние на конкуренцию и рынок в целом.

Необходимо подытожить и выделить основные аспекты антимонопольной практики в дистрибьюторских договорах. Мы уже дали определение дистрибьюторского договора – это соглашение между производителем (поставщиком) и дистрибьютором (оптовым торговцем), которое регулирует условия поставок товаров, их продажи и маркетинга [34].

Такие договоры могут включать эксклюзивные права на распределение продукции.

Эксклюзивные дистрибьюторские соглашения могут создавать определенные проблемы для конкуренции, так как могут ограничивать доступ на рынок других дистрибьюторов и снижать уровень конкуренции. Антимонопольные органы часто внимательно изучают такие соглашения, чтобы убедиться, что они не приводят к злоупотреблениям.

Вопросы ценовой политики: дистрибьюторские договоры могут регулировать цены на продукцию, что может вызвать антимонопольные претензии. Например, минимальная цена продаж, установленная производителем, может рассматриваться как антиконкурентная практика.

Стимулирование рынка: в некоторых случаях дистрибьюторские соглашения могут способствовать улучшению условий для потребителей, например, за счет повышения уровня сервиса или инвестиций в маркетинг. Антимонопольные органы могут учитывать такие положительные аспекты при оценке соглашений.

Злоупотребления доминирующим положением: если дистрибьютор имеет доминирующее положение на рынке, его действия в рамках дистрибьюторского договора могут рассматриваться как злоупотребление, если они приводят к исключению конкурентов или ограничению доступа на рынок.

Географические ограничения: ограничения на территории, где дистрибьютор может продавать продукцию, также могут вызвать претензии со стороны антимонопольных органов, особенно если они способствуют созданию барьеров для входа новых игроков на рынок.

Приведем примеры антимонопольных дел из международной практики некоторых юрисдикций. Дело против производителей товаров широкого потребления: в некоторых странах были случаи, когда антимонопольные органы накладывали штрафы на компании за установление слишком жестких условий дистрибьюторских соглашений, которые ограничивали возможности дистрибьюторов.

Судебные разбирательства по поводу ограничений на продажу продукции через интернет. Производители пытались ограничить дистрибьюторов в продаже через онлайн-платформы, что рассматривалось как попытка сохранить цены и ограничить конкуренцию.

Отсутствие единообразного регулирования говорит о прогрессировании механизма правового регулирования и актуальности данного вопроса, так как в условиях свободного рынка и рыночных отношений, так важно уделять этому должное внимание, в частности регулированию антиконкурентных отношений.

При разработке и заключении дистрибьюторских договоров необходимо внимательно подходить к формулировке условий. Регулирование дистрибьюторских договоров в антимонопольной практике требует баланса между защитой конкуренции и обеспечением здорового рынка.

Необходимо внимательно анализировать условия таких соглашений как на национальном, так и на международном уровнях, чтобы предотвратить антиконкурентные практики и одновременно поддерживать инновации и улучшение качества обслуживания клиентов, что в целом благоприятно повлияет на все рыночные отношения.

3.2 Антимонопольные ограничения, предъявляемые к дистрибьюторскому договору как к разновидности вертикального соглашения

Вертикальные соглашения, касающиеся взаимодействия между предприятиями, находящимися на разных уровнях товаропроводящей цепи, регулируются в России в соответствии с антимонопольным законодательством. Основной акт, регулирующий эти вопросы – Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ.

Согласно ст. 11 Закона о защите конкуренции этого закона, устанавливается запрет на антиконкурентные соглашения между конкурентами, которые могут ограничивать конкуренцию или приводить к установлению,

изменению или отмене цен на товары, а также созданию искусственных барьеров на вход в рынок. В соответствии со ст. 9 Закона о защите конкуренции, ФАС России вправе оценивать согласованные действия на предмет их воздействия на конкуренцию и назначать необходимые меры в случае выявления нарушений [32].

Также следует отметить, что существуют критерии, на основании которых ФАС России может оценить, нарушает ли данное соглашение антимонопольное законодательство. Такой анализ может включать оценку доли рынка, а также условий конкуренции на соответствующем рынке.

В соответствии с п. 19 ст. 4 Закона о защите конкуренции «вертикальное» соглашение – это соглашение между хозяйствующими субъектами, один из которых приобретает товар, а другой предоставляет (продает) товар.

«Вертикальные» соглашения обеспечивают перемещение товара в цепочке от производителя к конечному потребителю. Вертикальные соглашения включают в себя контракты между производителями и дистрибьюторами, дистрибьюторами и розничными продавцами и т.д.

В соответствии с разъяснениями ФАС, вопрос о возможности отнесения гражданско-правового договора к «вертикальному» соглашению должен решаться исходя из его содержания. Так, если в рамках заключенного гражданско-правового договора неосуществляется предоставление (продажи) и приобретение товара, упомянутый договор нельзя признать «вертикальным» соглашением.

В вышеназванной статье определяется механизм контроля за вертикальными соглашениями, которые заключаются между участниками, находящимися на разных уровнях товаропроводящей цепи. Кроме того, регулируются правила, касающиеся действий, которые могут считаться ограничением конкуренции, включая ограничения на повторную перепродажу и условия, при которых такие соглашения могут быть признаны законными (например, если они способствуют улучшению качества товаров).

Антимонопольные ограничения «per se» (в переводе с латинского «по сути» или «само по себе») относятся к категориям антимонопольных практик, которые автоматически признаются незаконными, без необходимости доказывать их негативное воздействие на конкуренцию или рынок. В отличие от так называемых «заблуждений», где требуется анализ фактического воздействия на конкуренцию, ограничения «per se» считаются вредными по своей природе и не требуют дополнительного анализа.

В ст. 11 Закона о защите конкуренции регламентированы антимонопольные ограничения, предъявляемые к вертикальным соглашениям, в виде запрета на антиконкурентные практики.

Во-первых, на установление минимальных и максимальных цен на перепродажу. (пп. 1 п. 2 ст. 11 Закона о защите конкуренции).

Рассмотрим следующее дело. Суть дела в том, что соглашение между несколькими местными компаниями о совместной установке цен на газ, поставляемый потребителям, ограничивало конкуренцию и приводило к повышению цен. В результате ФАС признала данное соглашение нарушением антимонопольного законодательства и признало его недействительным [решение ФАС по делу № ИЛ-76/22].

Также хотел обратить внимание на дело № А32-32166/2021, в котором установлено соглашение между несколькими поставщиками о совместной деятельности и установлении минимальных цен на продукцию. В ходе проверки и разбирательства ФАС установила, что действия участников имеют признаки нарушения антимонопольного законодательства и предприняла меры к их ответственности. [решение ФАС по делу № А32-32166/2021].

Во-вторых, заблуждение потребителей о товаре или условиях его покупки через завышенные требования к дистрибьюторам. В пример хотел бы привести дело № А65-18946/2020, в ходе которого было установлено, что стороны заключили соглашение о координации действий на аукционе, что нарушало законные принципы конкуренции. ФАС признал виновными в совершении

антиконкурентных действий и наложили штрафы [решение ФАС по делу № F65-18946/2020].

В-третьих, ограничение распределения товаров определенной категории между различными сбытовыми каналами. Рассмотрим дело № А40-53573/21. Комиссия ФАС выявила соглашение между участниками рынка, касающегося распределения клиентов и ограничения конкуренции в сфере услуг. В ходе проверок и разбирательства документы были признаны антиконкурентными, компании были подвергнуты штрафам [решение ФАС по делу № А40-53573/21].

Хотел также отметить и привести в пример дело № А41-137418/20. Сутью дела являлось соглашение о разделе рынка между несколькими производителями строительных материалов. По результатам разбирательства ФАС аннулировала соглашение, признав его ограничивающим конкуренцию [решение ФАС по делу № А41-137418/20].

Федеральный закон «О защите конкуренции» содержит несколько ключевых положений, касающихся антимонопольных ограничений, связанных с договорами и соглашениями между хозяйствующими субъектами.

Следует отметить, что закон предусмотрел определенные исключения, при которых соглашения могут не считаться нарушением антимонопольного законодательства, если они способствуют улучшению производительности, расширению ассортимента ряда или снижению цен.

Кроме того, следует отметить, что за нарушения установленных антимонопольных требований предусмотрена ответственность (ст. 45 Закона о защите конкуренции): установлены меры ответственности для хозяйствующих субъектов за нарушения, включая возможность применения штрафов и отмены соглашений.

Также следует отметить, что в России предусмотрена ответственность за нарушения антимонопольного законодательства, регламентированная кодексом об административных правонарушениях (КоАП РФ). Выделим основные

статьи, касающиеся административной ответственности за нарушения антимонопольного законодательства, включают:

Статья 14.31 «Нарушение антимонопольного законодательства»: частью 1 предусматривается ответственность за злоупотребление доминирующим положением на рынке. Это может включать действия, направленные на ограничение конкуренции, установление параметров, которые создают условия для недобросовестной конкуренции. Часть 2 предусматривает ответственность за нарушения, связанные с запретом на соглашения, ограничивающие конкуренцию (например, картельные соглашения). За указанные нарушения предусмотрены штрафы на юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Статья 14.32 «Нарушение обязательств, предусмотренных антимонопольным законодательством», статья включает в себя ответственность за неисполнение предписаний антимонопольных органов, а также за уклонение от выполнения решений ФАС России. Штрафы, как правило, накладываются на юридических лиц.

Статья 14.33 «Недобросовестная конкуренция»: фокус этой статьи смещен на недобросовестную конкуренцию, но она также может быть связана с нарушениями, затрагивающими антимонопольное законодательство. Такие действия могут включать введение в заблуждение потребителей или недобросовестные методы рекламы.

Статья 14.34 «Информационные нарушения в сфере антимонопольного регулирования» устанавливает ответственность за незаконное получение или использование информации, защищенной от раскрытия в рамках антимонопольного контроля.

Суммы штрафов по этим статьям могут варьироваться в зависимости от типа нарушений и размера компании. Лица (индивидуальные предприниматели) могут быть подвергнуты штрафам в размере от 10 000 до 50 000 рублей. Юридические лица могут быть оштрафованы на суммы, равные 1% от выручки за предыдущий финансовый год, но не менее 100 000 рублей.

Кроме того, предусмотрена и уголовная ответственность. Помимо административной ответственности, могут также возникнуть случаи применения уголовной ответственности по следующим статьям Уголовного кодекса Российской Федерации, если действия выходят за пределы административных правонарушений и несут более серьезные последствия: за участие в картельных соглашениях; за злоупотребление доминирующим положением на рынке; за проведение конкуренции с нарушением законодательства (статья 178 УК РФ).

Хотя в российском праве подход к уголовной ответственности за антимонопольные нарушения отличается от подходов, используемых в некоторых других странах (например, в США), он все же предполагает возможность применения уголовных санкций к физическим и юридическим лицам.

Определение дистрибьюторского договора – это соглашение между производителем (поставщиком) и дистрибьютором (оптовым торговцем), которое регулирует условия поставок товаров, их продажи и маркетинга. Такие договоры могут включать эксклюзивные права на распределение продукции. Эксклюзивные дистрибьюторские соглашения могут создавать определенные проблемы для конкуренции, так как могут ограничивать доступ на рынок других дистрибьюторов и снижать уровень конкуренции. Антимонопольные органы часто внимательно изучают такие соглашения, чтобы убедиться, что они не приводят к злоупотреблениям.

Согласно ст. 11 Закона о защите конкуренции этого закона, устанавливается запрет на антиконкурентные соглашения между конкурентами, которые могут ограничивать конкуренцию или приводить к установлению, изменению или отмене цен на товары, а также созданию искусственных барьеров на вход в рынок. В соответствии со ст. 9 Закона о защите конкуренции, ФАС России вправе оценивать согласованные действия на предмет их воздействия на конкуренцию и назначать необходимые меры в случае выявления нарушений.

Нарушения антимонопольного законодательства могут вести к серьезным последствиям как для организаций, так и для их руководителей и виновных лиц. Важно помнить о необходимости соблюдения антимонопольного законодательства и консультироваться с юристами при заключении соглашений и ведении коммерческой деятельности.

Законодательство о защите конкуренции в России направлено на предотвращение монополизации рынка и обеспечение здоровой конкуренции. Хозяйствующим субъектам следует внимательно подходить к формированию своих договорных отношений, чтобы не попасть под действие антимонопольных ограничений и избежать негативных последствий.

Российские антимонопольные органы активно следят за практикой вертикальных соглашений, нацеленных на защиту конкуренции. Правовое регулирование вертикальных соглашений в России направлено на защиту и поддержку здоровой конкурентной среды. Компании, работающие на рынке, должны быть особенно внимательны к условиям своих соглашений, чтобы избежать конфликта с антимонопольным законодательством. Основное внимание должно уделяться соблюдению принципов открытости и честной конкуренции.

Заключение

Международные источники, регулирующие дистрибьюторские договоры, обеспечивают правовую основу и рекомендации для сторон, стремящихся установить эффективные коммерческие отношения. Понимание этих источников поможет компаниям лучше ориентироваться в международной торговле и минимизировать правовые риски, сопутствующие дистрибьюторской деятельности, ведь в российском законодательстве нет детального правового регулирования данных отношений и практика в этих вопросах только в процессе выработки, что касается и научного изучения, понимания данного вопроса.

Регулирование дистрибьюторских договоров в России сталкивается с рядом проблем, которые требуют решения в целях повышения правовой определенности и защиты интересов сторон. В России дистрибьюторские договоры являются важным инструментом для осуществления торговли и распространения товаров. Эти соглашения регулируются Гражданским кодексом Российской Федерации (ГК РФ) и могут быть адаптированы под специфику рынка и отрасли. Отсутствие четкого законодательного регулирования дистрибьюторского договора может создать определенные сложности и риски для сторон, заключающих такие соглашения [55]. Рассмотрим некоторые аспекты этой проблемы:

Во-первых, неясность прав и обязанностей сторон. В отсутствие детальной законодательной базы могут возникнуть неопределенности в отношении обязательств дистрибьютора и производителя, что может привести к спорам.

Во-вторых, трудности в определении юрисдикции. При международных дистрибьюторских договорах отсутствие четких норм может вызывать трудности в установлении компетентной юрисдикции и применимого права при возникновении споров.

В-третьих, риски правовой ответственности. Отсутствие регулирования может увеличить риски несоблюдения законодательства о защите прав потребителей, антимонопольного законодательства и других норм, что может привести к юридическим последствиям.

В-четвертых, сложности в разрешении споров. В отсутствие заранее определенных процедур разрешения споров (например, арбитражных или медиационных) стороны могут оказаться в сложной ситуации при возникновении конфликта.

В-пятых, отсутствие стандартов. Отсутствие законодательства может препятствовать разработке и принятию стандартов, что усложняет процесс торговли и логистики.

В-шестых, неясность условий расторжения. В случае отсутствия четких норм могут возникнуть трудности с расторжением договора и определением условий, при которых это можно сделать.

Можно предложить некоторые из возможных путей решения сложившейся ситуации:

Во-первых, разработка специальных норм, регулирующих дистрибьюторские договоры, регламентируя детализированный подход. Необходимо закрепить такие положения, как:

- понятие дистрибьюторского договора;
- о правах и обязанностях сторон;
- территориальных границах;
- условиях ценообразования;
- ответственность сторон;
- механизмах разрешения споров.

Во-вторых, необходимо разработать модельные контракты. Использование стандартных или модельных дистрибьюторских соглашений, которые могут служить основой для сделок. Это поможет минимизировать спорные ситуации.

В-третьих, поддержка некоммерческих организаций. Создание ассоциаций и союзов, представляющих интересы дистрибьюторов и производителей. Это позволит более эффективно защищать их права и интересы.

В-четвертых, приоритет досудебным механизмам разрешения споров. Третейское разбирательство, медиация, переговоры – все эти механизмы возобладали или возобладают над судебным урегулированием. Также я считаю, что стимулирование данного направления позволит найти новые способы досудебного урегулирования спорных ситуаций.

В-пятых, изучение судебной и антимонопольной практик. Исследование практик может помочь в выработке более четких норм, правил поведения и минимизирует споры, решению которых государство не способствует. Кроме того, следует обратить внимание на опыт зарубежных коллег: исследование зарубежной практики может помочь в улучшении отечественного законодательства. Все это поспособствует улучшению сложившейся ситуации, единообразию в правоприминительной практике.

Как итог следует отметить, что отсутствие законодательства о дистрибьюторских договорах создает неопределенность и риски для бизнеса, однако понимание основных принципов и использование стандартов можно помочь смягчить эти проблемы. Вопросы правового регулирования дистрибьюции касаются различных аспектов, таких как заключение и изменение договорных отношений, определение цен и условий поставки товаров, прекращение договорных отношений и ответственности за их нарушение. Существуют различные нормативные акты, регулирующие дистрибьюцию. Кроме того, гражданское законодательство обеспечивает стороны дистрибьюторского договора правовой защитой и возможностью взыскания убытков в случае нарушения условий договора.

Согласно ст. 11 Закона о защите конкуренции этого закона, устанавливается запрет на антиконкурентные соглашения между конкурентами, которые могут ограничивать конкуренцию или приводить к установлению,

изменению или отмене цен на товары, а также созданию искусственных барьеров на вход в рынок. В соответствии со ст. 9 Закона о защите конкуренции, ФАС России вправе оценивать согласованные действия на предмет их воздействия на конкуренцию и назначать необходимые меры в случае выявления нарушений

В целом, в современных экономических условиях, правовое регулирование дистрибьюции становится все более важным, и его соблюдение способствует укреплению конкуренции на рынке, развитию бизнеса и защите прав потребителей. Дистрибьюторский договор в России представляет собой сложный и multifunctional инструмент, который требует внимательной проработки всех условий и аспектов. Рекомендуется обращаться за юридической помощью для обеспечения соблюдения всех требований законодательства и защиты интересов сторон.

Таким образом, правовое регулирование дистрибьюции является важной задачей для бизнеса и государства. Целью регулирования является обеспечение справедливых и равных условий для всех участников дистрибуционной цепочки и защита их прав. Как отмечалось, дистрибьюторский договор играет ключевую роль в распределении товаров, однако его содержание должно быть тщательно продумано с точки зрения правовых норм и возможных антимонопольных рисков. Для успешного регулирования дистрибьюторских договоров в России необходимы правовые изменения, направленные на увеличение правовой определенности, защиту интересов всех сторон и развитие более эффективной и сбалансированной практики в этой сфере. Это потребует усилий как со стороны органов государственной власти, так и от участников рынка.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Андреева С. А. Квалификация дистрибьюторского договора по российскому праву и отграничение от смежных договорных конструкций // Конкурентное право. – 2020. – №. 3.
2. Аникеенко Г. С. Дистрибьюторский договор // Вестник научных конференций. – ООО Консалтинговая компания Юком, 2020. – №. 7-2.
3. Арсени И. О дистрибьюторском договоре // Știința în Nordul Republicii Moldova: realizări, probleme, perspective. – 2021.
4. Арсени И. Отличие дистрибьюторского договора от дилерского договора // Supremația Dreptului. – 2020. – №. 2.
5. Аюшеева Ю. Д. Дистрибьюторский договор // Юриспруденция в теории и на практике: вопросы совершенствования правовой грамотности. – 2019.
6. Борисова А. Б. Дистрибьюторский договор // Журнал российского права. 2021. № 3.
7. Бугаенко П. И. Дистрибьюторский договор // Правовые и гуманитарные исследования. – 2016.
8. Бычков А. И. Дистрибьюторский договор // Имущественные отношения в РФ. 2020. № 9.
9. Варданын М. Л. Дистрибьюторский договор как форма осуществления иностранными компаниями предпринимательской деятельности на территории России // Законодательство и экономика. – 2020. – №. 8.
10. Волянская Р.В. Дистрибьюторский договор и особенности его применения в сфере оборота гражданского оружия // Законы России: опыт, анализ, практика. 2019. N 1.
11. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ // Российская газета. № 23, 06.02.1996; № 24, 07.02.1996; № 25, 08.02.1996; № 27, 10.02.1996. <http://epomen.ru/issues/2021/64/Epomen-64->

2021.pdf Научный журнал «Эпомен», № 64, 2021 | Epomen Scientific Journal, No. 64 (2021) 96.

12. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая): Федеральный закон от 18 декабря 2012 года N 230-ФЗ// "Российская газета", N 289.

13. Григорьев Т.Ю. Особенности трансграничных дистрибьюторских соглашений и договора торгового представительства // Право и экономика. 2022. N 7.

14. Григорьев Т.Ю. Трансграничное дистрибьюторское соглашение и договор торгового представительства в российском и зарубежном праве: дис. ... канд. юрид. наук. М., 2020.

15. Доронькина В. Ю. Имплементация дистрибьюторского договора в российское право. – 2016.

16. Доронькина В. Ю. К вопросу о дистрибьюторском договоре //Наука сегодня. Ключевые проблемы и перспективы развития. – 2020.

17. Егорова М.А. Проблемы соотношения координации экономической деятельности и "вертикальных" соглашений / М.А. Егорова // Юрист. -2020. - № 12.

18. Канашевский В.А. Дистрибьюторские соглашения с иностранным лицом в российской коммерческой практике: материально-правовые и коллизионные вопросы // Закон. 2008. N 10.

19. Канашевский В.А. Проблема квалификации в международном частном праве // Журнал российского права. 2021. Т. 25. N 9.

20. Карапетов А.Г., Савельев А.И. Свобода заключения непоименованных договоров и ее пределы // Вестник Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации. 2022. N 4.

21. Каширина Т. В. Дистрибьюторский договор и его место в системе договоров ГК РФ //Закон. – 2011. – №. 6.

22. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации, части третьей (постатейный) / отв. ред. Н.И. Марышева, К.Б. Ярошенко. 4-е изд. М., 2020.

23. Конституция Российской Федерации: [принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.] // Российская газета. – 1993.

24. Лазарева Т.П., Шестакова М.П. Некоторые проблемы выбора применимого права в практике разрешения внешнеэкономических споров // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. 2020. N 6.

25. Лунц Л.А. Курс международного частного права: в 3 т. М., 2019.

26. Мажорина М.В. Выбор применимого права к трансграничным смешанным и непоименованным договорам // Журнал российского права. 2021. N 10.

27. Маслова В. А. Место дистрибьюторского договора в системе торговых договоров //Вестник Московского университета. Серия 11. Право. – 2021. – №. 3.

28. Маслова В. А. Организационная природа дистрибьюторского договора //Гражданское право. – 2018. – №. 3.

29. Маслова В. А. Предмет дистрибьюторского договора //Коммерческое право. Научно-практический журнал. – 2020. – №. 2.

30. Михайлова Е. О. Антимонопольные аспекты регулирования дистрибьюторского договора //Вопросы науки и образования. – 2018. – №. 6 (18).

31. Модельные правила европейского частного права. Пер. с англ. / науч. ред. Н.Ю. Рассказова. М., 2023.

32. Отдельные виды обязательств в международном частном праве: монография / отв. ред. Н.Г. Доронина. 3-е изд. М., 2021.

33. Партин А. Дистрибьюторское соглашение в системе договоров по гражданскому праву России / А. Партин // Хозяйство и право. - 2019. - № 1

34. Петров В. Ограничения по территории и покупателям в дистрибьюторских соглашениях // Конкуренция и право. 2023. N 4.
35. Постановление 7 ААС от 03.02.2022 № 07АП-11392/2021 по делу №А03-9731/2021.
36. Постановление 19 ААС от 30.07.2020 № 19АП-3694/20 по делу №А14-8178/2019/268/29.
37. Постановление Правительства РФ «О случаях допустимости соглашения между хозяйствующими субъектами» от 16 июля 2009 г. № 583 // Собрание законодательства РФ. - 2019. - 27 июля (№ 30).
38. Постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 29 ноября 2011 года N 6577/11.
39. Постановление Федерального арбитражного суда Московского округа от 21.06.2010 № КГ-А40/5961-10 по делу № А40-116626/09-51-962 // СПС «Гарант».
40. Постановление Федерального Арбитражного Суда Поволжского округа от 03.08.2011 по делу № А55-26891/2009 // СПС «Гарант».
41. Принципы Европейского права: коммерческое агентирование, франшиза и дистрибуция//Коммерческое право. Научно-практический журнал. 2023. № 1 (8).
42. Решение арбитражного суда города Москвы от 22.12.2021 по делу № А40-206602/2021.
43. Решение арбитражного суда Челябинской области от 18.04.2022 по делу № А76-23689/2021.
44. Романова В. Е. Трансграничный дистрибьюторский договор в странах Европы: Нидерланды и Франция //Право и экономика. – 2019. – №. 1.
45. Руденко А. В. О дистрибьюторском договоре // Юрист. 2020. № 8.
46. Серебрякова А. А. Проблемы правопонимания дистрибьюторского договора как организационного //Гражданское право. – 2021. – №. 6.

47. Стригунова Д.П. О содержании международного дистрибьюторского договора и унификации его нормативного регулирования в рамках ЕАЭС // Юрист. 2020. N 13.

48. Стригунова Д.П. Проблемы правового регулирования международного дистрибьюторского договора // Современное право. 2019. N 2.

49. Типовой дистрибьюторский контракт МТП. Монопольный импортер-дистрибьютор. Публикация №646Е // Серия: «Издания Международной торговой палаты». - 2-е изд. - М.: Издательство «Консалтбанкир», 2020.

50. Ткаченко Т. В., Батаева Т. А. Дистрибьюторский договор или дистрибьюторское соглашение? // Культура. Наука. Интеграция. – 2015. – №. 3.

51. Федеральный закон от 26 июля 2009 года N 135-ФЗ "О защите конкуренции"// "Российская газета", N 162, 27.07.2023.

52. Шаститко А. Регулирование вертикальных ограничений в России / А. Шаститко, А. Федулова, Е. Яковлева // Экономическая политика. - 2020. - № 5.

53. Шван С. К. Дистрибьюторский договор //Актуальные проблемы российского права и законодательства. – 2023.

54. Шульга А. К. Проблемы соотношения товарного знака и коммерческого обозначения // Журнал Общество и право. 2018. № 3(21).

55. Arseni I. Features of the legal regulation of the distribution agreement in foreign countries //Vector European. – 2023. – №. 1.

56. Bifarini F. Vertical agreements in an online context: the protection of luxury image in selective distribution under European competition law. – 2023.

57. Lvirinas, Daivis Leegin case and its impact on European community competition policy in regard to vertical minimum price-fixing / Daivis L̄vyrinas // Jurisprudencija. - 2020. - Vol. 2. - №. 116.

58. Ndolo C., Florian M., Tschorsch F. Fair Reward Distribution in Federated Byzantine Agreement Systems //2023 5th Conference on Blockchain Research & Applications for Innovative Networks and Services (BRAINS). – IEEE, 2023.

59. Parsapour M. B., Kalantarzadeh Sadabad S. Selective Distribution Agreement Studying the Law of the European Union and Iranian Law //Comparative Studies on Islamic and Western Law. – 2021. – T. 8. – №. 4.

60. Račić A. Lifetime support agreement and agreement on assignment and distribution for life: Institutions of inheritance law //Megatrend revija. – 2021. – T. 18. – №. 4.