

# Проблемы правопонимания дистрибьюторского договора как организационного

*Серебрякова Алла Аркадьевна,  
заместитель директора Юридического института  
Балтийского федерального университета  
имени Иммануила Канта,  
кандидат юридических наук, доцент  
a.serebryakova@inbox.ru*

## **Серебрякова А.А. Проблемы правопонимания дистрибьюторского договора как организационного**

Дистрибьюторский договор предназначен для взаимоотношений сторон, при которых дистрибьюторы — это покупатели, дополнительной обязанностью которых является организация размещения товаров на заранее определенной сторонами территории. Дистрибьютор — это не посредник. Он приобретает товары, а затем перепродает их от своего имени и за свой счет. Дистрибьюторский договор отличается и от договора поставки, и от договора комиссии, а также от агентского договора и договора коммерческой концессии. Поэтому неверным, по мнению автора, будет отождествление данного договора с упомянутыми правовыми конструкциями, как это нередко случается на практике. Вместе с тем автор полагает, что не имеется необходимости неопределенного, как считают некоторые ученые, введения в российское законодательство на уровне закона дистрибьюторского договора. Учитывая организационный характер дистрибьюторского договора и возможность использования на практике сочетания различных поименованных гражданско-правовых договоров для оформления дистрибьюторских отношений сторон, полагаем, что проблема правопонимания дистрибьюторского договора могла бы быть решена, если бы учитывался его организационный характер.

**Ключевые слова:** дистрибьюторский, организационный договор, организация продажи и продвижения товаров.

**Serebryakova Alla A.,** Deputy Director of the Law Institute of the Immanuel Kant Baltic Federal University, Candidate of Legal Sciences, Associate Professor. **Issues of Legal Interpretation of a Distribution Agreement as an Organizational One**

The distribution agreement is intended for the relationships of the parties, in which distributors are customers whose additional duty is to arrange the placement of goods on a territory predetermined by the parties. A distributor is not an intermediary. He acquires the goods, and then resells them on his own behalf and at his own expense. The distribution agreement differs from the supply contract, and from the commission agreement, as well as from the agency contract and the commercial concession agreement. Therefore, according to the author, the identification of the given contract with the mentioned legal constructions, as it often happens in practice, is incorrect. At the same time, the author believes that there is no need for an inevitable, as some scholars believe, introduction to the Russian legislation at the level of law, a distribution agreement. Given the organizational nature of the distribution contract and the possibility of using the combination of various named civil-law contracts in practice to formalize the distributor relations of the parties, we believe that the problem of the legal understanding of the distribution contract could be resolved if its organizational nature were taken into account.

**Keywords:** distribution, organizational agreement, organization of sale and promotion of goods.