

**Vilniaus universiteto Teisės fakulteto
Privatinės teisės katedra**

Agnės Morkevičiūtės,
IV kurso, komercinės teisės
studijų šakos studentės

Magistro darbas

**Prekių paskirstymo agentavimo, distribucijos bei franšizės sutarčių
pagrindu palyginimas: privalumai ir trūkumai**

Vadovas: lekt. Marius Juonys

Recenzentas: lekt. Kristina Janušauskaitė

Vilnius 2011

TURINYS

IŽANGA.....	2
I PREKIŲ PASKIRSTYMAS PAGAL AGENTAVIMO SUTARTĮ	6
1.1. Prekybos agento kaip komercinio atstovo samprata ir požymiai	7
1.2. Konkurencijos teisės normų taikymas agentavimo sutartims.....	9
1.3. Agentavimo sutarties šalių teisės ir pareigos.....	19
1.4. Agentavimo sutarties nutraukimas. Kompensacijos mechanizmas.	25
1.5. Prekių paskirstymo pagal agentavimo sutartį apibendrinimas: privalumai ir trūkumai	29
II PREKIŲ PASKIRSTYMAS PAGAL DISTRIBUCIJOS SUTARTĮ	31
2.1. Distribucijos sutarties samprata, požymiai ir rūšys	31
2.2. Konkurencijos teisės normų taikymas distribucijos sutartims.....	35
2.3. Distribucijos sutarties šalių teisės ir pareigos	42
2.4. Distribucijos sutarties šalių atsakomybė.....	44
2.5. Prekių paskirstymo pagal distribucijos sutartį apibendrinimas: privalumai ir trūkumai	45
III PREKIŲ PASKIRSTYMAS PAGAL FRANŠIZĖS SUTARTĮ	47
3.1. Franšizės sutarties samprata, požymiai ir rūšys.....	49
3.2. Konkurencijos teisės normų taikymas franšizės sutartims	53
3.3. Franšizės sutarties šalių teisės ir pareigos	57
3.4. Franšizės sutarties šalių mokesčiai ir investicijos	62
3.5. Franšizės sutarties šalių atsakomybė ir sutarties pabaiga	65
3.6. Prekių paskirstymo pagal franšizės sutartį apibendrinimas: privalumai ir trūkumai.....	66
IV PREKIŲ PASKIRSTYMO AGENTAVIMO, DISTRIBUCIJOS IR FRANŠIZĖS SUTARČIŲ PAGRINDU PALYGINIMAS	68
IŠVADOS.....	80
NAUDOTOS LITERATŪROS SĄRAŠAS.....	83
SANTRAUKA	90
SUMMARY	91

IŽANGA

Temos aktualumas. Rinkos ekonomika garantuoja ūkio subjektams sprendimų ir sutarčių laisvę, jie turi teisę pasirinkti kaip ir kokiais kanalais platinti savo gaminius. Paskutiniu metu sumažėjęs vietinių rinkų augimas ir stipri užsienio įmonių konkurencija sukelia vis didesnę ne tik vietinio, bet ir tarptautinio prekių paskirstymo poreikį. Ne tik stambioms Vakarų valstybių kompanijoms, bet ir Lietuvos bendrovėms, tampa vis labiau aktualu pradėti tiekti savo produktus į naujas užsienio valstybių rinkas, taip pat sumažinti personalo išlaikymo ir ūkinės išlaidas. Prekių gamintojui (tiekėjui)¹, ketinančiam plėsti savo veiklą į naujas rinkas, reikia ne tik įvertinti ekonominius aspektus, bet ir priimti svarbų strateginį sprendimą - pasirinkti tinkamiausią teisinį veiklos modelį, kurį lemia prekių paskirstymo sutarties pasirinkimas. Prekių paskirstymo pagrindu gali tapti agentavimo, distribucijos arba franšizės sutartis. Visos šios sutartys atlieka tą pačią ekonominę prekių paskirstymo funkciją, tačiau kiekviena iš jų turi savų teisinio reguliavimo ypatumų, privalumų bei trūkumų, kuriuos ūkio subjektui nėra paprasta visapusiškai įvertinti. Įprastai apie pusę prekės pardavimo kainos sudaro prekių paskirstymo galutiniam vartotojui išlaidos². Tačiau tik nedaugelis įmonių yra atlikusios išsamų tyrimą ir gali pasakyti, kiek tiksliai joms kainuotų prekių paskirstymas, naudojant skirtingus prekių paskirstymo kanalus. Tik išsamiai išanalizavęs ir suvokęs agentavimo, distribucijos bei franšizės sutarčių privalumus ir trūkumus bei įvertinęs rizikas, ūkio subjektas galės priimti jam ekonomiškai naudingiausią sprendimą. Tinkamos sutarties dėl prekių paskirstymo sudarymas paprastai lemia, kiek potencialių klientų turės verslo subjektas ir kaip jo prekės pasieks vartotoją, kokia rinkos dalis teks įmonei, kokius susitarimus verslo subjektas turės galimybę sudaryti su kitais verslo subjektais, kokie teisės aktai bus taikomi įmonės veiklai, kokie asmenys ar įmonės bus ilgam dalykiniais ryšiais susieti su verslo subjektu, taip pat iš esmės įtakos kaštus, gaunamas pajamas bei, žinoma, pačios prekės ir įmonės įvaizdį.

Temos originalumas. Išanalizavus negausią Lietuvos teisės doktriną darbo tema, galima teigti, kad nėra darbų, kuriuose visapusiškai būtų analizuojamas ar lyginamas prekių paskirstymas pagal agentavimo, distribucijos ir franšizės sutartis. Užsienio literatūroje šios sutartys analizuojamos daugiau, tačiau taip pat fragmentiškai: daugiausia dėmesio

¹ Toliau darbe vadinama – gamintojas.

² DENT, J. *Distribution Channels. Understanding and Managing Channels to Market*. London and Philadelphia, 2008, p.9.

skiriama šių sutarčių reglamentavimui Europos Sąjungos³ konkurencijos teisėje. Prekių gamintojui, siekiančiam teisiškai įvertinti visas tris sutartis bei pasverti pagrindinius jų privalumus ir trūkumus, tokia fragmentinė sutarčių analizė teisės doktrinoje yra nepakankama. Šio darbo naujumas bei originalumas pasireiškia temos nagrinėjimo visapusiškumu: darbe bus nurodomi svarbiausi ekonominiai veiksniai, darantys įtaką prekių paskirstymo kanalo pasirinkimui, nagrinėjami įvairūs kiekvienos sutarties atskiri aspektai, remiantis konkurencijos teisės normomis, bus nustatyti leidžiami ribojimai sutartyse ir kita. Taigi, toks visapusiškas nagrinėjamų sutarčių privalumų ir trūkumų nustatymas bei jų palyginimas tarpusavyje yra naujas teisės doktrinoje.

Tyrimo tikslas – įvertinti ir palyginti prekių paskirstymą agentavimo, distribucijos ir franšizės sutarčių pagrindu. Siekiant šio tikslo, darbe atskirai analizuojama kiekviena iš sutarčių bei teisiškai įvertinami šių sutarčių privalumai ir trūkumai prekių gamintojui. Atskleidus pagrindinius agentavimo, distribucijos ir franšizės sutarties teisinio reguliavimo ypatumus, galinčius lemti gamintojo sprendimą dėl prekių paskirstymo sutarties pasirinkimo, visos trys sutartys bus lyginamos tarpusavyje tam, kad pasiūlyti gamintojui optimaliausią sprendimą dėl prekių paskirstymo sutarties pasirinkimo.

Tyrimo objektas. Magistro darbo objektas yra Lietuvos civilinės teisės normų bei ES konkurencijos teisės normų, taikomų agentavimo, distribucijos ir franšizės sutartims analizė, kuri leidžia nustatyti pagrindinius šių sutarčių teisinio reglamentavimo ypatumus, privalumus ir trūkumus. Tam, kad visapusiškai įvertinti ir palyginti prekių paskirstymą pagal visas tris sutartis, darbe didžiausias dėmesys skiriamas nagrinėjamų sutarčių ar jų šalių požymiams, rūšims, svarbiausioms šalių tarpusavio teisėms ir pareigoms, atlygio mokėjimo bei rizikos pasidalijimo klausimams, atsakomybei, sutarčių pabaigos ypatumams, lemiantiems atitinkamus prekių paskirstymo pagal nagrinėjamas sutartis teigiamus ir neigiamus aspektus prekių gamintojo požiūriu. Atsižvelgiant į tai, kad visos trys sutartys ir jose numatyti ribojimai yra vertikalieji susitarimai konkurencijos teisės prasme, kurie gali pažeisti Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101(1) straipsnį⁴, didelis dėmesys skiriamas ES konkurencijos teisės normų taikymo kiekvienai iš sutarčių

³ Toliau darbe vadinama – ES.

⁴ 2007 m. gruodžio 13 d. Lisabonos sutartis, iš dalies keičianti Europos Sąjungos sutartį ir Europos bendrijos steigimo sutartį (toliau – „EB steigimo sutartis“) pakeitė „EB steigimo sutarties“ pavadinimą į „Sutartį dėl Europos Sąjungos veikimo“ (toliau – Sutartis dėl ES veikimo). EB steigimo sutarties 81(1) str. tapo Sutarties dėl ES veikimo 101(1) str. Minėtų punktų nuostatos liko nepakitusios. Magistro darbe daromos nuorodos į Sutarties dėl ES veikimo 101(1) str. turi būti suprantamos kaip nuorodos į EB steigimo sutarties 81(1) str. ir atvirkščiai.

analizei, o analizuojant Europos Teisingumo Teismo⁵ praktiką, bus paaiškinamos agentavimo, distribucijos ir franšizės sutarčių vertinimo tendencijos bei analizuojamų konkurencijos teisės normų taikymo praktika. Kadangi Lietuvos konkurencijos teisės normos iš esmės yra perkeltos iš ES konkurencijos teisės, o kai kurie ES teisės aktai Lietuvoje taikomi tiesiogiai, darbe apsiribosime tik ES institucijų priimtais teisės aktais bei turtingesne ET Teismo praktika. Taip pat pažymėtina, kad darbas orientuotas į bendruosius agentavimo, distribucijos ir franšizės sutarčių teisinio reglamentavimo ypatumus, todėl darbe nenagrinėjamas specialusis konkurencijos teisės reguliavimas atskiruose pramonės sektoriuose, kaip antai automobilių platinimo srityje, apsiribojama tik reikalavimais šalių rinkos dalių dydžiui, neaiškinant rinkos dalių nustatymo taisyklių, taip pat neanalizuojami komercinio atstovavimo ypatumai, sudarant ir vykdant tarptautinio prekių pirkimo-pardavimo sutartis bei subranšizės sutartis.

Tyrimo metodai. Analizuojant prekių paskirstymą agentavimo, distribucijos ir franšizės sutarties pagrindu buvo panaudoti istorinis, sisteminis, loginis, teleologinis bei lyginamasis metodai. Istorinis metodas panaudotas nagrinėjant pasikeitusį teisinį reguliavimą, besikeičiančią ES institucijų poziciją bei aptariant Lietuvoje įtvirtintų atitinkamų teisės normų prigimtį, pavyzdžiui aptariant prekybos agento sąvokos pasikeitimus ir kilmę. Darbe sistemiškai analizuojamos nagrinėjamas sutartis reglamentuojančios Lietuvos teisės normos, taip pat tiek pirminiai, tiek antriniai ES konkurencijos teisės aktai ir jų santykis, daug dėmesio skiriama Europos Komisijos⁶ bei ET Teismo praktikai agentavimo, distribucijos bei franšizės sutarčių vertinimo srityje. Loginis metodas naudojamas analizuojant sutarčių požymius bei atskirus sutarčių elementus, taip pat šis metodas naudojamas nustatyti sutartis reglamentuojančių teisės normų praktinio taikymo problemas, kaip pavyzdžiui, sprendžiama problema dėl franšizės sutartimi suteikto naudoti prekių ženklo registravimo Valstybiniame patentų biure. Lietuvos Respublikos civilinio kodekso⁷ nuostatos, reglamentuojančios šalių teises ir pareigas, sutarčių nutraukimo ypatumus, bus aiškinamos naudojant ne tik loginį ar sisteminį, bet ir teleologinį tyrimo metodą, kuris ypač svarbus atskleidžiant įstatymo leidėjo valią, nustatant prekybos agentui taikomas apsaugos garantijas, taip pat prekių gamintojo bei franšizės gavėjo atsakomybės už prekės kokybę nuostatas ir kita. Pasitelkiant lyginamąjį metodą, darbe bus lyginama Komisijos ir ET Teismo pozicija

⁵ Toliau darbe vadinama – ET Teismas.

⁶ Toliau darbe vadinama – Komisija.

⁷ Toliau darbe vadinama – Civilinis kodeksas.

bylose dėl agentavimo, distribucijos ir franšizės sutartyse numatytą konkurenciją ribojančių ar galinčių riboti sąlygų, taip pat nustatomi Lietuvoje ir ES įtvirtintų išimtinės ir pasirinktinės distribucijos sutarčių sąvokų skirtumai. Galiausiai darbe bus lyginami prekių paskirstymo pagal agentavimo, distribucijos ir franšizės sutartis privalumai ir trūkumai.

Svarbiausi šaltiniai. Nagrinėjant šio darbo tyrimo objektą, svarbiausias naudojamas Lietuvos teisės aktas – agentavimo, distribucijos bei franšizės sutarčių šalių teisinius santykius reglamentuojantis Civilinis kodeksas (bei jo komentarai). Sutarčių vertinimui ne mažiau svarbūs ES pirminiai ir antriniai teisės šaltiniai (galiojantys ir jau nebegaliojantys). Šiam darbui aktualiausi:

1. 1986 m. gruodžio 18 d. Europos Bendrijos Tarybos direktyva Nr. 86/653/EEB dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su savarankiškai dirbančiais prekybos agentais, derinimo, OJ L 382/17⁸;
2. 2010 m. balandžio 20 d. Europos Komisijos reglamentas Nr. 330/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalinių susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims. OJ L 102/1⁹;
3. 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikalinių apribojimų gairės“¹⁰.

Vertinant konkurencijos teisės normų taikymą nagrinėjamos sutartims, daug dėmesio darbe skiriama ET Teismo bei Komisijos ilgametei praktikai. Analizuojant sutartis, darbe remiamasi užsienio kompetentingų autorių, tokių kaip R. Whish, I. Lianos, J. Goyder, A. Jones, B. Sufrin, M. Mendelsohn bei R. Christou darbuose išsakytomis nuomonėmis, taip pat ir kita darbo temai aktualia specialiaja, normine bei periodine literatūra. Lietuvoje darbo temos doktrininis vertinimas yra negausus, tačiau galima būtų išskirti doc. Dr. D. Švirino monografiją, kurioje nagrinėjama konkurencijos teisės normų įtaka visoms trimis sutartims.

⁸ Toliau darbe vadinama – ES direktyva dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su savarankiškai dirbančiais prekybos agentais, derinimo.

⁹ Toliau darbe vadinama – Komisijos reglamentas dėl bendrosios išimties taikymo.

¹⁰ Toliau darbe vadinama – Komisijos gairės.

I PREKIŲ PASKIRSTYMAS PAGAL AGENTAVIMO SUTARTĮ

Dauguma įmonių gali pasirinkti iš alternatyvių paskirstymo kanalų¹¹: vertikali integracija, didmenininkai, agentai, licencijavimas, franšizė, mažmenininkai, tiesioginis pardavimas vartotojams ir kita. Verslininkai, ypač ketinantys parduoti savo prekes užsienyje, ar siekiantys kiek įmanoma labiau kontroliuoti prekių pardavimo procesą, dažnai renkasi tiesioginį¹² prekių pardavimo būdą. Šie verslo subjektai turi galimybę patys įsteigti naują juridinį asmenį (atstovybę) užsienio šalyje arba parduoti prekes per atstovus. Tokiam sprendimui didžiausią įtaką daro kaštai. Kaip antai, steigti naują juridinį asmenį ar atstovybę, kuri būtų atsakinga už užsienio šalyje platinamas Lietuvos įmonės prekes, finansiškai brangu, todėl tokį sprendimą vertėtų rinktis tik toms bendrovėms, kurios turi pakankamai finansinių išteklių išlaikyti užsienio šalyje naują įmonę su visu personalu, visomis ūkio išlaidomis ir toje valstybėje numatomais mokesčiais. Kadangi mokesčių našta yra pakankamai didelė našta Lietuvos verslininkams, vis daugiau verslo atstovų vietoj naujo juridinio asmens ar padalinio steigimo, sudaro komercinio atstovavimo¹³ sutartis. Tokiu būdu bendrovė patiria mažesnius kaštus, jai nereikia steigti įmonės ir laikytis su tuo susijusių formalumų, ji prisiima mažesnę verslo nesėkmės riziką. Taigi, agentavimo sutartis gali būti ir viena iš tarptautinės prekybos formų. Tačiau „atstovo“ ir „agento“ sąvoka turėtų būti naudojama atsargiai, nes ne visi agentai komercinės praktikos prasme pripažįstami agentais teisės prasme¹⁴.

Nors komercinis atstovavimas pripažįstamas klasikine tarpininkavimo forma, tačiau kartu jis turi ir savų reglamentavimo ypatumų. Taigi, siekiant geriau atskleisti komercinio atstovavimo instituto reglamentavimo ypatumus, jų privalumus ir trūkumus, vertėtų išnagrinėti komercinio atstovavimo sutarties sampratą, požymius, konkurencijos teisės normų taikymą, atstovaujamojo ir prekybos agento teises ir pareigas bei specialiuosius komercinio atstovavimo sutarties pasibaigimo pagrindus ir padarinius.

¹¹ Profesorius, ekonomikos mokslų habil. dr. Arvydas Pajuodis paskirstymo kanalą apibūdina kaip grandinę tarpusavyje susijusių įmonių, kurios dalyvauja prekių judėjimo nuo gamintojo iki vartotojo procese. Žr. PRANULIS, *et al. Marketingas*. 3-čiasis leid. Vilnius: Garnelis, 2008. p.280.

¹² Tiesioginis prekių paskirstymas vyksta tuomet, kai gamintojas savo prekes vartotojui pateikia viena iš šių formų: per savus prekių pardavimo padalinius bei specialius darbuotojus arba per savarankiškus tarpininkus (agentus, brokerius, komisionierius), veikiančius pagal įmonės nurodymus ir jos interesus.

¹³ Europos Sąjungoje prekių paskirstymo pagal agentavimo sutartis institutą apibūdina anglišką terminą „*commercial agency*“, kuris Lietuvoje gali būti vadinamas „komerciniu atstovavimu“, „komerciniu agentavimu“ arba „prekiniu agentavimu“, o asmuo, užsiimantis šia veikla, angliškai įvardijamas „*commercial agent*“, lietuviškai – „prekybos agentas“ arba „komercinis atstovas“.

¹⁴ BRADGATE, R.L WHITE, F. *Commercial Law*. New York: Oxford University Press, 2008, p.59.

1.1. Prekybos agento kaip komercinio atstovo samprata ir požymiai

2004 metais Lietuvai įstojus į ES, nuo gegužės 01 dienos įsigaliojo nauja Civilinio kodekso redakcija, kurioje iš esmės yra įtvirtinta ES direktyvoje dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su savarankiškai dirbančiais prekybos agentais, derinimo¹⁵, nurodyta prekybos agento samprata¹⁶. Prekybos agentu tiek Lietuvos, tiek ES teisėje įprastai laikomas nepriklausomas fizinis¹⁷ arba juridinis asmuo (verslininkas), kuris atstovaujamojo vardu, jo rizika, interesais ir lėšomis, už atlyginimą sudaro sutartis arba derasi dėl jų sudarymo su trečiaisiais asmenimis. Toks prekybos atstovas yra atsakingas tik už sutarties sudarymą, o už sudarytos sutarties vykdymą paprastai atsakomybė tenka atstovaujamojam arba trečiajai šaliai.

Prekybos agento samprata atskleidžia ir jo kaip komercinio atstovo požymius. Tarp prekybos agento ir atstovaujamojo atsiranda atstovavimo santykiai, grindžiami tarpusavio pasitikėjimu¹⁸, todėl prekybos agentui būdingi ne tik specifiniai požymiai, bet ir bendrieji atstovavimo santykius apibūdinantys požymiai. Atstovo vykdoma ūkinė veikla yra verslas, kuriam būdingi nepriklausomumas, atlygintinumas bei veiklos tęstinumas. Prekybos agentas, nors ir veikia kaip atstovaujamojo pagalbininkas, tačiau jis turi veikti atskirai nuo atstovaujamojo, todėl prekybos agento ir atstovaujamojo negali sieti darbo teisiniai santykiai. Prekybos agentas, veikiantis kaip samdomas darbuotojas atstovaujamojo interesais, retai gali būti nuo jo nepriklausomas¹⁹. Tai ypač aktualu, kai

¹⁵ 1986 m. gruodžio 18 d. Europos Tarybos direktyva Nr. 86/653/EEB dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su savarankiškai dirbančiais prekybos agentais, derinimo, OJ L 382/17.

¹⁶ ES komercinio atstovavimo samprata buvo atskleista dar 1962 m. gruodžio 24 d. Europos Bendrijos Komisijos pranešime Nr. OL 139 „Dėl išimtinių prekiavimo sutarčių su prekybos agentais“, 1 d. ir apėmė tiek tiesioginį, tiek netiesioginį atstovavimą, kai prekybos agentas sudaro sutartis savo vardu, tačiau dėl atstovaujamojo interesų. Vėliau 1986 metais buvo priimta pirmoji iki šiol galiojanti ES direktyva dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su savarankiškai dirbančiais prekybos agentais, derinimo, kuri, eliminuodama netiesioginį atstovavimą, pakoregavo ankstesnį prekybos agento apibrėžimą ir tapo pagrindu komercinio atstovavimo teisinių santykių reglamentavimui Lietuvoje.

¹⁷ Fiziniai asmenys, kurie įstatymų nustatyta tvarka verčiasi ūkine komercine veikla, taip pat laikomi verslininkais. Taigi, visų trijų nagrinėjamų sutarčių šalimi gali būti ir fizinis asmuo. Paprastai tokie asmenys vykdo individualią veiklą, kuri suprantama kaip gyventojų vykdoma savarankiška veikla, kuria versdamasis gyventojas siekia gauti pajamų ar kitokios ekonominės naudos per tęstinį laikotarpį (Žr. Lietuvos Respublikos gyventojų pajamų mokesčių įstatymą. Valstybės žinios, 2002, Nr. 73-3085, 2 str. 7 d.). Individualios veiklos pajamos apmokestinamos taikant specifines apmokestinimo taisykles. Fizinis asmuo individualią veiklą gali vykdyti arba nustatyta tvarka įregistravęs individualią veiklą, arba įsigyti verslo liudijimą iš anksto sumokėdamas fiksuoto dydžio pajamų mokestį nuo pajamų, gautų iš tokios individualios veiklos rūšies, kuri yra individualios veiklos, kuria gali būti verčiamasi turint verslo liudijimą, rūšių sąrašė, patvirtintame Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2002 m. lapkričio 19 d. nutarimu Nr. 1797 (Valstybės žinios, 2002, Nr. 112-4992).

¹⁸ MIZARAS, V. *Civilinė teisė*. Bendroji dalis: vadovėlis (moksl. red. Vytautas Mizaras). Vilnius: Justitia, 2009. p.417.

¹⁹ Europos Teisingumo Teismo sprendimas byloje C-180/98, *Pavel Pavlov and Others v Stichting Pensioenfonds Medische Specialisten* (2001), 4 CMLR 30.

atstovas yra fizinis asmuo. Prekybos agentais taip pat nelaikomi juridinio asmens organai ir asmenys, turintys juridinio asmens organo teises ir pareigas, taip pat partneriai, veikiantys pagal jungtinės veiklos sutartį²⁰. Prekybos agentu nebus laikomas ir juridinio asmens likvidatorius, patikėtinis ar administratorius, skiriami bankroto atveju²¹. Komercinio atstovo nepriklausomumo požymis taip pat reiškia ir jo savarankiškumą, jis laisvas pats nusistatyti tiek savo veiklos vykdymo principus, terminą, darbo valandas bei kita. Nepaisant to, komercinis atstovas turi veikti kaip atstovaujamojo pagalbininkas ir negali pažeisti tarp jo ir atstovaujamojo sudarytos sutarties, todėl turi vykdyti sutartyje numatytus įsipareigojimus, kurie dažnai būna susiję su darbo vieta ar bent jau teritorija ir kitais prekybos agento veiklą įtakančiais aspektais.

Dar vienas prekybos agentui būdingas požymis – tarpininkavimas, kadangi jis tarpininkauja atstovaujamojam jo vardu ir sąskaita sudarydamas sutartis su trečiaisiais asmenimis. Tarpininkavimas sudarant sutartis pasireiškia tuo, kad prekybos agentas daro poveikį klientui skatindamas jį sudaryti sutartį. Kliento skatinimas gali pasireikšti įvairiai: klientų paieška, kontaktų su klientais rūpinimusi, reklama, konkrečių veiksmų atlikimu (pavyzdžiui, daiktų demonstravimu, derėjimusi dėl sutarties sąlygų ir panašiai)²². Tačiau pažymėtina, kad negalime prekybos agento vadinti tarpininku teisine prasme. Lietuvos Apeliacinio teismo kolegija 2008 metų nutartyje pateikė tarpininko sąvoką bei nurodė, kad tarpininkas, tai nėra atstovas, kuris veikia pagal aiškius atsakovo nurodymus, o tai yra asmuo, kuris ne tik dalyvauja derybose, bet ir dirba papildomą darbą [...], turėdamas daugiau žinių ir informacijos [...], panaudoja jas savo kliento interesais²³. Tuo tarpu prekybos agentas pats nepriima sprendimų, o daugiau atlieka atstovaujamojo nurodymų vykdymo funkciją - tas lemia komercinės rizikos priskyrimą atstovaujamojam.

Rizikos pasidalijimas tarp komercinio atstovavimo sutarties šalių yra ypač svarbus veiksnys, kadangi būtent jis lemia, ar šalims bus taikomi konkurencijos teisės draudimai, kurie žymiai apriboja atstovaujamojo ir prekybos agento galimybes susitarti dėl daugelio verslui svarbių nuostatų. Atstovaujamojo ir atstovas gali tarpusavio sutartyje nustatyti tik tokias konkurenciją ribojančias sąlygas, kurių nedraudžia konkurencijos teisės normos²⁴.

²⁰ Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 2152 str. 1 d.

²¹ 1986 m. gruodžio 18 d. Europos Tarybos direktyva Nr. 86/653/EEB dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su savarankiškai dirbančiais prekybos agentais, derinimo, OJ L 382/17, 1 str. 3 d.

²² MIZARAS, V. *Civilinė teisė*. Bendroji dalis: vadovėlis (moksl. red. Vytautas Mizaras). Vilnius: Justitia, 2009, p.417.

²³ Lietuvos Apeliacinio teismo Civilinių bylų skyriaus 2008 m. vasario 12 d. nutartis c. b. *R.P. v UAB „Bonapriksas“*, Nr. 2A-127/2008.

²⁴ Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 2152 str. 2 d.

Ši blanketinio pobūdžio Civilinio kodekso teisės norma nedetalizuoja sutarties sąlygų, kurios negalimos kaip prieštaraujančios konkurencijos teisei, o nukreipia į konkurencijos teisę, kuri reguliuoja teisinius konkurencijos santykius. Būtent todėl, verslininkams naudinga iš anksto įvertinti, kokią riziką jie prisiims agentavimo sutartimi ir kokią įtaką šalių tarpusavio santykiams gali turėti konkurencijos teisės normos.

1.2. Konkurencijos teisės normų taikymas agentavimo sutartims

Agentavimo sutartis pagal konkurencijos teisę yra priskirtina vertikaliųjų susitarimų rūšiai, kadangi šios sutarties šalys veikia skirtingu prekės gamybos ir platinimo lygmeniu. Toks vertikalusis susitarimas gali būti pripažįstamas konkurenciją ribojančiu susitarimu, jeigu jame yra numatyti Sutarties dėl ES veikimo 101 straipsnyje numatyti draudimai²⁵. Analogiškus draudimus įtvirtina ir Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo²⁶ 5 straipsnio nuostatos.

Konkurencijos teisės doktrinoje, Komisijos pranešimuose bei ET Teismo praktikoje yra išskiriamos kelios atstovavimo sutarčių rūšys: tikrasis atstovavimas (angl. – *genuine agency agreement*) ir netikrasis atstovavimas (angl. – *non-genuine agency agreement*). Atstovavimo rūšies nustatymas yra ypač svarbus konkurencijos teisės normų taikymui, atitinkamai ir prekinio agentavimo sutarties ar tam tikrų jos sąlygų galiojimui. Agentavimo sutarties priskyrimas tikrojo atstovavimo sutarčiai lemia vieną pagrindinių atstovavimo sutarties privalumų, kadangi būtent nuo to, ar komercinis atstovavimas pripažįstamas tikruoju ar ne, priklauso ir Sutarties dėl ES veikimo 101 straipsnio 1 dalies draudimų taikymas agentavimo sutarčiai. Vis dėlto akivaizdu, jog gamintojas gali susidurti su sunkumais, kai reikės įvertinti, kokiai sutarčiai yra priskiriama jo sudaroma agentavimo sutartis.

Šiam skirstymui lemiamą reikšmę turi prekybos agento prisiimta finansinė arba komercinė rizika, susijusi su veikla, kuriai atstovauti jį paskyrė atstovaujамasis. Pavyzdžiui, R. Whish tikrajam atstovavimui priskiria atvejus, kai prekybos agentams nepereina nuosavybė ir jie tiesiogiai nesidalija su atstovaujamuoju pelnu bei nuostoliais, agentas neprisiima produkcijos realizavimo rizikos, jo statusas laikomas artimu įmonės

²⁵ Sutarties dėl ES veikimo 101 str. 1 d.: „Kaip nesuderinami su vidaus rinka yra draudžiami: visi įmonių susitarimai, įmonių asociacijų sprendimai ir suderinti veiksmai, kurie gali paveikti valstybių narių tarpusavio prekybą ir kurių tikslas ar poveikis yra konkurencijos trukdymas, ribojimas arba iškraipymas vidaus rinkoje, [...]“.

²⁶ Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 1999, Nr. VIII-1099.

darbuotojui²⁷. Tokiam R. Whish požiūriui pritaria ir A. Jones bei B. Sufrin. Tačiau prekių nuosavybės teisės neperėjimas agentui iki šių prekių pardavimo tretiesiems asmenims, nors formaliai ir leidžia manyti, kad agentas neprisiima rizikos, tačiau nebūtinai lems tai, kad tokie sutarčiai tarp agento ir atstovaujamojo nebus taikomas EB sutarties 81(1) straipsnis, nes agentas gali prisiimti tam tikrą riziką kitomis formomis²⁸. Rizikos pasiskirstymo svarbą dar 1996 metais pabrėžė ir ET Teismas Volkswagen Leasing byloje²⁹, kur rizika buvo pripažinta lemiamu veiksmu, leidžiančiu nuspręsti, ar prekybos agentas galėtų būti apibūdintas kaip nepriklausomas prekiautojas ar kaip pagalbinis asmuo, formuojantis atstovaujamojo ūkio subjekto sudėtinę dalį. Nors ir Volkswagen agentai sudarė vieną ekonominę junginį su VAG ir VAG Leasing, tačiau ET Teismas nurodė, jog atstovai gali netekti savarankiško ūkio subjekto statuso tik tada, kai jie neprisiima jokios rizikos, susijusios su jų sudarytomis sutartimis atstovaujamojo interesais, ir veikia kaip atstovaujamojo subjekto pagalbininkai³⁰.

Tikrojo atstovavimo sąvoka naudojama ir jau nebegaliojančiame 2000 metų Komisijos pranešime „Vertikaliųjų apribojimų gairės“³¹, kuriame nurodyta, jog tikroji atstovavimo sutartis nepatenka į 81(1) straipsnio reguliavimo sritį. Tuo tarpu 2010 metais įsigaliojusioje naujoje Komisijos gairių³² redakcijoje tikrojo atstovavimo sąvoka nebenaudojama, o atstovavimo susitarimai vertinami tik rizikos pasiskirstymo požiūriu, kaip patenkantys arba nepatenkantys į Sutarties dėl ES veikimo 101(1) straipsnio taikymo sritį. Remiantis Komisijos bei ET Teismo išaiškinimais ir taisyklėmis, sutartį priskyrus netikrajam atstovavimui, prekybos agentas bus laikomas nepriklausomu platintoju, o atstovo ir atstovaujamojo susitarimui, kaip ir bet kuriam kitam vertikaliajam susitarimui, taikomi Sutarties dėl ES veikimo 101(1) straipsnio draudimai.

Taigi komercinio atstovavimo sutartis laikytina atstovavimo sutartimi ir jos nuostatomis netaikomi Sutarties dėl ES veikimo 101(1) straipsnio draudimai, jeigu prekybos agentas, atstovaujamojo vardu sudarydamas ir (arba) suderėdamas sutartis arba darydamas tam tikras rinkos investicijas, susijusias su ta veiklos sritimi, ir vykdydamas

²⁷ WHISH, R. *Competition Law*. 6ed., New York: Online Resource Centre, 2009, p.609.

²⁸ ŠVIRINAS, D. *Vertikaliųjų susitarimų reglamentavimas konkurencijos teisėje*. Monografija. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, 2004, p.145.

²⁹ Europos Teisingumo Teismo sprendimas byloje C-266/93, *Bundeskartellamt v Volkswagen AG v VAG Leasing GmbH* (1995) ERC I-3477, (1996) 4 CMLR 505.

³⁰ Europos Teisingumo Teismo sprendimas byloje C-266/93, *Bundeskartellamt v Volkswagen AG v VAG Leasing GmbH* (1995) ERC I-3477, (1996) 4 CMLR 505.

³¹ 2000 m. spalio 13 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2000/C 291/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“, par.15.

³² 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“.

kitą veiklą, kurios reikalauja atstovaujamasis toje pačioje produkto rinkoje, visai nerizikuoja arba jo rizika yra minimali³³. Nusprendus, kad šalių sudaryta sutartis rizikos pasidalijimo aspektu neatitinka komercinio atstovavimo sutarties sampratos, tai gali tapti esminiu agentavimo sutarties trūkumu, kadangi tikėtina, kad tokia sutartis pažeis arba gali pažeisti konkurencijos teisės draudimus. Pavyzdžiui, 2001 metais Komisija paskyrė DaimlerChrysler bendrovei beveik 72 milijonų baudą ir nurodė, kad yra pažeisti EB steigimo sutarties 81(1) straipsnio draudimai, kadangi DaimlerChrysler atstovai Vokietijoje prisiėmė didelę komercinę riziką, susijusią su jų veikla, todėl jie turi būti traktuojami kaip savarankiški tarpininkai³⁴.

Kita vertus, akivaizdu, kad verslu užsiimantys asmenys visuomet prisiima tam tikrą riziką, todėl sudėtinga nustatyti, kokios rūšies ir kokios apimties rizika turėtų būti vertintina kaip didesnė nei minimali. Šiuo tikslu 2000 metų Komisijos gairėse buvo išskirtos dvi prekybos agento prisiimamos finansinės ir komercinės rizikos rūšys, kurios gali lemti konkurencijos teisės draudimų taikymą: rizika, tiesiogiai susijusi su atstovaujamojo vardu atstovo sudarytomis arba suderėtomis sutartimis (pavyzdžiui, sutartys dėl atsargų finansavimo) ir rizika, susijusi su tam tikromis rinkos investicijomis (investicijos, kurių reikia, kad atstovas galėtų sudaryti ir (arba) suderėti tokios rūšies sutartį ir kurios paprastai yra prarandamos, tai reiškia, kad jei tam tikra veikla nutraukiama, jų negalima panaudoti kitai veiklai arba parduoti be didelių nuostolių). Deja, toks dviejų rizikos rūšių reglamentavimas buvo per siauras ir kėlė neaiškumų tiek pačiai Komisijai, tiek ET Teismui. Atsižvelgiant į tai, Komisija naujose 2010 metų gairėse praplėtė išskiriamų rizikos grupių sąrašą, įtraukdama į jį dar vieną papildomą - su kitomis veiklomis susijusią riziką³⁵, įnešdama teisinį netikrumą, tačiau palikdama galimybę kiekvieną konkretų atvejį vertinti atskirai, atsižvelgiant į ekonominį bei teisinį kontekstą. Jeigu prekybos agentas prisiima nors vieną iš minėtų trijų rizikos rūšių arba prisiima didesnę nei minimalią komercinę ar finansinę riziką, to pakanka nuspręsti, kad agentas yra nepriklausomas platintojas ir šalių sudarytai agentavimo sutarčiai taikomas Sutarties dėl ES veikimo 101(1) straipsnis. Prekybos agento prisiimamos rizikos reikšmingumas

³³ 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“, par.15.

³⁴ Europos Komisijos 2001 m. spalio 10 d. sprendimas byloje 2002/758/EB, *DaimlerChrysler*, OJ L 257/1.

³⁵ Pavyzdžiui, su aptarnavimu po pardavimo, remonto paslaugomis arba toje pačioje produkto rinkoje vykdoma veikla, susijusi rizika, jei atstovaujamasis reikalauja, kad atstovas imtųsi tokios veiklos, bet ne kaip atstovaujamojo atstovas, o pats rizikuodamas.

turėtų būti tikrinamas atsižvelgiant į atstovaujamojo prisiimamą riziką³⁶. Tačiau iš pateikto rizikos rūšių sąrašo turi būti eliminuojama su atstovavimo paslaugų teikimu susijusi rizika. Taip pat pažymėtina, kad rizikos klausimas turi būti vertinamas kiekvienu atveju atskirai ir atsižvelgiant į tikrąją ekonominę padėtį, o ne į teisinę formą, todėl nesvarbu, kaip savo sutartis kvalifikuoja šalys ar kaip jos kvalifikuojamos nacionalinės teisės aktuose. Taigi praktikoje galimas atvejis, kad nacionalinės teisės prasme agentavimo sutartis bus pripažįstama tikrąją komercinio atstovavimo sutartimi, tačiau, sutartį įvertinus pagal ES konkurencijos teisės normas, pasirodys, kad prekybos agentas turi būti laikomas nepriklausomu platintoju, o pati sutartis neatitinka tikrojo atstovavimo sutarčiai keliamų reikalavimų bei pažeidžia Sutarties dėl ES veikimo 101(1) straipsnyje numatytus draudimus.

Nors ir Komisijos gairėse nėra tas pabrėžta, tačiau sprendžiant, ar prekybos agentas yra tikrasis, labai svarbus prekybos agento nepriklausomumo požymis ir tai, kad prekybos agentas būtų ekonomiškai nepriklausomas nuo atstovaujamojo bei būtų laisvas veikti taip, kaip jis nori. Komisijos praktikoje, pavyzdžiui, toks prekybos agentas, kuris pats išrašo sąskaitas, pristato prekes pirkėjams bei turi atskirą sąskaitą klientams už atstovaujamojo prekes, dėl prisiimtos rizikos buvo laikomas nepriklausomu platintoju³⁷. Taip pat svarbu atsižvelgti į bendrovės dydį ir galią rinkoje. Tikraisiais prekybos agentais gali būti nepripažįstamos didelės įmonės, kadangi praktikoje jos dažnai turi galią daryti spaudimą tiekėjui, todėl atitinkamai gali įtakoti ir atstovaujamojo prekių paskirstymo politiką³⁸.

Komisija taip pat gairėse pateikia tam tikras prezumpcijas³⁹, kurioms esant, bus laikoma, kad atstovavimo sutartis nepatenka į Sutarties dėl ES veikimo 101(1) taikymo sritį. Tačiau Komisijos pateiktas sąrašas nėra baigtinis ir yra pakankamai neišsamus. Šiuo atveju Komisijai, ET Teismui ar atitinkamoms kompetentingoms nacionalinėms institucijoms, kaip kad Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybai, palikta diskrecija praplėsti sąrašą bei kiekvienu konkrečiu atveju nuspręsti, ar atitinkamas prekybos agento

³⁶ LIANOS, I. Commercial Agency Agreements, Vertical restraints, and the limits of article 81(1) EC: between hierarchies and networks. *Journal of Competition Law and Economics*, 27 August 2007, 3(4), 625–672, p. 665.

³⁷ Europos Komisijos 1998 m. lapkričio 30 d. sprendimas byloje 88/86/EEC, *Fisher Price*, 4CMLR 553, par. 18.

³⁸ GOYDER, J. *EU Distribution Law*. Fourth Edition. Oxford and Portland, Oregon, 2005, p. 178.

³⁹ Tai atvejai, kai prekybos agentas neprisideda prie išlaidų, susijusių su sutarties prekių arba paslaugų teikimu ir (arba) pirkimu, įskaitant prekių pervežimo išlaidas, dengimo, savo rizika arba sąskaita nelaiko sutarties prekių atsargų, įskaitant atsargų finansavimo išlaidas ir atsargų praradimo išlaidas, ir gali gražinti neparduotas prekes atstovaujajam be išlaidų, neprisiima atsakomybės už parduoto produkto sukeltą žalą trečiosioms šalims, nebent jis kaip atstovas yra atsakingas už kaltę šiuo atžvilgiu, nėra atsakingas, jeigu pirkėjai nevykdo sutarties, išskyrus atstovo komisinių praradimą, nebent atsiranda atstovo kaltė, nėra įpareigotas investuoti į pardavimo skatinimą, nedaro rinkos investicijų į įrangą, patalpas arba personalo mokymą.

įsipareigojimas gali būti laikytinas pernelyg rizikingu, kad agentavimo sutartį būtų galima laikyti atstovavimo susitarimu, kuriam netaikomi atitinkami konkurencijos teisės draudimai. Autorė pritaria D. Švirino nuomonei, kad toks Komisijos taikomas „atskiro atvejo“ vertinimo metodas ir neišsamus svarbių požymių, leidžiančių atskirti tikrąjį agentą nuo netikrojo, sąrašas suteikia nedaug teisinio tikrumo ūkio subjektams, norintiems sudaryti konkurencijos teisės normas atitinkantį susitarimą, tačiau sudaro prielaidas realiam, ekonomine analize pagrįstam, susitarimo įvertinimui⁴⁰.

Deja, neigiamus agentavimo sutarties aspektus, vertinant susitarimą konkurencijos teisės požiūriu, parodo ne tik abstrakčios Komisijos gairės, kas lemia sudėtingą agentavimo sutarčių vertinimą, bet ir ne visada vienoda Komisijos ir ET Teismo praktika. Komisija, vertindama agentavimo sutartis, remiasi rizikos kriterijumi, tuo tarpu yra nemažai ET Teismo sprendimų, kuriuose remiamasi prekybos agento integracijos į atstovaujamojo verslą kriterijumi. Kaip antai Volkswagen byloje cituojama Suiker Unie byla⁴¹, kur pabrėžiama būtinybė, kad agentai ne tik neprisiimtų atitinkamos rizikos, bet ir veiktų kaip pagalbiniai organai, sudarantys integruotą atstovaujamojo verslo dalį, tokiu atveju jiems nebus taikomas EB steigimo sutarties 81(1) straipsnis⁴². EB sutarties 81 straipsnio 1 dalis netaikoma sutartims su atstovais, jei tenkinamos dvi kartu taikomos sąlygos: atstovai yra integruoti į automobilių gamintojo pardavimo tinklą ir jie savo tarpininkavimo ir atstovavimo veiklą vykdo tik atstovaujamojo asmens sąskaita⁴³. Atitinkamai, Vlaamse Resbureaus v Sociale Dienst byloje⁴⁴ pripažinęs, kad kelionių agentai parduoda įvairių kelionių organizatorių organizuojamas keliones, o atstovaujamas turi daug atstovų, todėl kelionių agentas negali būti traktuojamas kaip sudėtinė kelionių operatoriaus dalis, ET Teismas taip pat rėmėsi prekybos agento integruotumo į atstovaujamojo verslą kriterijumi. Tačiau pastebėtina, kad po šių sprendimų priėmimo Komisija DaimlerChrysler sprendime, cituodama Volkswagen bylą, nurodė, jog skirtingai nuo rizikos pasiskirstymo, integracijos kriterijus nėra savarankiškas

⁴⁰ ŠVIRINAS, D. *Vertikaliųjų susitarimų reglamentavimas konkurencijos teisėje*. Monografija. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, 2004, 143 p.

⁴¹ Europos Teisingumo Teismo 1975 m. gruodžio 16 d. sprendimas byloje 40/73, *Coöperatieve Vereniging "Suiker Unie" UA and others v Commission of the European Communities* (1975), ECR 01663.

⁴² Europos Teisingumo Teismo 1995 m. spalio 24 d. sprendimas byloje C-266/93, *Bundeskartellamt v Volkswagen AG and VAG Leasing GmbH* (1995), ERC I-3477, (1996), 4 CMLR 505.

⁴³ Europos Teisingumo Teismo 1995 m. spalio 24 d. sprendimas byloje C-266/93, *Bundeskartellamt v Volkswagen AG and VAG Leasing GmbH* (1995), ERC I-3477, (1996), 4 CMLR 505.

⁴⁴ Europos Teisingumo Teismo sprendimas byloje 311/85, *ASBL Vereniging van Vlaamse Resbureaus v ASBL Sociale Dienst* (1987) ECR 3801, (1989) 4 CMLR 213.

kriterijus, leidžiantis atskirti prekybos agentą nuo tarpininko, o turėtų būti vertintinas kaip papildoma sąlyga greta atitinkamos rizikos nebuvimo⁴⁵.

ET Teismo ir Komisijos nuomonė nesutapo ir Mercedes Benz byloje, kurioje buvo sudarytos kliūtys automobilių eksportui. Ši byla ypač reikšminga tuo, kad ja ET Teismas žymiai praplėtė Komisijos gairėse numatytą galimos prekybos agento rizikos prisiėmimo laipsnį, kas daro agentavimo sutartį patrauklesne atstovaujajam. Mercedes Benz agentas Vokietijoje buvo prisiėmęs daug tikrosioms komercinio atstovavimo sutartims nebūdingos rizikos⁴⁶. Komisija, įvertinusi prekybos agentui tenkančios rizikos mastą ir išipareigojimų kiekį, nusprendė, jog prisiimama rizika nėra įprasta tikrajam prekybos agentui, Mercedes-Benz atstovai Vokietijoje turi prisiimti pakankamai didelę verslo riziką, kuri neatsiejama nuo jų veiklos, todėl šalių sutartims taikomas EB sutarties 81(1) straipsnis. Be to, Komisija, pripažindama, kad Mercedes-Benz įvykdė EB sutarties 81(1) straipsnio pažeidimus, dar kartą pakartojo savo nuomonę, išreikštą aukščiau minėtoje DaimlerChrysler byloje: integravimo kriterijus, kitaip nei rizikos pasidalinimo kriterijus, nesudaro sąlygų atskirti komercinio atstovo nuo nepriklausomo platintojo⁴⁷. Tuo tarpu ET Teismas šioje byloje priėmė kitokį sprendimą ir tokiu būdu įteisino galimybę prekybos agentui prisiimti didesnę riziką nei numatyta Komisijos gairėse. Teismas įvertino prekybos agento prisiimamą riziką ir pateikė nuomonę, kad pati Mercedes-Benz, o ne jos atstovai, kuriems atstovavimo sutartimi draudžiama pirkti ir turėti pardavimui skirtų automobilių atsargą, Vokietijoje sprendžia dėl kiekvieno automobilio pardavimo sąlygų, pirmiausiai pardavimo kainos, ir prisiima pagrindinę su šia veikla susijusią riziką, todėl galima daryti išvadą, kad atstovų, iš esmės parduodančių Mercedes-Benz automobilius pagal ieškovės nurodymus, santykis su ieškove turėtų būti prilygintas jos darbuotojų santykiui, jie laikytini integruotais į šią įmonę ir kartu su ja sudarantys bendrą ekonominį vienetą. Iš to galima spręsti, kad Mercedes-Benz atstovas Vokietijoje, veikdamas

⁴⁵ Europos Komisijos 2001 m. spalio 10 d. sprendimas Nr. COMP/36.264 *DaimlerChrysler*, IP/01/1394.

⁴⁶ Mercedes Benz atstovas prisiėmė didelę dalį su automobilių, kuriuos jis parduoda, kaina susijusios rizikos, naujo automobilio transportavimo riziką, taip pat kitą verslo riziką (privalėjo savo sąskaita įrengti automobilių servisą, jame teikti automobilių aptarnavimo ir garantinio remonto paslaugas ir, esant prašymui, užtikrinti nuolatinį budėjimą ir skubią techninę pagalbą bei savo sąskaita išlaikyti atsarginių dalių, skirtų automobilių remontui jam priklausančiose dirbtuvėse, sandėlyje). Taip pat Mercedes Benz atstovas turėjo žymią dalį savo lėšų skirti pardavimų skatinimui - jis savo lėšomis turėjo įsigyti demonstravimo automobilius, kuriuos vėliau galėjo parduoti kaip naudotus automobilius, taip prisiimdamas riziką už šių automobilių pardavimą. Be to, atstovas turėjo teisę savo nuožiūra daryti nuolaidas, kurios buvo išskaičiuojamos iš jo komisinių, o jo apyvarta iš veiklos, kuria atstovas Vokietijoje užsiima pats, buvo daug didesnė už apyvartą iš tarpininkavimo parduodant Mercedes Benz automobilius.

⁴⁷ Europos Komisijos 2001 m. spalio 10 d. sprendimas byloje 2002/758/EB, *Mercedes Benz v Commission*, OJ L 257/1, par. 163.

nagrinėjamoje rinkoje, nelaikytinas „įmone“ EB 81 straipsnio 1 dalies prasme⁴⁸. Nors prekybos agentas ir prisiėmė dalį rizikos (transportavimo, remonto, demonstravimo), tačiau šiuos veiksmus jis įgyvendino kitose rinkose. Vis tik šioje byloje ET Teismas pripažino, kad būtina išnagrinėti ir prekybos agentui tenkančią riziką, kuri iš esmės galėtų pakeisti sprendimą, jeigu būtų nuspręsta, kad Mercedes Benz įpareigoja savo atstovus prisiimti kitas sąnaudas ir riziką, nepalikdama jiems pasirinkimo laisvės. Iš to galima spręsti, kad po pirmųjų Komisijos gairių įsigaliojimo, ET Teismo praktikoje yra vertinami abu kriterijai - tiek prekybos agento integracijos į atstovaujamojo verslą laipsnis, tiek prekybos agento prisiimamos rizikos laipsnis. O vertinant tai, kad atstovo prisiimamos rizikos laipsnis gali nulemti teismo sprendimą, darytina išvada, kad prisiimamos finansinės ar komercinės rizikos kriterijus yra pagrindinis. Nors ET Teismas Mercedes Benz byloje ir nustatė, kad prekybos agentas prisiima dalį rizikos, bei, autorės nuomone, prisiimta rizika buvo didesnė nei minimali, tačiau tokia rizika nebuvo laikoma pakankama pripažinti, kad šalių sudarytai komercinio atstovavimo sutarčiai turi būti taikomas EB steigimo sutarties 81(1) straipsnis ir kad ši rizika yra svarbesnė nei faktas, jog prekybos agentas yra integruotas į Mercedes Benz verslą. Be to, būtų galima spręsti, kad prekybos agentas gali prisiimti net ir didžiąją dalį komercinės ar finansinės rizikos ir tokia rizika konkurencijos teisės aspektu nėra reikšminga, jeigu jis rizikuoja atlikdamas atitinkamus sutartimi sulygtus veiksmus kitoje rinkoje. Vadinasi, ET Teismas, kurio praktikos teisinė galia yra aukštesnė nei Komisijos, besąlygiškai nesivadovauja Komisijos gairėmis, kurios numato, jog prekybos agentas neturi prisiimti jokios finansinės ar komercinės rizikos arba jo prisiimta rizika turi būti minimali, bei pakreipia teismų praktiką kita linkme, numatančia, kad visgi prekybos agentas gali prisiimti dalį rizikos, tačiau ta rizika turi būti vertinama kiekvienu atveju atskirai. Autorės nuomone, ET Teismo sprendimas buvo teisingas pavyzdys tolimesniems agentavimo sutarčių vertinimams, kadangi ne visuomet formalus požiūris gali būti tinkamas, siekiant nustatyti verslo subjektų rizikos pasiskirstymą. Be to, vertinant atitinkamas rizikas, lieka pamirštas dėmesys tokių rizikų poveikio atitinkamai rinkai analizei.

Vertėtų pastebėti ir tai, kad tam tikrais atvejais sprendimą dėl tikrojo atstovavimo gali lemti atstovaujamojų skaičius. Šiuo požiūriu Komisijos ir ET teismo praktika vėl gi nėra vienoda, kas įneša neaiškumą verslo subjektams. Pavyzdžiui, Suiker Unie byloje faktas, jog prekybos agentas buvo sudaręs sutartis su daug skirtingų atstovaujamojų, buvo

⁴⁸ Europos Teisingumo Teismo 2005 m. rugsėjo mėn. 15 d. sprendimas byloje T-325/01, *DaimlerChrysler AG v Komisija*, ECR 2005, II-03319. 102 p.

priežastis ET Teismui nuspręsti, kad prekybos agentas negali būti laikomas tikruoju⁴⁹. Tokio paties požiūrio ET Teismas laikėsi ir *Vlaamse Resbureaus v Sociale Dienst* byloje, kur prekybos agentas buvo laikomas nepriklausomu prekių platintoju, kadangi pardavinėjo daugelio skirtingų operatorių keliones, o atstovaujамasis pardavinėjo keliones per labai didelį skaičių prekybos agentų, todėl buvo apribota kelionių agentų galimybė konkuruoti kainomis (agentams pagal Belgijos teisę neleista teikti nuolaidų)⁵⁰. Tiesa, vėliau minėti sprendimai buvo sukritikuoti, todėl tikėtina, kad būtent šių sprendimų kritika lėmė kitokį Komisijos požiūrį, kadangi naujosiose 2010 metų gairėse ji nurodo, jog, vertinant prekybos agentą jo prisiimamos finansinės ar komercinės rizikos aspektu, nėra svarbu, ar atstovas dirba vienam, ar keliems atstovaujамiesiems.

Taigi komercinio atstovavimo sutartis gali būti patraukli verslininkams vien dėl to, kad, tinkamai paskirsčius rizikas, jai paprastai netaikomi konkurencijos teisės draudimai bei atitinkamomis sutarties sąlygomis užtikrinama atstovo kontrolė. Konkurencijos teisės draudimų netaikymas yra ypač svarbus atstovaujамajam, kadangi sutartyje leidžiama numatyti tokius ribojimus, kuriuos numatyti konkurencijos teisės normos įprastai draudžia, kaip antai susitarti dėl teritorijos, kurioje prekybos agentas gali parduoti prekes, apribojimo, vartotojų, kuriems atstovas gali parduoti šias prekes, apribojimo, taip pat kainų ir kitų sąlygų, kuriomis atstovas privalo parduoti atstovaujамojo prekes, nustatymo. Šie įpareigojimai prekybos agentui laikomi neatskiriama komercinio atstovavimo susitarimų dalimi, nes kiekvienas iš minėtų ribojimų yra susijęs su atstovaujамojo kompetencija nustatyti prekybos agento veiklos apimtį sutarties prekių atžvilgiu⁵¹. Taip pat šalys turi teisę nustatyti tarpusavio santykių nuostatas, kaip antai išimtinio atstovavimo nuostatą, pagal kurią atstovaujамajam neleidžiama paskirti kito atstovo tam tikros rūšies sandorio, pirkėjo arba teritorijos atžvilgiu. Jeigu sudarančios atstovavimo sandorį šalys mano, jog išimtinių teisių suteikimas yra reikalingas, ir ketina tokią sąlygą įtraukti į sutartį, reikėtų atkreipti dėmesį į tai, jog išimtinė prekybos agento teisė veikti tam tikroje teritorijoje ar sudaryti sutartis su tam tikra grupe asmenų gali pasireikšti dvejopai – tiek kaip agento įsipareigojimas neveikti už teritorijos ribų (santykiuose su kitais, nei numatyta sutartyje, asmenimis), tiek kaip atstovaujамojo įsipareigojimas nesuteikti teisės kitiems asmenims veikti nustatytoje teritorijoje (santykiuose su

⁴⁹ Europos Teisingumo Teismo 1975 m. gruodžio 16 d. sprendimas byloje 40/73, *Coöperatieve Vereniging "Suiker Unie" UA and others v Commission of the European Communities* (1975), ECR 01663.

⁵⁰ Europos Teisingumo Teismo sprendimas byloje 311/85, *ASBL Vereniging van Vlaamse Resbureaus v ASBL Sociale Dienst* (1987), ECR 3801, (1989) 4 CMLR 213.

⁵¹ 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“.

numatytais asmenimis), todėl išimtinių teisių suteikimo turinį derėtų apibrėžti kuo tiksliau⁵².

Esminiu agentavimo sutarties privalumu laikytinas ir leidimas nustatyti atstovaujamojo prekių pardavimo kainas ir sąlygas. Akivaizdu, kad atstovaujамasis, kuris patiki nepriklausomam prekybos agentui savo prekių paskirstymą, tikisi, jog galės ne tik vienašališkai nurodyti agentui prekių pardavimo kainas, bet ir kiek įmanoma kontroliuoti pardavimus. Tačiau pažymėtina, kad vienašališkas prekių kainos nustatytas konkurencijos teisėje laikytinas sunkiu apribojimu, todėl, jeigu būtų nuspręsta, kad šalių sudaryta atstovavimo sutartis visgi negali būti laikoma atstovavimo susitarimu ir jai taikomas Sutarties dėl ES veikimo 101(1) straipsnis, įsipareigojimas, kuriuo prekybos agentui apribojama arba draudžiama galimybė pasidalyti fiksuotais arba kintančiais komisiniais su klientu, bus laikytinas sunkiu apribojimu, todėl visas atstovavimo susitarimas negalios. Siekiant išvengti tokio pagrindinio apribojimo įtraukimo į susitarimą, atstovui turi būti leidžiama savo nuožiūra sumažinti galiojančią kliento mokamą kainą, nesumažinant atstovaujamojo pajamų⁵³, tai yra atstovaujамasis turi leisti prekybos agentui suteikti nuolaidas klientui agento maržos atžvilgiu.

Atsižvelgiant į tai, kad Lietuvos teisinėje sistemoje yra reglamentuojama tik tikroji komercinio atstovavimo sutartis, Civilinio kodekso nuostatos įtvirtina vieną iš komercinio atstovavimo sutartyse leidžiamų numatyti konkurencijos draudimų – nekonkuravimo išlygą⁵⁴. Prekybos agentas ir atstovaujамasis turi teisę raštu susitarti dėl specialios sąlygos, pagal kurią atstovas įsipareigos nekonkuruoti su atstovaujамuoju atstovavimo sutarčiai pasibaigus. Tokia sąlyga galios tik šalims susitarus dėl jos raštu. Tačiau pastebėtina, kad nacionalinis reglamentavimas įtvirtina ir tam tikras prekybos agento apsaugos garantijas. Net ir raštu susitarus, atstovaujамasis gali prarasti teisę remtis nekonkuravimo išlyga, jeigu jis be atstovo sutikimo nutraukė agentavimo sutartį, pažeisdamas išankstinio įspėjimo apie sutarties nutraukimą terminus ar nedelsdamas nepranešė prekybos agentui apie svarbias sutarties nutraukimo priežastis, taip pat jeigu

⁵² MARKAUSKAS, L., BARTULEVIČIŪTĖ, E., Advokatų kontora „SOLOVEIČIKAS, MARKAUSKAS IR AVIŽA“. Komercinio atstovavimo sutartis In *Sutarčių žinynas*. UAB „Verslo žinios“, 2006, p. 1.

⁵³ 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“.

⁵⁴ Remiantis Komisijos gairėmis, nekonkuravimo pareiga turi būti suprantama kaip tiesioginis ar netiesioginis pirkėjo įsipareigojimas negaminti, nepirkti, neparduoti ar neperparduoti prekių arba paslaugų, konkuruojančių su sutartyje nurodytomis prekėmis ar paslaugomis, arba bet koks tiesioginis ar netiesioginis pirkėjo įsipareigojimas atitinkamoje rinkoje pirkti iš tiekėjo arba iš kitos tiekėjo nurodytos įmonės daugiau nei 80 % visų pirkėjo perkamų sutartyje nurodytų prekių arba paslaugų ir jų pakaitalų, minėtąjį procentą apskaičiuojant pagal visą jo pirkimų vertę arba, jei tame sektoriuje taip įprasta, apimtį, praėjusiais kalendoriniais metais.

atstovas sutartį nutraukė dėl svarbių priežasčių, už kurias atsako atstovaujамasis, ir apie šias priežastis nedelsdamas pranešė atstovaujамajam arba, jeigu atstovaujamojo ir prekybos agento sutartis nutraukta teismo sprendimu dėl priežasčių, už kurias atsako atstovaujамasis. Be šių sąlygų nekonkuravimo išlygai įstatymas kelia ir kitus reikalavimus. Konkurencijos ribojimas gali būti apibrėžtas tik tam tikra teritorija ir prekių rūšimis arba klientų grupe ir teritorija, kurios prekybos agentui buvo patikėtos⁵⁵. Be to, maksimalus terminas, kuriam leidžiama numatyti nekonkuravimo išlygą, yra dveji metai ir toks susitarimas galios tik tuo atveju, jeigu nepablogins prekybos agento padėties. Paminėtinas ir dar vienas nekonkuravimo sąlygos nustatymo trūkumas nacionaliniame teisiniame reglamentavime - suteikiant galimybę riboti prekybos agento konkurenciją pasibaigus sutarčiai, numatyta šio prekybos agento veiklos ribojimo atsvara, o būtent: įsipareigojęs nekonkuruoti su atstovaujамuoju, prekybos agentas įgyja teisę į kompensaciją už visą konkurencijos draudimo laikotarpį⁵⁶. Kompensacijos dydis nustatomas šalių susitarimu, tačiau prekybos agentas praranda teisę į kompensaciją, jeigu agentavimo sutartis buvo nutraukta dėl jo kaltės. Taip pat atstovui suteikta teisė pripažinti nekonkuravimo išlygą negaliojančia teismo keliu, jeigu tokia išlyga daro jam didelės žalos. Nepaisant minėtų prekybos agentui naudingų sąlygų, nekonkuravimo nuostata gali būti laikoma atstovaujamojo interesų garantu ir komercinio atstovavimo sutarties privalumu, kadangi atstovaujамasis perduoda atstovui daug komerciškai reikšmingos informacijos, kurią jis vėliau gali panaudoti dirbdamas su konkurentais ir taip padaryti žalos atstovaujamojo verslui. Kita vertus, pažymėtina, kad Komisija gairėse numato, jog nuostatos dėl nekonkuravimo, įskaitant nuostatas nekonkuruoti pasibaigus terminui, kurios susijusios su skirtingų prekės ženklų prekių konkurencija, vis gi gali pažeisti Sutarties dėl ES veikimo 101(1) straipsnį, jei tai sukelia arba prisideda prie (stiprėjančio) išstūmimo iš atitinkamos rinkos, kurioje yra perkamos arba parduodamos sutarties prekės ar paslaugos⁵⁷. Vadinasi, net ir tikrojo atstovavimo atvejais nacionalinėje teisėje leistina taisyklė gali būti pripažinta antikonkurencine. Taigi, nekonkuravimo išlyga – tai tik vienas iš atstovavimo sutarties šalių įsipareigojimų, kuriuos numato nacionalinės teisės normos, todėl svarbu išnagrinėti ir kitas prekių paskirstymą planuojančiam verslininkui aktualias tikrojo komercinio atstovavimo sutarties šalių teises ir pareigas.

⁵⁵ Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 2.164 str. 2 d.

⁵⁶ MIKELĖNAS, V., et al. in *Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras. Antroji knyga. Asmenys*. Vilnius: Justitia, 2002. p.319.

⁵⁷ 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“.

1.3. Agentavimo sutarties šalių teisės ir pareigos

Verslininkams, kurie planuoja sudaryti sutartį su prekybos agentu, būtina atkreipti dėmesį ne tik į aukščiau minėtą rizikos pasiskirstymo svarbą, bet ir į svarbiausias komercinio atstovavimo šalių tarpusavio teises ir pareigas, kurios taip pat lemia atitinkamus nagrinėjamos sutarties privalumus ir trūkumus. Civilinio kodekso 2.153 straipsnis numato specifinę pareigą prekybos agentui prieš pradėdamas veiklą apdrausti savo civilinę atsakomybę už galimą žalą, kurios gali būti atstovaujajam ar tretiesiems asmenims dėl jo veiksmų. Prekybos agento civilinės atsakomybės draudimas⁵⁸ yra ypač naudingas atstovaujajam. Prieš kiekvienos agentavimo sutarties sudarymą, jis turi teisę pareikalauti, kad prekybos agentas pateiktų galiojantį civilinės atsakomybės draudimo polisą. Deja, praktikoje ši apsaugos nuostata retai įgyvendinama dėl kelių priežasčių. Visų pirma, draudimo bendrovės dėl per didelės rizikos bei sudėtingumo ją įvertinti arba visai nesiūlo tokio draudimo arba siūlo jį prekybos agentui nepriimtinais sąlygomis. Remiantis Civilinio kodekso normomis, prekybos agentas privalo apsidrausti dar prieš pradėdamas savo veiklą, kai paprastai dar neaišku, su kokiomis bendrovėmis prekybos agentas sudarys komercinio atstovavimo sutartis ir kokią riziką šiomis sutartimis prisiims, todėl įvertinti galimą žalą draudimo bendrovėms yra labai sudėtinga ar netgi neįmanoma. Kita vertus, teisės aktuose nenumatyta atsakomybė prekybos agentui už tai, kad jis neapdraus savo civilinės atsakomybės arba apdraus ją vėliau. Antra, civilinės atsakomybės draudimas yra susijęs su prekybos agento paprastai nesusigražinamomis investicijomis, todėl jis nėra suinteresuotas draustis. Juolab, kad Civilinis kodeksas numato imperatyvios taisyklės išimtį ir leidžia šalims raštu susitarti dėl sąlygų, nustatančių agento arba atstovaujamojo civilinės atsakomybės apribojimus arba visišką jos netaikymą⁵⁹. Tačiau pažymėtina, kad net ir raštu susitarus dėl prekybos agento civilinės atsakomybės ribojimo ar jos netaikymo, šios sąlygos negalios dėl žalos, padarytos dėl prekybos agento tyčios ar didelio neatsargumo⁶⁰. Taigi, Lietuvoje galiojantis civilinės atsakomybės draudimo reikalavimas gali būti vertinamas kaip komercinio atstovavimo verslo trūkumas, reikalaujantis papildomų prekybos agento verslo išlaidų bei retai kada įgyvendinamas praktikoje.

⁵⁸ Atkreiptinas dėmesys, kad reikalavimas prekybos agentui apdrausti savo civilinę atsakomybę yra nacionalinė taisyklė, todėl jeigu prekybos agentas veikia kitoje šalyje, šis apsaugos reikalavimas gali būti netaikomas, priklausomai nuo šalies, kurioje veikia prekybos agentas, nacionalinių teisės aktų.

⁵⁹ Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 2.154 str. 3 d., 1 p.

⁶⁰ Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 6.252 str. 1 d.

Be bendrųjų sutartyse paprastai numatomų pareigų, Civilinis kodeksas numato ir imperatyvias agentavimo sutarties šalių pareigas, kurios kaip minimalūs reikalavimai būtinos komercinio atstovavimo sutarčių vykdymui, kaip antai prekybos agento pareiga sąžiningai ir rūpestingai vykdyti visus atstovaujamojo pavedimus ir protingumo kriterijų atitinkančias instrukcijas, būti lojaliam atstovaujajam, veikti išimtinai dėl atstovaujamojo interesų ir kitos. Šios prekybos agento pareigos yra siejamos su komercinio atstovavimo sutarties šalių tarpusavio fiduciariniais santykiais bei yra tam tikra atstovaujamojo apsauga. Nurodant prekybos agentui vykdyti savo įsipareigojimus tam tikru būdu bei vadovaujantis minėtais principais, stengiamasi išvengti neigiamų padarinių atstovaujamojo verslui, kurie iš esmės gali kilti, jeigu prekybos agentas nebus sąžiningas, rūpestingas ar nebus įgyvendinamas atstovaujamojo interesų prioriteto principas (dar kitaip vadinamas *pastangų ir interesų įgyvendinimo pareiga*⁶¹). Prieš sudarant sutartis su prekybos agentais, verslininkui patartina surinkti informaciją apie įmonę, jos mokumą, reputaciją bei patirtį. Juk prekybos agentas yra grandis, jungianti atstovaujamąjį su vartotojais. Tiesioginį kontaktą su pirkėju dažnai turi tik prekybos agentas kaip atstovaujamojo tarpininkas, todėl vartotojai linkę sugretinti atstovaujamąjį ir prekybos agentą bei vertinti juos kaip vieną verslo subjektą. Juolab, kad, siekiant apsaugoti vartotojų interesus, atstovui suteikta teisė priimti vartotojų pretenzijas dėl prekių kiekio ir kokybės, taip pat priimti bet kokius trečiųjų asmenų pareiškimus, susijusius su sutarties vykdymu, ar netgi įgyvendinti paties atstovaujamojo teises, susijusias su įrodymu užtikrinimu. Visa tai tik patvirtina prekybos agento betarpišką ryšį su atstovaujamojo prekių pirkėjais, tad nerūpestingas prekybos agento įsipareigojimų vykdymas gali ne tik paveikti atstovaujamojo santykius su vartotojais, sugadinti atstovaujamojo reputaciją, bet ir žymiai sumažinti atstovaujamojo gaunamas pajamas, todėl prekybos agentas turi dėti protingas pastangas⁶², kad sudarytų kuo daugiau sutarčių atstovaujamojo vardu bei elgtis taip, kaip tokioje pačioje situacijoje elgtųsi atstovaujamas. Kadangi prekybos agentas veikia atstovaujamojo vardu, jis privalo laikytis iš sutarties specifinio pobūdžio kylančių atstovaujamojo pateiktų protingų instrukcijų. Tačiau atstovaujamasis tokiomis instrukcijomis negali iš esmės paveikti atstovo nepriklausomumo⁶³. Atstovaujamojo nurodymai prekybos agentui turi būti susiję

⁶¹ CANARIS, C.-W. *Handelsrecht*. 23. Aufl. Munchen, C. H. Beck, 2000, p.328.

⁶² Tai reiškia, kad prekybos agentas, nors ir negali garantuoti, kad jo pastangos sudaryti sutartis su vartotojais visada bus sėkmingos, bet turi būti aktyvus: aktyviai ieškoti potencialių klientų, profesionaliai aptarnauti klientus, siūlyti pirkėjams sudaryti sutartis su atstovaujamoju ir taip toliau.

⁶³ HESSELINK, M., et al. *Principles of European Law. Commercial Agency, Franchise and Distribution Contracts (PEL CAFDC)*. v. 4 (European Civil Code Series). OUP Oxford, 2006, p.164.

su įstatyme ir sutartyje nurodytomis pareigomis, tačiau neturėtų sukurti kokių nors naujų papildomų pareigų, nesusijusių su konkrečiu atveju būdinga prekybos agento veikla⁶⁴. Tiesa, tokia prekybos agento pareiga įtvirtinta ne visos šalyse. Kaip antai Austrijos, Vokietijos, Prancūzijos bei Olandijos nacionalinėse teisės normose nėra įtvirtintos aiškios pareigos prekybos agentui laikytis atstovaujamojo instrukcijų⁶⁵, tačiau ji išplaukia iš kitų šalių įstatymuose įtvirtintų atstovo pareigų.

Siekiant išvengti nesusipratimų, atstovaujajam rekomenduotina sutartyje kuo detaliau ir aiškiau apibrėžti tiek faktinius, tiek juridinius veiksmus, kuriuos turi ir/ar gali atlikti atstovas. Nepaisant to, čia susiduriame su agentavimo sutarties trūkumu, kadangi įstatymas palieka teisę prekybos agentui atstovaujamojo vardu be specialaus įgaliojimo atlikti bet kokius atstovaujamojo pavedimui tinkamai įvykdyti būtinus veiksmus⁶⁶. Viena vertus, visus faktinius veiksmus sutartyje sudėtinga numatyti, todėl toks reglamentavimas padeda sutaupyti laiko bei išvengti formalumų, kita vertus - kelia abejonių, kadangi agentui suteikiama plati veiksmų laisvė, kuria jis gali piktnaudžiauti. Autorė sutinka, kad prekybos agentas gali atlikti bet kokius pačiam atstovaujajam reikalingus smulkius veiksmus, kurie yra būtini sutartyje numatytų įsipareigojimų tinkamam vykdymui, tačiau papildomiems veiksmams, ypač susijusiems su finansais ar kitokia atstovaujamojo rizika, vis tik turėtų būti gaunamas išankstinis atstovaujamojo (net nebūtinai rašytinis) sutikimas. Juolab, kad, kitaip nei kitų sutarčių atveju, nesutikimas dėl prekybos agento sudarytos sutarties turi būti išreikštas atstovaujamojo aktyviais veiksmais. Kai prekybos agentas atstovaujamojo vardu sudaro sutartį, kurios sudaryti jis neturėjo teisės, o kita sandorio šalis apie tai nežinojo ir negalėjo žinoti, pripažįstama, kad atstovaujamasis tokią sutartį patvirtino, jeigu šis nedelsdamas po to, kai apie tokią sutartį sužinojo iš prekybos agento ar trečiojo asmens, nepareiškė trečiajam asmeniui, kad sutarčiai nepritaria⁶⁷. Taigi, komercinio atstovavimo santykiuose taikoma taisyklė, kad visos, net ir įgaliojimus viršijant, prekybos agento sudarytos sutartys sukuria, pakeičia ar panaikina teises ir pareigas atstovaujajam, jeigu jis nedelsiant aktyviais veiksmais neišreiškia aiškaus nesutikimo. Šalia šio agentavimo sutarties neigiamo aspekto pažymėtina ir tai, kad apie nesutikimą atstovaujamasis privalo pranešti ne agentui, o trečiajai šaliai (pirkėjui), su

⁶⁴ MIZARAS, V. *Civilinė teisė*. Bendroji dalis: vadovėlis (moksl. red. Vytautas Mizaras). Vilnius: Justitia, 2009, p.419.

⁶⁵ HESSELINK, M., et al. *Principles of European Law. Commercial Agency, Franchise and Distribution Contracts* (PEL CAFDC). v. 4 (European Civil Code Series). OUP Oxford, 2006, p.165.

⁶⁶ Išskyrus sutarčių su vartotojais sąlygų keitimą ar tų sutarčių vykdymo priėmimą, jeigu šie veiksmai nebuvo atskirai aptarti šalių sudarytoje agentavimo sutartyje arba atskirame įgaliojime.

⁶⁷ Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 2.163 str. 1 d.

kuriuo paprastai atstovaujамasis neturi jokių tiesioginių ryšių, todėl gali susidurti su sunkumais rasti sandorį sudariusį pirkėją, taip pat gali tekti „teisintis“ prieš pirkėją dėl atstovo klaidų bei kita. Visa tai paprastai sukelia nemalonumų bei gali atsiliiepti atstovaujamojo, kaip verslininko, dalykinei ir komercinei reputacijai. Kadangi tylėjimas laikomas atstovaujamojo pritarimu sandoriui, siekiant išvengti nuostolių, akivaizdu, kad atstovaujамajam būtina nuolat tikrinti prekybos agento sudarytas sutartis, jo atsiųstus pranešimus bei vykdyti kitą atstovo veiklos kontrolę.

Atsižvelgiant į tai, kad prekybos agentas vykdo veiklą atstovaujamojo vardu, jo galimų atlikti veiksmų spektras yra pakankamai platus, o paties atstovaujamojo ryšiai su vartotojais yra minimalūs arba visai neegzistuoja, ne mažiau svarbi prekybos agento pareiga - reguliariai pranešti atstovaujамajam apie sudaromas ar sudarytas sutartis, taip pat teikti kitą svarbią informaciją, susijusią su savo ir atstovaujamojo verslu. Ji leidžia atstovaujамam kontroliuoti, kaip užtikrinami jo interesai⁶⁸. Taigi, visų pirma ši pareiga atlieka ypač svarbią kontrolės funkciją. Tai bene pagrindinė atstovaujamojo priemonė stebėti, kokia situacija yra rinkoje, kiek ir kokių sutarčių sudaroma, kaip agentas vykdo savo įsipareigojimus, bei, remiantis atstovo ataskaitomis, spręsti, ar finansiškai verta ir toliau dirbti su prekybos agentu. Be to, minėta informacija yra reikalinga sklandžiam atstovaujamojo verslo funkcionavimui, kadangi jis, kaip ir kiekvienas verslo subjektas, vykdo apskaitą, moka pelno mokesčių, turi rūpintis, kad sandėlyje būtų pakankamai prekių ir taip toliau. Siekiant užtikrinti kontrolę, praktikoje prekybos agentui nustatomos dar ir tokios pareigos kaip kad vesti sudarytų ar suderėtų sutarčių apskaitą atskirai nuo kitų atstovaujамųjų apskaitos, atstovaujamojo prašymu ir jo sąskaita leisti nepriklausomiems auditoriams susipažinti su apskaitos dokumentais ir kitos.

Už kiekvieną prekybos agento sėkmingai sudarytą sandorį prekybos agentas turi teisę gauti, o atstovaujамasis pareigą sumokėti atlyginimą, kurio dydis nustatomas konkrečia pinigų suma arba sudaryto sandorio vertės ar agento išieškotos sumos procentais. Praktikoje komercinio atstovavimo sutarties šalys linkusios susitarti dėl atlyginimo dydžio diferencijavimo pagal atstovo rezultatus, kitaip tariant pagal atstovaujamojo pavedimų įvykdymo kokybę, taip prekybos agentas yra skatinamas sudaryti kuo daugiau sandorių su trečiaisiais asmenimis, kuo produktyviau derėtis ir užsitikrinti kuo didesnes pajamas. Toks atlyginimo skaičiavimas yra palankus atstovaujамajam, kadangi jis savaime skatina prekybos agentą plėsti sėkmingai sudarytų

⁶⁸ MIKELĖNAS, V., et al. in *Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras. Antroji knyga. Asmenys*. Vilnius: Justitia, 2002. p.303.

sandorių skaičių bei leidžia sutaupyti lėšų, jeigu prekybos agentas neatneša atstovaujajam realios naudos. Kita vertus, atstovaujамasis privalo prisiimti visą komercinę prekių pardavimo riziką, nes sutartis su prekybos agentu negarantuoja atstovaujajam ateities pajamų, kurias jis gautų pardavęs didelį kiekį prekių netiesioginio prekių paskirstymo kanalo nariui – distributoriui. Vis dėlto su atlyginimu susijusi komercinio agentavimo sutarčių dalis laikytina agentavimo sutarties trūkumu, kadangi atstovaujамasis ne tik kad privalo padengti agento turėtas atstovavimo išlaidas (reklamos, prekių vežimo, sandėliavimo, saugojimo, pakavimo, sumokėtus mokesčius ir kitas), jeigu jos neįskaitomos į agento savarankiškos veiklos išlaidas, laikytis formalizuotų atlygio prekybos agentui mokėjimo taisyklių, bet turi atiduoti ir dalį savo pelno.

Kai tuo tarpu kitų rūšių sutartims yra taikomas Civilinio kodekso 6.198 straipsnis „Sutarties kaina“, kuris iš esmės atkartoja UNIDROIT tarptautinių komercinių sutarčių principų nuostatas, tai komercinio atstovavimo sutartims taikoma visa eilė papildomų specifinių kainos klausimus reglamentuojančių taisyklių. Daugelis jų yra imperatyvios, todėl riboja šalių teisę susitarti dėl kitokios atlyginimo mokėjimo tvarkos. Vertinant tai, kad atlygio prekybos agentui klausimų reglamentavimas iš esmės yra perimtas iš ES teisės, galima teigti, kad kai kurios taisyklės Lietuvoje buvo sugriežtintos⁶⁹. Be to, atlygio mokėjimo prasme prekybos agentas yra laikomas silpnesniąja komercinio atstovavimo sutarties šalimi, todėl teisiniame reguliavime dominuoja atstovaujajam nepalankios prekybos agento apsaugos garantijos. Štai agentavimo sutarties galiojimo metu, taip pat ir pasibaigus atstovavimo santykiams, prekybos agentui garantuojama teisė gauti atlyginimą ir tuo atveju, kai sandorį su trečiuoju asmeniu sudaro pats atstovaujамasis, tačiau prekybos agento veiklos dėka. Šios prekybos agento teisės galiojimo terminas nenurodomas, todėl Civilinio kodekso Antros knygos komentaro autoriai rekomenduoja, siekiant aiškumo, atstovaujajam ir prekybos agentui sutartyje nustatyti konkretų protingą laikotarpį, kurį prekybos agentas išsaugos teisę į atlyginimą už sandorius, sudarytus jo dėka⁷⁰. Be aptarto atlyginimo, prekybos agentas taip pat gali reikalauti mokėti jam atlyginimą už iš trečiųjų asmenų atstovaujamojo naudai išieškotas sumas.

⁶⁹ Kaip pavyzdį būtų galima pateikti atlygio prekybos agentui mokėjimo periodiškumą. ES direktyvoje dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su savarankiškai dirbančiais prekybos agentais, derinimo, atstovaujамasis įpareigojamas sumokėti atlyginimą atstovui ne vėliau kaip paskutinę mėnesio, einančio po ataskaitinio ketvirčio pabaigos, dieną. Tuo tarpu Civilinio kodekso 2.160 str. reikalauja, kad su agentu būtų atsiskaityta kas mėnesį ir ne vėliau kaip iki mėnesio, einančio po ataskaitinio laikotarpio, paskutinės dienos. Pastarasis terminas iki direktyvoje nurodyto termino gali būti pratęstas tik raštišku šalių sutarimu.

⁷⁰ MIKELĖNAS, V., *et al.* in *Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras. Antroji knyga. Asmenys*. Vilnius: Justitia, 2002. p.308.

Taip pat, nežiūrint į tai, kad Lietuvoje yra įtvirtinamas tikrojo atstovavimo institutas ir prekybos agentui neleidžiama prisiimti finansinės ar komercinės rizikos, Civilinio kodekso normos visgi suteikia prekybos agentui teisę pateikti atstovaujajam garantiją, kad tam tikra sandorio šalis įvykdys sutartį ir atitinkamai gauti už tai šalių sutarto dydžio kompensaciją - papildomą atlyginimą (*del credere*).

Civiliniame kodekse yra įtvirtinti du prekybos agento teisės gauti atlyginimą atsiradimo pagrindai: a) yra sudarytas sandoris; ir b) atstovaujamasis įvykdė sandorį ar turėjo pagal su trečiaja šalimi pasirašytą sutartį įvykdyti sandorį, ar trečioji šalis įvykdė sandorį⁷¹. Vos tik atsiradus vienai iš šių prielaidų, prekybos agentas turi teisę reikalauti atlyginimo ir šios teisės netenka tik tuomet, kai yra akivaizdu, kad trečiasis asmuo ne dėl atstovaujamojo kaltės neįvykdys sutarties. Vis dėlto teisės aktai leidžia šalims raštu susitarti ir dėl kitokio atstovo teisės į atlygį atsiradimo momento, tačiau kartu ir riboja tokį momentą, numatant, kad jis negali būti vėlesnis nei iki trečioji šalis įvykdė dalį sandorio arba būtų įvykdžiusi, jei atstovaujamasis būtų įvykdęs savąją. Tuo atveju, kai šalys raštu susitaria, kad agentas atlyginimą gauna tik tuomet, kai trečiasis asmuo įvykdo sudarytą sutartį, galioja kita prekybos agento apsaugai skirta garantija: prekybos agentas įgyja teisę ne vėliau kaip iki paskutinės kito po sutarties sudarymo mėnesio dienos gauti ne mažesnę nei 40 procentų atlyginimo avansą. Be to, prie prekybos agentui taikomų apsaugos nuostatų galima priskirti ir prekybos agento teisę ginčyti atlygintinumo klausimą teismo keliu. Nepaisant to, kad atstovaujamasis yra įpareigotas kas mėnesį, o susitarus raštu – ne rečiau kaip kas tris mėnesius, pateikti atstovui buhalterinės apskaitos dokumentus, skirtus agentui atlyginimo dydžiui, jo sumažinimui ar neišmokėjimui pagrįsti, kilus ginčui prekybos agentas turi teisę reikalauti atlikti auditą, o nesutartus ar atstovaujajam atsisakius įgyventi šią teisę, kreiptis į teismą dėl priverstinio audito paskyrimo⁷².

Taigi komercinio atstovavimo sutarties šalių teisių ir pareigų analizė leidžia geriau suvokti pagrindinius šios sutarties teisinio reguliavimo ypatumus. Deja, Lietuvos ir ES teisės aktai, reglamentuojantys komercinio atstovavimo sutarties šalių teises ir pareigas, nepalieka šalims daug laisvės susitarti. Vertinant sutartį atstovaujamojo kaip prekių paskirstytojo požiūriu, išryškėja esminiai agentavimo sutarties kaip verslo modelio trūkumai: plati prekybos agento laisvė veikti, ribota atstovaujamojo vardu sudaromų sutarčių kontrolė, kuri gali būti nepakankama atstovaujamojo reputacijai užtikrinti, bei

⁷¹ MIKELĖNAS, V., et al. in *Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras. Antroji knyga. Asmenys*. Vilnius: Justitia, 2002. p.312.

⁷² Tokiems atstovo reikalavimams taikomas sutrumpintas trejų metų ieškinio senaties terminas.

prekybos agentą kaip silpnesniąją šalį ginančios formalizuotos garantijos, susijusios su atlyginimu už atstovavimą. Kita vertus, atstovaujamojo interesai užtikrinami per būtinąsias prekybos agento pareigas

1.4. Agentavimo sutarties nutraukimas. Kompensacijos mechanizmas.

Įprastai komercinio atstovavimo sutartys yra ilgalaikio pobūdžio, tačiau jos gali būti sudarytos tiek neapibrėžtam, tiek apibrėžtam terminui - nuo to priklauso sutarties nutraukimo pagrindai. Štai be jokių svarbių priežasčių bet kuri iš šalių turi teisę nutraukti tik neapibrėžtam terminui sudarytą sutartį, prieš įstatyme numatytą terminą pranešusi apie tai kitai šaliai. Civiliniame kodekse įtvirtinti minimalūs pranešimo apie nutraukimą terminai, trumpiausias jų – vienas mėnuo, kai sutartis tęsiasi ne ilgiau kaip vienerius metus. Kiekvienais metais pranešimo terminas pailgėja vienu mėnesiu. Ši taisyklė taikoma iki ketvirtų sutarties galiojimo metų, kai pranešimo apie sutarties nutraukimą terminas pasiekia tris mėnesius⁷³. Nors įstatymai tokiais atvejais ir nereikalauja jokio sutarties nutraukimo pagrindo, tačiau šia teise negali būti piktnaudžiaujama. Atstovaujamojo sutarties nutraukimo iniciavimas praėjus trumpam sutarties galiojimo laikotarpiui gali būti įvertintas kaip piktnaudžiavimas savo teise, jeigu prekybos agentas, kuris esant rimtam pagrindui tikėjosi ilgalaikių komercinio atstovavimo santykių su atstovaujamoju, panaudojo nemažai investicijų veiklai, būtinai vykdant atstovaujamojo pavedimus, ir šių investicijų didesnė dalis dar nepadengta, ypač tais atvejais, kai atstovaujamas nutraukia sutartį nesant rimto pagrindo⁷⁴. Tuo tarpu esant svarbioms priežastims leidžiama nutraukti tiek neterminuotą, tiek apibrėžtam terminui sudarytą komercinio atstovavimo sutartį. Aptartos komercinio atstovavimo sutarties nutraukimo galimybės ir terminai yra naudingi abiem šalims, ypač silpnesniajai, kuriai reikia daugiau laiko pasiruošti sutarties nutraukimui, naujų verslo strategijų kūrimui, naujų bendradarbiavimo galimybių paieškoms bei savo veiklos tęstinumo užtikrinimui. Kita vertus, natūralu, jog net ir maksimalus keturių mėnesių terminas, gali būti nepakankamas, ypač tais atvejais, kai, pavyzdžiui, atstovaujamas, kaip didžiąją sutarties rizikos dalį prisiimantis subjektas, į bendradarbiavimą investavo daug lėšų, planuodamas, kad šalių sutartiniai santykiai tęsis žymiai ilgiau, o prekybos agentas netikėtai praneša apie sutarties nutraukimą. Deja, tokioje situacijoje investicijų praradimo rizikos nepavyks išvengti,

⁷³ MIKELĖNAS, V., et al. in *Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras. Antroji knyga. Asmenys*. Vilnius: Justitia, 2002. p.321.

⁷⁴ MIZARAS, V. *Civilinė teisė*. Bendroji dalis: vadovėlis (moksl. red. Vytautas Mizaras). Vilnius: Justitia, 2009, p.428.

jeigu sutartis nutraukiama dėl rimtų, tačiau ne dėl kitos šalies kaltės atsiradusių priežasčių. Tačiau, jeigu apibrėžtam terminui sudaryta sutartis nutraukiama dėl priežasčių, už kurias atsako kita šalis, arba neapibrėžtam terminui sudaryta sutartis be rimtų priežasčių buvo nutraukta be kitos šalies sutikimo ir nesilaikant išankstinio pranešimo terminų, tai kaltoji šalis privalo atlyginti nutraukiant agentavimo sutartį padarytus nuostolius. Tokiu būdu garantuojama sąžiningos komercinio atstovavimo sutarties šalies, šiuo atveju – atstovaujamojo, teisė atgauti bent jau dalį investicijų ar praradimų, patirtų dėl išankstinio nei planuota sutarties nutraukimo. Tačiau sutarties su prekybos agentu nutraukimas atstovaujajam visada turi ir neigiamą komercinio atstovavimo sutarties nutraukimo padarinių pusę – prekybos agentas įgyja teisę į kompensaciją arba į nuostolių atlyginimą, kuria jis gali pareikšti norą pasinaudoti per vienerius metus nuo komercinio atstovavimo sutarties pasibaigimo.

ES direktyva dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su savarankiškai dirbančiais prekybos agentais, derinimo, įpareigojo ES valstybes užtikrinti, kad pasibaigus komercinio atstovavimo sutarties galiojimui, prekybos agentui būtų atlyginta pagal vieną iš dviejų direktyvoje numatytų priemonių: nuostolių atlyginimo arba kompensacijos sumokėjimo sistemą. Lietuva, pasekusi Jungtinės Karalystės pavyzdžiu, nacionalinėje teisėje įgyvendino abi kompensacijos rūšis⁷⁵: tiek vokiškąją kompensacijos sistemą (angl. – *indemnification*) už esminį verslo ryšių su klientais praplėtimą, kuris duoda atstovaujajam nemažai naudos, tiek prancūziškąją nuostolių, patiriamų dėl sutarties nutraukimo, atlyginimo sistemą (angl. – *compensation for damage*). Tiesa, pirmoji taikoma pagal įstatymą, o antroji - tik tuomet, kai šalys dėl to iš anksto susitarė sutartyje. Bet kokių atveju abiejų kompensacijos prekybos agentui sistemų kartu taikyti negalima, taip pat susitarimas, kuriuo atsisakoma nuo teisės į kompensaciją ar nuostolių atlyginimą, bus laikomas niekiniu. Kita vertus, manytina, kad toks susitarimas galios, jeigu jis bus sudarytas jau pasibaigus komercinio atstovavimo sutarčiai. Taip pat praktikoje dažnai pasitaiko bandymų išvengti kompensacijos mokėjimo, susitariant, jog kompensacija yra įtraukta į prekybos agentui mokamą atlyginimą.

Pagal vokiškąją Lietuvos teisės aktuose įtvirtintą sistemą, prekybos agentas turi teisę į kompensaciją, jeigu po sutarties nutraukimo atstovaujajam turi esminės naudos iš dalykinių ryšių su klientais, kuriuos surado prekybos agentas ar su kuriais dėl prekybos agento žymiai padidėjo atstovaujamojo verslo mastas bei atsižvelgiant į visas aplinkybes,

⁷⁵ Iš Vokietijos komercinio kodekso perimtą vokiškąją sistemą savo nacionaliniuose teisės aktuose įgyvendino didžioji dalis Europos Sąjungos valstybių. Tuo tarpu iš Prancūzijos dekreto perimtą prancūziškąją sistemą kaip vienintelę priemonę pasirinko nedaugelis (Prancūzija, Islandija, Airija).

kompensacijos mokėjimas atitiktų teisingumo principą⁷⁶. Sprendžiant, ar kompensacijos mokėjimas atitinka teisingumo principą, gali būti vertinamos tokios aplinkybės: prekybos agento veiklos įtakos sandorių sudarymui svarba (t.y. kiek daug sandorio sudarymui ir kliento apsisprendimui turėjo reikšmės prekybos agentas), aplinkybės (priežastys), lėmusios komercinio atstovavimo sutarties pabaigą, komercinio atstovavimo sutarties galiojimo laikotarpis, socialinė ir ekonominė šalių padėtis ir kita⁷⁷. Ypač turėtų būti atsižvelgiama į komisinius, kuriuos prarado prekybos agentas dėl verslo sandorių su klientais⁷⁸. Remiantis Komisijos pranešimu⁷⁹, sprendžiant dėl kompensacijos agentui išmokėjo turi būti atsižvelgiama į tris esminius aspektus. Pirmiausia, remiantis tarp šalių sudarytos sutarties sąlygomis, būtina nuspręsti, ar prekybos agentas apskritai turi teisę į kompensaciją. Antra, tam, kad būtų taikoma kompensacija, prekybos agentas savo veiklos metu turi būti pritraukęs naujų klientų arba padidinęs jau buvusių klientų verslo apimtį. Ši sąlyga bus patenkinta, jeigu prekybos agentas aktyviais veiksmais pritrauks bent vieną naują klientą arba verslo su buvusiais klientais apimtį padidėjimas ekonominiu požiūriu galėtų būti prilyginamas naujo kliento įgijimui⁸⁰. Trečia, po sutarties nutraukimo atstovaujамasis turi esminės naudos dėl prekybos agento aktyviais veiksmais pritrauktų klientų. Šis faktas preziumuojamas net ir tuo atveju, kai atstovaujамasis parduoda savo verslą ar klientų sąrašą, jeigu būtų įrodyta, kad pirkėjas naudos atstovaujamojo klientų duomenų bazę⁸¹. Tuo pačiu atstovaujамasis yra apsaugomas nuo nesąžiningo atstovo, kuris toliau dirbs su tais pačiais klientais, pardavinėdamas tas pačias prekes, tik kito atstovaujamojo vardu. Toks prekybos agentas iš esmės nepatiria praradimo dėl tokių klientų, todėl kompensacija jam nepriklauso.

Nors konkrečios kompensacijos apskaičiavimo tvarkos Civiliniame kodekse ir nėra pateikiama, tačiau vokiškoji kompensacijų sistema yra naudinga atstovaujамiesiems, kurie siekia tiksliai žinoti maksimalų kompensacijos dydį. Didžiausios atstovaujamojo išlaidos mokant kompensaciją prekybos agentui gali būti arba vidutinė metinė prekybos agento atlyginimo suma, apskaičiuota už visą sutarties galiojimo laikotarpį, jeigu sutartis

⁷⁶ Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 2.167 str. 2 d. 1 ir 2 p.

⁷⁷ MIZARAS, V. *Civilinė teisė*. Bendroji dalis: vadovėlis (moksl. red. Vytautas Mizaras). Vilnius: Justitia, 2009, p.431.

⁷⁸ 1986 m. gruodžio 18 d. Europos Tarybos direktyva Nr. 86/653/EEB dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su savarankiškai dirbančiais prekybos agentais, derinimo, OJ L 382/17, 17 str. 2 d. a) p.

⁷⁹ 1996 m. liepos 23 d. Europos Komisijos pranešimas dėl direktyvos dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su savarankiškai dirbančiais prekybos agentais, derinimo, 17 straipsnio taikymo, COM(96) 364, p.2.

⁸⁰ MIKELĖNAS, V., et al. in *Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras. Antroji knyga. Asmenys*. Vilnius: Justitia, 2002. p.327.

⁸¹ 1996 m. liepos 23 d. Europos Komisijos pranešimas dėl direktyvos dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su savarankiškai dirbančiais prekybos agentais, derinimo, 17 straipsnio taikymo, COM(96) 364, p.2.

galiojo ne ilgiau kaip penkerius metus, arba paskutinių penkerių metų vidutinis metinis atlyginimas, jeigu sutartis galiojo ilgiau nei penkerius metus⁸². ET Teismo praktikoje prekybos agento teisė į tokių nuostolių atlyginimą yra apribojama komisiniais, kurių jis neteko dėl sutarties nutraukimo net ir tuo atveju, jeigu atstovaujamojo toliau gaunamą naudą reikia laikyti didesne⁸³. Įvertinti kompensacijos dydžio pagrįstumą ir teisingumą galima remiantis trijų etapų vokiškosios kompensacijos apskaičiavimo procesu, kurį aptaria ir Komisija savo pranešime⁸⁴.

Pagal kitą, prancūziškąją sistemą, prekybos agentas turi teisę į nuostolių, kuriuos jis patiria dėl sutarties su atstovaujamoju nutraukimo, atlyginimą. Šioje sistemoje nėra įvardinta maksimali nuostolių suma, kurią atstovaujамasis turėtų atlyginti prekybos agentui, todėl šią sistemą būtų galima laikyti rizikingesne atstovaujамajam. Ši kompensacija mokama dėl to, kad prekybos agentas prarado pajamas iš komercinio atstovavimo veiklos ne dėl savo kaltės, tačiau nebūtinai dėl to, jog atstovaujамasis pažeidė sutartį⁸⁵. Civiliniame kodekse numatomos esminės prielaidos, kai prekybos agentas turi teisę į nuostolių atlyginimą: jeigu prekybos agentas netenka komisinio atlyginimo, kurį būtų gavęs dėl tinkamo komercinio atstovavimo sutarties įvykdymo, o atstovaujамasis turi esminės naudos iš prekybos agento veiklos, arba (ir) kai yra neapmokėtos prekybos agento išlaidos, kurių jis turėjo vykdydamas atstovaujamojo nurodymus. Prancūziškasis kompensacijos skaičiavimo modelis skiriasi nuo vokiškojo pirmiausia tuo, kad čia kompensacijos dydis neribojamas prarastų komisinių dydžiu, atstovaujамasis privalo atlyginti visus prekybos agento praradimus⁸⁶ pasibaigus sutarčiai (net ir suėjus terminuotos sutarties terminui). Nuostolių atlyginimas yra grindžiamas kaina, kurią naujas prekybos agentas mokėtų už atstovaujamojo sutarties kartu su klientais perėmimą iš buvusio prekybos agento, arba išlaidas, kurių buvęs prekybos agentas turės, norėdamas atkurti prarastą klientų bazę⁸⁷.

⁸² Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 2.167 str. 3 d.

⁸³ Europos Teisingumo Teismo 2009 m. kovo 26 d. sprendimas byloje C-348/07, *Turgay Semen v Deutsche Tamoil GmbH* (2009), C-348/07.

⁸⁴ 1996 m. liepos 23 d. Europos Komisijos pranešimas dėl direktyvos dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su savarankiškai dirbančiais prekybos agentais, derinimo, 17 straipsnio taikymo, COM(96) 364, p.2-5.

⁸⁵ MIKELĖNAS, V., et al. in *Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras. Antroji knyga. Asmenys*. Vilnius: Justitia, 2002. p.331.

⁸⁶ Remiantis Prancūzijos teismų praktika, kompensacijos dydis nustatomas suskaičiavus už dvejus metus sumokėto atlyginimo sumą arba suskaičiavus dvigubą metinių atlyginimų sumą (antruoju atveju yra skaičiuojamas vidutinis paskutinių trejų metų atlyginimas ir jis dvigubinamas). Ar atlyginimo dydis bus mažesnis, ar didesnis, iš esmės priklauso nuo šalių įrodymų: atstovaujamojo įrodymų dėl mažesnių atstovo faktiškai patirtų nuostolių arba atstovo įrodymų, kad jis prarado daugiau nei buvo suskaičiuota.

⁸⁷ 1996 m. liepos 23 d. Europos Komisijos pranešimas dėl direktyvos dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su savarankiškai dirbančiais prekybos agentais, derinimo, 17 straipsnio taikymo, COM(96) 364, p.5.

Kompensacijų mechanizmas, padedantis užtikrinti vienodas ekonomines ir konkurencines sąlygas prekybos agentams, vis dėlto apsaugo ir sąžiningo atstovaujamojo interesus bei numato, kad prekybos agentas praranda teisę į kompensaciją, jeigu sutartis nutraukiama paties prekybos agento iniciatyva arba atstovaujamojo iniciatyva, bet dėl prekybos agento kaltės ar kai šalių susitarimu atstovo teisės ir pareigos pagal sutartį perduodamos kitam asmeniui. Tačiau atstovas išsaugo teisę į kompensaciją, kai sutartį jis nutraukia dėl atstovaujamojo kaltės. Taip pat draudžiama atsisakyti atlyginti prekybos agento nuostolius dėl klientų, kai atstovaujamasis sužino, kad šis agentas po to, kai jam buvo iš anksto pranešta apie sutarties nutraukimą, bet prieš pasibaigiant sutarčiai, neįvykdė įsipareigojimų, o šis įsipareigojimų neįvykdymas galėtų pateisinti neatidėliotiną šios sutarties nutraukimą⁸⁸. Tačiau pateisinamomis sutarties nutraukimo priežastimis laikomos prekybos agento liga, amžius ar negalia, dėl kurių jis negali tinkamai atlikti savo pareigų. Šiuo atveju teisinis reguliavimas pernelyg plačiai gina atstovo interesus, nes net ir tuo atveju, kai, pavyzdžiui, atstovas, fizinis asmuo, netikėtai susirgs rimta liga, bus laikoma, kad sutartį jis nutraukia dėl svarbios priežasties, kas lems ne tik tai, jog atstovaujamasis neteks teisės reikalauti atlyginti jo nuostolių, bet dar ir turės sumokėti atstovui kompensaciją. Tokiu atveju atstovaujamasis atsiduria finansiškai ypač nuostolingoje padėtyje bei netenka teisės atgauti savo investicijų.

Taigi prekybos agento praradimų kompensavimo mechanizmas atstovaujajam neabejotinai tampa vienu iš pagrindinių komercinio atstovavimo sutarties trūkumu, todėl būtina iš anksto įvertinti, ar verta dirbti su atitinkamu agentu, kiek kompensacijos išmokėjimas paveiks atstovaujamojo finansinę padėtį, apskaičiuoti preliminarius agento finansinius nuostolius bei pasirinkti pigesnę kompensacijos mokėjimų sistemą.

1.5. Prekių paskirstymo pagal agentavimo sutartį apibendrinimas: privalumai ir trūkumai

Taigi atstovaujamasis nusamdo agentą ir kompensuoja dalį jo veiklos tam, kad būtų pasiekti norimi atstovaujamojo rezultatai⁸⁹. Komercinio atstovavimo sutartis teisinės prigimties požiūriu yra mišri sutartis, turinti ir pavidimo, ir atlygintinų paslaugų teikimo sutarčių bruožų⁹⁰.

⁸⁸ Europos Teisingumo Teismo 2010 m. spalio 28 d. sprendimas byloje C-203/09, *Volvo Car Germany GmbH v Autohof Weidensdorf GmbH* (2010), C 346/22.

⁸⁹ DAVIES, M., PRINCE, M. Advertising Agency Compensation, Client Evaluation and Switching Costs: An Extension of Agency Theory. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*. Spring 2010, p.13.

⁹⁰ MIZARAS, V. *Civilinė teisė*. Bendroji dalis: vadovėlis (moksl. red. Vytautas Mizaras). Vilnius: Justitia, 2009. p.418.

Apibendrinant prekių paskirstymą agentavimo sutarties pagrindu, išskirsime pagrindinius prekių paskirstymo pagal nagrinėjamą sutartį privalumus ir trūkumus. Kaip didžiausius trūkumus būtų galima išskirti atstovaujamojo prisiimamą komercinę ir finansinę riziką, kuri lemia atsakomybės minimalų taikymą atstovui bei gali lemti jo menką suinteresuotumą nepažeisti atstovaujamojo interesų, rizika negauti pelno, prekybos agento interesus apsaugantį imperatyvų atlyginimo agentui mokėjimo teisinį reguliavimą, kuris iš esmės ne tik atima dalį atstovaujamojo pelno, bet ir stipriai suvaržo laisvę susitarti dėl atstovaujamojo palankesnių mokėjimo sąlygų, pareiga mokėti agentui kompensaciją arba atlyginti jo nuostolius, pernelyg mažas teisinis tikrumas, sprendžiant klausimą dėl agentavimo sutarties rūšies ir konkurencijos teisės draudimų taikymo, atstovaujamojo paprastai tenkanti prekių žymėjimo, sandėliavimo bei pristatymo atstovui našta, nepakankamas maksimaliai kontrolei užtikrinti prekybos agento pareigų teisinis reguliavimas, pernelyg plati atstovui suteikiama veiksmų laisvė bei pernelyg griežtas ir imperatyvus atstovaujamojo nepritarimo dėl atstovo sudaryto sandorio ar sutarties nutraukimo sąlygų teisinis reguliavimas. Nepaisant išdėstytų prekių paskirstymo agentavimo sutarties pagrindu trūkumų, reikėtų atkreipti dėmesį, jog konkurencijos teisė leidžia atstovavimo susitarimuose numatyti įprastai konkurencijos teisės normas pažeidžiančius ribojimus, todėl atstovaujamas, yra laisvas diktuoti prekių kainas, kitas jo prekių pardavimo sąlygas bei nustatyti kitus atstovaujamojo verslui svarbias sąlygas. Tokiu būdu jis turi galimybę užtikrinti prekybos agento kontrolę. Kaip privalumą būtų galima įvardinti ir tai, kad atstovaujamas turi teisę diferencijuoti agento atlyginimą pagal jo veiklos rezultatus ir tokiu būdu skatinti jį sudaryti daugiau sutarčių bei neprarasti savo pelno nesėkmingos atstovo veiklos atveju. Be to, prekybos agentas sudaro sutartis atstovaujamojo vardu, todėl atstovaujamas įgyja savo klientus bei turi galimybę plėsti savo vardo žinomumą atitinkamoje rinkoje.

II PREKIŲ PASKIRSTYMAS PAGAL DISTRIBUCIJOS SUTARTĮ

Rinkos ekonomika garantuoja ūkio subjektams sprendimų ir sutarčių laisvę, jie turi teisę pasirinkti ką ir kaip gaminti, kur ir kokiais kanalais gaminius platinti. Prekių gamintojai, nenorintys ar negalintys savo prekių paskirstyti patys, prekių paskirstymo funkciją dažnai perduoda netiesioginio prekių paskirstymo kanalo nariams – distributoriams (mažmeninėms ar didmeninėms prekybos įmonėms). Distribucijos sutartys sudaromos tarp prekių gamintojų ir šių prekių paskirstytojų, siekiant sumažinti prekių paskirstymo kaštus ir užtikrinti, kad prekės būtų paskirstytos pačiu efektyviausiu būdu. Gamintojas kaip įmonė pasirenka šią sutartį, siekdama savo išteklius, energiją ir patirtį panaudoti prekėms gaminti, o platinimą perleisti kitiems subjektams⁹¹. Distribucijos sutartis yra viena iš palankiausių sutarčių, siekiant išplėtoti savo prekes ne tik savo veiklos teritorijoje, bet ir užsienyje. Šia sutartimi distributorius įsipareigoja savo vardu ir lėšomis pirkti iš gamintojo (tiekėjo) prekes ir parduoti jas galutiniam vartotojui arba kitiems distributoriams. Taigi distribucijos sutarties pagalba gamintojo prekės pasiekia vartotojus tiesiogiai arba per kitus distributorius. Tokiu būdu platinamos prekės distributoriaus pagalba sparčiai išplečia gamintojo prekybos tinklą. Verslininkas, siekiantis kuo efektyviau paskirstyti savo prekes į tikslines rinkas ir todėl besirenkantis šį verslo modelį, turėtų žinoti, kokios rūšies distribucija jam naudingiausia, kokias sąlygas jis turi teisę numatyti sutartyje bei kokias pareigas šalys privalės vykdyti, taip pat atsižvelgti į distribucijos sutartims taikomus konkurencijos teisės ribojimus bei specifinius distribucijos sutarties pasibaigimo padarinius, kurie taip pat lemia atitinkamus šios sutarties privalumus ir trūkumus.

2.1. Distribucijos sutarties samprata, požymiai ir rūšys

Distribucijos susitarimai visų pirma yra vertikalieji susitarimai. Pagal Komisijos reglamente dėl bendrosios išimties taikymo pateiktą vertikalųjų susitarimų apibrėžimą⁹², galima išskirti pagrindinius distribucijos sutarties požymius: gamintojas ir distributorius veikia skirtingu prekės platinimo lygmeniu, distributorius perka prekes iš gamintojo su tikslu jas perparduoti galutiniams vartotojams ar kitiems distributoriams, todėl sutarties šalimis gali būti tik įmonės (verslininkai), taip pat šalys įsipareigoja atlikti kitus su prekių

⁹¹ AMBRASIENĖ, D., *et al. Civilinė teisė. Prievolių teisė*. Lietuvos teisės universitetas, 2004, p.481.

⁹² 2010 m. balandžio 20 d. Europos Komisijos reglamentas Nr. 330/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalųjų susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims, 1 str. a) p.

paskirstymu susijusius darbus, pavyzdžiui, organizuoti gamintojo prekių reklamą ir reklamines kampanijas, techniškai aptarnauti prekes po jų pardavimo arba teikti kitas garantines ar aptarnavimo paslaugas ir panašiai. Išvardintus požymius atitinkančią distribucijos sutarties sąvoką įtvirtina ir Civilinis kodeksas⁹³. Visa tai parodo, kad tarp šalių susiklosto dviejų rūšių santykiai: prekių pirkimo-pardavimo bei prekių platinimo. Taigi, distributorius yra nepriklausomas verslininkas, savo vardu ir lėšomis perkantis iš gamintojo jo prekes, įgyjantis nuosavybės teisę į jas ir vėliau jas parduodantis kitiems rinkos subjektams, kas leidžia gamintojui atsiriboti nuo su prekių platinimo susijusios rizikos. Distributoriui tenka visa prekės pardavimo našta ir rizika, kas neabejotinai pabrėžia ir distribucijos sutarties naudą gamintojui, kadangi nepriklausomas distributorius, turėdamas tikslą gauti kuo daugiau pelno, siekia kuo efektyviau vykdyti prekių platinimą. Be to, distributorius net ir būdamas savarankiškas verslo subjektas, negali pakenkti gamintojo reputacijai: turi rūpintis gamintojo geru vardu bei išsaugoti gerą prekės įvaizdį.

Prekių gamintojui, nusprendusiam pasirinkti distribucijos sutarties pagrindu veikiančią prekių paskirstymo būdą, labai svarbu ir tinkamai pasirinkti distribucijos rūšį, kadangi toks pasirinkimas yra vienas iš pagrindinių verslo strategijos sprendimų bei gali turėti didelės reikšmės tolimesnei finansinei bei komercinei naudai. Distribucijos sutarties rūšies nurodymas apibrėžia ir distributoriaus veiksmų laisvę parduodant prekes rinkoje. Šis pasirinkimas gali priklausyti nuo konkurencijos teisės normų, taip pat nuo skirtingų sąlygų, susijusių su ES ar nacionalinės teisės taikymu. Pasirinkimą gali lemti ne tik teisinės, bet ir ekonominės priežastys, kaip antai: mokesčių dydžiai ar gamintojo žinomumas atitinkamoje rinkoje⁹⁴. Be to, kasdieninio ir gausaus vartojimo prekes (pavyzdžiui, maisto prekes, higienos priemonės ir kt.) dažniausiai siekiama platinti per kuo daugiau platintojų. Toks prekių platinimas atitiks paprastos distribucijos rūšį. Tuo tarpu specifines ar brangesnes prekes gaminantiems verslo subjektams naudinga apriboti distributorių skaičių bei pasirašyti išimtinės arba pasirinktinės⁹⁵ distribucijos sutartis.

Išimtinė distribucijos sutartimi gamintojas (tiekėjas) įsipareigoja parduoti sutartyje nurodytas perparduoti skirtas prekes tik vienam distributoriui konkrečioje distributoriui išimtinai priskirtoje teritorijoje arba konkrečiai distributoriui išimtinai paskirtai pirkėjų

⁹³ Civilinio kodekso 6.796 str. 1 d.: Distribucijos sutartimi viena šalis – distributorius – įsipareigoja tam tikrą laiką ar neterminuotai savo vardu ir lėšomis pirkti iš kitos šalies – gamintojo (tiekėjo) – prekes (paslaugas) ir parduoti jas galutiniam vartotojui ar kitiems distributoriams bei atlikti kitus su prekių (paslaugų) perpardavimu susijusius darbus, o gamintojas (tiekėjas) įsipareigoja parduoti prekes (paslaugas) distributoriui bei atlikti kitus su prekių (paslaugų) paskirstymu susijusius darbus.

⁹⁴ GOYDER, J. *EU Distribution Law*. Fourth Ed. Oxford and Portland, Oregon, Hart Publishing, 2005, p. 65.

⁹⁵ Dar kitaip vadinama selektyvinės arba atrankinės distribucijos sutartimi.

grupe⁹⁶. Drauge platintojui paprastai taikomi apribojimai, susiję su jo aktyviais pardavimais⁹⁷ kitose (išskirtinai priskirtose) teritorijose⁹⁸. Jeigu šalys susitaria dėl išimtinumo, jų ryšys paprastai glaudesnis, kuris reikalauja šalių aukštesnio laipsnio bendradarbiavimo ir lojalumo bei šalis, kuri suteikia išimtinumą kitai šaliai, paprastai tikisi gauti iš to atitinkamos naudos⁹⁹. Galima teigti, jog ES antriniuose teisės aktuose išimtinės distribucijos sutartis išskiriama į du atskirus susitarimus: į išskirtinio platinimo sutartį, kai tiekėjas sutinka parduoti savo produktus tik vienam platintojui, kad šis juos perparduotų tam tikroje teritorijoje¹⁰⁰ bei išskirtinio kliento paskyrimo sutartį, kai tiekėjas sutinka parduoti savo produktus tik vienam platintojui, kuris perparduotų juos tam tikrai klientų grupei¹⁰¹, nors iš esmės šių susitarimų vertinimas sutampa su išimtinės distribucijos vertinimu Lietuvos ir ES teisėje. Išimtinės distribucijos pasirinkimas ypač svarbus gamintojams, kurių tikslas įeiti į naują rinką, kadangi išimtinumo įgijimas tam tikroje teritorijoje dažnai yra, jei ne pagrindinis, tai labai svarbus argumentas platintojui prisiimti riziką platinti visiškai naują, rinkoje dar nežinomą prekę¹⁰². Tokiu būdu yra ne tik sumažinama nesėkmingų pardavimų nežinomoje rinkoje tikimybė, bet ir dėl masto ekonomijos sumažinami įėjimo į naują rinką bei logistikos kaštai. Šia sutartimi dažniausiai didžiausio veiksmingumo pasiekama esant naujiems produktams, sudėtingiems produktams ir produktams, kurių kokybę sunku įvertinti prieš juos panaudojant (vadinamieji patirties produktai) arba kurių kokybę sunku įvertinti netgi juos panaudojus (vadinamieji pasitikėjimo produktai)¹⁰³. Išimtinio platinimo pasirinkimas lemia ir tai, kad, apribojus platintojų skaičių atitinkamoje teritorijoje, distributorius gali

⁹⁶ Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 6.800 str. 2 d.

⁹⁷ "Aktyvūs" pardavimai – tai aktyvus kreipimasis į atskirus klientus, pavyzdžiui, tiesiogiai jiems siunčiant laiškus, įskaitant neužsakytus e. laiškus, arba juos lankant; arba aktyvus kreipimasis į klientų grupę ar klientus tam tikroje teritorijoje, reklamuojantis žiniasklaidos priemonėse, internete arba kitomis pardavimo skatinimo priemonėmis, nukreiptomis būtent į tą klientų grupę arba tuos klientus toje teritorijoje. Reklama ar pardavimo skatinimo priemonės, kurios pirkėjui patrauklios tik tuo atveju, jei ta reklama ar pardavimo skatinimo priemonės (taip pat) prieinamos konkrečioms klientų grupėms ar klientams konkrečioje teritorijoje, laikomos aktyviu pardavimu tai klientų grupei ar klientams toje teritorijoje“. 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“, par. 51.

⁹⁸ 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“, par. 151.

⁹⁹ HESSELINK, M., *et al. Principles of European Law. Commercial Agency, Franchise and Distribution Contracts* (PEL CAFDC). v. 4 (European Civil Code Series). OUP Oxford, 2006, p.259.

¹⁰⁰ 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“, par. 151.

¹⁰¹ 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“, par. 168.

¹⁰² CRAIG, P., DE BURCA, *EU law: text, cases and materials*. 3rd ed., New York: Oxford University Press, 2003, p.972.

¹⁰³ 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“, par. 164.

investuoti į prekės platinimą ir žinomumą tam tikroje teritorijoje bei užsitikrinti investicijų atsipirkimą, žinodamas, kad kitas distributorius, neskiriantis atitinkamų investicijų tai pačiai prekei ir todėl siūlantis žemesnę jo kainą, neperviliuos klientų bei nepasieks jo investicijomis išpopuliarintos prekės pardavimo pelno. Be to, kaip privalumą galima laikyti ir tai, kad išimtinės distribucijos sutartis leidžia gamintojui išvengti kalbinių, teisinių ir kitokių sunkumų, su kuriais gali būti susiduriama turint daug skirtingų platintojų. Kita vertus, išimtinės distribucijos sutartis turi ir savų trūkumų. Kaip antai, veikiant pagal išimtinės distribucijos sutartį, gamintojas, paskirdamas tik vieną platintoją, dažnai ir pats atsisako galimybės parduoti savo prekes tam tikroje rinkoje, taip pat netenka teisės paskirti daugiau platintojų, kurie, turėdami daugiau darbo jėgos, užtikrintų optimalų prekės paskirstymą skirtinguose prekybos taškuose atitinkamoje rinkoje. Be to, tokia distribucijos rūšis neskatina platintojo konkuruoti su kitais platintojais ir taip pasiūlyti kuo geresnes prekių kainas vartotojams.

Pasirinktinių distribucijos sistemoje gamintojo prekes platina apribotas prekiautojų skaičius, parinktas pagal aiškiai numatytus kriterijus, visų pirma apibrėžiančius platintojų profesionalumą ir kvalifikaciją¹⁰⁴. Tokiu būdu gamintojas gali pasirinkti tik tuos distributorius, kurie jam naudingi. Tiesa, Lietuvoje pasirinktinės distribucijos sutarties sąvoka taip pat apibrėžiama siauriau nei Komisijos reglamente, kur į tokio susitarimo sąvoką įeina ne tik tiekėjo išpareigojimas parduoti atitinkamas prekes tik platintojams, pasirinktiems pagal apibrėžtus kriterijus, bet ir platintojų pareiga neparduoti tų prekių neįgaliesiems platintojams toje teritorijoje, kurioje tiekėjas taiko tokią sistemą¹⁰⁵. Atitinkamų distributorių pasirinkimu yra užtikrinamas kokybiškas aptarnavimas, užtikrinama profesionali prekių paskirstymo veikla, išsaugomas geras prekės bei gamintojo įvaizdis ir panašiai, todėl pagal pasirinktinės distribucijos sutartį beveik visada skirstomi reputaciją turinčiu prekės ženklu pažymėti produktai. Pasirinktinių distribucijos sutartimi gamintojas gali riboti platintojų sąrašą pagal objektyvius kriterijus (pavyzdžiui, distributoriaus kvalifikacija, galimybės suteikti prekės garantinį aptarnavimą, aptarnavimo kokybę, reputacija ir panašiai). Toks platintojo paslaugų kokybė ir pobūdžiu paremtas atrankos būdas laikomas kokybiniu pasirinktiniu paskirstymu. Tačiau gamintojas gali pasirinkti ir kiekybinį pasirinktinį paskirstymą bei tiesiogiai ar netiesiogiai atitinkamais reikalavimais apriboti galimų platintojų skaičių. Pasirinkęs

¹⁰⁴ CRAIG, P., DE BURCA. *EU law: text, cases and materials*. 3rd ed., New York: Oxford University Press, 2003, p.978.

¹⁰⁵ 2010 m. balandžio 20 d. Europos Komisijos reglamentas Nr. 330/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalinių susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims, 1 str. e) p.

pasirinktine distribucija, gamintojas, užsitikrines, kad jo prekes pirs ir perparduos tik jo iskeltus kriterijus atitinkantys platintojai, kartu užsitikrina ir savo prekių pardavimo galutiniams vartotojams kokybę. Distributorius dės visas pastangas, kad kuo efektyviau konkuruoti su kitais rinkoje veikiančiais paskirstytojais. Be to, neužkertamas kelias ir patiems distributoriams užsidirbti daugiau pelno, platinant ir kitų gamintojų prekes.

Taigi, tiek išimtinės distribucijos, tiek pasirinktinės distribucijos sutartimis gamintojas turi galimybę, nors ir ne didele apimtimi, kontroliuoti netiesioginį jo prekių platinimo kanalą, apribodamas platintojų kiekį bei jo prekių perpardavimo galimybes. Nors gamintojas prekes parduoda visiškai nepriklausomam verslo subjektui, kuris igyja nuosavybės teisę į prekes, vadinasi, gali jomis laisvai disponuoti, tačiau, kaip matome, gamintojas visgi turi įtakos jo prekių pardavimo reguliavimui - šis distribucijos sutarties bruožas vertintinas kaip privalumas. Kalbant apie distribucijos sutarties privalumus, pažymėtina ir tai, kad atitinkamos distribucijos sutartys prisideda prie veiksmingesnio prekių paskirstymo proceso, leidžia lengviau prekes paskirstyti į tikslinę rinką bei tiesiogiai veikia tų prekių platų vartojimą ir paklausą.

2.2. Konkurencijos teisės normų taikymas distribucijos sutartims

Kaip jau buvo minėta, gamintojas gali pasirinkti skirtingą savo prekių paskirstymo taktiką. Viena vertus, jis gali siekti, kad jo gaminama produkcija ar teikiamos paslaugos būtų paskirstomos per kuo įmanoma daugiau realizavimo taškų. Tačiau kita vertus, jis taip pat gali laikytis nuomonės, kad būtina riboti distributorių skaičių ar jų rūšis bei nustatyti tam tikrus apribojimus jų elgesiui, kad distribucijos susitarimas būtų komerciškai naudingas ir priimtinas. Pavyzdžiui, gali būti ribojama distributoriaus veiklos teritorija (teritorinis ribojimas), jam gali būti draudžiama gaminti, įsigyti, reklamuoti ir pardavinėti konkurentų produkciją ar paslaugas (įpareigojimas nekonkuruoti), gali būti nustatytas įpareigojimas įsigyti tam tikrą jam reikalingos produkcijos kiekį iš tiekėjo (kiekybinis spaudimas), gali būti nustatytos gamintojo produkcijos perpardavimo kainos (perpardavimo kainų palaikymas), suteikta išimtinė veikimo teritorija (išimtinė distribucija), ar gali būti ribojamas gamintojo produkcijos realizavimo taškų skaičius (pasirinktine distribucija) ar nustatyti kiti apribojimai¹⁰⁶. Tačiau distribucijos susitarimai, kaip vertikalieji susitarimai, įtvirtinantys minėtus ribojimus, gali pakenkti vieningos rinkos egzistavimui ir konkurencijai joje, todėl neišvengiamai tampa ES konkurencijos

¹⁰⁶ JONES A., SUFRIN B. *EC Competition Law: Text, Cases & Materials*. Oxford, 2004. p. 600.

teisės¹⁰⁷ reguliavimo objektu. Kaip jau buvo minėta, tokie vertikalieji ribojimai atneša neabejotiną naudą distribucijos sutarties šalims, o ypač gamintojui, ir yra laikytini distribucijos sutarties privalumu. Kita vertus, tokių sąlygų nustatymas turi ir savo neigiamą prekių paskirstymo pagal distribucijos sutartį pusę, kadangi distributoriaus ir gamintojo, kaip dviejų savarankiškų ūkio subjektų, susitarimą dėl minėtų sąlygų galima laikyti antikonkurenciniu, tai yra pažeidžiančiu Sutarties dėl ES veikimo 101(1) straipsnį, jeigu toks jų susitarimas turi tikslą ar poveikį riboti ar iškreipti konkurenciją bei gali paveikti valstybių narių tarpusavio prekybą. Taigi, pirmiausia svarbu nustatyti, ar šalių susitarimas turi tikslą riboti konkurenciją, kadangi, esant tokiam tikslui, Sutarties dėl ES veikimo 101(1) straipsnio pažeidimas gali būti konstatuotas be detalios ekonominės analizės, o to nenustačius, būtina analizuoti tokio susitarimo padarinius. Pavyzdžiui, tokios įprastos distribucijos formos, kaip išimtinė distribucija, išimtinis pirkimas ar pasirinktinė distribucija, niekada nebuvo EB teisminių institucijų pripažintos kaip turinčios tikslą riboti konkurenciją, nebent buvo įgyvendintos su tikslu įgyti absoliučią teritorinę apsaugą¹⁰⁸, todėl darytina išvada, kad distribucijos sutartis paprastai vertinama pagal atitinkamų susitarimų sukeltus padarinius konkurencijai.

Didelę reikšmę antikonkurencinių ribojimų vertimui turi distributoriaus ir gamintojo užimamos rinkos dalys. Visi gamintojo ir distributoriaus sutartyje numatyti konkurencijos ribojimai, išskyrus Komisijos reglamente dėl bendrosios išimties taikymo¹⁰⁹ numatytus „juodojo sąrašo“ ribojimus, bus laikomi dėl savo mažareikšmio poveikio negalintais itin riboti konkurencijos, jeigu kiekvienos iš sutarties šalių užimama atitinkamos rinkos dalis neviršys 15 procentų¹¹⁰. Taip pat pažymėtina, kad, remiantis minėtu reglamentu, jeigu vertikaliam šalių susitarime nėra sunkių („juodojo sąrašo“)

¹⁰⁷ ES konkurencijos teisės normų taikymo distribucijos sutartims aiškinimui ypač svarbūs tokie dokumentai kaip: 2001-12-22 Europos Komisijos pranešimas Nr. 2001/C 368/07 *dėl nedidelės svarbos susitarimų, kurie nežymiai riboja konkurenciją pagal Europos bendrijos steigimo sutarties 81 straipsnio 1 dalį (de minimis)*; 2010-04-20 Europos Komisijos reglamentas Nr. 330/2010 *dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalinių susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims*; 2010-05-15 Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „*Vertikalinių apribojimų gairės*“; 1997-12-09 Europos Komisijos pranešimas Nr. OJ C 372 *dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo*; 27-04-2004 *Commission Notice - Guidelines Nb. OJ C 101 on the effect on trade concept contained in Articles 81 and 82 of the Treaty* ir kiti.

¹⁰⁸ GOYDER, J. *EU Distribution Law*. Fourth Edition. Oxford and Portland, Oregon, 2003, p.178.

¹⁰⁹ 2010 m. balandžio 20 d. Europos Komisijos reglamentas Nr. 330/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalinių susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims.

¹¹⁰ Žr. 2001 m. gruodžio 22 d. Europos Komisijos pranešimą Nr. 2001/C 368/07 dėl nedidelės svarbos susitarimų, kurie nežymiai riboja konkurenciją pagal Europos bendrijos steigimo sutarties 81 straipsnio 1 dalį (de minimis), taip pat 2004 m. gruodžio 9 d. LR Konkurencijos tarybos nutarimą Nr. 1S-172 dėl Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos 2000 m. sausio 13 d. nutarimo nr. 1 "dėl reikalavimų ir sąlygų susitarimams, kurie dėl savo mažareikšmio poveikio nelaikomi konkurencijos įstatymo 5 straipsnio 1 ir 2 dalių pažeidimu, patvirtinimo" pakeitimo.

apribojimų ir rinkos dalis, tenkanti kiekvienai iš distribucijos sutarties šalių (gamintojo dalies pardavimo rinkoje ir distributoriaus dalis pirkimo rinkoje) neviršija 30 % atitinkamos rinkos, galima daryti prielaidą, kad tokie susitarimai patenka į bendrosios išimties taikymo sritį ir paprastai leidžia pagerinti gamybą arba platinimą ir dėl to yra palankūs vartotojams. Jeigu nors vienos iš distribucijos sutarties šalių rinkos dalis viršija 30 %, tuomet būtina atlikti išsamią konkurencijos analizę ir nustatyti, ar atitinkamas ribojimas nebus laikomas niekiniu. Vertinant galimą antikonkurencinį poveikį, svarbiausia yra tiekėjo ir jo konkurentų padėtis rinkoje, kadangi konkurencijos tarp tam tikrų prekių su tuo pačiu prekių ženklu praradimas gali tapti problema tik tada, kai yra ribojama konkurencija tarp tam tikrų prekių su skirtingais prekių ženklais. Jeigu gamintojo arba distributoriaus rinkos dalis viršija 30 %, sprendžiant, ar sudaryta distribucijos sutartis ar atitinkamas susitarimas joje riboja konkurenciją, svarbu atsižvelgti ir į susitarimo pobūdį, šalių padėtį rinkoje, sutarties prekių pirkėjų padėtį rinkoje, patekimo į rinką kliūtis, rinkos brandumą, prekybos lygį, prekės pobūdį bei kitus Komisijos bei ET Teismo nustatytus veiksnius. Tačiau pastebėtina, kad net ir tuo atveju, kai distributoriaus ir gamintojo susitarimas netenkins bendrosios išimties reglamento taikymo sąlygų ar net gi bus laikomas sunkiu („juodojo sąrašo“) ribojimu, šalys turi teisę įrodyti, kad jų susitarimui neturi būti taikomas Sutarties dėl ES veikimo 101(1) straipsnis, jeigu numatyti ribojimai buvo būtini tam, kad padėtų tobulinti prekių gamybą ar paskirstymą arba skatintų technikos ar ekonomikos pažangą, kartu sudarant sąlygas vartotojams sąžiningai dalytis gaunama nauda¹¹¹. Aptartos sąlygos taip pat taikomos ir komercinio atstovavimo sutartyse numatytiems ribojimams, kai pripažįstama, kad sutartis konkurencijos teisės prasme nelaikoma atstovavimo susitarimu bei jam yra taikomas Sutarties dėl ES veikimo 101(1) straipsnis, taip pat ir franšizės sutartyse numatytiems konkurencijos teisės ribojimams, jeigu jie nėra pateisinami kitais pagrindais.

Taigi, Komisija reglamente dėl bendrosios išimties taikymo numato „juodojo sąrašo“ ribojimus¹¹², kurie visais atvejais, išskyrus Komisijos numatytas išimtis, laikomi grubiais pažeidimais ir kuriems netaikoma bendroji išimtis. Vienas iš tokių pažeidimų - susitarimas tiesiogiai (pavyzdžiui, fiksuojant kainą ar nustatant kainų lygį) ar netiesiogiai (pavyzdžiui, nustatant platinimo maržą, maksimalią nuolaidą, nutraukiant tiekimą ar grasinant nutraukti sutartį) apriboti pirkėjo galimybes nustatyti savo pardavimo kainą. ET

¹¹¹ Žr. 2007-12-13 Europos Sąjungos sutarties ir Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo suvestinės redakcijos OL C 115, 2008, 101 str. 3 d.

¹¹² Žr. 2010 m. balandžio 20 d. Europos Komisijos reglamentą Nr. 330/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalųjų susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims, 4 str.

Teismas savo praktikoje yra patvirtinęs, jog susitarimų nuostatų, nurodančių distributoriams minimalias mažmenines kainas, kurias jie turi imti, tikslas yra riboti konkurenciją Sutarties dėl ES veikimo 101(1) straipsnio tikslais¹¹³. Tačiau to paties teismo praktika rodo, kad susitarimo nuostatos, nurodančios rekomendacines kainas¹¹⁴, ar pasirinktinės distribucijos sistema, turinti tendenciją riboti kainų konkurenciją rinkoje, priešingai, gali būti suderinamos su Sutarties dėl ES veikimo 101(1) straipsniu, jei tik jos neįgyvendinamos tokiu būdu, kuris galėtų užkirsti kelią nuolaidų darymui¹¹⁵. Leidžiama nustatyti ir maksimalią perpardavimo kainą. Toks leidimas gali būti aiškinamas tuo, kad prekių gamintojas gali būti suinteresuotas parduoti kuo daugiau prekių, užimti kuo didesnę rinkos dalį, o tai efektyviai padaryti gali padėti nedidelių kainų politika¹¹⁶. Taip pat 2010 metais įsigaliojusios Komisijos gairių pataisos numato naują, susijusią su perpardavimo kainų fiksavimu: fiksuotos perpardavimo kainos, ir ne vien tik maksimalios perpardavimo kainos, gali būti būtinos franšizės sistemoje ar panašaus platinimo sistemoje, kurioje taikomas vienodas platinimo būdas, organizuojant koordinuotą trumpalaikę mažų kainų kampaniją (dažniausiai nuo 2 iki 6 savaičių), kuri būtų naudinga ir vartotojams¹¹⁷. Tokia išimtis leidžia distribucijos sutarties šalims efektyviau bendradarbiauti, organizuojant rinkodaros akcijas bei siekiant vieningų pardavimo apimtys didinimo tikslų.

Pripažįstama, kad vertikalieji susitarimai, kurių tikslas palaikyti perpardavimo kainas, užtikrinti absoliučią teritorinę apsaugą ar pašalinti paralelinio importo ar eksporto galimybę, pačia savo prigimtimi reiškia konkurencijos ribojimą, todėl yra EB steigimo sutarties 81(1) straipsnio draudžiami, išskyrus, kai jų poveikis konkurencijai ar prekybai tarp valstybių narių yra nežymus¹¹⁸. Tai patvirtina ir ES Pirmosios instancijos teismo bei

¹¹³ Europos Teisingumo Teismo 1985 m. liepos 3 d. sprendimas byloje 234/83, *SA Binon & Cie v SA Agence et Messageries de la Presse* (1985), ERC 2015, 3 CMLR 800.

¹¹⁴ Europos Teisingumo Teismo 1986 m. sausio 28 d. sprendimas byloje 161/84, *Pronuptia de Paris GmbH v Pronuptia de Paris Irmgard Schilligallis* (1986), ERC 353, (1986), 1 CMLR 414.

¹¹⁵ Europos Teisingumo Teismo 1983 m. spalio 25 d. sprendimas byloje 107/82, *AEG Telefunken v Commission* (1983), 3151, (1984), 3 CMLR 325.

¹¹⁶ ŠVIRINAS, D. Civilinės teisės ir konkurencijos teisės normų sąveika. *Jurisprudencija*, 2002, t.28(20), 42-51, p.48.

¹¹⁷ 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“, par. 225.

¹¹⁸ FAULL&NIKPAY. *The EC law of competition*. Oxford, 1999. p.439.

ET Teismo praktika distribucijos susitarimų bylose¹¹⁹. Šiose bylose net ir aiškiai neįtvirtinantys eksporto draudimo ar nesuteikiantys absoliučios teritorinės apsaugos distribucijos susitarimai buvo pripažinti ribojančiais konkurenciją, jei iš faktinių bylos aplinkybių buvo matyti, kad jie iš tikrųjų turėjo tokį tikslą, pavyzdžiui, kai buvo siunčiama eksporto neskatinanti reklama, kai eksportas buvo leidžiamas, tačiau tik gavus gamintojo sutikimą, kai prekės distributoriams buvo tiekiamos, tačiau ant jų sąskaitos buvo užrašyta „eksportas draudžiamas“, kai buvo tiekiami nepakankami prekių kiekiai su tikslu užkirsti kelią eksportui, kai eksportuojami produktai buvo superkami gamintojo, kai tiekiami produktai buvo žymimi tokiu būdu, kad būtų galima nustatyti paralelius importuotojus, kai garantijos suteikimas apsiribojo ta valstybe nare, kurioje buvo išigytas produktas, kai buvo nustatomos diskriminacinės kainos su tikslu užkirsti kelią eksportui, kai susitarimas nustatė reikalavimą distributoriui pranešti gamintojui apie bet kokį kliento pasiteiravimą, ateinantį iš už sutarties teritorijos ribų, ar kai gamintojas grasino nutraukti ar faktiškai nutraukė sutartis su distributoriais ar platintojais, kurie prekiaavo už jiems paskirtos teritorijos ribų.

Vertinant išimtinės ir pasirinktinės distribucijos sutarčių rūšis, reikėtų paminėti, kad išimtinės distribucijos susitarimai paprastai nepažeidžia EB Sutarties 81(1) straipsnio arba atitinka 81(3) straipsnio sąlygas¹²⁰. Tą patvirtino ir ET Teismo praktika didelę reikšmę išimtinės distribucijos sutarties vertinimui turėjusioje *Societe La Technique Minerie v Maschinenbau Ulm GmbH* byloje¹²¹, kur numatė, kad išimtinės distribucijos susitarimai savaime neriboja konkurencijos, jeigu išimtinio platintojo paskyrimas yra būtinas, siekiant, kad gamintojas įeitų į naują rinką. Vien kokybinis pasirinktinis platinimas paprastai taip pat nepatenka tarp 101(1) straipsnio draudimų, kadangi nesukelia antikonkurencinio poveikio¹²². Antai *Metro-SB-Grossmarkte GmbH v Commission* byloje¹²³ ET Teismas aiškiai pareiškė, kad kokybinės pasirinktinės distribucijos sistema

¹¹⁹ Pavyzdžiui, Europos Teisingumo Teismo sprendimai: byloje 56/64, 58/64, *Conset and Grundig v Commission* (1966), ECR 299; byloje OJ L78/34, *Konica* (1988), 4 CMLR 848; byloje 227/87, *Sandoz Prodoto Farmaceutici SpA v Commission* (1990), 4 CMLR 242; byloje 31/85, *ETA Fabriques d'Ebauches v DK Investments SA* (1985), ERC 3933, (1986), 2 CMLR 674; byloje T-175/95, *BASF Coating AG v Commission* (2000), 4 CMLR 33; PIT sprendimas byloje T-77/92, *Parker Pen v Commission* (1994), ECR II-559; byloje T-38&43/92, *Dunlop Slazenger v Commission* (1994), ERC II-441, (1993), 5 CMLR 352; byloje T-62/98, *Volkswagen AG v Commission* (2000), 5 CNLR 853 ir kt.

¹²⁰ ŠVIRINAS, D. *Vertikaliųjų susitarimų reglamentavimas konkurencijos teisėje*. Monografija. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, 2004, 217 p.

¹²¹ Europos Teisingumo Teismo 1966 m. birželio 30 d. sprendimas byloje 56/65, *Societe La Technique Minerie (SMT) v Maschinenbau Ulm GmbH* (1966), ERC 235.

¹²² 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“, par. 175.

¹²³ Europos Teisingumo Teismo 1977 m. spalio 25 d. sprendimas byloje 26/76, *Metro-SB-Grossmarkte GmbH v Commission* (1977), ERC 1875, (1978), 2CMLR 1.

yra suderinama su 101(1) straipsniu. Net ir pripažindamas, kad pasirinktinė distribucijos sistema riboja kainų konkurenciją, teismas sutiko, kad kainų konkurencija nebūtinai yra vienintelė konkurencijos forma, o ją atsverti gali ir kiti konkurencijos aspektai¹²⁴. Nepaisant to, išanalizavus ET Teismo ir Komisijos praktiką, darytina išvada, jog 101(1) straipsnio ribojimai nebus pažeisti tik tuo atveju, kai pasirinktinės distribucijos savybės pateisins produkto savybės¹²⁵ (pavyzdžiui, aukštos kokybės technikos įranga¹²⁶, prabangos¹²⁷, prekinį ženklą turintys¹²⁸ produktai, taip pat laikraščiai ir leidiniai¹²⁹), platintojai bus atrenkami pagal vienodai nustatytus kokybinio pobūdžio objektyvius kriterijus, kurie nebus taikomi savavališkai, siekiant diskriminuoti tam tikrus mažmenininkus (pavyzdžiui, kokybiniai kriterijai, draudžiantys prekiauti produkcija, galinčia pakenkti prekių ženklo įvaizdžiui¹³⁰ ar nustatantys reikalavimus teikti garantinio aptarnavimo paslaugas¹³¹), sistema bus siekiama padidinti konkurenciją ir taip atsverti pasirinktinės distribucijos sistemai būdingą kainų konkurencijos ribojimą bei distributorių atrankos kriterijai bus proporcingi produktų keliamiems reikalavimams¹³².

Tuo tarpu kiekybiniai pasirinktinės distribucijos sutarties kriterijai, nors ir naudingi gamintojui, tačiau gali būti laikomi nesuderinamais su Sutarties dėl ES veikimo 101 straipsniu. Deja, atriboti kokybinį apribojimą nuo kiekybinio gamintojui gali būti sudėtinga, nes kokybinių kriterijų nustatymas gali lemti kiekybinį platintojų skaičiaus ribojimą, o ir pačios Komisijos praktika tokiuose sprendimuose nėra visiškai nuosekli. Pavyzdžiui, ET Teismas savo praktikoje neleidžiamais kiekybiniais apribojimais yra

¹²⁴ Europos Teisingumo Teismo 1977 m. spalio 25 d. sprendimas byloje 26/76, *Metro-SB-Grossmarkte GmbH v Commission* (1977), ERC 1875, (1978), 2CMLR 1.

¹²⁵ Pavyzdžiui, tokios prekės kaip kava, tabakas, burlenčių įranga Europos Komisijos praktikoje buvo laikomos nepateisinamomis. Žr. Europos Komisijos sprendimus: 1982-11-27 Nr. 82/860/EEC byloje *Cafeteros de Colombia*, OL 1982 L 360/31; 1978-07-20 Nr. 78/670/EEC, *GB-Inno-BM/Fedebat*, OL 1978 L 224/29; 1983-07-11 Nr. 83/400/EEC, *Windsurfing International*, OL 1983 L 229/1.

¹²⁶ Europos Teisingumo Teismo 1977 m. spalio 25 d. sprendimas byloje 26/76, *Metro-SB-Grossmarkte GmbH v Commission* (1977), ERC 1875, 2CMLR 1, taip pat Europos Komisijos 1987 m. liepos 13 d. sprendimas byloje 84/233/EEC, *IBM Personal Computer v Commission* (1987), OJ L 222/12.

¹²⁷ Europos Komisijos 1983 m. gruodžio 05 d. sprendimas byloje 83/610/EEC, *Murat v Commission* (1983), OJ L348/20, taip pat Europos Komisijos 1985 m. gruodžio 16 d. sprendimas byloje 85/616/EEC, *Villeroy & Bosch* (1985), OJ L376/15, (1998), 4 CMLR 461, taip pat Europos Teisingumo Teismo 1980 m. liepos 10 d. sprendimas byloje C-99/79, *SA Lancome and Cosparfrance Nederland BV v Etos BV Albert Heyn Supermart BV* (1980), ERC-2511.

¹²⁸ Europos Komisijos 1992 m. liepos 24 d. sprendimas byloje 92/428/EEC, *Parfums Givenchy* (1992), OJ L 236, taip pat PIT sprendimas byloje T-19/92, *Groupement d'Achat Edouard Leclerc v Commission* (1994), ERC II-441, (1997), 4 CMLR 995.

¹²⁹ Europos Teisingumo Teismo 1985 m. liepos 3 d. sprendimas byloje C-243/83, *SA Binov & Cie v Agence et messageries de la presse* (1985), ERC-2015.

¹³⁰ Europos Komisijos 1992 m. liepos 24 d. sprendimas byloje 92/428/EEC, *Parfums Givenchy* (1992), OJ L 236.

¹³¹ Europos Komisijos 1985 m. gruodžio 16 d. sprendimas byloje 85/616/EEC, *Villeroy & Bosch* (1985), OJ L376/15, (1998), 4 CMLR 461.

¹³² Europos Teisingumo Teismo 1980 m. gruodžio 11 d. sprendimas byloje 31/80, *L'Oreal NV and L'Oreal SA v De Nieuwe AMCK Puba* (1980), ERC 3775, (1981), 2 CMLR 235.

laikęs sąlygas, nustatančias įsipareigojimą platintojams turėti atsargoje tam tikrą prekių kiekį¹³³ ar fiksuotą platintojų skaičių konkrečiai teritorijai¹³⁴, ar reikalavimus minimaliai metinei apyvartai¹³⁵, taip pat sąlygas, leidžiančias prekybą tik tam tikro tipo parduotuvėse¹³⁶. Taip pat pažymėtina, kad bet kokios rūšies pasirinktinės distribucijos sutartimi draudžiama apriboti platintojų, vykdančių mažmeninę prekybą, aktyvius ar pasyvius pardavimus galutiniams vartotojams (išskyrus draudimą distributoriui vykdyti veiklą neįgaliotoje steigimo vietoje), taip pat apriboti kryžminį tiekimą tarp įgaliotų distributorių, veikiančių skirtingame prekybos lygmenyje ir kita.

Kalbant apie galimus konkurencijos teisės ribojimus distribucijos sutartyse, paminėtinas ir prekių gamintojui aktualus distributoriaus įsipareigojimas nekonkuruoti. Tokio pobūdžio įsipareigojimai dažniausiai prisideda prie prekių platinimo efektyvumo. Gamintojas gali tiksliau planuoti pardavimų skaičių, o distributoriams naudinga aktyviai reklamuoti perkamą produktą. Be to, distributoriai, įsipareigojantys nepirkti gamintojo konkurentų prekių, praktikoje gauna daugiau naudos iš gamintojų (paskolas geromis sąlygomis, apmokymus ir panašiai). Tačiau, priešingai nei išimtinės distribucijos atveju, pasirinktinės distribucijos sutartyje nustatytas įpareigojimas neplatinti konkuruojančių prekių yra pripažįstamas konkurenciją ribojančia sąlyga¹³⁷. Labai svarbu, kad tokie įsipareigojimai „nesurištų“ rinkos ir neužkirstų kelio konkurentams patekti į mažmeninę rinką. Sprendžiant iš ET Teismo sprendimo Metro II byloje¹³⁸, galima teigti, jog net ir atitinkanti aukščiau pateiktus kriterijus paprastoji pasirinktinės distribucijos sutartis, gali pažeisti Sutarties dėl ES veikimo 101(1) straipsnį, kai ji kartu su kitais panašiais susitarimais sudaro tinklą, kuris „suriša“ rinką ir nepalieka vietos kitiems distribucijos metodams. Be to, bendroji išimtis įsipareigojimui nekonkuruoti gali būti taikoma tik tuo atveju, jeigu jo trukmė nebus ilgesnė nei penkeri metai¹³⁹.

¹³³ Europos Teisingumo Teismo 1977 m. spalio 25 d. sprendimas byloje 26/76, *Metro-SB-Grossmarkte GmbH v Commission* (1977), ERC 1875, (1978), 2 CMLR 1.

¹³⁴ Europos Teisingumo Teismo 1982 m. gegužės 07 d. sprendimas byloje 86/82 R, *Hasselblad v Commission* (1982), OJ L161/18, (1982), 2 CMLR 233.

¹³⁵ Europos Komisijos 1992 m. liepos 24 d. sprendimas byloje 92/428/EEC, *Parfums Givenchy* (1992), OJ 1992 L 236;

¹³⁶ PIT 1996 m. gruodžio 12 d. sprendimas T-19/92, *Groupement d'Achat Edouard Leclerc v Commission* (1994), ERC II-441, (1997), 4 CMLR 995.

¹³⁷ ŠVIRINAS, D. Civilinės teisės ir konkurencijos teisės normų sąveika. *Jurisprudencija*, 2002, t.28(20), 42-51, p.47.

¹³⁸ Europos Teisingumo Teismo 1986 m. spalio 22 d. sprendimas byloje Nr.75/84, *Metro-SB-Grossmarkte GmbH v Commission (No. 2)* (1986), ERC 3021.

¹³⁹ Išskyrus atvejus, kai distributorius parduoda sutartyje nurodytas prekes gamintojui priklausančioje arba iš gamintojo trečiųjų, su distributoriumi nesusijusių šalių išsinuomotose patalpose ir žemėje, su sąlyga, kad įsipareigojimo nekonkuruoti trukmė neviršija laikotarpio, per kurį distributorius valdo patalpas ir žemę.

Taigi, nežiūrinti į tai, kad kai kurie distribucijos sutartyje numatyti ribojimai tam tikrais atvejais gali būti pateisinami, vis tik galime teigti, kad prekių paskirstymas pagal distribucijos sutartį yra stipriai ribojamas konkurencijos teisės draudimų, yra suvaržyta gamintojo teisė nustatyti jo prekių pardavimo sąlygas bei kontroliuoti distributoriaus veiklą. Visi šie trūkumai neabejotinai parodo neigiamą distribucijos sutarties aspektą.

2.3. Distribucijos sutarties šalių teisės ir pareigos

Daugelis aukščiau minėtų gamintojo ir distributoriaus teisių ir pareigų yra įtvirtinamos sutartyje, jeigu jų nedraudžia konkurencijos teisės normos, todėl kiekvienu atveju gamintojas ir distributorius prieš susitardami dėl atitinkamų įsipareigojimų privalo atlikti išsamią konkurencijos teisės analizę. Civilinio kodekso 6.802 straipsnis įtvirtina distributoriaus teises ir pareigas, tačiau atkreiptinas dėmesys, kad šalys privalo pasirinkti jiems tinkamas, kadangi vienos teisės ir pareigos, remiantis aptartomis konkurencijos teisės normomis bei ES institucijų praktika, gali būti numatomos tik išimtinės, o kitu atveju – tik pasirinktinės distribucijos sutartyje¹⁴⁰.

Taip pat distribucijos sutartyje gamintojui svarbu numatyti ir bendrąsias distributoriaus pareigas: užtikrinti efektyvų prekių paskirstymą, organizuoti gamintojo prekių reklamą ir reklamines kampanijas, užtikrinti prekių saugojimą, sandėliavimą, nuolatinį jų atsargų papildymą sandėliuose, steigti ir išlaikyti prekybos sandėlių tinklą, parduoti prekes su gamintojo prekės ženklu arba gamintojo specialiai įpakuotas ar kitaip paženklintas prekes, parduoti prekes per tam tikrą sutartyje nustatytą laiką, užtikrinti reikiamą darbuotojų kvalifikaciją ir jos kėlimą, neatskleisti gamintojo konfidencialios informacijos tretiesiems asmenims ir kitas. Gamintojas taip pat gali reikalauti techniškai aptarnauti prekes po jų pardavimo arba teikti garantines ar aptarnavimo paslaugas tų prekių pirkėjams, jeigu šalys dėl to susitarė, o prekių pardavimo kontrolę vykdyti, reikalaujant distributoriaus pateikti išsamas ataskaitas, informaciją apie rinkos būklę ar atlikti rinkos tyrimus. Taip pat distributorius turėtų pranešti gamintojui apie galimus jo intelektualinės nuosavybės teisių pažeidimus ar su tuo susijusius trečiųjų asmenų skundus ar

¹⁴⁰ Kaip, pavyzdžiui, tokios distributoriaus pareigos kaip negaminti prekių, kurios konkuruoja su sutartimi nurodytomis prekėmis, parduoti prekes tik sutartyje nustatytoje teritorijoje ar nestiegti filialų ir atstovybių kitoje, nei sutartyje nustatyta, teritorijoje gali būti numatytos tik išimtinės distribucijos sutartyje, tuo tarpu pareiga pirkti prekes tam tikromis partijomis arba prekių minimumą per tam tikrą sutartyje nustatytą terminą daugiau susijusi su pasirinktine distribucijos sutartimi bei kiekybinio distributorių atrankos kriterijumi.

reikalavimus¹⁴¹. Be to, gamintojas turi teisę kontroliuoti distributoriaus sandėlius ir kitas patalpas, kuriose saugomos ar parduodamos iš gamintojo perkamos prekės, bei kontroliuoti, kaip vykdomos kitos sutarties sąlygos¹⁴². Deja, tokių distributoriaus pareigų įtraukimas į sutartį leidžia tik minimalia apimtimi užtikrinti, kad distributorius savo veiksmais nepažeis gamintojo reputacijos bei kontroliuoti distributoriaus veiklą. Šie distribucijos sutarties aspektai vertintini kaip nagrinėjamos sutarties trūkumai.

Savo ruožtu gamintojas, tinkamai atlikdamas savo pareigas, taip pat turi prisidėti prie sėkmingos prekių distribucijos¹⁴³. Gamintojas, kuris yra suinteresuotas sėkminga distributoriaus veikla, pagal konkurencijos teisę dažnai turi pats atsisakyti platinti prekes tiesiogiai vartotojams, o parduoti sutartas prekes tik distributoriui. Toks platintojo monopolis svarbus dėl jo investicijų atsipirkimo¹⁴⁴. Atsižvelgiant į tai, kad distribucijos sutartis yra atlygintinė, viena iš pagrindinių gamintojo pareigų yra sumokėti distributoriui sutartyje nustatytą atlyginimą, kurį nustato gamintojas ir distributorius šalių susitarimu. Kaip distribucijos sutarties privalumą, galima įvardinti tai, kad Civilinio kodekso nuostatos yra pakankamai dispozityvios ir leidžia distribucijos sutartims šalims susitarti dėl atlyginimo dydžio, mokėjimo tvarkos ir dėl kitokių teisių ir pareigų. Distributoriui gali tekti ir visa rizika, susijusi su prekių žymėjimu, pakavimu ar, kaip minėta, garantiniu aptarnavimu. Taip pat pažymėtina, jog toje pačioje distribucijos sutartyje ar kitoje šalių sudarytoje sutartyje gali būti numatyta distributoriaus pareiga atlikti ir kitus darbus ar suteikti kitokias paslaugas gamintojo interesais. Tokiu atveju šalys gali susitarti, kad distributorius, tinkamai vykdamas sutartį, turi teisę į papildomą atlyginimą.

¹⁴¹ HESSELINK, M., et al. *Principles of European Law. Commercial Agency, Franchise and Distribution Contracts* (PEL CAFDC). v. 4 (European Civil Code Series). OUP Oxford, 2006, p.281.

¹⁴² Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 2.803 str. 1 d.

¹⁴³ Gamintojas privalo aprūpinti distributorių reklamine medžiaga, apmokėti distributoriaus darbuotojus, suteikti informaciją distributoriui apie prekęs charakteristikas, vykdomas reklamines kampanijas, susijusias su perkamomis prekėmis, svarbią informaciją apie komunikaciją su pirkėjais, taip pat informaciją, susijusią su tokios prekės kainomis, parduoti tik tinkamos kokybės prekes sutartyje nustatytais terminais ir mastu, garantuoti prekių kokybę bei, taip pat kaip ir distributorius, dėti pastangas, kad nebūtų sugadinta prekės reputacija.

¹⁴⁴ PILIPAITĖ, R. Teisinio modelio pasirinkimas pradedant tiekti prekes į užsienio rinkas. *Verslo žinios*, Mano verslas, 2006 11 03, p.15.

2.4. Distribucijos sutarties šalių atsakomybė

Už tretiesiems asmenims padarytą žalą gamintojas ir distributorius atsako bendrais pagrindais, tačiau specialiosios atsakomybės sąlygos taikomos už žalą¹⁴⁵, padarytą vartotojui (fiziniam asmeniui) dėl vartojimo tikslais įsigytos netinkamos prekės kokybės. Pastarasis gamintojo atsakomybės teisinis reglamentavimas parodo dar vieną distribucijos sutarties neigiamą aspektą.

Kaip jau buvo minėta, gamintojas privalo užtikrinti prekių kokybę. Taigi, net ir tuo atveju, kai gamintojas parduoda prekes distributoriui, kuris paprastai įgyja prekių nuosavybę ir toliau prekes platina savo vardu ir rizika, remiantis Civilinio kodekso 6.292 straipsniu bei ES direktyvos dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su savarankiškai dirbančiais prekybos agentais, derinimo, 1 straipsniu, vis tik civilinė deliktinė atsakomybė dėl netinkamos prekės kokybės kils gamintojui, pažymėjusiam prekę savo prekės ženklu, vardu ar kitokiu skiriamuoju ženklu. Nors vartotojas ir turi pareigą įrodyti žalą, netinkamą prekės kokybę ir priežastinį ryšį tarp netinkamos kokybės ir nuostolių, tačiau direktyva įtvirtina griežtos atsakomybės taikymą žalos, padarytos defektingoms prekėms atžvilgiu, todėl būtent gaminio netinkama kokybė, o ne gamintojo faktinis elgesys (atsargumo laipsnis) yra atsakomybės pagrindas. Iš vienos pusės, griežtos gamintojo atsakomybės sąlygų taikymas yra vartotojų teisių garantas. Kita vertus, tokios atsakomybės taikymas turi įtakos ir ekonominiams gamintojo interesams bei gali būti laikytinas distribucijos sutarties trūkumu. Atrodytų, distribucijos sutarties šalys gali susitarti, kad distributorius įsitikina tinkama prekių kokybe prieš prekių perdavimą jam ir nuosavybės į jas įgijimą, tačiau Civilinis kodeksas, gindamas silpnesniąją šalį – vartotoją, draudžia distribucijos sutartyse numatyti sąlygas, nustatančias, kad gamintojas neatsako už žalą, padarytą vartotojams jo gaminamomis prekėmis. Šalims, nustačius tokią sąlygą sutartyje – ji negalioja. Distributoriaus atsakomybė už netinkamos kokybės prekę gali kilti tik tuomet, kai jis importuoja iš gamintojo nupirktas prekes į Europos ekonominės erdvės valstybių teritoriją, turėdamas tikslą jas parduoti, išnuomoti ar kitaip paskirstyti. Tokiu atveju distributorius atsakys kaip gamintojas. Tiesa, gamintojas, pasinaudodamas Civilinio kodekso 6.298 straipsnio 1 dalies 2 punkte numatyta išimtimi, turi galimybę perkelti aptariamą atsakomybę distributoriui, jeigu įrodys, kad prekę išleidimo į apyvartą metu

¹⁴⁵ Čia kalbėsime tik apie tokią žalą vartotojui, kuri reiškia dėl gyvybės atėmimo ar sveikatos sužalojimo atsiradusią žalą, įskaitant ir neturtinę, taip pat nukentėjusiojo asmens turtui, kuris yra skirtas ir buvo naudojamas asmeniniams poreikiams tenkinti, išskyrus patį netinkamos kokybės produktą, padarytą žalą, ne mažesnę kaip 500 eurų atitinkančią sumą. Žr. Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 6.299 str. 1 d.

buvo kokybiška, o jos trūkumai atsirado vėliau dėl distributoriaus netinkamų veiksmų. Tačiau tuo atveju, kai žala vartotojui atsirado ir dėl netinkamos prekės kokybės, ir dėl distributoriaus veiksmų ar neveikimo, gamintojo atsakomybė nemažinama, o atitinkamą žalos dydį jis gali prisiteisti iš distributoriaus, pareikšdamas ieškinį regresu tvarka. Pažymėtina ir tai, kad gamintojas gali būti atleidžiamas nuo atsakomybės, jeigu įrodys, kad prekė pagaminta laikantis valstybės nustatytų privalomųjų standartų, taip pat jeigu įrodys, kad jokia technika ar priemonės pasaulyje gamintojo prekės trūkumo negalėjo užfiksuoti¹⁴⁶.

Kalbant apie distribucijos šalių atsakomybę, vertėtų paminėti ir atsakomybės už terminuotos distribucijos sutarties nutraukimą atvejus. Kai nutraukiama neterminuota distribucijos sutartis, kiekviena iš šalių turi teisę nutraukti sutartį, įspėjus apie tai kitą šalį prieš tris mėnesius, ir jokia papildoma atsakomybė nutraukiančiai sutartį šaliai nekyla. Tuo tarpu kai dėl gamintojo kaltės nutraukiama terminuota distribucijos sutartis, gamintojas patiria neigiamų išlaidų, kadangi distributorius turi teisę reikalauti negautų pajamų atlyginimo už likusią sutarties galiojimo terminą. Taip pat distributorius gali reikalauti atlyginimo už suteiktas papildomas paslaugas, tačiau dėl šios sąlygos netaikymo ar dėl kitokių sąlygų taikymo šalims leidžiama susitarti sutartyje. Vis tik ir gamintojas turi teisę į nuostolių atlyginimą, jeigu terminuota sutartis nutraukiama dėl distributoriaus kaltės, tačiau šiuo atveju Civilinio kodekso 6.804 straipsnio 3 dalies nuostatos dispozityvesnės ir leidžia šalims sutartyje nustatyti ir kitokias sąlygas, įskaitant ir sąlygas, dėl šios nuostatos netaikymo.

2.5. Prekių paskirstymo pagal distribucijos sutartį apibendrinimas: privalumai ir trūkumai

Apibendrinant prekių paskirstymą pagal distribucijos sutartį, svarbu pabrėžti, kad didžiausiu distribucijos sutarties privalumu tampa gamintojo perduodama finansinė ir komercinė rizika savarankiškam subjektui – distributoriui. Visa prekių pardavimo našta ir jų nepardavimo rizika tenka nepriklausomam platintojui, kuris, veikdamas savo vardu, bus suinteresuotas parduoti ar perparduoti kuo daugiau iš gamintojo įsigytų prekių. Taip pat distribucijos sutartis leidžia gamintojui paskirstyti prekes dideliame skaičiuje prekybos vietų ir tokiu būdu išplėsti savo prekių rinką. Gamintojas parduodamas prekes dideliais kiekiais užsitikrina jų realizavimą bei iš karto gauna pelną, kurį gali panaudoti

¹⁴⁶ MIKELĖNAS, V. in *Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras. Šeštoji knyga. Prievolių teisė (I)*. Vilnius: Justitia, 2003. p.409.

prekių gamybai. Taip pat gamintojas, sudarydamas distribucijos sutartį, išvengia prekių paskirstymo, sandėliavimo, logistikos ir kitų nereikalingų kaštų. Išimtinės distribucijos sutartis leidžia gamintojui įeiti į naują rinką bei išvengti kalbinių, teisinių ir kitų barjerų, tuo tarpu pasirinktinė distribucijos sutartis leidžia užtikrinti kokybišką aptarnavimą, profesionalią prekių paskirstymo veiklą, prekės ženklo bei gamintojo reputacijos išsaugojimą. Be to, pakankamai dispozityviai distribucijos sutarties šalių teisės ir pareigos, atlyginimo distributoriui klausimai bei sutarties nutraukimo terminai ir sąlygos reguliuojami Civiliniame kodekse, o tai leidžia gamintojui susitarti dėl jam palankių sutarties sąlygų. Kita vertus, prekių paskirstymas pagal distribucijos sutartį turi ir savų trūkumų. Visų pirma, gamintojas yra stipriai ribojamas konkurencijos teisės draudimų, jam draudžiama nustatyti perpardavimo sąlygas, riboti kryžminį tiekimą tarp distributorių, suteikti absoliučią teritorinę apsaugą, tiesiogiai ar netiesiogiai riboti importą ar eksportą, nustatyti prekių pardavimo kainas, apriboti galutinius vartotojus, kuriems distributorius gali parduoti prekes ir taip toliau. Šie draudimai stipriai varžo gamintojo laisvę sutartyje nustatyti tokias sąlygas, kurios jam ekonomiškai naudingiausios, taip pat riboja kontrolę distributoriui. Atsižvelgiant į tai, kad distributorius prisiima prekių paskirstymo riziką, jam suteikiama laisvė nustatyti prekių kainas ir kitas pardavimo sąlygas. Taigi, tiek ES konkurencijos teisės normos, tiek Civilinio kodekso nuostatos, numatančios distributoriaus pareigas, laikomos nepakankamomis distributoriaus veiklos kontrolei užtikrinti. Distributorius rinkoje veikia savo vardu, todėl gamintojas iš esmės praranda tiesioginį ryšį su vartotojais. Kalbant apie distribucijos sutarties trūkumus, reikia atkreipti dėmesį, kad net ir perduodamas prekių paskirstymo riziką distributoriui, Civiliniame kodekse numatytais atvejais gamintojas griežtos atsakomybės pagrindu vis tik lieka atsakingas už jo prekių sukeltą žalą vartotojams. Taip pat svarbu pastebėti, kad išimtinės distribucijos atveju gamintojas yra priverstas apriboti distributorių skaičių ir taip sumažinti konkurenciją tarp skirtingų platintojų jo prekių atžvilgiu bei apriboti prekybos vietų, kuriuose jo prekės bus parduodamos, skaičių.

III PREKIŲ PASKIRSTYMAS PAGAL FRANŠIZĖS SUTARTĮ

Franšizės užuomazgų buvo pastebėta dar XII amžiuje Londone¹⁴⁷, tačiau mokslinėje literatūroje teigiama, jog franšizės sutartis atsirado XIX amžiaus antrosios pusės pradžioje¹⁴⁸. Šių dienų dauguma ekonomiškai stiprių valstybių franšizė turi pakankamai senas tradicijas, tačiau Lietuvoje ji dar tik pradeda vystytis. Franšizavimas yra vienas iš verslo organizavimo būdų, jis, kaip ir kiti distribucijos metodai, padeda ūkio subjektui platinti savo produkciją, tačiau turi ir tam tikrų specifinių bruožų, leidžiančių jį išskirti iš kitų platinimo metodų visumos¹⁴⁹. Franšizės sutartimi įmanoma įgyti ne tik platinimo teisę, bet ir gauti leidimą naudotis kitos bendrovės verslo formule¹⁵⁰. Kaip rodo pasaulinė praktika, firmų, veikiančių pagal franšizės sistemą, pelnas yra 40-50 % didesnis negu veikiančių visiškai savarankiškai, o pati veikla yra daug saugesnė¹⁵¹. Franšizės sutarties pagrindu sukurtas verslas lėmė sėkmę tokioms kompanijoms kaip Coca-Cola, Hampton, Starbucks ir kitoms¹⁵². Visa tai įrodo, kad franšizės sutartis buvo ir yra vienas patogiausių įrankių parduodant prekes užkariauti pasaulį, pavyzdžiui, būdas mažai užkandinei tapti didžiausiu greito maisto restoranų tinklu visame pasaulyje¹⁵³.

Franšizė yra abipusiai naudingi verslo santykiai, paremti prekių ir paslaugų tiekimu tam tikrame tinkle pagal jau parengtą verslo formatą, o šių santykių pagrindas yra įpareigojantis susitarimas, kuris suteikia teisę franšizės gavėjui veikti pasinaudojant franšizės davėjo prekių ar paslaugos ženklu ar tiesiog naudojant franšizės davėjo intelektualinę nuosavybę ir patirtį¹⁵⁴. Taigi vienas iš pagrindinių privalumų franšizės gavėjui – galimybė pasinaudoti franšizės davėjo sukaupta patirtimi, žymiu prekės ženklu ir gera reputacija, kas padeda pasiekti didesnę pelningumą bei daro įtaką pardavimų mastui. Ypač naudinga pasinaudoti franšizės sutartimi smulkioms ar vidutinėms įmonėms, kurios neturi nei žinomumo, nei atitinkamos reputacijos ar patirties rinkoje. Franšizės sutartimi tokios įmonės ne tik sumažina savo verslo riziką, bet ir padeda greičiau įsitvirtinti rinkoje bei konkuruoti su kitais panašias prekes siūlančiais konkurentais. Ne mažiau franšizės

¹⁴⁷ Žr. NARUŠEVIČIUS, S. Franšizė ir jos plėtros galimybės Lietuvoje. *2-osios studentų mokslinės konferencijos medžiaga*. Kaunas: Technologija, 2004, p.66.

¹⁴⁸ MENDELSON, M. *Franchising law*. Richmond, Richmond Law & Tax, 2004, p.21-22.

¹⁴⁹ ŠVIRINAS, D. *Vertikaliųjų susitarimų reglamentavimas konkurencijos teisėje*. Monografija. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, 2004, 175 p.

¹⁵⁰ CHALMERS, D. , *et al. European Union Law*. Cambridge University Press, 2006, p.1010.

¹⁵¹ BARTKUS, E. V. *Smulkaus ir vidutinio verslo vadyba*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2007, p.77.

¹⁵² Žinomiausi Lietuvoje veikiančių franšizių pavyzdžiai yra McDonald's, Re/Max, Čili, Statoil, Holiday Inn, BodyShop ir kiti.

¹⁵³ RAMANAUSKAS, G., KRUKONYTĖ, V. Franšizės naudotojo teisių gynimo problemos Lietuvoje: apsauga nuo neteisėto žymens ar prekių ženklo naudojimo. *Juristas*. UAB „Pačiolis“, 2010 10 (85), p.12.

¹⁵⁴ CHAPLIN, D. Franchising: what is it? *Franchise magazine*. Spring, 1996, p.5.

sistema naudinga ir franšizės davėjui. Daug bendrovių renkasi kurti franšizės sistemą tam, kad sukurti valdomą pardavimo padalinių tinklą savo produktams realizuoti ir taip praplėsti savo veiklos teritoriją. Franšizės davėjas be investicijų¹⁵⁵ plečia savo prekės ženklą ar įmonės tinklą, daro jį žinomesnį, gali naudotis masto ekonomijos privalumais¹⁵⁶. Franšizės davėjas, priėmęs tokį sprendimą, sumažina savo kapitalo poreikius, jam nereikia steigti savo padalinio, mokėti atlyginimų darbuotojams – už jį tai padaro franšizės gavėjas, kuris rūpinasi reikalingu kapitalu. O franšizės gavėjui suteiktos bankų paskolos veiklos vykdymui, nėra nurodomos franšizės davėjo balansų ataskaitoje, kas iš esmės lemia bendrovės didesnę finansinę stabilumą. Franšizės sutartį pasirinkęs asmenys visų pirma siekia ne gauti pelną šios sutarties pagrindu, bet didinti prekės ženklą, firmos vardo ir pan. žinomumą ir tokiu būdu, tiesiogiai nerizikuodami, paruošti rinką jų pačių būsimam verslui¹⁵⁷. Perduodamas verslo ir finansinę riziką atitinkamoje teritorijoje, franšizės davėjas gali skirti daugiau dėmesio savo veiklos problemoms bei sutelkti dėmesį į centrinės būstinės veiklą bei investicijas, skirtas franšizės sistemos kūrimo darbams. Be to, stipriai padidėja franšizės davėjo prekių pirkimo galia, kadangi franšizės sutarties pagalba įprastai smarkiai praplečiama rinka bei padidinama konkurencija tarp franšizės gavėjų. Kadangi franšizės gavėjai dažnai moka nuo veiklos rezultatų priklausantį atlyginimą franšizės davėjui, atitinkamai pagerėja ir franšizės davėjo ekonominė gerovė. Kita vertus, franšizės davėjas, nusprendęs plėsti savo prekių platinimą į atitinkamas rinkas franšizės sutarties būdu, rizikuoja ne tik savo, bet ir franšizės gavėjo kapitalu, todėl turi dėti visas įmanomas pastangas, kad išsaugotų ne tik savo, bet ir trečiųjų asmenų verslą. Ir tai tik dalis prekių paskirstymo pagal franšizės sutartį privalumų bei trūkumų. Renkantis franšizę, svarbu įvertinti visus veiksnius: paklausą franšizės siūlomoms prekėms, konkurencinę aplinką, franšizės pardavėjo patirtį, suteikiamą pagalbą lygį, franšizės vardo žinomumą ir kitus¹⁵⁸. Kaip ir kiekvienas kitas verslo sprendimas, franšizės sutarties pasirinkimas visgi yra rizikingas, todėl būtina išsamiau aptarti jo teisinį reguliavimą bei, nagrinėjant šios sutarties specifiką, įvertinti kitus prekių paskirstymo pagal franšizės sutartį privalumus bei trūkumus.

¹⁵⁵ Franšizės sutartimi paprastai franšizės davėjas suteikia tik teises, o patalpų įrengimą ir kitus verslui būtinus dalykus savo lėšomis atlieka franšizės gavėjas.

¹⁵⁶ ŽILINSKAS, S.; MALKIN, I.; KRIUKAS, J. Lietuvos verslo darbdavių konfederacija. *Franšizės žinynas*. Vilnius: UAB „PRIME PARTNER“, 2008, p.30.

¹⁵⁷ PILIPAITĖ, R. Teisinio modelio pasirinkimas pradedant tiekti prekes į užsienio rinkas. *Verslo žinios*, Mano verslas, 2006 11 03, p.15.

¹⁵⁸ ŽILINSKAS, S.; MALKIN, I.; KRIUKAS, J. Lietuvos verslo darbdavių konfederacija. *Franšizės žinynas*. Vilnius: UAB „PRIME PARTNER“, 2008, p.60.

3.1. Franšizės sutarties samprata, požymiai ir rūšys

Franšizės samprata¹⁵⁹ pirmą kartą teisiniame reglamentavime buvo įtvirtinta jau nebegaliojančiame Komisijos reglamente dėl bendrosios išimties taikymo franšizės susitarimams¹⁶⁰. Remiantis Lietuvos teisinėje sistemoje įtvirtinta pakankamai abstrakčia franšizės samprata, franšizės sutartimi teisių turėtojas įsipareigoja perduoti už atlyginimą naudotojui tam tikram terminui arba neterminuotai teisę naudotis verslo tikslais išimtinių teisių, priklausančių teisių turėtojui, visuma [...] ¹⁶¹. Komisija gairėse nurodo, jog franšizės susitarimai apima intelektinės nuosavybės teisių, ypač susijusių su prekių ženklu ar žymeniu ir praktine patirtimi naudojant ir platinant prekes bei paslaugas, licencijas¹⁶².

Taigi prekių paskirstymas pagal franšizės sutartį iš esmės yra pagrįstas ilgalaikiu šalių bendradarbiavimu bei franšizės teisių turėtojo jau išvystytu verslo modeliu, kuris paprastai siejamas su žinomu prekės ženklu ar kitomis franšizės davėjo turimomis išimtinėmis teisėmis, dėl kurių franšizės davėjas jau yra įgijęs teigiamą jo gaminamų prekių vertinimą visuomenėje. Franšizės sutartis – tai konsensualinė, dvišalė, atlygintinė, komercinė ir būtinai rašytinė sutartis, kurios šalimis gali būti tik verslininkai. Tačiau franšizės sistemos kūrimuisi turėtų egzistuoti tinkamos prielaidos. Kaip antai franšizės davėjas turėtų būti jau įkūręs savo pelningo verslo sistemą, turėti savo komercinę patirtį (*know-how*), specialius veiklos metodus, reputaciją turintį prekės ženklą ir/ar firmos vardą. Franšizės davėjo įmonė turėtų būti įgavusi atpažįstamą firmos ženklą, kurį vartotojai sieja su tam tikra prekių kokybe¹⁶³. Franšizės teisių turėtojo prekė turi turėti potencialą išsilaikyti rinkoje, o rinka, į kurią ketinama plėstis, turėtų būti pakankamo dydžio, nusistovėjusi, joje turėtų būti atitinkama tos prekės paklausa ir kita. Be viso to, franšizės davėjas dar turi sugebėti įtikinti, jog jo vykdomas verslas yra neabejotinai pelningas, vertas investicijų ir už tai mokamo franšizės atlyginimo, geresnis negu konkurentų, mažiau rizikingesnis ir patrauklesnis negu naujai sukurtas, rinkoje dar nežinomas naujos savarankiškos įmonės vykdomas verslas¹⁶⁴. Kitu atveju franšizės

¹⁵⁹ Franšizės susitarimai paprastai buvo suprantami kaip susitarimai, pagal kuriuos ūkio subjektas, franšizės davėjas, perduoda kitam ūkio subjektui, franšizės gavėjui, už tiesioginį arba netiesioginį finansinį atlyginimą leidimą naudoti franšizę, turint tikslą parduoti tam tikras prekes ir (ar) paslaugas.

¹⁶⁰ 1988 m. lapkričio 30 d. Europos Komisijos reglamentas Nr. 4087/88 dėl Romos sutarties 85(3) straipsnio taikymo franšizės susitarimams, p. 4.

¹⁶¹ Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 6.766 str. 1 d.

¹⁶² 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“, par.189.

¹⁶³ HOY, F., STANWORTH, J. *Franchising: an international perspective*. London: Roytledge Taylor&Francis Group, 2003, p.63.

¹⁶⁴ MENDELSON, M. *Franchising law*. Richmond, Richmond Law & Tax, 2004, p.2.

sistema arba nesusidarys, arba, tikėtina, kad žlugs, o franšizės teisių turėtojo ir franšizės naudotojų investicijos neatsipirks.

Franšizės sutartis numato teisių turėtojo išimtinių teisių visumos, dalykinės reputacijos ir komercinės patirties panaudojimą tam tikru mastu, taip pat gali numatyti tokių išimtinių teisių, dalykinės reputacijos ar komercinės patirties panaudojimo teritoriją arba verslo sritį, kurioje tai bus naudojama¹⁶⁵. Taigi specifinis ir franšizės sutarties dalykas, kurį sudaro išimtinės franšizės davėjo teisės į prekių ženklą, patentą, dizainą, *know-how* ar kitas intelektinės ar pramoninės nuosavybės teises, taip pat verslo valdymo procesų aprašymai bei kita praktinė informacija, sudaranti galimybę franšizės gavėjui vykdyti veiklą pagal franšizės sutartį. Ypač svarbios teisės į praktinę franšizės teisių turėtojo patirtį, kadangi pernelyg platus *know-how* apibrėžimas sutartyje gali užkirsti kelią franšizės teisių naudotojui po franšizės sutarties nutraukimo savo versle naudoti tokius metodus, kurie jau ir taip yra žinomi visuomenėje¹⁶⁶. Sprendžiant šį praktinį klausimą, reikėtų vadovautis Komisijos pateiktu praktinės patirties (*know-how*) paaiškinimu. Praktinė patirtis turėtų būti suprantama kaip iš patirties sukauptos ir franšizės teisių turėtojo išbandytos nepatentuotos slaptos, svarbios ir apibrėžtos praktinės informacijos visuma: "slapta" reiškia, jog ši praktinė patirtis nėra visuotinai žinoma arba lengvai prieinama; "svarbi" reiškia, jog ši praktinė patirtis esminė ir naudinga pirkėjui (franšizės teisių naudotojui), kad šis galėtų naudoti, parduoti arba perparduoti sutartyje nurodytas prekes arba paslaugas; "apibrėžta" reiškia, jog ši praktinė patirtis yra pakankamai išsamiai aprašyta, kad galima būtų patikrinti, ar ji atitinka slaptumo ir svarbumo kriterijus¹⁶⁷. Mokslinėje literatūroje be slaptumo, reikšmingumo ir identifikavimo kriterijų¹⁶⁸ papildomai išskiriami ir naudingumo, rezultatyvumo bei sėkmingumo¹⁶⁹ kriterijai. Pažymėtina ir tai, kad pagal franšizės sutartį perduodama ne tik *know-how*, bet ir franšizės davėjo komercinės paslaptys, kurios nebūtinai bus laikomos praktine patirtimi (pavyzdžiui, informacija apie klientus, platintojus ir kita). Įvertinus tai, kas išdėstyta, galime daryti išvadą, jog tam, kad atitinkamų išimtinių teisių perdavimas

¹⁶⁵ Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 6.766 str. 2 d.

¹⁶⁶ Tokia situacija gali susiklostyti tuomet, kai franšizės davėjas savo praktine patirtimi laiko net ir tokius dalykus, kurie visuomenėje yra plačiai žinomi ar yra lengvai prieinami, o atitinkamai teisių naudotojas po sutarties nutraukimo neturi teisės naudoti ar atskleisti šios informacijos tretiesiems asmenims.

¹⁶⁷ 2010 m. balandžio 20 d. Europos Komisijos reglamentas Nr. 330/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalinių susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims, 1 str. g) p.

¹⁶⁸ ŠVIRINAS, D. *Vertikalinių susitarimų reglamentavimas konkurencijos teisėje*. Monografija. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, 2004, 192 p.

¹⁶⁹ FOLSOM, R.H. *European Community Business Law. A Guide to Law and Practice*. Handbook. St. Paul. Minn, West Publishing Co, 1994, p.311.

franšizės sutartimi netaptų reikšmingu ne tik sutarties, bet ir vėlesnio franšizės teisių naudotojo vykdomo verslo trūkumu, labai svarbu sutartyje kuo tiksliau ir aiškiau apibrėžti perduodamų išimtinių teisių turinį. Kita vertus, netinkamai apibrėžtas išimtinių teisių turinys ar net ir visas praktinės patirties bei komercinių paslapčių atskleidimas franšizės gavėjui, gali tapti rimta problema ir franšizės davėjui. Akivaizdu, jog franšizės davėjas perduoda savo ilgametę patirtį bei patį svarbiausią sėkmingo verslo paslapčių paketą franšizės gavėjui. Vis tik nei vienas franšizės davėjas nėra apsaugotas nuo to, kad, franšizės sutarties galiojimo metu ar jai pasibaigus, franšizės teisių naudotojas slapta neatskleis visos ar dalies informacijos tretiesiems asmenims arba nepanaudos jos savo versle. Tokios informacijos atskleidimas galėtų padaryti nepataisomos žalos franšizės teisių turėtojo verslui bei visiems atitinkamos franšizės naudotojams, todėl neišvengiamai laikytinas franšizės sutarties trūkumu.

Franšizės gavėjas nėra samdomas darbuotojas bei netampa franšizės davėjo verslo savininku. Kiekvienas iš jų yra atsakingi už savo įmonės veiklą, tačiau franšizės teisių naudotojas sutarties sudarymo metu paprastai yra nuolat kontroliuojamas ir privalo veikti pagal teisių turėtojo instrukcijas, metodus, nurodymus – būtent taip, kaip nurodyta franšizės sutartyje. Nors teisine prasme abu franšizės sutarties subjektai ir išlieka nepriklausomais, tačiau ekonomine prasme jie veikia kaip vienas vertikalčiai integruotas subjektas¹⁷⁰, todėl sutartyje taikomi verslo valdymo apribojimai bei nuolatinė kontrolė franšizės gavėjo gali būti vertintini kaip franšizės sutarties trūkumas. Likdamas nepriklausomu verslo subjektu teisine prasme, praktiškai jis tampa tiesiogiai priklausomu nuo franšizės teisių turėtojo, nėra visiškai laisvas priimti strateginius verslo sprendimus ir taip praranda dalį savo savarankiškumo.

Franšizės samprata ir jos išskirtinumas priklauso ir nuo pasirinktos franšizės rūšies. Nors literatūroje yra išskiriama gana daug franšizės rūšių¹⁷¹, tačiau jų šiame darbe nenagrinėsime, o išskirsime tris teisiniu požiūriu svarbiausias franšizės sutarties rūšis, kurios pirmą kartą buvo išskirtos ET Teismo Pronuptia byloje¹⁷², vėliau dar kartą

¹⁷⁰ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). *Competition Policy and Vertical Restraints: Franchising Agreements*, Paperback, 10 Jan 1994, p.11.

¹⁷¹ Pavyzdžiui, paslaugų-gamybinė franšizė (angl. *business format franchising*), produkcijos pardavinėjimo franšizė (angl. *tradename franchising*), mažmeninės prekybos franšizė (angl. – *retail franchising*), tarptautinės franšizės sutartys (angl. – *international franchising*), tiesioginė franšizė (angl. *direct franchising*), valdymo franšizė (angl. – *master franchising*), papildoma franšizė (angl. *subsidiary franchising*), bendra įmonė (angl. *joint venture*), nežymi franšizė (angl. *fractional franchising*), kelių bendrovių išimtinių teisių naudojimosi franšizė (angl. *combination franchising* arba *dual branding*), savo verslo perorganizavimas į franšizės naudotojo verslą (angl. *conversion franchising*) ir kitos.

¹⁷² Europos Teisingumo Teismo 1986 m. sausio 28 d. sprendimas byloje 161/84, *Pronuptia de Paris GmbH v Pronuptia de Paris Irmgard Schilligallis* (1986), ERC 353, (1986), 1 CMLR 414, par.13.

patvirtintos Komisijos 1988 metų reglamente¹⁷³ bei yra išskiriamos ir šių dienų teisinėje doktrinoje. Taigi, išskiriamos šios franšizės sutarčių rūšys: *sutartys dėl paslaugų franšizės* (kai franšizės gavėjas, naudodamasis jam suteiktomis išimtinėmis teisėmis ir remdamasis franšizės davėjo pateiktais nurodymais, teikia paslaugas); *sutartys dėl gamybos franšizės* (kai franšizės gavėjas pats pagal franšizės davėjo pateiktus nurodymus gamina prekes ir vėliau šias prekes, įprastai paženklintas franšizės davėjo prekių ženklu, parduoda) ir *sutartys dėl platinimo franšizės* (kai franšizės gavėjas parduoda prekes (dažniausiai šios prekės pagamintos franšizės davėjo arba įsigytos iš franšizės davėjo nurodytų asmenų) konkrečioje prekių parduotuvėje, pažymėtoje franšizės davėjo prekės ženklais)¹⁷⁴. Franšizės sutarties rūšies išskyrimas ypač svarbus, vertinant šias sutartis konkurencijos teisės požiūriu. Pavyzdžiui, Pronuptia byloje¹⁷⁵ nurodyta, jog ET Teismo suformuotos taisyklės taikomos tik platinimo sutartims. Literatūroje teigiama, jog paslaugų franšizės sutartis dėl šalių padėties rinkoje laikytina horizontaliu susitarimu, gamybos franšizės sutartis taip pat laikytina horizontaliu arba mišriu susitarimu, o platinimo franšizės sutartis laikytina vertikaliu susitarimu¹⁷⁶. Tuo tarpu Komisija gairėse¹⁷⁷, nurodydama franšizės susitarimų apimtį, leidžia suprasti, jog paslaugų franšizės sutartys taip pat laikomos vertikaliaisiais susitarimais.

Taigi, šiame darbe toliau nagrinėsime prekių paskirstymą tik pagal platinimo franšizės sutartį, kuri galėtų būti suprantama kaip prekių distribucijos būdas, susijęs su išimtinių teisių panaudojimu¹⁷⁸. Pagal platinimo franšizės sutartį franšizės teisių naudotojas perka franšizės davėjo prekes bei gauna nurodymus kur ir kaip, naudojant išimtines franšizės turėtojo teises, tas prekes parduoti, kaip turi būti įrengtos parduotuvės patalpos, kada ir kokias rinkodaros akcijas reikėtų vykdyti ir taip toliau. Be to, kaip jau išsiaiškinome, platinimo franšizės sutartis yra laikoma vertikaliuoju susitarimu, todėl būtina aptarti šios sutarties reglamentavimą konkurencijos teisėje.

¹⁷³ 1988 m. lapkričio 30 d. Europos Komisijos reglamentas Nr. 4087/88 dėl Romos sutarties 85(3) straipsnio taikymo franšizės susitarimams.

¹⁷⁴ AMBRASIENĖ, D., et al. *Civilinė teisė. Prievolių teisė*. Lietuvos teisės universitetas, 2004, p.465.

¹⁷⁵ Europos Teisingumo Teismo 1986 m. sausio 28 d. sprendimas byloje 161/84, *Pronuptia de Paris GmbH v Pronuptia de Paris Irmgard Schilligallis* (1986), ERC 353, (1986), 1 CMLR 414.

¹⁷⁶ ŽILINSKAS, S.; MALKIN, I.; KRIUKAS, J. Lietuvos verslo darbdavių konfederacija. *Franšizės žinynas*. Vilnius: UAB „PRIME PARTNER“, 2008, p.31.

¹⁷⁷ 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“, par.189.

¹⁷⁸ ŠVIRINAS, D. Civilinės teisės ir konkurencijos teisės normų sąveika. *Jurisprudencija*, 2002, t.28(20), 42-51, p.49.

3.2. Konkurencijos teisės normų taikymas franšizės sutartims

Kaip ir kitų nagrinėtų sutarčių atveju, franšizės sutarties šalys turi teisę susitarti tik dėl tokių sąlygų, kurių nedraudžia konkurencijos teisė. Franšizės teisių turėtojas bei franšizės naudotojas, siekdami sėkmingai vykdyti savo veiklą, užtikrinti vertikaliają kontrolę bei apsaugoti savo interesus, dažnai sutartyje susitaria dėl nekonkuravimo, išskirtinio ar pasirinktinio platinimo, kainų nustatymo bei kitų sąlygų, kurios jau buvo aptartos nagrinėjant distribucijos sutartis bei kurios paprastai laikomos vertikaliaisiais apribojimais, tam tikrais atvejais galinčiais pažeisti Sutarties dėl ES veikimo 101(1) straipsnyje numatytus draudimus. Prekių platinimo franšizės susitarimų suderinamumas su 101(1) straipsniu priklauso nuo juose įtvirtintų nuostatų ir jų ekonominio konteksto¹⁷⁹, todėl, kaip ir kitų sutarčių vertinimo atveju, reikėtų atlikti išsamią konkurencinę analizę bei nustatyti, ar atitinkamos sutarties sąlygos yra leidžiamos pagal konkurencijos teisę, kadangi ta pati sąlyga gali turėti skirtingą ekonominį poveikį skirtingomis sąlygomis. Vis tik, atliekant analizę, didžiausią vaidmenį vaidina rinkos struktūra bei konkurencijos tarp franšizės tinklo narių (*intra-brand*) lygis. Tačiau pažymėtina, kad net ir tuo atveju, kai franšizės sutartyje numatyti konkurencijos teisės ribojimai formaliai ir pažeidžia Sutarties dėl ES veikimo 101(1) straipsnį, kaip ir distribucijos sutartyje numatytų apribojimų atveju, jie gali būti pateisinami dėl jų mažareikšmiškumo arba pateisinami pagal Komisijos reglamentą dėl bendrosios išimties taikymo arba pagrįsti jų ekonominiu veiksmingumu¹⁸⁰.

Remiantis Komisijos reglamentu dėl bendrosios išimties taikymo bei Komisijos išaiškinimais, platinimo franšizės sutartis paprastai atitinka Komisijos reikalavimus¹⁸¹, pagal kuriuos platinimo franšizės sutartims kaip vertikaliesiems susitarimams turi būti taikoma bendroji išimtis¹⁸². Svarbu pažymėti, kad Komisijos bendroji išimtis franšizės sutartyje numatytiems ribojimams gali būti taikoma tik tada, kai nenumatoma konkurencijos apribojimų, kurių objektas būtų identiškas Komisijos numatytiems

¹⁷⁹ Europos Teisingumo Teismo 1986 m. sausio 28 d. sprendimas byloje 161/84, *Pronuptia de Paris GmbH v Pronuptia de Paris Irmgard Schilligallis* (1986), ERC 353, (1986), 1 CMLR 414, par.27.

¹⁸⁰ Žr. šio magistro darbo 36-37 psl. 2.2. dalyje „Konkurencijos teisės normų taikymas distribucijos sutartims“.

¹⁸¹ Žr. 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“, par.31.

¹⁸² Žr. 2010 m. balandžio 20 d. Europos Komisijos reglamentas Nr. 330/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalinių susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims, 2 str. 3 p.

„juodojo sąrašo“ ribojimams¹⁸³, kaip antai prekių pardavimo kainų nustatymas ar fiksavimas, eksporto ar importo draudimas kitose ES šalyse¹⁸⁴ ir kita. ET Teismas, kaip ir Komisija, visų pirma savo sprendimuose pritarė tam, kad atitinkami ribojimai franšizės sutartyse, jeigu jie yra esminiai perduotos franšizės davėjo praktinės patirties apsaugai ir yra būtini išsaugoti franšizės tinklo identitetą bei reputaciją, paprastai laikomi leistiniais kaip nesukeliantys antikonkurencinio poveikio¹⁸⁵. Komisija ir dabar galiojančiose gairėse daro prielaidą, jog tam tikri su intelektinės nuosavybės teise susiję išipareigojimai paprastai laikomi būtiniais franšizės davėjo intelektinės nuosavybės teisėms apsaugoti, todėl tuo atveju, kai jie formaliai patenka į 101(1) straipsnio taikymo sritį, jiems turi būti taikomas bendrosios išimties reglamentas. Tokiais išipareigojimais gali būti franšizės gavėjo išipareigojimai tiesiogiai arba netiesiogiai nedalyvauti jokiame panašiam versle, neįgyti su konkuruojančios įmonės kapitalu susijusių finansinių interesų, dėl kurių franšizės gavėjas įgytų galią daryti įtaką tos įmonės ekonominei elgsenai, trečiosioms šalims neatskleisti franšizės teisių suteikėjo praktinės patirties, kol ji nėra viešai žinoma, taip pat išipareigojimai perduoti franšizės teisių turėtojui bet kokią patirtį, įgytą naudojant franšizę, ir suteikti jam bei kitiems franšizės gavėjams neišskirtinę licenciją naudotis praktine patirtimi, kylančia iš tos patirties, informuoti franšizės davėją apie licencijuotos intelektinės nuosavybės teisių pažeidimus, imtis teisinių veiksmų pažeidėjų atžvilgiu arba padėti franšizės teisių suteikėjui vykdyti bet kokius teisinius veiksmus prieš pažeidėjus, nesinaudoti franšizės teisių suteikėjo licencijuota praktine patirtimi kitu tikslu nei franšizės naudojimas, be franšizės davėjo sutikimo neperduoti pagal franšizės sutartį įgytų teisių ir išipareigojimų¹⁸⁶. Tačiau atkreiptinas dėmesys, kad, pavyzdžiui, draudimas be atskiro leidimo tiekti prekes tik galutiniams vartotojams arba kitiems franšizės gavėjams Komisijos¹⁸⁷ buvo įvertintas kaip konkurenciją ribojantis susitarimas, kadangi šis ribojimas nebuvo būtinas franšizės davėjo vardą ir prekės ženklą turinčios platinimo

¹⁸³ „Juodojo sąrašo“ ribojimai įtvirtinti 2010 m. balandžio 20 d. Europos Komisijos reglamente Nr. 330/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalinių susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims, 4 str.

¹⁸⁴ GOYDER, J. *EU Distribution Law*. Fourth Edition. Oxford and Portland, Oregon, 2005, 147 p.

¹⁸⁵ Žr. Europos Teisingumo Teismo 1986 m. sausio 28 d. sprendimą byloje 161/84, *Pronuptia de Paris GmbH v Pronuptia de Paris Irmgard Schilligallis* (1986), ERC 353, (1986), 1 CMLR 414, taip pat Europos Komisijos 1986 m. gruodžio 17 d. sprendimą byloje 87/17/EEC, *Pronuptia* (1987), OJ L 13/39, Europos Komisijos 1986 m. gruodžio 17 d. sprendimą byloje 87/14/EEC, *Yves Rocher* (1987), OJ L 8/49, Europos Komisijos 1987 m. liepos 13 d. sprendimą byloje 87/407/EEC, *Computerland* (1987), OJ L 222/12.

¹⁸⁶ Žr. 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikalinių apribojimų gairės“, par.45.

¹⁸⁷ Panaši nuostata įtvirtinta ir Civilinio kodekso 6.772 str. 4d. 2 p., kur numatyta, kad sąlygos, suteikiančios naudotojui teisę parduoti prekes, atlikti darbus ar teikti paslaugas tik tam tikros kategorijos pirkėjams (užsakovams) arba tik pirkėjams (užsakovams), gyvenantiems franšizės sutartyje nustatytoje teritorijoje, negalioja.

tinklo reputacijai apsaugoti¹⁸⁸. ET Teismas Pronuptia byloje papildomai išskyrė, jog nuostatos, kurios padalija rinkas tarp franšizės davėjo ir franšizės gavėjo arba užkerta kelią konkuruoti kainomis, nėra būtinos franšizės davėjo perduoto *know-how*, identiteto ar reputacijos apsaugai ir riboja konkurenciją tarp franšizės tinklo narių. Tačiau pažymėtina, kad visais atvejais, kai atitinkamais ribojimais gali būti sukuriama prekės ženklo įvaizdis, kai franšizės gavėjams nustatomas tam tikras vienodumo ir kokybės standartizacijos reikalavimas, taip padidinant produkto patrauklumą galutiniam vartotojui ir jo pardavimą, bus laikoma, kad tokie ribojimai sukelia tik teigiamą poveikį konkurencijai. Taigi galime teigti, kad Komisija bei ET Teismas leidžia pateisinti atitinkamus ribojimus franšizės sutarties paskirtimi, nes pati sutarties specifika lemia tai, kad būtina tam tikromis sutartinėmis nuostatomis apsaugoti intelektinės nuosavybės teises bei užtikrinti franšizės susitarimo tinklo vientisumą ir reputaciją. Atkreipiant dėmesį, jog franšizės davėjo atžvilgiu jo svarbiausios verslo informacijos perdavimas franšizės gavėjui laikytinas franšizės sutarties trūkumu, minėti leistini franšizės gavėjo įsipareigojimai yra ypač aktualūs franšizės teisių turėtojui, kadangi užtikrina bent jau minimalią jo išimtinių teisių bei reputacijos apsaugą.

Tačiau šalia minėto liberalaus franšizės sutarties vertinimo, kuris, žinoma, tampa vienu svarbiausiu franšizės sutarties privalumu, būtina pabrėžti ir neigiamą franšizės sutarties vertinimo konkurencijos teisės prasme pusę. Pažymėtina, kad Komisija atskirai vertina franšizės sutartyje numatytus apribojimus, susijusius su intelektinės nuosavybės teisių apsauga, ir apribojimus, susijusius su prekių pirkimu, pardavimu ir perpardavimu. Apribojimams, numatytiems franšizės susitarime, tokiems kaip pasirinktinis platinimas, įpareigojimas nekonkuruoti arba išskirtinis platinimas, bendrosios išimties reglamentas taikomas, jeigu rinkos dalis neviršija 30 % ribos¹⁸⁹. Tokiu atveju, vertinant atitinkamą susitarimą, turėtų būti vadovaujama šiomis pačiomis taisyklėmis, kurios yra taikomos ir jau išnagrinėtos šiame darbe, vertinant distribucijos sutartyje numatytus konkurencijos ribojimus, išskyrus įsipareigojimą nekonkuruoti. Tiesa, Komisija, atsižvelgdama į franšizės sutarties specifiką, numato papildomą vertinimo kriterijų: kuo svarbesnis praktinės patirties perdavimas, tuo panašiau, kad apribojimais bus sukurtas veiksmingumas ir (arba) kad jie yra būtini siekiant apsaugoti praktinę patirtį, ir kad

¹⁸⁸ Europos Komisijos 1987 m. liepos 13 d. sprendimas byloje 87/407/EEC, *Computerland* (1987), OJ L 222/12.

¹⁸⁹ 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“, par.190.

vertikalieji apribojimai atitinka 101 straipsnio 3 dalies sąlygas¹⁹⁰. Taigi galime daryti išvadą, kad Komisija, nors ir perimdama dalį taisyklių, suformuluotų ET Teismo bylose, tačiau platinimo franšizės sutartis vertina kaip atskirų vertikaliųjų apribojimų derinį, o ne kaip vientisą susitarimą, ir tuo paneigia ET Teismo Pronuptia byloje išsakytą poziciją, kad franšizės susitarimai savo esme neriboja konkurencijos¹⁹¹, todėl franšizės sutarties šalims tam tikrais atvejais gali būti sudėtinga nuspręsti, kurios institucijos pozicija reikėtų vadovautis. Autorė pritartų D. Švirino nuomonei, kad vis tik subjektai, savarankiškai vertindami susitarimus, turėtų laikytis Pronuptia byloje suformuotų principų¹⁹², kurie numato, kad sistema, kuri leidžia franšizės davėjui gauti pelno dėl savo sėkmės, savaime neriboja konkurencijos¹⁹³, jeigu yra tenkinamos sprendime paminėtos dvi sąlygos, iš esmės susijusios su intelektinės nuosavybės apsauga.

Kalbant apie su prekių pirkimu, pardavimu ar perpardavimu susijusius apribojimus, galima išskirti franšizės sutarties šalių susitarimą dėl išimtinės teritorijos. Franšizės sutartyse šalys gali numatyti sąlygą, kuri leidžia franšizės gavėjui prekes parduoti tik sutartyje apibrėžtoje teritorijoje ir draudžia atidaryti antrą parduotuvę. Tokia sąlyga gali būti įvertinta tik atsižvelgiant į atitinkamus franšizės davėjo įsipareigojimus užtikrinti franšizės gavėjui, jog jam nustatytoje teritorijoje bus suteikta išimtinė perleisto prekės ženklo naudojimo teisė¹⁹⁴, o tą galima padaryti užtikrinant, jog jokiems kitiems teisių naudotojams nebus suteikta teisė franšizės gavėjo išimtinės teises naudoti toje pačioje teritorijoje kaip ir naudotojas arba teisių turėtojai įsipareigojant pačiam nevykdyti analogiškos veiklos toje pačioje teritorijoje¹⁹⁵. Tačiau tokios nuostatos gali sukelti ET Teismo Pronuptia byloje minėtą rinkų padalijimo efektą bei riboti *intra-brand* konkurenciją. Taip pat svarbu paminėti, jog ET Teismo *Grundig-Consten* byloje¹⁹⁶ buvo uždrausta absoliuti teritorinė apsauga. Cituodamas *Grundig-Consten* bylą, ET Teismas Pronuptia byloje nurodė, jog teritorinis ribojimas patenka į 85(1) straipsnio taikymo sritį,

¹⁹⁰ 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“, par.190.

¹⁹¹ Europos Teisingumo Teismo 1986 m. sausio 28 d. sprendimas byloje 161/84, *Pronuptia de Paris GmbH v Pronuptia de Paris Irmgard Schilligallis* (1986), ERC 353, (1986), 1 CMLR 414, par.15.

¹⁹² ŠVIRINAS, D. *Vertikaliųjų susitarimų reglamentavimas konkurencijos teisėje*. Monografija. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, 2004, 200 p.

¹⁹³ Europos Teisingumo Teismo 1986 m. sausio 28 d. sprendimas byloje 161/84, *Pronuptia de Paris GmbH v Pronuptia de Paris Irmgard Schilligallis* (1986), ERC 353, (1986), 1 CMLR 414, par.15.

¹⁹⁴ ŠVIRINAS, D. *Vertikaliųjų susitarimų reglamentavimas konkurencijos teisėje*. Monografija. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, 2004, 182 p.

¹⁹⁵ Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 6.772 str. 2 d. 1 p.

¹⁹⁶ Europos Teisingumo Teismo 1966 m. liepos 13 d. sprendimas byloje 56/64, 58/64, *Conset and Grundig v Commission* (1966), ECR 299.

jeigu yra susijęs su įmonės vardu ar prekės ženklu, kuris jau yra gerai žinomas¹⁹⁷. Kita vertus, netiesiogiai buvo nurodyta, kad jeigu franšizės gavėjas įdėjo daug investicijų ir galėjo tikėtis atitinkamos apsaugos tam, kad jo verslas būtų sėkmingas, išanalizavus susitarimą, gali būti taikoma 85(3) straipsnio išimtis¹⁹⁸. Taigi teritorinio išimtinumo nuostatos gali riboti konkurenciją, tačiau joms gali būti taikomas bendrosios išimties reglamentas arba jos gali būti pateisinamos pagal Sutarties dėl ES veikimo 101 straipsnio 3 dalį, tačiau, kaip ir kitų vertikalinių susitarimų atveju, neturėtų būti apribojamas paralelinis importas, kryžminiai franšizės gavėjų tiekimai ir kita.

Atsižvelgiant į tai, kad platinimo franšizės sutartimi yra perduodama franšizės davėjo *know-how* franšizės gavėjui, labai svarbu numatyti naudotojo prievolę nekonkuruoti su teisių turėtoju tam tikroje teritorijoje atitinkamame versle, kuriuo naudotojas užsiima, naudodamasis franšizės davėjo išimtinėmis teisėmis. Nors dėl nekonkuravimo nuostatos ET Teismo ir Komisijos nuomonės ne visiškai sutapo, tačiau iš esmės įsipareigojimas nekonkuruoti, numatytas franšizės sutartyje, nelaikomas ribojančiu konkurenciją¹⁹⁹. Pagal šiuo metu galiojančias Komisijos gaires, įsipareigojimas nekonkuruoti, taikomas prekėms, kurias perka franšizės gavėjas, nepatenka į 101(1) straipsnio taikymo sritį, jeigu įsipareigojimas yra būtinas palaikyti tinklo, besinaudojančio franšize, vientisumą ir reputaciją²⁰⁰. Tačiau tokio įsipareigojimo laikotarpis negali būti ilgesnis nei franšizės sutarties trukmė.

3.3. Franšizės sutarties šalių teisės ir pareigos

Be minėtų leidžiamų konkurencijos teisės ribojimų, kurių dalis numatyta Civilinio kodekso 6.772 straipsnyje, franšizės sutarties šalims svarbios ir kitos teisės bei pareigos, kurios atskleidžia prekių pagal franšizės sutartį specifiką bei leidžia identifikuoti šios sutarties privalumus bei trūkumus.

Pagrindinės privalomosios franšizės davėjo pareigos yra susijusios su išimtinių teisių franšizės gavėjui perdavimu, kaip antai perduoti naudotojui techninius ir komercinius dokumentus, suteikti kitą būtiną informaciją, instruktuoti naudotoją ir jo

¹⁹⁷ Europos Teisingumo Teismo 1986 m. sausio 28 d. sprendimas byloje 161/84, *Pronuptia de Paris GmbH v Pronuptia de Paris Irmgard Schilligallis* (1986), ERC 353, (1986), 1 CMLR 414, par.24.

¹⁹⁸ Europos Teisingumo Teismo sprendimas byloje Nr. 161/84 *Pronuptia de Paris GmbH v Pronuptia de Paris Irmgard Schilligallis*, 1986, ERC 353, 1986, 1 CMLR 414, par.24.

¹⁹⁹ Europos Teisingumo Teismas *Pronuptia* byloje franšizės gavėjui taikomą draudimą susitarimo galiojimo laiku ar protingai apibrėžtu posutartiniu laikotarpiu atidaryti tapataus ar panašaus pobūdžio parduotuvę vietovėje, kurioje jis konkuruotų su tinklo nariu laikė pateisinamu dėl franšizės davėjo *know-how* apsaugos.

²⁰⁰ 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikalinių apribojimų gairės“, par.190.

darbuotojus klausimais, susijusiais su perduotų išimtinių teisių įgyvendinimu, taip pat išduoti atitinkamas licencijas bei užtikrinti jų įforminimą. Be viso to, franšizės sutartyse šalys gali numatyti franšizės davėjo pareigą teikti nuolatinę techninę ir konsultacinę pagalbą, apmokyti darbuotojus ir panašiai. Šios sąlygos yra ekonomiškai nenaudingos franšizės davėjui, todėl jis gali stengtis išvengti minėtų pareigų, o šių normų dispozityvumas leidžia jam tai padaryti. Tačiau tokios pareigos vertintinos teigiamai franšizės gavėjo požiūriu, kadangi franšizė gali būti suprantama kaip pradedančiojo verslininko mokymasis, gaunant patyrusio franšizės davėjo paramą ir žinias. Franšizės gavėjo šansai sėkmei (palyginti su naujo verslo steigėju) yra didesni, nes jis gauna jau patikrintas verslo koncepcijas ir patyrusių specialistų sukurtas metodikas²⁰¹. Franšizės gavėjas kartu su franšizės gavėjo sėkminga patirtimi, konsultacijomis bei mokymais, gauna jau sukurtą žinomą prekę, žinomą vardą tiek tarp klientų, tiek tarp tiekėjų, išplėtotus verslo ryšius, teigiamą požiūrį visuomenėje, gali pasinaudoti franšizės davėjo jau turimais tiekėjais, reklamos rezultatais, atliktais tyrimais bei plėtros rezultatais, jam dažnai patariama, kaip ir kokią geografinę vietą pasirinkti, kaip parduoti prekes, jis turi galimybę konsultuotis su franšizės davėju tiek finansiniais, tiek teisiniais klausimais, dažnai jam bankai paprasčiau suteikia paskolas arba paskolą jam gali suteikti pats franšizės davėjas. Visa tai galime vertinti kaip didelį privalumą savo vardo rinkoje neturinčiam bei nepatyrusiam franšizės gavėjui.

Kita vertus, toks didelis dėmesys bei svarbios franšizės davėjo praktinės patirties perdavimas franšizės gavėjui neišvengiamai suponuoja franšizės davėjo pareigą kontroliuoti naudotoją ir jo atliekamų darbų kokybę bei franšizės turėtojo pareigas franšizės sutartyje nustatytu būdu savo veikloje naudoti teisių turėtojo firmos vardą ar prekių ženklą, laikytis franšizės davėjo nurodymų, instrukcijų dėl teisių naudojimo, komercinių patalpų vidaus ir išorės apipavidalinimo bei neatskleisti kitiems asmenims iš teisių turėtojo gautų komercinių paslapčių ar kitos konfidencialios informacijos. Atsižvelgiant į tai, kad franšizės gavėjas sužino franšizės davėjo *know-how* bei į tai, kad per franšizės gavėją yra platinamos franšizės davėjo vardu ar ženklų pažymėtos prekės, o kiekvienas netinkamas franšizės gavėjo elgesys gali atnešti nemažai nuostolių, nuolatinės kontrolės vykdymas yra privalumas franšizės davėjui. Tokios kokybės kontrolės tikslas – pasiekti vienodą franšizės įmonių lygį, kuris išlaikytų prekę žinomumą bei gerą reputaciją. Tokiu būdu franšizės davėjas, nors ir pats neplatindamas prekių atitinkamoje

²⁰¹ ŽILINSKAS, S.; MALKIN, I.; KRIUKAS, J. Lietuvos verslo darbdavių konfederacija. *Franšizės žinynas*. Vilnius: UAB „PRIME PARTNER“, 2008, p.44.

teritorijoje, turi galimybę priimti svarbius verslui sprendimus, kuriais franšizės gavėjas privalo vadovautis. Kad kontrolės funkcija būtų vykdoma sklandžiai, turėtų būti numatyta franšizės davėjo teisė inspektuoti franšizės gavėją ir jo veiklą, susijusią su sutarties vykdymu²⁰². Nepaisant to, franšizės davėjui gali būti sudėtinga užtikrinti, kad visi franšizės gavėjai vykdytų veiklą, laikydamiesi nustatytų standartų, o kiekvieno franšizės gavėjo netinkamas elgesys gali neigiamai paveikti visą franšizės davėjo franšizės sistemą. Vis dėlto ir pats franšizės davėjas privalo dėti protingas pastangas, kad paskatinti bei išlaikyti franšizės tinklo reputaciją²⁰³. Nors ir įstatymas apie tai nešneka, tačiau manytina, kad franšizės davėjo sprendimai, nors ir formaliai visada privalo būti vykdytini, tačiau turi būti teisėti ir protingi.

Be viso to, franšizės teisių naudotojas privalo teikti pirkėjams papildomų paslaugų, kurių jie galėjo protingai tikėtis, įsigydami prekes tiesiai iš teisių turėtojo²⁰⁴, kas leidžia teigti, kad franšizės davėjas ir franšizės gavėjas klientų gali būti identifikuojami kaip vienas ir tas pats ūkio subjektas. Tačiau, siekiant išvengti šios neteisingos kliento nuomonės, Civilinio kodekso 6.771 straipsnio 1 dalies 7 punktas įpareigoja franšizės gavėją informuoti pirkėjus akivaizdžiausiu jiems būdu apie tai, kad jis veikia pagal franšizės sutartį.

Kaip vieną iš franšizės sutarties teisinio reglamentavimo trūkumų būtų galima įvardinti – franšizės gavėjo riziką negauti tikėtinu pelno dėl to, kad franšizės davėjas neatskleidė arba atskleidė ne visą būtina informaciją, susijusią su jo vykdomu verslu, arba jo pateikta informacija nebuvo tiksli. Ši franšizės gavėjo rizika negali būti panaikinta dažniausiai dėl to, kad informaciją, kuri reikalinga, siekiant įvertinti pelningumą bei ekonominę riziką vykdant sutartį, žino ir valdo tik franšizės davėjas, kuris vertina tokią informaciją kaip komercinę paslaptį. Todėl šiai dienai franšizės gavėjui reikalinga speciali teisinė apsauga, kuri numatytų ikisutartinę pareigą franšizės davėjui iš anksto suteikti būsimam franšizės gavėjui esminę informaciją. Šios pareigos Civilinis kodeksas neįtvirtina, tačiau ji yra įtvirtinta daugelyje pasaulio valstybių, ypač tose valstybėse, kuriose sėkmingai išvystyta franšizės sistema, kaip, pavyzdžiui, Jungtinėse Amerikos valstijose. 2002 metais UNIDROIT Valdančioji taryba priėmė Pavyzdinį franšizės

²⁰² HESSELINK, M., et al. *Principles of European Law. Commercial Agency, Franchise and Distribution Contracts* (PEL CAFDC). v. 4 (European Civil Code Series). OUP Oxford, 2006, p.254.

²⁰³ HESSELINK, M., et al. *Principles of European Law. Commercial Agency, Franchise and Distribution Contracts* (PEL CAFDC). v. 4 (European Civil Code Series). OUP Oxford, 2006, p.242.

²⁰⁴ Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 6.771 str. 1 d. 4 p.

atskleidimo įstatymą²⁰⁵. Lietuva taip pat prisijungusi prie UNIDROIT statuto. Pagal minėtą pavyzdinį įstatymą, išskyrus įstatyme numatytas išimtis, franšizės davėjas privalo raštu prieš ne mažiau kaip 14 dienų iki franšizės sutarties pasirašymo ir mokėjimo franšizės gavėjui įvykdymo atskleisti visą įstatymo projekte nurodytą informaciją²⁰⁶ franšizės davėjui. Jeigu franšizės davėjas nepateikia tokio dokumento arba pateiktame dokumente yra neteisingos informacijos ar dalis informacijos yra praleista, franšizės gavėjas turi teisę, raštu prieš 30 dienų įspėjęs apie tai franšizės davėją, reikalauti nutraukti franšizės sutartį ir/ar reikalauti atlyginti dėl šių pažeidimų atsiradusius nuostolius, taip pat gali įgyvendinti kitas pagal taikytiną teisę suteikiamas teises. Deja, tokių nuostatų ypač pasigendama Lietuvos franšizės sutarties teisiniame reglamentavime. Kita vertus, Lietuva yra viena iš dviejų ES valstybių apskritai įtvirtinusi franšizės sutarties šalių tarpusavio santykių reglamentavimą teisės normose²⁰⁷.

Dar viena specifinė pareiga numatyta Civilinio kodekso 6.770 straipsnyje. Jeigu šalis nesusitaria kitaip, franšizės davėjas privalo užtikrinti franšizės sutarties įregistravimą. Taigi, franšizės sutartis galioja tik sudaryta raštu, o gali būti panaudota prieš trečiuosius asmenis tik įregistravus jos sudarymo faktą juridinių asmenų registre, kuriame yra įregistruotas franšizės teisių turėtojas²⁰⁸. Tačiau tuo atveju, kai teisių turėtojas įregistruotas užsienio valstybėje, franšizės sutarties sudarymo/pakeitimo faktas turi būti registruojamas juridinių asmenų registre, kuriame įregistruotas naudotojas²⁰⁹. Čia susiduriame su praktine problema. Lietuvos Respublikos juridinių asmenų registre verslininkai (fiziniai asmenys, kurie verčiasi ūkine-komercine veikla) nėra registruojami, todėl, jeigu franšizės davėjas yra registruotas užsienio valstybėje, o franšizės gavėjas yra verslininkas, tokiu atveju nėra registro, kuriame būtų galima įregistruoti franšizės sutartį. Ši spraga gali tapti trūkumu franšizės gavėjui, o tam tikrais atvejais ir franšizės davėjui, kadangi registracijos nebuvimas atima galimybę panaudoti franšizės sutartį prieš trečiuosius asmenis. Taip pat pažymėtina, kad franšizės sutarties sudarymo faktas taip pat turi būti įregistruotas įstatymų nustatyta tvarka atitinkamoje institucijoje,

²⁰⁵ UNIDROIT. *Model franchise disclosure law*. Rome, September 2002, [interaktyvus] [žiūrėta 2011-03-10] Prieiga per Internetą: <<http://www.unidroit.org/english/modellaws/2002franchise/2002modellaw-e.pdf>>.

²⁰⁶ Pavyzdžiui, franšizės davėjo teisinę formą, turimus prekes ženklus, verslo patirtį, finansinę situaciją, kitus buvusius, esamus ir būsimus franšizės gavėjus, filialus bei panašią informaciją.

²⁰⁷ BUENO DIAZ, O. *Franchising in European Contract Law*. Vol. 8. München, european law publishers GmbH, 2008, p.20.

²⁰⁸ Tuo pačiu principu remiantis, privalo būti užregistruotas ir sudarytos sutarties pakeitimo faktas, įskaitant atvejį, kai baigiasi viena iš suteiktų išimtinių teisių, tačiau pati sutartis lieka galioti, taip pat franšizės sutarties pabaiga.

²⁰⁹ Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 6.767 str. 2 d.

registruojančioje pramoninės nuosavybės teisės objektus ir teises į juos (šiuo atveju Valstybiniame patentų biure), jeigu franšizės sutarties dalykas yra pramoninės nuosavybės teise saugomas objektas. Pagal platinimo franšizės sutartį franšizės davėjas dažniausiai perduoda franšizės gavėjui teisę naudotis jo prekės ženklu. Valstybinis patentų biuras neregistruoja franšizės sutarčių, tačiau registruodami pagal franšizės sutartį perduotą prekių ženklą, galime vadovautis įstatymo analogija ir taikyti Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymo²¹⁰ nuostatas. Kadangi teisė naudoti prekių ženklą paprastai pagal Prekių ženklų įstatymo nuostatas suteikiama licencinės sutarties pagrindu, franšizės gavėją kaip prekės ženklo naudotoją galima prilyginti licencijatui Prekių ženklų įstatymo prasme. Licencinė sutartis taip pat privalo būti registruojama, o tretiesiems asmenims įsigalioja tik nuo jos įrašymo į Lietuvos Respublikos prekių ženklų registrą dienos²¹¹. Vadinasi, tik nuo sutarties, kuria suteikiamos teisės naudoti franšizės davėjo prekės ženklą, įrašymo į registrą dienos, franšizės gavėjas galės gintis nuo trečiųjų asmenų reikalavimų, susijusių su atitinkamo prekės ženklo naudojimu. Taikant įstatymo analogiją, darytina išvada, jog, esant franšizės davėjo Civilinio kodekso 6.772 straipsnio 2 dalyje įtvirtintam išipareigojimui nesuteikti kitiems asmenims analogiškų išimtinių teisių visumos naudoti toje pačioje teritorijoje kaip ir naudotojas arba pačiam nevykdyti analogiškos veiklos toje pačioje teritorijoje, franšizės sutartis turėtų būti laikoma išimtinė bei prilyginama išimtinės licencijos sutarčiai Prekių ženklų įstatymo prasme. Išimtinės franšizės gavėjas turi tokias pačias teises (įskaitant teisę ginčyti neregistruotų prekių ženklų naudojimą) ginti savo teises dėl naudojamo prekių ženklo kaip ir ženklo savininkas, tai yra franšizės davėjas. Tačiau neišimtinės franšizės gavėjas (kaip neišimtinis licencijatas) gali ginti pažeistas teises ginčydamas tik registruotų ženklų naudojimą bendraisiais Prekių ženklų įstatyme numatytais pagrindais. Vadinasi, šiuo atveju dalis teisių gali būti įgyvendinamos tik franšizės davėjo iniciatyva, todėl neišimtinės franšizės gavėjas turėtų nedelsiant pranešti franšizės davėjui apie bet kokį neregistruoto ženklo naudojimą, pažeidžiantį franšizės davėjo, o kartu ir franšizės gavėjo, teises. Deja, čia galime pastebėti dar vieną franšizės sutarties trūkumą, kadangi franšizės davėjas gali nuspręsti neįgyvendinti savo teisių apsaugos ar savo teises jam gali būti sudėtinga įgyvendinti, kai neišimtinės franšizės šalys yra skirtingose valstybėse, arba jo teisių įgyvendinimas, palyginus, gali pernelyg ilgai užtrukti ir atnešti nepataisomos žalos

²¹⁰ Lietuvos Respublikos Prekių ženklų įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000 m. spalio 10 d. Nr. VIII-1981.

²¹¹ Lietuvos Respublikos Prekių ženklų įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000 m. spalio 10 d. Nr. VIII-1981, 44 str. 5 d.

franšizės gavėjui. Kita vertus, neišimtinės franšizės naudotojas, negalėdamas gintis Prekių ženklų įstatymo pagrindu ir nesulaukęs franšizės savininko veiksmų, gali pasinaudoti Konkurencijos įstatymo²¹² teikiama apsauga sąžiningai konkurencijai užtikrinti²¹³. Taigi, vertinant išdėstyta, galime teigti, jog franšizės sutartis iš esmės yra mišri sutartis, turinti ir kitų sutarčių bruožų, kaip antai darbo, distribucijos, licencijos bei komercinio atstovavimo sutarčių bruožų.

Taip pat būtina paminėti vieną iš svarbiausių franšizės gavėjo pareigų – mokėti franšizės teisių turėtojui nustatytą atlyginimą. Ši pareiga yra susijusi su, autorės nuomone, didžiausiu prekių paskirstymo pagal franšizės sutartį trūkumu – didelėmis investicijomis, todėl ji bus aptariama kitame skyriuje.

3.4. Franšizės sutarties šalių mokesčiai ir investicijos

Franšizės sutartis paprastai pasižymi didelėmis franšizės davėjo ir ypač franšizės gavėjo investicijomis. Pirmiausia, ūkio subjektas, ketinantis plėsti verslą bei leisti savo prekės ženklą pažymėtas prekes pagal franšizės sutartį platinti kitiems ūkio subjektams ir taip be didelių pastangų gauti pelno ir kitos naudos, privalo įkurti franšizės sistemą, kuri yra susijusi su didelėmis finansinėmis išlaidomis franšizės paketo kūrimui bei vidinės struktūros vystymui. Plačiai pripažinta, kad franšizės idėjos realizuoti neįmanoma, jeigu jos steigėjas neturi rimtos priežasties tikėtis, jog per pakankamai trumpą laiko tarpą bus galima įsteigti mažiausiai 15-25 realizavimo padalinių²¹⁴. Taigi įprastai tam, kad franšizė būtų nors kiek pelninga (bent jau atsipirktų franšizės tinklui sukurti išleista suma), franšizės teisių turėtojas privalo per pakankamai trumpą laiką (3-5 metų laikotarpį) pritraukti kuo daugiau naudotojų. Vis dėlto pirmiausia išlaidos gerokai viršys būsimas įplaukas²¹⁵. Lyginant, būtų galima pažymėti, kad ūkio subjekto įkurta nuosava parduotuvė atneštų didesnę pelną franšizės davėjui nei franšizės gavėjo mokamas atlyginimas. Be to, franšizės davėjas patiria ir kitų išlaidų, kaip, pavyzdžiui, plėtros, naudotojų mokymų, kelionių, reklamos ir kitas išlaidas. Tačiau į tinklą priėmęs daug franšizės gavėjų, franšizės davėjas turi galimybę pasinaudoti savo žinomumu ir, pats nevykdydamas platinimo veiklos atitinkamose rinkose, gauti pelną iš jo prekės ženklą populiarinančių franšizės gavėjų.

²¹² Žr. Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymą (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 1999 m. kovo 23 d. Nr. VIII-1099, 16-17 str.

²¹³ RAMANAUSKAS, G., KRUKONYTĖ, V. Franšizės naudotojo teisių gynimo problemos Lietuvoje: apsauga nuo neteisėto žymens ar prekių ženklo naudojimo. *Juristas*. UAB „Pačiolis“, 2010 10 (85), p.15.

²¹⁴ ILLETSCHKO, K. *Franšizė*. London: Hodder Education, vert. VŠĮ Conto litera, 2006, p.26.

²¹⁵ ILLETSCHKO, K. *Franšizė*. London: Hodder Education, vert. VŠĮ Conto litera, 2006, p.52.

Franšizės teisių naudotojas, prisijungęs prie franšizės sistemos, taip pat privalo investuoti pakankamai dideles pinigų sumas. Nežiūrint į tai, kad reikalaujama turėti apyvartinio kapitalo, paprastai ir verslo pradžios išlaidos pagal sutartį tenka naudotojui. Civilinis kodeksas numato, kad šalys gali susitarti dėl franšizės gavėjo pareigos derinti su teisių turėtoju komercinių patalpų, nustatytų sutartyje, išdėstymą ir jų išorės ar vidaus apipavidalinimą²¹⁶. Ši naudotojo pareiga yra susijusi su pradinėmis investicijomis į prekybinį plotą. Prie pradinių franšizės gavėjo investicijų priskiriamas ir stojamasis mokestis (angl. - *entry fee*), kuris mokamas franšizės davėjui už teisę prisijungti prie franšizės tinklo, gauti apmokymus ir pagalbą, galimybę naudotis išimtinėmis teisėmis ir kita. Toks mokestis gali būti simbolinis, o gali kai kuriais atvejais siekti daugiau kaip 250000 Lt²¹⁷. Pavyzdžiui, Lietuvos franšizės centre franšizės davėju registruota Southern Fried Chicken bendrovė nurodo, jog pradinis mokestis yra net 120000 eurų²¹⁸, o kad būtų galima įsigyti McDonal‘s franšizę, gali prireikti 1,5 milijono litų ir tai – tik pradžia²¹⁹. Be to, franšizės davėjas franšizės sutartimi įsipareigoja mokėti periodinį mokestį (angl. *royalty*). Šis mokestis daugumoje franšizės tinklų sudaro pagrindinį franšizės davėjo pajamų šaltinį²²⁰. Taigi, nors ir Civilinis kodeksas numato, jog atlyginimas franšizės davėjui gali būti nustatomas vienkartinis fiksuotas ir (arba) mokamas periodiškai, darant sutartyje nustatyto dydžio atskaitymus iš naudotojo gaunamų pajamų, arba apskaičiuojamas kitu sutartyje nustatytu būdu, tačiau praktikoje yra naudojami abu galimi pasirinkimai – mokamas ir vienkartinis stojamasis mokestis, ir nustatomas periodinis atlyginimas. Be viso to, remiantis praktika bei ekonomine literatūra, franšizės gavėjas dažnai įpareigojamas mokėti franšizės davėjui ir kitus mokesčius. Pagrindinis jų – rinkodaros mokestis, kuris apskaičiuojamas kaip atitinkamas procentas nuo naudotojo pajamų ir kuris padeda kurti ir vykdyti bendrą franšizės tinklo reklamos kompaniją²²¹. Taip pat franšizės sutartyje gali būti įtraukti ir vadinami profesionalų mokesčiai už papildomas paslaugas. Nevertėtų pamiršti ir to, jog franšizės gavėjas bus įpareigotas

²¹⁶ Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 6.777 str. 2 d. 4 p.

²¹⁷ ŽILINSKAS, S.; MALKIN, I.; KRIUKAS, J. Lietuvos verslo darbdavių konfederacija. *Franšizės žinynas*. Vilnius: UAB „PRIME PARTNER“, 2008, p.27.

²¹⁸ Lietuvos franšizės centras - Franšizės davėjai. [interaktyvus] [žiūrėta 2011 m. kovo 20 d.] Prieiga per Internetą: <<http://www.fransizescentras.lt/user/davejas/11/>>.

²¹⁹ BARTKUS, E. V. *Smulkaus ir vidutinio verslo vadyba*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2007, p.74.

²²⁰ ŽILINSKAS, S.; MALKIN, I.; KRIUKAS, J. Lietuvos verslo darbdavių konfederacija. *Franšizės žinynas*. Vilnius: UAB „PRIME PARTNER“, 2008, p.27.

²²¹ ŽILINSKAS, S.; MALKIN, I.; KRIUKAS, J. Lietuvos verslo darbdavių konfederacija. *Franšizės žinynas*. Vilnius: UAB „PRIME PARTNER“, 2008, p.27.

išlaikyti tam tikrą parduotuvės išvaizdą, todėl gali tekti savo lėšomis atlikti einamąjį ar kapitalinį remontą.

Taigi akivaizdu, jog prekių platinimas pagal franšizės sutartį reikalauja daug investicijų, kurios gali ir neatsipirkti. Jau vien ši priežastis gali tapti rimtu pagrindu ūkio subjektui atsisakyti platinti prekes pagal franšizės sutartį. Civilinis kodeksas, nenurodydamas sutarties galiojimo terminų, leidžia šalims sudaryti tiek terminuotą, tiek neterminuotą sutartį. Teigiama, jog franšizės sutartys galioja nuo penkerių iki dvidešimties metų²²². Paprastai tam, kad prekių platinimas pagal franšizės sutartį atsipirktų, ypač franšizės gavėjui svarbu nustatyti kuo ilgesnį jos galiojimo laikotarpį ar nustatyti, kad ji galioja neterminuotai. Šiuo tikslu Civilinis kodeksas numato franšizės davėjui nenaudingą garantiją franšizės gavėjui. Pagal ją išimtinių teisių naudotojas, kuris tinkamai vykdė sutartį, turi teisę, pasibaigus franšizės sutarties terminui, sudaryti sutartį tokiomis pat sąlygomis naujam terminui. Teisių turėtojas turi teisę atsisakyti sudaryti franšizės sutartį naujam terminui tik tuo atveju, jeigu jis įsipareigoja, kad per trejus metus po sutarties pasibaigimo nesudarys su kitais asmenimis analogiškos franšizės sutarties, kuri galiotų toje pat teritorijoje kaip ir pasibaigusi sutartis²²³. Jeigu, nepraėjus trejiems metams, teisių turėtojas nori suteikti tas pačias teises kitiems asmenims, jis privalo pasiūlyti teisių naudotojui sudaryti naują sutartį arba atlyginti nuostolius. Šios imperatyvios nuostatos tampa franšizės sutarties trūkumu franšizės teisių turėtojui, kadangi įstatymas palieka spragą ir nenumato galimybės nustatyti kitas sutarties sąlygas net ir pasikeitus rinkos sąlygoms. Manytina, kad Lietuvos teisinis reglamentavimas turėtų būti papildytas nuostatomis, pagal kurias būtų leidžiama perskaičiuoti sutarties kainą ar pakeisti kitas sąlygas, jeigu, laikui bėgant, pasikeičia rinkos sąlygos.

Žinoma, šalys gali ir savanoriškai pratęsti sutartį²²⁴. Čia Civilinis kodeksas palieka vietą franšizės davėjo piktnaudžiavimui, kadangi jis gali būti suinteresuotas sudaryti neilgo termino sutartį, kurią franšizės gavėjas įprastai norės pratęsti dėl patirtų investicijų. Kaip jau buvo minėta, pagal franšizės sutartį paprastai mokamas pakankamai didelio dydžio stojamasis mokestis, todėl franšizės davėjas, motyvuodamas tuo, kad nustato tokias pačias sąlygas, turi teisę reikalauti iš naujo mokėti ir šį mokestį kas kart atnaujinant sutarties galiojimą. Kita vertus, tokiu būdu franšizės davėjas atgauna praradimus, kuriuos

²²² ILLETCHKO, K. *Franšizė*. London: Hodder Education, vert. VŠĮ Conto litera, 2006, p.64.

²²³ Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 6.774 str. 2 d.

²²⁴ MENDELSON, M. *Franchising law*. Richmond, Richmond Law & Tax, 2004, p.376.

patiria negalėdamas sudaryti franšizės sutarties su potencialiu franšizės teisių naudotoju, siūlančiu didesnę kainą.

3.5. Franšizės sutarties šalių atsakomybė ir sutarties pabaiga

Kalbant apie franšizės sutarties pabaigą, labai svarbu pabrėžti, kad Civilinis kodeksas nenumato galimybės nutraukti terminuotos franšizės sutarties. Žinoma, remiantis Civilinio kodekso 6.217 straipsniu šalims paliekama teisė nutraukti sutartį dėl esminio sutarties pažeidimo, taip pat 2.166 straipsniu, pagal kurį leidžiama nutraukti sutartį tik dėl svarbių priežasčių, tačiau iš esmės toks apribojimas gali būti vertinamas kaip šios sutarties privalumas, kadangi, kaip jau buvo minėta, sutarties terminas yra labai svarbus dėl investicijų atsipirkimo. Dėl tų pačių priežasčių neterminuotą franšizės sutartį leidžiama nutraukti prieš pakankamai ilgą terminą, o tiksliau - ne mažiau kaip prieš šešis mėnesius, įspėjus apie tai kitą šalį. Franšizės sutarties šalys gali susitarti tik dėl ilgesnio termino. Taip pat Civilinis kodeksas numato du atvejus, kai franšizės sutartis baigiasi²²⁵.

Galime paminėti ir dar vieną specifinį franšizės sutarties bruožą, užtikrinantį franšizės sutarties tęstinumą. Net ir tuo atveju, kai atitinkamos franšizės davėjo išimtinės teisės pereina kitam asmeniui, sutartis lieka galioti, o naujas teisių turėtojas tampa sutarties šalimi toje teisių ir pareigų dalyje, kuri susijusi su jam perėjusiomis išimtinėmis teisėmis. Taigi įstatymas, varžydamas sutarčių laisvės principą, įpareigoja naująjį teisių savininką tapti sutarties šalimi. Taip pat mirus teisių turėtojui ar naudotojui, jų teisės su atitinkamomis Civiliniame kodekse įvardintomis sąlygomis²²⁶, pereina įpėdiniui. Kitos svarbios nuostatos, susijusios su išimtinių franšizės davėjo teisių pasikeitimu ar pasibaigimu. Kadangi išimtinės teisės yra bene pagrindinė priežastis, kodėl franšizės gavėjas sudaro franšizės sutartį, Civilinio kodekso nuostatos saugo franšizės gavėjo interesus bei leidžia nutraukti sutartį ir reikalauti nuostolių atlyginimo arba palikti sutartį galioti, bet reikalauti sumažinti teisių turėtojui priklausantį atlyginimą, jeigu pasikeičia teisių turėtojo firmos vardas ar prekių ženklas, kuris yra sutarties dalykas, taip pat jeigu baigiasi suteiktos išimtinės teisės galiojimas ar ji baigiasi kitais pagrindais.

Tačiau kalbant apie specifinę franšizės sutarties šalių atsakomybę, teisinis reglamentavimas, nors ir ydingas, tačiau yra naudingas franšizės davėjui. Prekių platinimo franšizės sutarties atveju franšizės davėjas platina jau franšizės gavėjo

²²⁵ Tai atvejai, kai franšizės teisių turėtojui ar naudotojui iškeliamas bankroto byla arba kai teisių turėtojas netenka teisės į firmos vardą ir į prekių ženklą ir vietoj jos neįgyja naujos analogiškos teisės.

²²⁶ Žr. Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 6.777 str. 2 d.

pagamintas prekes. Nežiūrint į tai, įstatymai saugo vartotojo interesus bei įtvirtina franšizės teisių naudotojo atsakomybę dėl parduotų prekių kokybės. Teisių turėtojas subsidiariai atsako pagal naudotojui pareikštus reikalavimus dėl prekių, naudotojo parduotų pagal franšizės sutartį, kokybės²²⁷. Įstatymo nuostatos suponuoja, kad pirmiausia už prekių kokybę yra atsakingas prekės pardavėjas, tai yra franšizės gavėjas, ir tik tuo atveju, jeigu jis atsisako atlyginti nuostolius ar patenkinti kitus teisėtus pirkėjo reikalavimus, pirkėjas su tais pačiais reikalavimais gali kreiptis į franšizės davėją. Pastebėtina, kad net ir tuo atveju, kai prekes gamina ne pats franšizės davėjas, franšizės gavėjui būtų taikoma atsakomybė dėl netinkamos prekės kokybės, kas, autorės nuomone, ne tik atrodo neteisinga tiek franšizės davėjo, tiek franšizės gavėjo požiūriu, bet ir nelogiška, kadangi franšizės gavėjas iš esmės neturi galimybių kontroliuoti prekės gamybos ir jos kokybės.

3.6. Prekių paskirstymo pagal franšizės sutartį apibendrinimas: privalumai ir trūkumai

Apibendrinant prekių paskirstymą pagal franšizės sutartį, vertėtų išskirti pagrindinius franšizės sutarties privalumus ir trūkumus prekes planuojančio paskirstyti subjekto (gamintojo) požiūriu. Gamintojui, turinčiam savo *know-how*, gerą reputaciją bei žinomą firmos vardą ar prekės ženklą ir kitas išvystytas verslo metodikas, prekių paskirstymas pagal nagrinėjamą sutartį gali būti naudingas tuo, kad jis, turėdamas ilgą įdirbį, „parduoda“ teises naudotis jo reputacija, prekės ženklu ir kitomis išimtinėmis teisėmis bei už tai be didelių pastangų gauna pelną. Mokėdami atlyginimą franšizės gavėjai ne tik didina franšizės teisių turėtojo žinomumą, bet praplečia jo prekių pardavimo rinką. Be to, esant daug naudotojų, franšizės davėjas gauna naudos iš masto ekonomijos privalumų, padidėjusi prekių perkamoji galia atneša franšizės davėjui pelną. Kaip prekių paskirstymo pagal franšizės sutartį privalumą galima išskirti ir tai, kad franšizės davėjui nereikia naudoti nuosavo kapitalo: paprastai visos steigimo išlaidos tenka franšizės gavėjui. Franšizės davėjas dažniausiai būna stipresnioji šalis, o teisinis franšizės davėjo pareigų reglamentavimas yra pakankamai siauras ir dispozityvus, todėl darytina išvada, kad franšizės davėjas turi didesnę derybinę galią ir turi galimybę franšizės sutartyje numatyti tokias sąlygas, kurios jo verslui naudingiausios. Kadangi franšizės gavėjas yra laikomas pakankamai integruotu į franšizės davėjo veiklą subjektu, tiek Komisija, tiek ET Teismas,

²²⁷ Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262, 6.773 str. 1 d.

pakankamai lanksčiai žiūri į franšizės sutartyse numatytus konkurencijos teisės ribojimus. Konkurencijos teisė, apsaugodama franšizės davėjo reputaciją bei išimtinės teises, daugelį ribojimų leidžia pateisinti franšizės paskirtimi, todėl franšizės teisių turėtojas yra laisvas riboti franšizės teisių naudotojo savarankiškumą, teikiant atitinkamus nurodymus ir instrukcijas kontroliuoti franšizės gavėjo veiklą bei priimti svarbius sprendimus, susijusius su franšizės gavėjo pagal sutartį vykdoma veikla. Kita vertus, franšizės sutarčiai taikomi konkurencijos teisės draudimai, susiję su prekių pirkimu, pardavimu ir perpardavimu, todėl tam tikra prasme yra ribojama franšizės gavėjo kontrolė. Kaip trūkumą įvardintumėme ir franšizės davėjo praktinės patirties atskleidimą franšizės gavėjui, kadangi tai neišvengiamai lemia tokios franšizės davėjo informacijos atskleidimo riziką. Tokio atskleidimo pasekmės gali padaryti didelės žalos ne tik franšizės davėjui, bet ir visam franšizės tinklui. Taip pat pažymėtina, kad, nusprendęs paskirstyti prekes franšizės sutarties pagrindu, franšizės davėjas privalo įkurti franšizės tinklą bei pritraukti kuo daugiau franšizės gavėjų. Visa tai yra susiję su didelėmis franšizės davėjo išlaidomis, mainais už tai pakankamai ilgą laiką gaunant tik minimalų pelną. Atsižvelgiant į tai, kad franšizės davėjas ir franšizės gavėjas klientų yra paprastai sugretinami, bet koks franšizės gavėjo netinkamas poelgis gali turėti neigiamą atgarsį visai franšizės sistemai. Dar prie trūkumų galima priskirti ir franšizės sutarties formos suvaržymus (registraciją), teisinio reglamentavimo neigiamus aspektus, numatančius apsaugos garantijas franšizės gavėjui pratęsiant sutartį ir kita.

IV PREKIŲ PASKIRSTYMO AGENTAVIMO, DISTRIBUCIJOS IR FRANŠIZĖS SUTARČIŲ PAGRINDU PALYGINIMAS

Prekių gamintojui, renkantis būdą paskirstyti prekes, paprastai svarbu, kokio laipsnio nepriklausomumą jis nori suteikti jo prekių platintojui, kokią riziką jis nori ir gali prisiimti pats, taip pat svarbu, kokias teises ir pareigas jam suteiks atitinkama prekių paskirstymo sutartis. Ne mažiau svarbūs ir prekės, kurią gamintojas nori paskirstyti, pobūdis, situacija rinkoje ir daugelis kitų faktorių. Pasirinkimui prekes paskirstyti pagal atitinkamą sutartį daro įtaką ir konkurencijos teisės leidžiami ribojimai. Nors prekių paskirstymas pagal agentavimo, distribucijos ir franšizės sutartis turi bendrą ekonominę prekių paskirstymo funkciją, taip pat jos visos paprastai galioja daug metų ir jų sėkmė labai priklauso nuo lojalumo ir intensyvaus bendradarbiavimo, tačiau tarp šių sutarčių yra ir nemažai skirtumų, kiekviena iš jų turi specifinį teisinį reguliavimą bei savus privalumus ir trūkumus.

Visgi pirmiausia prekių gamintojas turėtų išanalizuoti prekių paskirstymo poreikius bei situaciją iš verslo pusės²²⁸. Į tokią analizę be abejonės įeina ir pats prekių pobūdis. Pavyzdžiui, prekių platinimą per prekybos agentus verta rinktis tuomet, kai gamintojas siekia parduoti didelio kapitalo prekes, tokias kaip lėktuvai, laivai, stambią pramoninę įrangą ar mechanizmus²²⁹, taip pat ir kitas brangias prekes, kurių naudojimui paprastai reikalinga priežiūra, konsultacijos, techninis ar garantinis aptarnavimas bei kurių dažniausiai nereikia platinti per kuo didesnę skaičių prekybos vietų. Tačiau šiuo atveju prekių pakavimo, sandėliavimo bei paskirstymo agentams funkcijas paprastai turi atlikti pats gamintojas. Jeigu gamintojas nėra finansiškai pajėgus atlikti didžiąją dalį prekių paskirstymo funkcijų ar tas neįmanoma (pavyzdžiui, dėl pernelyg plačios aptarnaujamos teritorijos), tuomet verčiau rinktis distributorius. Distribucijos sutartimi gamintojas užsitikrina, kad jo prekės bus parduodamos per kiek įmanoma daugiau prekybos vietų. Prekių paskirstymas pagal distribucijos sutartį ypač tinkamas tuomet, kai norima paskirstyti kasdienines, asmeninio vartojimo prekes, kurių paklausa plačiai pasiskirsčiusi teritoriškai ir pasiūla turi būti priartinta prie vartotojo, todėl daugelio prekių gamintojai gali tikėtis sėkmingai realizuoti savo prekes, jeigu jos bus parduodamos kartu su kitų gamintojų prekėmis²³⁰. Kita vertus, gamintojas, kuris jau yra įgavęs atitinkamą reputaciją

²²⁸ CHRISTOU, R. *International Agency, Distribution and Licensing Agreements*. 4th ed. London: Sweet & Maxwell, 2003, p. 877.

²²⁹ CHRISTOU, R. *International Agency, Distribution and Licensing Agreements*. 4th ed. London: Sweet & Maxwell, 2003, p. 876.

²³⁰ PRANULIS, V., et al. *Marketingas*. 3-čiasis leid. Vilnius: Garnelis, 2008. p.284

ir kuris norėtų ne tik praplėsti savo prekių rinką, bet ir užsitikrinti didesnę prekių su atitinkamu prekės ženklu žinomumą tam tikrose rinkose, naudingiausia rinktis prekių paskirstymą pagal platinimo franšizės sutartį.

Prekių paskirstymo sutartys skiriasi ir šalių vaidmeniu. Būtina pabrėžti, kad prekių paskirstymas pagal franšizės sutartį turi išskirtinį bruožą – franšizės sistema gali veikti tik tuomet, kai franšizės davėjas turi stiprų prekės ženklą bei nuolat stiprina savo reklaminę veiklą, kuri pritrauks franšizės gavėjus²³¹. Taigi, franšizės davėjas yra jau rinkoje pasiekęs sėkmę, įgijęs žinomumą bei reputaciją, tuo tarpu franšizės gavėjas dažniausiai yra įmonė, kuri nėra žinoma. O prekes platinant pagal distribucijos sutartį, rinkos jėga tarp šalių pasiskirsto atvirkščiai: mažesnis gamintojas ir rinkoje patyręs platintojas. Pavyzdžiui, išimtinio platinimo sutartis su dideliu distributoriumi dažniausiai sudaroma gamintojų, kurie dar nėra užsitikrinę konkrečios rinkos dalies ir nori patekti į visiškai naują rinką, kurioje distributorius jau turi patirtį. Tuo tarpu atstovaujamas yra dažnai brangių, specifinių prekių gamintojas, negalintis patikėti savo prekių paskirstymo apie jas nenusimanančioms šalims, o prekybos agentu gali būti tik toks ūkio subjektas, kurio pagrindinė ūkinė veikla – nuolat už atlyginimą tarpininkauti atstovaujajam sudarant sutartis ar sudaryti sutartis atstovaujamojo vardu ir jo sąskaita. Be to, prekybos agentas turi būti nepriklausomas asmuo, tai reiškia, jog, pavyzdžiui, prekybos agentu negali būti pripažįstama bendrovė, kuri įsteigta ir valdoma atstovaujamojo ar atstovaujamojo darbuotojo, tuo tarpu franšizės sutarties šalims nėra analogiško ar panašaus įstatymo leidėjų keliamo reikalavimo dėl nepriklausomumo.

Vienas iš esminių prekių paskirstymo pagal agentavimo, distribucijos bei franšizės sutartį skirtumas yra šalių prisiimama komercinė ir finansinė rizika. Mažiausiai rizikos prisiima prekybos agentas, kuris, skirtingai nei distributorius ar franšizės gavėjas, veikia ne savo, o atstovaujamojo vardu, sąskaita ir interesais kaip tarpininkas. Tad gamintojui toks platinimo būdas gali būti nepalankus dėl to, kad jis, perleisdamas prekių platinimo veiklą nepriklausomam ūkio subjektui, prisiima visą prekių platinimo pagal agentavimo sutartį finansinę ir komercinę riziką. Prekybos agentas nepatiria nei prekių pardavimo, nei saugojimo, nei reklamos finansinių kaštų. Paprastai atstovui tenka tik savarankiškos veiklos išlaidos. Atstovaujajam tenka ne tik finansinė rizika, bet ir nauda. Šie požymiai atskleidžia prekybos agento ir nepriklausomų platintojų (distributorių, franšizės gavėjų) skirtumus, nes minėtieji išsaugo savarankiško subjekto statusą bei įsigyja prekes ir veikia

²³¹ CHRISTOU, R. *International Agency, Distribution and Licensing Agreements*. 4th ed. London: Sweet & Maxwell, 2003, p. 871.

savo vardu, interesais bei prisiima savo vykdomos veiklos finansinę ir komercinę riziką. Franšizės sutartis panaši į distribucijos sutartį, tačiau pagal distribucijos sutartį nėra perduodamos tam tikros intelektinės nuosavybės arba kitos išskirtinės teisės, kurios franšizės atveju, galima teigti, garantuoja sėkmingą verslo vykdymą. Franšizės gavėjui suteikiama teisė naudotis *know-how*, patentais, pramoninės ar intelektinės nuosavybės teisėmis, kitaip tariant, franšizė leidžia ūkio subjektui gauti finansinę naudą iš jo įsigytos verslo patirties, neinvestuojant nuosavo kapitalo. Tuo tarpu distribucijos sutarties atveju, net ir suteikiant distributoriui teisę naudotis gamintojo pramoninėmis teisėmis, tai bus traktuojama kaip antraeilės paslaugos, kai franšizės sutartyse šios teisės visada išliks pagrindinėmis. Prekes platinant pagal franšizės sutartį, franšizės davėjas už atlyginimą suteikia jai priklausančių išimtinių teisių visumą kitai sutarties šaliai, kuri, vadovaudamasi franšizės davėjo nurodymais, remiantis franšizės davėjo sukurtu verslo organizavimo modeliu, vykdo verslą savo vardu kaip savarankiškas, struktūriškai atskiras juridinis asmuo. Distribucijos atveju prekių gamintojas dažniausiai suinteresuotas, kad distributorius veiktų kaip visiškai savarankiška įmonė, kuri turi savų žinių ir patirties, reikalingos platinant prekes pagal distribucijos sutartį. Tačiau nežiūrint į tai, kad franšizės gavėjas ir distributorius veikia savo vardu, lėšomis ir rizika, jų savarankiškumo ir galimos kontrolės šiems subjektams laipsnis žymiai skiriasi.

Kaip vieną iš distribucijos sutarties trūkumų galima išskirti – aukštą distributoriaus savarankiškumo lygį. Distributorius dažniausiai turi sukūręs savo prekių platinimo metodus bei standartus ir neprivalo laikytis prekių gamintojo nurodymų dėl prekių pardavimo būdo ar kitų taisyklių. Distributorius įgyja nuosavybę į gamintojo prekes ir toliau yra laisvas parduoti ar perparduoti jas savo nuožiūra. Vienintelė galima distributoriaus kontrolė – ribojimai, kurie gali pažeisti konkurencijos teisės normas, taip pat sutartyje numatomos teisės ir pareigos²³². Atsižvelgiant į tai, kad distributorius įdėjo į prekių platinimą nemažai savų investicijų, prisiėmė daugiau rizikos, jis turi daugiau laisvės veikti ir jo veiklos stebėseną yra daug sudėtingesnė bei brangesnė nei, pavyzdžiui, prekybos agento²³³. Visiškai priešingo bendradarbiavimo principo laikomasi, kai prekės platinamos pagal franšizės sutartį. Franšizės sutarties šalių santykiai yra glaudesni. Gamintojo požiūriu toks šalių bendradarbiavimas gali būti laikytinas privalumu, kadangi

²³² Pavyzdžiui, teisė kontroliuoti distributoriaus sandėlius, distributoriaus pareiga laikytis specifinių platinimo principų, pateikti pardavimų ataskaitas, informaciją apie rinkos būklę, išlaikyti tam tikrą kokybės lygį, pranešti apie galimus gamintojo intelektinės nuosavybės pažeidimus, sudaryti galimybę nepriklausomam stebėtojų tikrinti distributoriaus veiklą paskirstant gamintojo prekes ir kita

²³³ CHRISTOU, R. *International Agency, Distribution and Licensing Agreements*. 4th ed. London: Sweet & Maxwell, 2003, p. 875.

franšizės davėjas, siekdamas išlaikyti savo reputaciją, identitetą bei apsaugoti perduotą praktinę patirtį, turi teisę ne tik kontroliuoti franšizės gavėjo veiklą, bet ir įpareigoti jį veikti, laikantis detalių instrukcijų. Vadinasi, išimtinių teisių turėtojas gali priimti svarbius strateginius verslo sprendimus, kuriuos teisių naudotojas privalo įgyvendinti, tad galima teigti, jog franšizės davėjas turi galimybę netiesiogiai valdyti franšizės gavėjo verslą. Šiuo atveju kontrolė yra tokia griežta, kad franšizės gavėjo savarankiškumo statusas gali būti kvestionuojamas. Nors komercinio atstovavimo sutarties šalių santykiai nėra tokie glaudūs kaip franšizės sutarties atveju (visų pirma dėl to, kad atstovaujамasis neperduoda agentui savo praktinės patirties), tačiau agentavimo sutarties požymiai suponuoja mažiausią prekių platintojo savarankiškumą. Prekybos agentas kaip pagalbininkas veikia tik atstovaujamojo vardu ir jo interesais, juos sieja fiduciariniai santykiai, todėl prekių gamintojui, kuris siekia užsitikrinti galimybę maksimaliai kontroliuoti prekių paskirstytojo veiklą, vertėtų įvertinti komercinio atstovavimo sutarties privalumus ir rinktis prekių paskirstymą būtent agentavimo sutarties pagrindu. Prekybos agentas privalo sąžiningai ir rūpestingai vykdyti visus atstovaujamojo pavedimus bei instrukcijas, reguliariai informuoti atstovujamąjį apie visas jo vardu sudarytas sutartis, taip pat teikti ataskaitas ir kitą atstovujamojo verslui svarbią informaciją. Kita vertus, įstatymų reglamentuojamos prekybos agento pareigos gali būti vertintinos kaip nepakankamos agento veiklos kontrolei užtikrinti. Vis tik didžiausia kontrolė atstovavimo sutarties atveju pasireiškia konkurencijos teisės leidžiamu vienašališku atstovujamojo prekių pardavimo sąlygų nustatymu.

Vertikaliai integruotas platintojas yra mažiausiai veikiamas ES konkurencijos teisės draudimų. Remiantis Komisijos prekių platintojų skirstymu pagal platintojo vertikalios integracijos lygį į gamintojo verslą, prekybos agentas yra labiausiai integruotas, šiek tiek mažiau integruotas franšizės gavėjas, dar mažiau - išimtinis distributorius, o mažiausiai – pasirinktinės distribucijos platintojas²³⁴. Kuo didesnė vertikalė integracija, tuo didesnę kontrolę gali vykdyti gamintojas savo integruotų padalinių, tai yra prekių paskirstytojų, atžvilgiu. Jeigu prekybos agentas, sudarydamas sutartis atstovujamojo vardu, nerizikuoja arba jo rizika yra minimali (tikrojo atstovavimo atveju), Komisija linkusi vertinti agentavimo sutartis gana lanksčiai²³⁵. Tai įgalina atstovujamąjį agentavimo sutarties pagrindu vykdyti griežčiausią kontrolę: agentams gali būti nurodyta kokiems klientams,

²³⁴ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). *Competition Policy and Vertical Restraints: Franchising Agreements*. Paperback, 10 Jan 1994, p.20.

²³⁵ Tikrojo atstovavimo sutartis nepatenka į Sutarties dėl ES veikimo 101(1) straipsnio taikymo sritį, todėl šalių nevaržo konkurencijos teisės draudimai.

kokiomis kainomis ir kokiomis sąlygomis parduoti gamintojo prekę, taip pat leidžiama be didesnių ribojimų susitarti dėl to, kad agentas nekonkuruos su atstovaujamoju. Skirtingai nei distribucijos ar franšizės sutarties atveju, agentavimo sutarties šalys gali numatyti sutartyje tokius ribojimus, kurie paprastai patenka į sunkių konkurencijos apribojimų sąrašą. Tokie leidžiami ribojimai verslui labai svarbūs, iš jų atstovaujамasis gauna didelę naudą, todėl neabejotinai laikytini pagrindiniu prekių paskirstymo pagal agentavimo sutartį privalumu. Tačiau, jeigu sutartis su prekybos agentu nebūtų pripažinta atstovavimo susitarimu konkurencijos teisės prasme, ji būtų labiausiai panaši į distribucijos sutartį. Prekybos agento, prisiimančio ekonominę ir finansinę riziką, sudarytos sutarties priskyrimas distribucijos sutarčiai lemtų, jog iš esmės tiek pagal civilinės teisės normas, tiek ir pagal konkurencijos teisės normas keičiasi šalių teisės ir pareigos, nutraukimo sąlygos bei galimybė nustatyti prekių perpardavimo-pirkimo sąlygas²³⁶. Deja, tokie ribojimai iš esmės nesuderinami su prekybos agento sudaromų sutarčių esme, todėl komercinio atstovavimo sutarties šalys, remdamosi konkurencijos teisę reglamentuojančiomis teisės normomis, privalo labai atidžiai įvertinti atstovo prisiimamos finansinės ar komercinės rizikos laipsnį. Tuo tarpu distribucijos sutartyse numatyti ribojimai Komisijos yra vertinami žymiai griežčiau. Distribucijos sutartį sudaręs gamintojas dėl konkurencijos teisės draudimų turi mažiausiai laisvės kontroliuoti distributoriaus veiklą. Visų pirma, kaip ir franšizės sutarties atveju, draudžiama sutartyje nustatyti ribojimus, kurie pagal Komisijos reglamento dėl bendrosios išimties taikymo 4 straipsnį laikomi sunkiais apribojimais²³⁷. Net ir tuo atveju, kai atitinkamiems konkurencijos teisės ribojimams (pavyzdžiui, dėl išimtinės teritorijos, pasirinktinio platinimo, nekonkuravimo nuostatos), numatytiems distribucijos sutartyje, gali būti taikoma Komisijos bendroji išimtis, jiems keliamos papildomos sąlygos, pavyzdžiui, ribojimas nekonkuruoti negali būti nustatytas ilgesniam nei penkerių metų laikotarpiui (franšizės sutarties atveju – iki franšizės termino pabaigos), negali būti suteikta absoliuti teritorinė apsauga ir taip toliau. Kaip ir franšizės sutarties atveju, gamintojas negali diktuoti kainų, leidžiama platintojui nurodyti tik rekomendacines kainas²³⁸, tačiau

²³⁶ ŠVIRINAS, D. Civilinės teisės ir konkurencijos teisės normų sąveika. *Jurisprudencija*, 2002, t.28(20), 42-51, p.46.

²³⁷ Pavyzdžiui, nustatyti prekių pardavimo kainas, apriboti kryžminį tiekimą tarp distributorių, apriboti galutinius vartotojus, kuriems distributorius gali tiekti prekes ir kita.

²³⁸ Rekomenduojamų kainų taikymo vertinimo problematiką ir sudėtingumą lemia tai, kad kiekvienu atveju būtina vertinti takoskyrą tarp rekomendacijų kaip vienašalių veiksmų ir rekomendacijų kaip susitarimo tarp tiekėjo ir platintojo. Plačiau žr. ŠVIRINAS, D. Rekomenduojamų perpardavimo kainų taikymo vertinimo pagal Europos bendrijos sutarties 81 straipsnį ypatumai. *Socialinių mokslų studijos: mokslo darbai*. Mykolo Romerio universiteto Leidybos centras, 2010, Nr. 1(5), 219-236, p. 233.

distributorius ir franšizės gavėjas iš esmės lieka laisvi savo nuožiūra nustatyti prekęs perpardavimo kainas. Tad, jeigu vienos iš distribucijos ar franšizės sutarties šalių užimama rinkos dalis yra didesnė nei 30 procentų, prekių gamintojas gali susidurti su neigiamu šių sutarčių aspektu, todėl kad sutarties šalis ypač ribos konkurencijos teisės draudimai. Dažnai gamintojai, siekdami paskirstyti prekes atitinkamoje teritorijoje per vieną patyrusį platintoją, renkasi tarp komercinio atstovavimo ir išimtinės distribucijos sutarčių. Šiuo atveju lemiamą sprendimą gamintojui rekomenduotina priimti, įvertinus galimą konkurencijos teisės įtaką šalių tarpusavio santykiams. Lyginant pasirinktinės distribucijos sutartį su franšizės sutartimi, galime išvelgti tam tikrų bendrų bruožų: abiem atvejais gamintojas, nustatydamas tam tikrus ribojimus, siekia apsaugoti savo prekęs įvaizdį arba užtikrinti tinkamą šios prekęs aptarnavimą. Tačiau pažymėtina, kad franšizės sutartimi leidžiama numatyti tokius konkurencijos teisės ribojimus kaip reikalavimas pirkti minimalų prekių kiekį, laikyti atsargas, nurodyti reikalavimus prekybos vietai, tuo tarpu pasirinktinės distribucijos sutartyje numatyti analogiški ribojimai yra draudžiami. Be to, franšizės sistema leidžia franšizės gavėjams, neturintiems reikiamos patirties, naudotis franšizės davėjo verslo praktikoje išvystytais metodais ir jo sukurta prekių ženklo reputacija. Šiuo požiūriu platinimo franšizės susitarimai skiriasi nuo sutarčių, kurios įtraukia atskirus mažmenininkus į pasirinktinės distribucijos sistemą, kurioje nenaudojamas bendras verslo pavadinimas, netaikomi vienodi verslo metodai ir nemokamas atlyginimas už sistemos nariams suteiktas teises ir naudingą informaciją²³⁹. Visa tai lemia, kad franšizės gavėjas laikytinas labiau integruotu į franšizės davėjo verslą nei distributorius į gamintojo, todėl, pasirašęs platinimo franšizės sutartį, prekių gamintojas yra mažiau ribojamas konkurencijos teisės draudimų, vadinasi – gali vykdyti didesnę franšizės gavėjo kontrolę. Tai parodo ir liberalesnį franšizės sutarties vertinimą konkurencijos teisės požiūriu. Franšizės sutartys, kuriomis nesuteikiama teritorinė apsauga, dažniausiai laikytinos nepažeidžiančiomis konkurencijos teisės normų. Daugelis būtinų ribojimų, susijusių su intelektinės nuosavybės apsauga dažniausiai bus pateisinami pačia franšizės sutarties paskirtimi. Nepaisant to, visiems ribojimams, susijusiems su prekių pirkimu ar pardavimu (pavyzdžiui, teritorijos išimtinumui, pasirinktiniam platinimui, nekonkuravimui) bus taikomas Sutarties dėl ES veikimo 101(1) straipsnis, todėl galioja tos pačios sąlygos kaip ir distribucijos sutarties šalims. Taigi, konkurencijos teisės ribojimai gali apsunkinti franšizės gavėjo kontrolę, franšizės davėjas dėl

²³⁹ ŠVIRINAS, D. *Vertikaliųjų susitarimų reglamentavimas konkurencijos teisėje*. Monografija. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, 2004, 180 p.

konkurencijos teisės normų taikymo nėra visiškai laisvas kontroliuoti franšizės teisių naudotojo vykdomą atitinkamų prekių pardavimo veiklą bei prekių pardavimo sąlygas.

Taigi prekių gamintojas gali integruoti į savo verslą prekybos agentus bei gauti maržą nuo prekės pardavimo kainos, o atstovą komisiniais skatinti parduoti kuo daugiau prekių. Kita vertus, atstovaujamas pats prisiima beveik visą komercinę ir finansinę riziką, todėl vargu, ar prekybos agentas dės tiek pastangų parduoti prekę, kiek įdėtų distributorius, žinantis, kad bet koks netinkamas sprendimas ar pernelyg maži pardavimai gali atnešti jo visam verslui didelės žalos. Tačiau čia galime pastebėti kitą prekių platinimo pagal distribucijos sutartį minusą. Distribucijos atveju, distributorius neapsiribos vieno subjekto tiekiamomis prekėmis²⁴⁰, vadinasi, gamintojo prekei skiriamas dėmesys bus dalinamas tarp daugelio kitų prekių. Be to, distribucijos atveju, skirtingai nei agentavimo atveju, prekes galutiniams vartotojams paprastai parduoda distributorius, o ne prekės gamintojas. Taigi, galime teigti, kad prekės pirkėjas tampa distributoriaus, o ne gamintojo klientu. Gamintojas gali net nežinoti, kas yra jo prekių pirkėjai, todėl teigtina, kad gamintojas atitolsta nuo galutinių vartotojų. Tuo tarpu distributorius ieško klientų, žino jų reikalavimus, todėl savo teritorijoje gali diktuoti pardavimo bei rinkodaros strategijas. Galima teigti, jog distributorius, parduodamas prekes ir turėdamas savo klientus, kuria savo kaip ūkio subjekto prestižą, o prekybos agentas, parduodamas prekes atstovaujamojo vardu jo klientams, kuria atstovaujamojo prestižą. Tuo tarpu franšizės teisių naudotojas taip pat prisiima visą prekių finansinę ir komercinę riziką, todėl yra suinteresuotas parduoti kuo daugiau prekių, juolab, kad turi atsipirkti jo investicijas. Tačiau net ir parduodamas prekes savo vardu, bet su franšizės davėjo žinomu prekės ženklu, jis prisideda prie franšizės davėjo prestižo kūrimo. Nors abudu yra savo vardu ir rizika veikiantys subjektai, tačiau distributorius nėra taip gretinamas su konkrečiu platinimo tinklu, kaip tai dažnai būna franšizės atveju. Vartotojas, įsigydamas prekę iš distributoriaus, yra įsitikinęs, kad prekės gamintoju yra kitas ūkio subjektas. Tuo tarpu franšizės atveju vartotojui gali susidaryti įspūdis, kad jis naudojasi vieno, didelio ūkio subjekto paslaugomis, kuris užtikrina vienodą prekių kokybę ir asortimentą, nors iš tiesų veikia savarankiškai. Taip yra todėl, kad distributoriai gali prekiauti ir kitų gamintojų prekėmis, tuo tarpu franšizės gavėjui dažnai to daryti neleidžiama²⁴¹. Pažymėtina ir tai, kad franšizės teisių turėtojas turi galimybę naudingai ir efektyviai panaudoti savo turimas

²⁴⁰ MENDELSON, M. *Franchising law*. Richmond, Richmond Law & Tax, 2004, p.46.

²⁴¹ LIANOS, I. Commercial Agency Agreements, Vertical restraints, and the limits of article 81(1) EC: between hierarchies and networks. *Journal of Competition Law and Economics*, 27 August 2007, 3(4), 625–672, p. 661.

išimtinės teisės, o šių teisių naudotojas įgyja galimybę pasinaudoti išimtinių teisių turėtojo turima patirtimi, reputacija, žinomu prekės ženklu ir kt. Tai skatina kiekvienos šalies siekti savo santykius reglamentuoti ir įgyvendinti taip, kad nebūtų padaryta žala teisėtims interesams. Tuo tarpu prekybos agentas nėra tiek suinteresuotas, kad nebūtų padaryta žala atstovaujajam. Distributoriui, kaip visiškai savarankiškam verslo subjektui, natūralu, kad labiau rūpės jo paties interesai nei gamintojo. Kita vertus, jis, parduodamas gamintojo prekes, stengsis nepakenkti savo interesams.

Šalių savarankiškumo bei kontrolės lygis parodo ir šalių derybinę galią. Pavyzdžiui, distributoriai yra laisvi nustatyti prekės perpardavimo kainas, todėl turi teisę derėtis su prekės pirkėju ir parduoti prekę tokiomis sąlygomis, kokios jam atrodo naudingiausios. Atitinkamai prekybos agentas neturi derybų laisvės parduodamas prekes, o turi parduoti prekes būtent tokiomis sąlygomis, kurias nustatė atstovaujамasis. Net ir tuo atveju, kai atstovaujамasis suteikia teisę agentui derėtis, jo derybinės ribos yra labai siauros²⁴². Tuo tarpu franšizės gavėjui gali būti sutartimi nustatytos tam tikros prekių pardavimo sąlygos, pardavimo būdas, prekių išdėstymas, jis gali būti įpareigotas derėtis ir klientus aptarnauti tik atitinkamu būdu, taip pat jis turi atsižvelgti ir į kitų franšizės naudotojų vykdomą veiklą, kad savo veiksmais negadintų franšizės davėjo reputacijos. Nepaisant to, franšizės gavėjas turi laisvę derybose dėl prekių kainos, todėl konkuruodamas su kitais verslo subjektais, gali parduoti franšizės davėjo prekę tokia kaina, kuri jam ekonomiškai naudingiausia.

Lyginant prekių paskirstymą pagal agentavimo, distribucijos ir franšizės sutartis, ne mažiau svarbus ir atlyginimo už prekių paskirstymą klausimas. Visų pirma, reiktų išskirti vieną pagrindinių agentavimo sutarties trūkumų, kadangi tai vienintelė sutartis, kuomet agentui už atstovaujamojo prekių pardavimą mokamas atlyginimas, kuris yra bene vienintelė teisės aktų nustatyta skatinamoji priemonė parduoti kuo daugiau prekių. Taigi, atstovaujамasis atiduoda dalį savo pelno prekybos agentui. Be to, atlyginimo mokėjimo būdą, dydį, terminus ir kitus su agento atlyginimu susijusius klausimus reglamentuoja imperatyvios ES bei Civilinio kodekso normos, kurios gina atstovą kaip silpnesniąją šalį ir neleidžia atstovaujajam nustatyti kitokių atlyginimo mokėjimo taisyklių²⁴³. Tačiau

²⁴² CHRISTOU, R. *International Agency, Distribution and Licensing Agreements*. 4th ed. London: Sweet & Maxwell, 2003, p. 875.

²⁴³ Be agentui mokamo atlyginimo, atstovaujамasis dar ir turi padengti prekybos agento turėtas atstovavimo išlaidas, o agentui suteikus garantiją atstovaujajam, kad atitinkama sandorio šalis įvykdys sutartį – atstovas įgyja teisę gauti dar ir papildomą atlyginimą. Be to, Civilinio kodekso nuostatos išskiria atvejus, kuomet atstovui privalo būti sumokėtas avansas, jam leidžiama teismo keliu reikalauti paskirti atstovaujamojo audita, taip pat atstovaujамasis yra įpareigotas pateikti ataskaitas atlyginimo dydžiui pagrįsti.

atstovaujamas gali nurodyti atstovui didesnes pardavimo kainas, kadangi jis gauna visą naudą iš prekybos agento sudarytų sutarčių. Tuo tarpu distribucijos sutartį reglamentuojančios nuostatos dispozityvios ir leidžia šalims susitarti dėl atlyginimo klausimų. Toks distribucijos teisinis reglamentavimas gamintojui suteikia laisvę susitarti dėl jam naudingų prekių pardavimo sąlygų. Paprastai distributoriai perka prekes iš gamintojo dideliais kiekiais, gauna atitinkamą nuolaidą, o vėliau jas perparduoda didesnėmis kainomis ir pasiima prekių pirkimo ir perpardavimo kainos skirtumą, tai yra atlyginimą distributoriui atstoja gana žemos prekių pirkimo kainos. Distributoriaus kaip nepriklausomo prekiautojo finansinė nauda nepriklauso nuo gamintojo, bet priklauso nuo paties platintojo veiklos. Tačiau negalime įvardinti, jog tai platintojui priklausantis atlyginimas už jo veiklą, kaip agento atveju. Pelno ar naudos dydis nepriklausomam platintojui nėra aiškus ir nuspėjamas. Būtent dėl to, kad distributoriui tenka ši rizika, šalims galioja draudimas fiksuoti perpardavimo kainas. Taigi, ir šiuo atveju gamintojas praranda dalį pelno, tačiau čia veikia mažo ekonomijos principas, jis yra užtikrintas, kad didžiąją dalį prekių jau realizavo ir jis nepatirs jokių papildomų prekių paskirstymo išlaidų. Vis tik labiausiai išsiskiriantis atlyginimo klausimas - prekes platinant pagal franšizės sutartį. Šiuo atveju prekių gamintojas (franšizės teisių turėtojas) apskritai nemoka atlyginimo, o atvirkščiai – atlyginimą už jo išimtinių teisių naudojimą jam moka franšizės teisių naudotojas. Žinoma, prekes franšizės gavėjui jis tiekia išskirtinėmis kainomis, todėl franšizės teisių naudotojas taip pat gauna naudą dėl žemesnių prekių pirkimo kainų. Kita vertus, pagrindinis franšizės davėjo pajamų šaltinis, paskirstant prekes pagal franšizės sutartį, laikomas jam franšizės gavėjo mokamas stojamasis mokestis bei periodinis atlyginimas. Tačiau reikėtų turėti omenyje, kad franšizės davėjas ne tik suteikia teisę naudotis jo išimtinėmis teisėmis, bet ir aprūpina franšizės davėją dokumentais, teikia jam konsultacijas, apmoko franšizės davėją ir jo darbuotojus, išduoda licencijas, teikia pagalbą, kontroliuoja valdymo struktūrą bei atlieka kitus darbus, kurie reikalauja nuolatinių papildomų išlaidų.

Kalbant apie papildomas išlaidas, o tiksliau investicijas į atitinkamą paskirstymo kanalą, vertėtų pažymėti, kad nuostolingiausias vis gi yra prekių paskirstymas franšizės sutarties pagrindu. Šis būdas yra brangus vien todėl, kad, siekiant paskirstyti prekes pagal platinimo franšizės sutartį, pirmiausia reikia įkurti franšizės tinklą. Jo įkūrimas reikalauja nemažai pastangų ir investicijų, o atsiperka po pakankamai ilgo laiko. Franšizės davėjui, įkūrus tinklą, būtina per pakankamai trumpą laiką išplėsti tinklą, tai yra pritraukti nemažai franšizės gavėjų, o tą padaryti nėra pigu ir paprasta. Dar didesnes išlaidas patiria į

franšizės tinklą priimtas franšizės gavėjas²⁴⁴. Žinoma, franšizės gavėjui ši sutartis naudinga visų pirma dėl franšizės davėjo išimtinių teisių bei praktinės patirties, kurie paprastai užtikrina didelius pardavimus bei paprastą įėjimą į rinką, taip pat ji naudinga nepatyrusiems verslo subjektams, kurie gauna apmokymus, instrukcijas ir kitus nurodymus, reikalingus jau patikrintai verslo sėkmei pasiekti. Nežiūrint į tai, franšizės gavėjas turi dirbti ne vienerius metus, kad atsipirktų investicijos ir gautų pelną iš tokios veiklos. Tuo tarpu prekių platinimas pagal distribucijos sutartį iš gamintojo nereikalauja didelių pradinių investicijų, o pelnas pasiekiamas greitai. Be to, distribucijos sutartimi galima sumažinti gamintojo kaštus tokiose srityse kaip darbuotojų kvalifikacijos kėlimas, prekių saugojimas ir sandėliavimas, prekių paskirstymas rinkai ir panašiai. Kiek kitokia situacija susiklosto prekes skirstant pagal agentavimo sutartį, kadangi, kaip jau buvo minėta, atstovaujамasis pats prisiima visą komercinę ir finansinę riziką. Atstovaujамasis gali geriau kontroliuoti prekių judėjimą ir daryti jam poveikį, taip pat pasiimti prekės kainos skirtumą, susidariusį tarp prekių pardavimo distributoriui ar franšizės gavėjui ir galutiniam vartotojui kainų. Tačiau prekių pardavimas agentavimo sutarties pagrindu tikslingas tik tuo atveju, jei, esant toms pačioms prekių pardavimo vartotojams kainoms ir tam pačiam parduotų prekių kiekiui, pardavimo kaštai bus mažesni už kainų skirtumą, kadangi, atsisakęs, pavyzdžiui, distributoriaus paslaugų, gamintojas turės pats atlikti visas arba daugumą paskirstymo funkcijų ir tai sukels ne tik papildomų rūpesčių, bet ir pareikalaus papildomų investicijų²⁴⁵. Nors tokiam prekių platinimo būdui ir nereikia didelių pradinių investicijų, tačiau atstovaujамasis nuolatos patiria atitinkamus prekių platinimo pagal agentavimo sutartį kaštus²⁴⁶.

Tam tikrus prekių paskirstymo pagal nagrinėjamas sutartis privalumus bei trūkumus atskleidžia ir skirtinga šalių atsakomybė. Pažymėtina, kad gamintojas gali būti nesuinteresuotas prekes paskirstyti agentavimo sutarties pagrindu dėl to, kad jam tektų visa atsakomybė už prekybos agento sudarytas sutartis. Nežiūrint į tai, kad Civilinis kodeksas numato atstovo pareigą apdrausti savo civilinę atsakomybę, praktikoje ši pareiga retai kada įgyvendinama. Pažymėtina, kad įstatymas leidžia prekybos agentui be atskiro atstovaujamojo sutikimo atlikti visus būtinus veiksmus, išskyrus sutarčių pakeitimą ar jų vykdymo priėmimą. Toks reglamentavimas sukelia riziką, kad atstovas viršys savo įgaliojimus. Atstovaujамasis turi teisę išreikšti nepritarimą tokiems

²⁴⁴ Jam tenka padengti steigimo išlaidas, pagal reikalavimus įrengti prekybinį plotą, sumokėti didelį stojamąjį mokestį, vėliau periodiškai mokėti atlyginimą bei kitus mokesčius franšizės davėjui.

²⁴⁵ PRANULIS, V., *et al. Marketingas*. 3-čiasis leid. Vilnius: Garnelis, 2008. p.284

²⁴⁶ Pavyzdžiui, prekių žymėjimo, logistikos, sandėliavimo, atstovo apmokymų, reklamos kampanijų, atstovavimo išlaidas ir kita.

veiksmams, tačiau tą jis gali padaryti tik nedelsiant ir aktyviais veiksmais. Kita vertus, atkreiptinas dėmesys, kad prekybos agentas turi labai mažai galimybių modifikuoti ar sugadinti prekes, o distributoriui tenka prekių žymėjimas ir jų valdymas, jis atsakingas už prekių priežiūrą, sandėliavimą bei platinimą²⁴⁷. Vis tik, lyginant distribucijos sutartį atsakomybės klausimu, ji yra palankesnė gamintojui, nors ir čia galima pastebėti neigiamą aspektą. Nors distributorius prisiima visą prekių paskirstymo riziką, tam tikrais atvejais²⁴⁸ gamintojui taikoma griežta atsakomybė už žalą, padarytą dėl netinkamos prekių kokybės. Kita vertus, įstatymas numato ir atvejus, kuomet ši atsakomybė gali būti netaikoma arba perkeliama distributoriui. Kalbant apie atsakomybės klausimą, būtų galima teigti, kad gamintojo požiūriu franšizės sutartis yra pati palankiausia. Net ir tuo atveju, kai franšizės davėjas pats gamina prekes, už parduotų prekių kokybę prieš pirkėją yra atsakingas prekės pardavėjas, tai yra franšizės gavėjas, ir tik jam nepatenkinus pirkėjo teisėtų reikalavimų, už prekės kokybę subsidiariai atsako franšizės teisių turėtojas.

Vertinant agentavimo, distribucijos ir franšizės sutarčių nutraukimo sąlygas, pažymėtina, kad palankiausia šiuo požiūriu distribucijos sutartis. Bet kuri iš šalių turi teisę nutraukti tiek terminuotą, tiek neterminuotą sutartį (pranešus prieš 3 mėnesius). Trūkumas tik tas, kad, jeigu terminuota sutartis nutraukiama dėl gamintojo kaltės, distributorius turi teisę į negautų pajamų atlyginimą, nors, kita vertus, ir gamintojas turi teisę į nuostolių atlyginimą, kai terminuota sutartis nutraukiama dėl distributoriaus kaltės. Franšizės sutarties šalims dėl įdėtų investicijų be nuostolių atlyginimo leidžiama nutraukti tik terminuotą sutartį ir prieš pakankamai ilgą terminą (ne mažiau nei 6 mėnesius). Taip pat franšizės sutarties teisiniame reglamentavime yra nemažai franšizės davėjui nenaudingų franšizės gavėjo apsaugos garantijų²⁴⁹. Vadinasi, franšizės davėjas, pasirašydamas terminuotą franšizės sutartį, gali susidurti su franšizės gavėjui naudingumu teisiniu reglamentavimu bei sudėtingu sutarties nutraukimu. Nepaisant to, gamintojui mažiausiai naudingos agentavimo sutarties nutraukimo sąlygos ir pasekmės. Nors neterminuotą sutartį leidžiama nutraukti be svarbių priežasčių išpėjus kitą šalį prieš įstatyme numatytą terminą²⁵⁰, tačiau terminuotą sutartį nutraukti leidžiama tik dėl svarbių priežasčių, tokiu atveju kaltoji šalis privalo atlyginti nuostolius. Be to, jeigu sutartis

²⁴⁷ CHRISTOU, R. *International Agency, Distribution and Licensing Agreements*. 4th ed. London: Sweet & Maxwell, 2003, p. 874.

²⁴⁸ Šie atvejai aptariami magistro darbo II skyriuje „Prekių paskirstymas pagal distribucijos sutartį“, 2.4. dalyje „Distribucijos sutarties šalių atsakomybė“, p. 44.

²⁴⁹ Pavyzdžiui, naudotojo teisė reikalauti nutraukti sutartį ir atlyginti nuostolius arba reikalauti sumažinti mokamą atlyginimą, jeigu pasikeičia naudojamas firmos vardas ar prekės ženklas, teisė tomis pačiomis sąlygomis pratęsti pasibaigusią sutartį ir kita.

²⁵⁰ Nuo 1 iki 4 mėnesių, priklausomai nuo sutarties galiojimo laikotarpio.

nutraukiama ne prekybos agento iniciatyva be pateisinamų priežasčių arba dėl atstovaujamojo kaltės, atstovaujамasis privalo sumokėti prekybos agentui kompensaciją arba atlygtini nuostolius. Ši atstovo apsaugos garantija laikytina vienu didžiausiu prekių paskirstymo pagal agentavimo sutartį trūkumu.

Pabaigoje, reikėtų aptarti ir reikalavimus nagrinėjamų sutarčių formai. Paprasčiausiai gali būti sudaryta komercinio atstovavimo sutartis. Ši sutartis, jeigu atstovaujамasis arba pats agentas nepageidauja rašytinės formos, gali būti sudaroma žodžiu, išskyrus tam tikras sąlygas, kurios galioja tik sudarytos raštu. Tiek distribucijos sutartis, tiek franšizės sutartis privalo būti sudarytos raštu (ne raštu sudarytos – negalioja). Tačiau tam, kad franšizės sutartį būtų galima panaudoti prieš trečiuosius asmenis – būtina jos registracija. Čia susiduriame su problema, kai negalime užregistruoti sutarties Lietuvoje, kai franšizės davėjas yra fizinis asmuo (verslininkas), kadangi tokie asmenys nėra registruojami juridinių asmenų registre. Taip pat trūksta teisinio aiškumo ir registruojant išimtinių teisių turėtojo pramoninės nuosavybės teisės objektų naudojimą.

Taigi, palyginus prekių paskirstymą agentavimo, distribucijos ir franšizės sutarčių pagrindu, darytina išvada, jog kiekviena iš sutarčių turi savus privalumus ir trūkumus, todėl negalima vienareikšmiškai teigti, kad vienos konkrečios sutarties kaip teisinio modelio pasirinkimas būtų tinkamiausias sprendimas gamintojui. Vis tik prekių paskirstymo sutarties pasirinkimą lemia daugelis skirtingų ekonominių bei teisinių veiksnių, taip pat ne mažiau svarbūs ir gamintojo tikslai. Skirtingiems gamintojams optimaliausiu sprendimu gali tapti skirtingos prekių paskirstymo sutartys, todėl tik atlikęs išsamią ekonominę ir teisinę analizę, prekių gamintojas išsirinks optimaliausią variantą.

IŠVADOS

1. Palyginus prekių paskirstymą agentavimo, distribucijos ir franšizės sutarčių pagrindu, negalima vienareikšmiškai išskirti vienos iš sutarčių kaip optimaliausio sprendimo gamintojui (tiekėjui). Atitinkamos sutarties kaip teisinio modelio pasirinkimą lemia daugelis aplinkybių: ekonominiai veiksniai, situacija iš verslo pusės, prekių paskirstymo poreikiai, platinamų prekių pobūdis, gamintojo vaidmuo rinkoje bei, žinoma, gamintojo tikslai. Lietuvos ir ES teisinis šių sutarčių reglamentavimas lemia pagrindinius šių sutarčių skirtumus: skirtingą komercinės ir finansinės rizikos tarp šalių pasiskirstymą, kontrolės lygį platintojui, konkurencijos teisės draudimų taikymą, platintojo motyvacijos lygį, taip pat šalių atsakomybės ir kiekvienos iš sutarčių pabaigos ypatumus.
2. Prekes paskirstyti agentavimo sutarties pagrindu gamintojui naudingiausia tuomet, kai siekiama išlaikyti ryšį su prekių pirkėjais, kontroliuoti platintojo veiklą ir prekių judėjimą bei diktuoti prekių perpardavimo sąlygas, o prekių paskirstymas distribucijos sutarties pagrindu tinkamiausias homogenišku prekių paskirstymui daugelyje prekybos vietų, kai norima atsiriboti nuo prekių platinimo veiklos. Siekiant užsitikrinti didesnę prekių su reputaciją turinčiu prekės ženklu žinomumą tam tikrose rinkose, gamintojui siūlytina rinktis platinimo franšizės sutartį.
3. Gamintojo požiūriu rizikingiausia yra agentavimo sutartis, kadangi gamintojui tenka visa ar didžiausia dalis iš sutarties kylančios komercinės ir finansinės rizikos, be to, gamintojui tenka prekių paskirstymas atstovui, sandėliavimas ir kita našta. Mažiausiai rizikinga – distribucijos sutartis, pagal kurią distributorius pats atlieka prekių paskirstymo, sandėliavimo ir kitas funkcijas bei prisiima visą prekių paskirstymo ir pardavimo riziką. Tuo tarpu franšizės sutarties pagrindu rizika yra paskirstoma tarp šalių: paprastai prekių paskirstymo franšizės gavėjams rizika tenka franšizės davėjui, tačiau franšizės gavėjas prisiima visą prekių pardavimo riziką.
4. Rizikos pasiskirstymas tarp šalių lemia galimą prekių platintojo kontrolės lygį. Didžiausią kontrolę platintojo atžvilgiu gamintojas gali vykdyti prekes skirstydamas agentavimo sutarties pagrindu. Kontrolė užtikrinama per būtinąsias prekybos agento pareigas, o svarbiausia – agentavimo sutarties šalims netaikomas Sutarties dėl ES veikimo 101(1) straipsnis, todėl gamintojas yra laisvas nustatyti prekių perpardavimo ir kitas svarbias sąlygas, įskaitant kainas. Tuo tarpu prekes skirstydamas franšizės sutarties pagrindu, gamintojas yra varžomas konkurencijos teisės ribojimų, susijusių su

prekių pirkimu ir pardavimu, jam draudžiama nustatyti prekių perpardavimo kainas, tačiau kiti ribojimai gali būti pateisinami franšizės paskirtimi, o Civilinio kodekso nuostatos, ribodamos franšizės gavėjo savarankiškumą, užtikrina netiesioginį franšizės gavėjo vykdomos prekių paskirstymo veiklos valdymą. Vis dėlto šiuo požiūriu mažiausiai galimybių gamintojui suteikia distribucijos sutartis. Nors šios sutarties teisinis reglamentavimas Civiliniame kodekse yra dispozityvus, tačiau distribucijos sutarties šalys yra ypatingai varžomos konkurencijos teisės ribojimų: gamintojui draudžiama riboti prekių pardavimą galutiniams vartotojams, suteikti absoliučią teritorinę apsaugą, nustatyti prekių perpardavimo kainas ir kitas konkurenciją ribojančias sąlygas.

5. Brangiausias prekių paskirstymas - franšizės sutarties pagrindu, kadangi yra susijęs su didelėmis tik po ilgesnio laiko atsiperkančiomis investicijomis į verslo pradžią (franšizės paketo kūrimui bei vidinės struktūros vystymui).
6. Sutarčių pabaigos teisinių sąlygų ir padarinių aspektu gamintojui mažiausiai naudinga agentavimo sutartis. Pagrindinis prekių paskirstymo agentavimo sutarties pagrindu trūkumas – nepageidaujamos gamintojo išlaidos, kai, pasibaigus sutarčiai, prekybos agentas įgyvendina teisę į kompensaciją ar nuostolių atlyginimą.
7. Labiausiai įvairiarūšė yra franšizės sutartis. Ji susijusi ne tik su prekių tiekimu, paskirstymu bei pardavimu, tačiau ir su išimtinių franšizės davėjo teisių, įskaitant licencijas, suteikimu franšizės gavėjui bei verslo formulės perdavimu, todėl tarp šalių susiklosto specifiniai, glaudžiu bendradarbiavimu paremti teisiniai santykiai. Tačiau Lietuvos teisinis franšizės verslo formato reglamentavimas turi savų ydų. Pirma, Registrų centre turėtų būti išspręstas klausimas dėl franšizės sutarties įregistravimo, kai franšizės gavėjas yra fizinis asmuo (verslininkas), kadangi šiuo metu tokios galimybės nėra, kas atima galimybę franšizės sutartį panaudoti prieš trečiuosius asmenis. Antra, nors, taikydami įstatymo analogiją, ir galime vadovautis Prekių ženklų įstatymo nuostatomis, tačiau trūksta teisinio aiškumo, registruojant franšizės sutarties sudarymo faktą Valstybiniame patentų biure, kai platinimo franšizės sutartimi yra perduodama teisė naudotis prekės ženklu. Manytina, jog Lietuvos teisinė bazė turėtų būti papildyta nuostatomis, reglamentuojančiomis franšizės sutarties įregistravimo taisykles bei franšizės gavėjo teises ir pareigas, naudojant franšizės davėjo prekės ženklą. Trečia, atsižvelgiant į tai, kad Civilinis kodeksas numato franšizės gavėjo teisę, pasibaigus sutarties terminui, sudaryti sutartį tokiomis pat sąlygomis naujam terminui bei į tai, kad franšizės sutartis įprastai galioja daug metų, siūlytina Civilinį kodeksą

papildyti teisės normomis, pagal kurias, sudarant naują sutartį, būtų leidžiama perskaičiuoti sutarties kainą ar pakeisti kitas sąlygas, jeigu, laikui bėgant, pasikeičia rinkos sąlygos. Galiausiai, autorės nuomone, Lietuvos teisiniame reglamentavime pasigendama franšizės davėjo pareigos iki sutarties pasirašymo atskleisti franšizės gavėjui sutarties sudarymui svarbiausią informaciją apie savo verslą, taip pat franšizės gavėjo teisių, jeigu jam buvo suteikta neteisinga ar tik dalis informacijos, bei franšizės davėjo atsakomybės už tokius pažeidimus.

NAUDOTOS LITERATŪROS SĄRAŠAS

Teisės norminiai aktai:

Lietuvos teisės aktai:

1. Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000-09-06, Nr. 74-2262;
2. Lietuvos Respublikos gyventojų pajamų mokesčių įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2002, Nr. 73-3085;
3. Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios, 2000, Nr. VIII-1981;
4. Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymas (su pakeitimais ir papildymais). Valstybės žinios. 1999, Nr. VIII-1099;
5. 2004 m. gruodžio 9 d. Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos nutarimas Nr. 1S-172 dėl Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos 2000 m. sausio 13 d. nutarimo nr. 1 "dėl reikalavimų ir sąlygų susitarimams, kurie dėl savo mažareikšmio poveikio nelaikomi konkurencijos įstatymo 5 straipsnio 1 ir 2 dalių pažeidimu, patvirtinimo" pakeitimo;
6. 2002 m. lapkričio 19 d. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas Nr. 1797 dėl verslo liudijimų išdavimo gyventojams taisyklių. Valstybės žinios, 2002, Nr. 112-4992.

Europos Sąjungos teisės aktai:

1. 2007 m. gruodžio 13 d. Europos Sąjungos sutarties ir Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo suvestinė redakcija. OL, 2008 C 115;
2. 2010 m. balandžio 20 d. Europos Komisijos reglamentas Nr. 330/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalųjų susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims. OL, 2010 L 102/1;
3. 1988 m. lapkričio 30 d. Europos Komisijos reglamentas Nr. 4087/88 dėl Romos sutarties 85(3) straipsnio taikymo franšizės susitarimams. OJ, 1988 L 359/46;
4. 1986 m. gruodžio 18 d. Europos Bendrijos Tarybos direktyva Nr. 86/653/EEB dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su savarankiškai dirbančiais prekybos agentais, derinimo, OJ, 1986 L 382/17.

Kiti oficialūs Europos Komisijos dokumentai:

1. 2010 m. gegužės 15 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2010/C 130/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“;
2. 27-04-2004 Commission Notice - Guidelines Nb. OJ L C 101 on the effect on trade concept contained in Articles 81 and 82 of the Treaty;
3. 2001 m. gruodžio 22 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2001/C 368/07 dėl nedidelės svarbos susitarimų, kurie nežymiai riboja konkurenciją pagal Europos bendrijos steigimo sutarties 81 straipsnio 1 dalį (de minimis);
4. 2000 m. spalio 13 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2000/C 291/01 „Vertikaliųjų apribojimų gairės“
5. 1997 m. gruodžio 09 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. OJ C 372 dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo;
6. 1996 m. liepos 23 d. Europos Komisijos pranešimas Nr. COM(96) 364 dėl direktyvos dėl valstybių narių įstatymų, susijusių su savarankiškai dirbančiais prekybos agentais, derinimo, 17 straipsnio taikymo;
7. 1962 m. gruodžio 24 d. Europos Bendrijos Komisijos pranešimas Nr. OL 139 „Dėl išimtinių prekiavimo sutarčių su prekybos agentais“.

Specialioji literatūra:

1. AMBRASIENĖ, D., *et al. Civilinė teisė. Prievolių teisė*. Lietuvos teisės universitetas, 2004;
2. BARTKUS, E. V. *Smulkaus ir vidutinio verslo vadyba*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2007;
3. BRADGATE, R.L WHITE, F. *Commercial Law*. New York: Oxford University Press, 2008;
4. BUENO DIAZ, O. *Franchising in European Contract Law*. Vol. 8. München, european law publishers GmbH, 2008;
5. CANARIS, C.-W. *Handelsrecht*. 23. Aufl. München, C. H. Beck, 2000;
6. CHALMERS, D., *et al. European Union Law*. Cambridge University Press, 2006;
7. CHAPLIN, D. Franchising: what is it? *Franchise magazine*. Spring, 1996;
8. CHRISTOU, R. *International Agency, Distribution and Licensing Agreements*. 4th ed. London: Sweet & Maxwell, 2003;
9. CRAIG, P., DE BURCA, *EU law: text, cases and materials*. 3rd ed., New York: Oxford University Press, 2003;

10. DAVIES, M., PRINCE, M. Advertising Agency Compensation, Client Evaluation and Switching Costs: An Extension of Agency Theory. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*. Spring 2010;
11. DENT, J. *Distribution Channels. Understanding and Managing Channels to Market*. London and Philadelphia, 2008;
12. FAULL&NIKPAY. *The EC law of competition*. Oxford, 1999;
13. FOLSOM, R.H. *European Community Business Law. Aguide to Law and Practice*. Handbook. St. Paul. Minn, West Publishing Co, 1994;
14. GOYDER, J. *EU Distribution Law*. Fourth Edition. Oxford and Portland, Oregon, 2005;
15. HESSELINK, M., et al. *Principles of European Law. Commercial Agency, Franchise and Distribution Contracts (PEL CAFDC)*. v.4 (European Civil Code Series). OUP Oxford, 2006;
16. HOY, F., STANWORTH, J. *Franchising: an international perspective*. London: Roytledge Taylor&Francis Group, 2003;
17. ILLETCHKO, K. *Franšizė*. London: Hodder Education, vert. VŠĮ Conto litera, 2006;
18. JONES A., SUFRIN B. *EC Competition Law: Text, Cases & Materials*. Oxford, 2004;
19. LIANOS, I. Commercial Agency Agreements, Vertical restraints, and the limits of article 81(1) EC: between hierarchies and networks. *Journal of Competition Law and Economics*, 27 August 2007, 3(4), 625–672;
20. MARKAUSKAS, L., BARTULEVIČIŪTĖ, E., Advokatų kontora „Soloveičikas, Markauskas ir Aviža“. Komercinio atstovavimo sutartis In *Sutarčių žinynas*. UAB „Verslo žinios“, 2006;
21. MENDELSON, M. *Franchising law*. Richmond, Richmond Law & Tax, 2004;
22. MIKELĖNAS, V., et al. in *Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras. Antroji knyga. Asmenys*. Vilnius: Justitia, 2002;
23. MIKELĖNAS, V. in *Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras. Šeštoji knyga. Prievolių teisė (I)*. Vilnius: Justitia, 2003;
24. MIZARAS, V. *Civilinė teisė*. Bendroji dalis: vadovėlis (moksl. red. Vytautas Mizaras). Vilnius: Justitia, 2009;
25. NARUŠEVIČIUS, S. *Franšizė ir jos plėtros galimybės Lietuvoje*. 2-osios studentų mokslinės konferencijos medžiaga. Kaunas: Technologija, 2004;

26. Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). *Competition Policy and Vertical Restraints: Franchising Agreements*, Paperback, 10 Jan 1994;
27. PILIPAITĖ, R. Teisinio modelio pasirinkimas pradedant tiekti prekes į užsienio rinkas. *Verslo žinios*, Mano verslas, 2006 11 03, p.15;
28. PRANULIS, *et al.* *Marketingas*. 3-čiasis leid. Vilnius: Garnelis, 2008;
29. RAMANAUSKAS. G., KRUKONYTĖ, V. Franšizės naudotojo teisių gynimo problemos Lietuvoje: apsauga nuo neteisėto žymens ar prekių ženklo naudojimo. *Juristas*. UAB „Pačiolis“, 2010 10 (85), 11-15;
30. ŠVIRINAS, D. *Vertikaliųjų susitarimų reglamentavimas konkurencijos teisėje*. Monografija. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, 2004;
31. ŠVIRINAS, D. Civilinės teisės ir konkurencijos teisės normų sąveika. *Jurisprudencija*, 2002, t.28(20), 42-51;
32. ŠVIRINAS, D. Rekomenduojamų perpardavimo kainų taikymo vertinimo pagal Europos bendrijos sutarties 81 straipsnį ypatumai. *Socialinių mokslų studijos: mokslo darbai*. Mykolo Romerio universiteto Leidybos centras, 2010, Nr. 1(5), 219-236;
33. WHISH, R. *Competition Law*. 6ed., New York: Online Resource Centre, 2009;
34. ŽILINSKAS, S.; MALKIN, I.; KRIUKAS, J. Lietuvos verslo darbdavių konfederacija. *Franšizės žinynas*. Vilnius: UAB „PRIME PARTNER“, 2008.

Praktinė medžiaga:

Teismų sprendimai:

1. Europos Teisingumo Teismo 2010 m. spalio 28 d. sprendimas byloje C-203/09, *Volvo Car Germany GmbH v Autohof Weidensdorf GmbH (2010)*, C 346/22;
2. Europos Teisingumo Teismo 2009 m. kovo 26 d. sprendimas byloje C-348/07, *Turgay Semen v Deutsche Tamoil GmbH (2009)*, C-348/07;
3. Europos Teisingumo Teismo 2005 m. rugsėjo mėn. 15 d. sprendimas byloje T-325/01, *DaimlerChrysler AG v Komisija (2005)*, ECR 2005, II-03319;
4. Europos Teisingumo Teismo sprendimas byloje C-180/98, *Pavel Pavlov and Others v Stichting Pensioenfonds Medische Specialisten (2001)*, 4 CMLR 30;
5. Europos Teisingumo Teismo 1999 m. gegužės 19 d. sprendimas byloje T-175/95, *BASF Coating AG v Commission (2000)*, 4 CMLR 33;
6. Europos Teisingumo Teismo 1995 m. spalio 24 d. sprendimas byloje C-266/93, *Bundeskartellamt v Volkswagen AG v VAG Leasing GmbH, (1995) ERC I-3477, (1996) 4 CMLR 505;*

7. Europos Teisingumo Teismo 1990 m. sausio 11 d. sprendimas byloje 227/87, *Sandoz Prodotto Farmaceutici SpA v Commission* (1990), 4 CMLR 242;
8. Europos Teisingumo Teismo 1988 m. gruodžio 06 d. sprendimas byloje OJ L78/34, *Konica* (1988), 4 CMLR 848;
9. Europos Teisingumo Teismo 1987 m. spalio 01 d. sprendimas byloje 311/85, *ASBL Vereniging van Vlaamse Resbureaus v ASBL Sociale Dienst* (1987) ECR 3801, (1989) 4 CMLR 213;
10. Europos Teisingumo Teismo 1986 m. spalio 22 d. sprendimas byloje 76/84, *Metro-SB-Grossmarkte GmbH v Commission (No.2)* (1986), ERC 3021;
11. Europos Teisingumo Teismo 1986 m. sausio 28 d. sprendimas byloje 161/84, *Pronuptia de Paris GmbH v Pronuptia de Paris Irmgard Schilligallis* (1986), ERC 353, (1986), 1 CMLR 414;
12. Europos Teisingumo Teismo 1985 m. gruodžio 10 d. sprendimas byloje Nr. 31/85, *ETA Fabriques d'Ebauches v DK Investments SA* (1985), ERC 3933, (1986), 2 CMLR 674;
13. Europos Teisingumo Teismo 1985 m. liepos 3 d. sprendimas byloje 234/83, *SA Binon & Cie v SA Agence et Messageries de la Presse* (1985), ERC 2015, 3 CMLR 800;
14. Europos Teisingumo Teismo 1983 m. spalio 25 d. sprendimas byloje 107/82, *AEG Telefunken v Commission* (1983), 3151, (1984), 3 CMLR 325;
15. Europos Teisingumo Teismo 1982 m. gegužės 07 d. sprendimas byloje 86/82 R, *Hasselblad v Commission* (1982), OJ L161/18, (1982) 2 CMLR 233;
16. Europos Teisingumo Teismo 1980 m. gruodžio 11 d. sprendimas byloje 31/80, *L'Oreal NV and L'Oreal SA v De Nieuwe AMCK Puba* (1980), ERC 3775, (1981), 2 CMLR 235;
17. Europos Teisingumo Teismo 1980 m. liepos 10 d. sprendimas byloje C-99/79, *SA Lancome and Cosparfrance Nederland BV v Etos BV Albert Heyn Supermart BV* (1980), ERC-2511;
18. Europos Teisingumo Teismo 1977 m. spalio 25 d. sprendimas byloje 26/76, *Metro-SB-Grossmarkte GmbH v Commission* (1977), ERC 1875, (1978), 2CMLR 1;
19. Europos Teisingumo Teismo 1975 m. gruodžio 16 d. sprendimas byloje 40/73, *Coöperatieve Vereniging "Suiker Unie" UA and others v Commission of the European Communities* (1975), ECR 01663;

20. Europos Teisingumo Teismo 1966 m. birželio 30 d. sprendimas byloje 56/65, *Societe La Technique Minerie (SMT) v Maschinenbau Ulm GmbH* (1966), ERC 235;
21. Europos Teisingumo Teismo 1966 m. liepos 13 d. sprendimas byloje 56/64, 58/64, *Conset and Grundig v Commission* (1966), ECR 299;
22. Pirmosios instancijos teismo (ketvirtoji kolegija) 2000 m. liepos 06 d. sprendimas byloje T-62/98, *Volkswagen AG v Commission* (2000), 5 CNLR 85;
23. Pirmos instancijos teismo 1996 m. gruodžio 12 d. sprendimas byloje T-19/92, *Groupement d'Achat Edouard Leclerc v Commission* (1994), ERC II-441, (1997), 4 CMLR 99.
24. Pirmosios instancijos teismo (pirmoji kolegija) 1994 m. liepos 14 d. sprendimas byloje T-77/92, *Parker Pen v Commission* (1994), ECR II-559;
25. Pirmosios instancijos teismo (antroji kolegija) 1994 m. liepos 7 d. sprendimas byloje Nr. T-38&43/92, *Dunlop Slazenger v Commission* (1994), ERC II-441, (1993), 5 CMLR 352.
26. Lietuvos Apeliacinio teismo Civilinių bylų skyriaus 2008 m. vasario 12 d. nutartis c. b. *R.P. v UAB „Bonapriksas“*, Nr. 2A-127/2008.

Komisijos sprendimai:

1. Europos Komisijos 2001 m. spalio 10 d. sprendimas byloje 2002/758/EB, *Mercedes Benz v Commission*, OJ L 257/1;
2. Europos Komisijos 1998 m. lapkričio 30 d. sprendimas byloje 88/86/EEC, *Fisher Price*, OJ 1988 L49/19;
3. Europos Komisijos 1992 m. liepos 24 d. sprendimas byloje 92/428/EEC, *Parfums Givenchy* (1992), OJ 1992 L 236;
4. Europos Komisijos 1986 m. gruodžio 17 d. sprendimas byloje 87/17/EEC, *Pronuptia* (1987), OJ L 13/39;
5. Europos Komisijos 1986 m. gruodžio 17 d. sprendimas byloje 87/14/EEC, *Yves Rocher* (1987), OJ L 8/49;
6. Europos Komisijos 1987 m. liepos 13 d. sprendimas byloje 87/407/EEC, *Computerland* (1987), OJ L 222/12;
7. Europos Komisijos 1985 m. gruodžio 16 d. sprendimas byloje 85/616/EEC, *Villeroy & Bosch* (1985), OJ L376/15, (1998), 4 CMLR 461;
8. Europos Komisijos 1984 m. balandžio 18 d. sprendimas byloje 84/233/EEC, *IBM Personal Computer v Commission* (1984), 2 CMLR 342;

9. Europos Komisijos 1983 m. gruodžio 05 d. sprendimas byloje 83/610/EEC, *Murat v Commission* (1983), OJ L348/20;
10. Europos Komisijos 1983 m. liepos 11 d. sprendimas byloje 83/400/EEC, *Windsurfing International*, OL 1983 L 229/1;
11. Europos Komisijos 1982 m. lapkričio 27 d. sprendimas byloje 82/860/EEC, *Cafeteros de Colombia*, OL 1982 L 360/31;
12. Europos Komisijos 1978 m. liepos 20 d. sprendimas byloje 78/670/EEC, *GB-Inno-BM/Fedebat*, OL 1978 L 224/29.

Travaux préparatoires:

1. UNIDROIT. *Model franchise disclosure law*. Rome, September 2002 [interaktyvus] [žiūrėta 2011 m. kovo 10 d.] Prieiga per Internetą: <<http://www.unidroit.org/english/modellaws/2002franchise/2002modellawe.pdf>>;
2. Lietuvos franšizės centras - Franšizės davėjai. [interaktyvus] [žiūrėta 2011 m. kovo 20 d.] Prieiga per Internetą: <<http://www.fransizescentras.lt/user/davejas/11/>>.

SANTRAUKA

Magistro darbe „Prekių paskirstymo agentavimo, distribucijos bei franšizės sutarčių pagrindu palyginimas: privalumai ir trūkumai“ analizuojami ir lyginami trijų sutarčių teisinio reguliavimo ypatumai, privalumai ir trūkumai, galintys lemti gamintojo (tiekėjo) sprendimą dėl atitinkamos prekių paskirstymo sutarties pasirinkimo.

Siekiant visapusiškai atskleisti nagrinėjamų sutarčių privalumus ir trūkumus, pirmosiose trijose darbo dalyse yra išaiškinami agentavimo, distribucijos ir franšizės sutarčių požymiai, leidžiantys identifikuoti kiekvienos iš sutarčių esminius skirtumus, analizuojamas skirtingas rizikos pasiskirstymas tarp šalių, sutarčių rūšys ir jų pasirinkimo padariniai, aptariami sutartyse leidžiami ribojimai bei, remiantis Komisijos ir ET Teismo praktika, pateikiamas kiekvienos iš sutarčių vertinimas ES konkurencijos teisėje. Taip pat nagrinėjamas sutarčių teisinis reguliavimas Lietuvoje, siekiant įvertinti tuos šalių teisių, pareigų, atsakomybės bei sutarčių pabaigos teisinio reguliavimo ypatumus, kurie leidžia įvardinti prekių paskirstymo pagal agentavimo, distribucijos ir franšizės sutartis teigiamus ir neigiamus aspektus.

Išanalizavus prekių paskirstymo pagal kiekvieną iš sutarčių privalumus bei trūkumus, ketvirtoje darbo dalyje yra lyginamas prekių paskirstymas pagal nagrinėjamas sutartis. Pagrindinis dėmesys skiriamas sutarčių lyginimui pagal gamintojo tikslus ir platinamų prekių pobūdį, šalių vaidmenį, komercinės ir finansinės rizikos tarp šalių pasiskirstymą, kontrolės lygį platintojui, konkurencijos teisės draudimų taikymą, platintojo motyvacijos parduoti kuo daugiau prekių bei nepažeisti gamintojo interesų lygį, atsakomybės ypatumus, nagrinėjamų sutarčių formą bei nutraukimo sąlygas, taip pat sutartis lyginamos pagal atlyginimo mokėjimo ir investicijų klausimus. Būtent šie prekių paskirstymo pagal agentavimo, distribucijos ir franšizės sutartis lyginimo aspektai, yra esminiai, gamintojui sprendžiant, koku būdu vykdyti prekių paskirstymo veiklą.

SUMMARY

The master thesis “Comparison of Goods Distribution on Basis of Agency, Distribution and Franchise Agreements: Advantages and Disadvantages” presents analysis and comparison of three agreements’ legal regulation peculiarities, advantages and disadvantages that may determine manufacturer’s (supplier’s) decision on choosing respective goods distribution agreement.

In the first three parts of this final work there are explicated features of agency, distribution and franchise agreements’ in order to reveal advantages and disadvantages of scrutinized agreements thoroughly. These features allow to identify each agreement’s fundamental differences. There are also analyzed different risk allocation between parties, types of agreements and consequences of their allocation, discussed restrictions that are permissible in agreements, presented assessment of each agreement in EU competition law, referring to European Commission and practice of European Court of Justice, in this work. In order to evaluate those peculiarities of parties’ rights, duties, responsibilities and agreements’ termination juridical regulation that allow to indicate positive and negative aspects of goods distribution according agency, distribution and franchise agreements, in the final work there is approached agreements’ legal regulation in Lithuania.

After analysis of advantages and disadvantages of goods distribution according each agreement is being made there is given comparison of good distribution according studied agreements in the forth part of this work. The main consideration is allocated on comparison of agreements according manufacturer’s targets and characters of distributed goods, parties’ role, allocation of commercial and financial risks between parties, control level for distributor, application of competition law restrictions, distributor’s motivation to sell as more as possible goods and not to violate manufacturer’s interest level, peculiarities of responsibility, the form and termination conditions of analyzed agreements. Mentioned agreements are also compared according payment and investments questions. These aspects of goods distribution according agency, distribution and franchise agreements are mainly essential for the manufacturer during decision making process when he considers what practices of goods distribution to execute.