

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETO
TEISĖS FAKULTETO
VERSLO TEISĖS KATEDRA

Viktorija Macevičiūtė
Verslo teisės iššęstinių studijų programa

INTERNETINĖS PREKYBOS TEISINIS REGULIAVIMAS

Magistro baigiamasis darbas

Darbo vadovė: Doc. dr. Lina Novikovienė

Vilnius, 2009

Anotacija

Darbe analizuojamas internetinės prekybos teisinis reguliavimas, daugiausia dėmesio skiriant vartotojų teisių apsaugai šios komercinės veiklos eigoje. Analizės metu identifikuojamos pagrindinės internetinės prekybos procese kylančios problemos tiek teisinio reglamentavimo srityje, tiek praktikoje. Atsižvelgiant į teisės aktų ir institucijų patirties šioje srityje analizę, formuluojami nustatytų problemų sprendimo būdai.

Raktiniai žodžiai: internetinė prekyba; vartotojų teisių apsauga elektroninėje erdvėje; internetinės prekybos teisinis reglamentavimas; vartotojų teisių apsaugą internetinėje prekyboje užtikrinančios institucijos.

Annotation

This master thesis deals with legal regulation of online shopping, mostly concentrating on the consumer protection during the process of this commercial transaction. During analysis the main problems in the legal framework and practice of online shopping are identified. According to legislation and experience of institutions that are dealing with customer protection online, the solutions to the problems are formulated.

Key words: online shopping, consumer protection in the digital environment, legal framework of online shopping, institutions aiming at securing customer rights while shopping online.

TURINYS

IVADAS	5
1. INTERNETINĖ PREKYBA – NAUJA KOMERCIJOS FORMA ŠIUOLAIKINIAME PASAULYJE	9
1.1. Internetinės prekybos raidos tendencijos bei perspektyvos.....	9
1.2. Samprata ir charakteristika. Atribojimas nuo tradicinės prekybos.....	12
1.3. Internetinė prekybos, elektroninės prekybos bei elektroninės komercijos santykis.....	14
1.4. Lėtą tarptautinės internetinės prekybos augimą sąlygojančios priežastys.....	16
2. INTERNETINĖS PREKYBOS TEISINIS REGLAMENTAVIMAS TARPTAUTINIU, EUROPOS SAJUNGOS BEI NACIONALINIŲ LYGMENIU	19
2.1. Tarptautinių organizacijų indėlis į internetinės prekybos reguliavimą.....	20
2.2. Internetinės prekybos reglamentavimas Europos Sąjungoje.....	22
2.2.1. <i>Nuotolinės prekybos direktyva</i>	22
2.2.2. <i>Elektroninės komercijos direktyva</i>	25
2.2.3. <i>Duomenų apsaugos direktyva</i>	29
2.2.4. <i>Direktyva dėl nesąžiningų sąlygų sutartyse su vartotojais</i>	30
2.2.5. <i>Direktyva dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje</i>	32
2.2.6. <i>Vartotojų teisių direktyvos projektas</i>	33
2.3. Internetinėms pirkimo – pardavimo sutartims taikytina teisė ir jurisdikcija.....	35
2.3.1. <i>Taikomos teisės nustatymas</i>	35
2.3.2. <i>Jurisdikcijos taisyklės</i>	37
2.4. Internetinės prekybos reglamentavimas Lietuvos teisėje.....	38

3. VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS INTERNETINĖJE PREKYBOJE ĮGYVENDINIMO PRAKTINIAI ASPEKTAI.....	41
3.1. Vartotojų teisių apsauga elektroninėje erdvėje – vienas aktualiausių šiandienos klausimų.....	41
3.2. Vartotojų teisių apsaugą užtikrinanti institucinė sistema.....	42
3.2.1. <i>Europos vartotojų centras</i>	43
3.2.2. <i>ICPEN indėlis į vartotojų teisių apsaugą</i>	47
3.2.3. <i>Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba</i>	49
3.3. Pagrindinės problemos su kuriomis susiduria vartotojai apsipirkdami internetu.....	51
3.4. Vartotojų švietimas ir prevencinės priemonės.....	55
IŠVADOS IR PASIŪLYMAI.....	58
SANTRAUKA/SUMMARY.....	61
LITERATŪROS SĄRAŠAS.....	63
PRIEDAI.....	68

IVADAS

Temos aktualumas.

Atsiradęs pasaulinio interneto tinklas tapo iššūkiu tradicinei prekybai, kadangi daugelį jos sričių tapo įmanoma perkelti į elektroninę erdvę. Ekonominiam vystimuisi tai atvėrė plačias galimybes: pasikeitė laiko ir atstumo tradicinės sampratos, atsirado realus pagrindas kaštų mažinimui. To pasekmėje, pirkimo-pardavimo sandoriai internetu tapo kasdieniu reiškiniu. Deja, nauja prekybos erdvė sukėlė daugybę teisinių problemų, kurioms išspręsti nebepakako esamų teisės normų, kilo teisinio reglamentavimo, įtvirtinančio šį naują reiškinį, būtinybė.

Internetinė prekyba yra ypatinga sritis, - ji apima kokybiškai naujų santykių reguliavimą. Nors daugumą aspektų galima reglamentuoti tradicinei prekybai taikomomis teisės normomis, internetinės prekybos pobūdis bei globalumas lemia papildomo reglamentavimo poreikį. Tinkamas internetinės prekybos reguliavimas ypatingai svarbus vartotojų, kaip silpnesnės santykių šalies, teisių apsaugos aspektu. Teisinė bazė šioje srityje vis dar tobulinama. Taip pat nei teisės aktuose nei mokslinėje literatūroje nėra tiksliai apibrėžta ir įtvirtinta internetinės prekybos sąvoka bei kriterijai, kuriais ji turėtų būti atribojama nuo elektroninės komercijos.

Būtina išskirti pagrindines internetinės prekybos reglamentavimo problemas tarptautiniu, Europos Sąjungos ir Lietuvos lygmeniu, jas įvertinti bei pateikti galimus sprendimo variantus, o kartu iširti praktinius internetinės prekybos veikimo aspektus, kurie parodytų galimą atotrūkį tarp teisinio reglamentavimo ir tikrovės.

Darbo problema.

Didėjant vartotojų pasitikėjimui elektronine bankininkyste bei kitomis elektroninės komercijos sritimis, internetinės prekybos augimo mastai bei pasitikėjimas ja auga labai nežymiai. Europos Parlamento duomenimis, Europoje internetinė prekyba pritraukia 32 proc. vartotojų¹. Lietuvoje šis rodiklis ženkliai žemesnis – 6 proc.² Visgi didžiausią problemą kelia vartotojų vangumas pirkti prekes už nacionalinių valstybės sienų ribų. Nors internetinės prekybos mastas atskirose Europos šalyse augo, tarptautinės prekybos mastas nekito. Šiuo metu iš kitų šalių įmonių prekes ar paslaugas internetu perka tik 7 proc. vartotojų. Kaip viena pagrindinių priežasčių yra įvardijama pirkėjų pasitikėjimo stoka, kuri, kaip ką tik atskleidė Europos Komisijos atlikto tyrimo rezultatai, turi pagrindą. Paaikškėjo, jog dauguma interneto

¹ Commission Staff Working Document. Report on Cross-Border E-commerce in the EU. Brussels, February 2009;

² EUROSTAT. Information society statistics. 2009;

[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/;](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/)

parduotuvių vartotojams pateikia klaidinančią ar nepilną informaciją.³ Kitas tyrimas parodė, jog daugiau nei pusė internetine prekyba užsiimančių pardavėjų atsisako parduoti į kitas užsienio šalis.⁴

Darbe keliama **hipotezė**, jog dėl šiuo metu veikiančio internetinės prekybos teisinio reguliavimo spragų lieka neišnaudotos internetinės prekybos galimybės ir dėl to nukenčia vartotojai.

Tyrimo objektas.

Šiame darbe analizuojamas teisinis internetinės prekybos reguliavimo mechanizmas. Internetinė prekyba, iš vienos pusės, yra institutas, esantis informatikos ir informacinių technologijų teisės mokslų sandūroje, iš kitos pusės – tai institutas apimantis civilinės bei komercinės teisės normas. Be to, globalus internetinės prekybos pobūdis lemia tai, jog analizuojant internetinės prekybos teisinį reguliavimą didesnę dėmesį tenka skirti būtent tarptautinei bei Europos Sąjungos teisei.

Tyrimo tikslas ir uždaviniai.

Magistro baigiamojo **darbo tikslas** – identifikuoti pagrindines internetinės prekybos teisinio reguliavimo ir iš jo kylančias praktines problemas bei pateikti pasiūlymus dėl jų sprendimo.

Pagrindiniai darbo uždaviniai:

- Apžvelgti internetinės prekybos raidos tendencijas, didėjančio populiarumo priežastis bei įvardinti pagrindines kliūtis tarptautinei prekybai internetu;
- Apibrėžti internetinės prekybos sąvoką ir nurodyti jos skirtumus nuo elektroninės prekybos bei elektroninės komercijos, siekiant išvengti tolesnės sąvokų painiavos teisės aktuose bei kituose šaltiniuose.
- Išanalizuoti internetinę prekybą reglamentuojančius tarptautinius, Europos Sąjungos bei Lietuvos teisės aktus;
- Apibendrinus tarptautinio ir nacionalinio teisinio reguliavimo patirtį bei raidos tendencijas, nustatyti teisinio reguliavimo internetinės prekybos srityje trūkumus ir suformuluoti rekomendacijas, padėsiančias tobulinti esamą teisinę bazę.

³ European online shopping sites cheat customers. E-commerce journal. September 9, 2009. http://www.ecommerce-journal.com/news/18016_european_online_shopping_sites_cheat_customers?drgn=1;

⁴ Dismantling Barriers to Cross-border Online Shopping. MEMO/09/457. Brussels, 22 October 2009. http://ec.europa.eu/consumers/strategy/docs/m09_475%20en.pdf;

Tyrimo metodai:

- *Dokumentų turinio analizės metodas* padėjo įvertinti, kiek internetinės prekybos teisinis reguliavimas Lietuvoje, Europos Sąjungoje bei tarptautinėje teisėje atitinka šio meto poreikius.
- *Apibendrinimo metodas* padėjo pažvelgti į problemą visapusiškai, suformuluoti pasiūlymus, kaip gali būti sprendžiamos praktinės vartotojų apsaugos problemos, bei suformuluoti darbo išvadas.
- *Ekspertų interviu metodo* pagalba apklausti vienos vartotojų teisių apsaugą internetinėje prekyboje užtikrinančios institucijos specialistai. Atliktas interviu padėjo identifikuoti praktines internetinės prekybos įgyvendinimo problemas bei išsiaiškinti, kaip jos galėtų būti sprendžiamos.

Darbo struktūra.

Darbą sudaro 3 dalys. Analizuojant medžiagą stengiamasi gilintis ne tik į teorinio pobūdžio, bet ir į praktines problemas.

Pirmame darbo skyriuje nagrinėjamos internetinės prekybos raidos tendencijos, populiarumo priežastys, įvardijami pagrindiniai trukdžiai tarptautinės prekybos internetu plėtotei. Taip pat atskleidžiama internetinės prekybos samprata, jai būdingi bruožai. Siekiant išvengti sąvokų bei teisinių santykių painiavos, įvardijami skirtumai nuo tradicinės prekybos, elektroninės prekybos bei elektroninės komercijos.

Antrame skyriuje analizuojamas teisinis internetinės prekybos reglamentavimas tarptautinėje, Europos Sąjungos bei nacionalinėje teisėje. Nagrinėjamos pagrindinės vartotojų teisių apsaugą įtvirtinančios teisės normos, jų reikšmė bei taisytinios spragos.

Trečiame skyriuje analizuojama kaip veikia internetinės prekybos reguliavimas praktikoje. Nagrinėjama pagrindinių vartotojų teisių apsaugą užtikrinančių institucijų veikla. Taip pat atskleidžiamos praktinės problemos, su kuriomis susiduria vartotojai apsipirkdami internetu, pateikiamos rekomendacijos padedančios minėtų problemų išvengti.

Galiausiai išvadose ir pasiūlymuose suformuluojamos pagrindinės darbo išvados bei pateikiami siūlymai kaip būtų galima pagerinti esamą internetinės prekybos teisinį reguliavimą, išspręsti pagrindines kylančias problemas.

Pagrindinių sąvokų interpretacija

Internetinė prekyba - mažmeninė prekyba prekėmis ir paslaugomis, kai sandoriai sudaromi ir/arba vykdomi atvirame interneto tinkle.

Elektroninė prekyba – mažmeninė prekyba prekėmis ir paslaugomis, kai sandoriai sudaromi ir/arba vykdomi elektroninėmis priemonėmis⁵.

Elektroninė komercija apima visas finansines ir komercines transakcijas, kurios yra atliekamos elektroninėmis priemonėmis, elektroniniu būdu.

⁵ Ne tik internetu, bet ir kitomis nuotolinio ryšio priemonėmis, pvz., faksu, telefonu.

1. INTERNETINĖ PREKYBA – NAUJA KOMERCIJOS FORMA ŠIUOLAIKINIAME PASAULYJE

1.1. Internetinės prekybos raidos tendencijos bei perspektyvos

Internetas iš pagrindų pakeitė pasaulį. Gal ne be reikalo Bill Gates savo knygoje *The road ahead* (*liet.* Kelias priešais) pasakė, jog internetas nuneš visuomenę į naują aplinką, kurioje bus mažai nesutarimų, mažai išaukštinto kapitalizmo ir kurioje bus visiems prieinama reikalinga rinkos informacija, o sandorių išlaidos - minimalios.⁶ Tai, be abejo, ir yra pagrindinis faktorius verčiantis tradicinę prekybą pakeisti į prekybą kibernetinėje erdvėje.⁷

Kadangi internetas tapo bene labiausiai paplitusia informacijos perdavimo ir komunikavimo priemone, dabar čia gali būti sėkmingai kultivuojamos įvairios komercinės veiklos rūšys. Viena jų – prekyba internetu, kurios reguliavimą ir analizuojame šiame darbe.

Tam kad suprastume kaip veikia prekyba internetu, pirmiausia turime suvokti kaip veikia pats interneto tinklas. Internetas paprastai suprantamas kaip tarptautinis (visuotinis arba pasaulinis) kompiuterių tinklas, kai atskiri vienas nuo kito nutolę kompiuteriai yra jungiami į vietinius tinklus, o pastarieji įvairiomis ryšio priemonėmis jungiami tarpusavyje.⁸

Teigiama, jog internetas, ankščiau buvęs prieinamas tik JAV karinėms struktūroms, mokslo ir aukštosioms švietimo įstaigoms, tik praeito šimtmečio paskutiniais metais sulaukė savo klestėjimo laikų. Elektroninių duomenų mainų principai jau keletą dešimtmečių naudojami stambiame versle brangiame ir ypač sudėtingose elektroninėse sistemose. Bet tik pastaraisiais metais elektroninė veikla, atsižvelgiant į interneto augimo tempus įsiliejo į smulkiųjų bei vidutinių pramonės, prekybos ir paslaugų įmonių bei fizinių asmenų gyvenimą.⁹

Internetui tapus neatsiejama šiuolaikinio pasaulio dalimi, juo neišvengiamai pradėta naudotis ir prekyboje. Pažymėtina, jog internetinė prekyba netgi tapo antru pagal vartotojų skaičių mažmeninės prekybos kanalu Europoje. Daugiau nei pusė visų mažmeninių pirkimų (51 proc.) 2008m. buvo atlikta internetu. Populiaresnė buvo tik tradicinė prekyba, kuria pasinaudojo 79 proc. vartotojų. Prekyba internetu yra plačiau naudojama nei užsakymai paštu (30 proc.), pardavimai kai prekės siūlomos ir parduodamos atvykus pas klientą į namus (21 proc.) ar

⁶ Gates B. *The Road Ahead: Completely Revised and Up-to-Date*. Publisher by Penguin Group. 2006;

⁷ Sparrow P.A. *The Law of Internet & Mobile Communications. The EU and US Contrasted*. Publishing Limited. 2004;

⁸ Informacinės visuomenės plėtros komiteto interneto svetainė. http://www.ivpk.lt/msis/Default.aspx-lsn_page_view=72_1.htm;

⁹ Sodžiūtė L, Sūdžius V. *Elektroninis verslas: pardavimas ir finansinės priemonės*. Vilniaus Gedimino technikos universitetas. Kronta. 2006;

telefoniniai pardavimai (17 proc.). Atkreiptinas dėmesys, jog šie skaičiai atspindi tik vartotojų besinaudojančių tam tikru prekybos kanalus skaičių, nepriklausomai nuo to, kiek dažnai jie tai daro.¹⁰

Stebėtinas ir greitis, kuriuo auga mažmeninė prekyba internetu lyginant su kitais pardavimo kanalais. Vien nuo 2002 iki 2003m. internetinė prekybą Europoje paaugo 45 proc., o kiekvienais sekančiais metais augdavo vidutiniškai po 25 proc. Toks prekybos augimo tempo sąlyginis sulėtėjimas sietinas su tuo, jog prekyba internetu prasidėjo nuo labai žemų pardavimo procentų. Visais atvejais, internetinės prekybos augimo tempai ženkliai viršija prekybos augimą kitais prekybos šaltiniais. Tradicinės prekybos augimas pastaraisiais metais išliko gana stabilus – žemiau proc.¹¹

Komisijos darbo grupės ataskaitoje, paskelbtoje 2009 metų pradžioje, pateikiama išsami internetinės prekybos visoje Europos Sąjungoje (ES) tendencijų analizė – pagal šalis, dažniausius pirkinius ir kliūtis, kurių kyla vartotojams ir prekyba internetu užsiimančioms įmonėms. ES vartotojų 2006 – 2008 m. internetu nusipirkusių bent vieną prekę, padaugėjo nuo 27 proc. iki 32 proc. Toks vidurkis tiksliai neparodo didžiulio pirkimo internetu populiarumo Jungtinėje Karalystėje, Prancūzijoje ir Vokietijoje, kur per pastaruosius metus internetu pirko daugiau nei 50 proc. šių šalių interneto naudotojų. Šiaurinėse Europos šalyse (Danijoje, Švedijoje, Norvegijoje, Suomijoje ir Islandijoje) 2008 m. prekes ir paslaugas internetu pirko 51 proc. interneto vartotojų.¹² Sparčiai auga Italijos ir Ispanijos rinkos. Lietuvoje, deja, prekyba internetu vis dar nėra labai populiarė. 2008 m. ją pasinaudojo tik 6 proc. vartotojų. Taigi, Lietuva internetinės prekybos rinkos mastais užima trečią vietą nuo galo tarp Europos Sąjungos šalių (Rumunija – 4 proc., Bulgarija – 3 proc.).¹³ (žr. *Diagramą 1*)

¹⁰ Flash Eurobarometer 224, Cross-border sales and consumer protection. 2008;

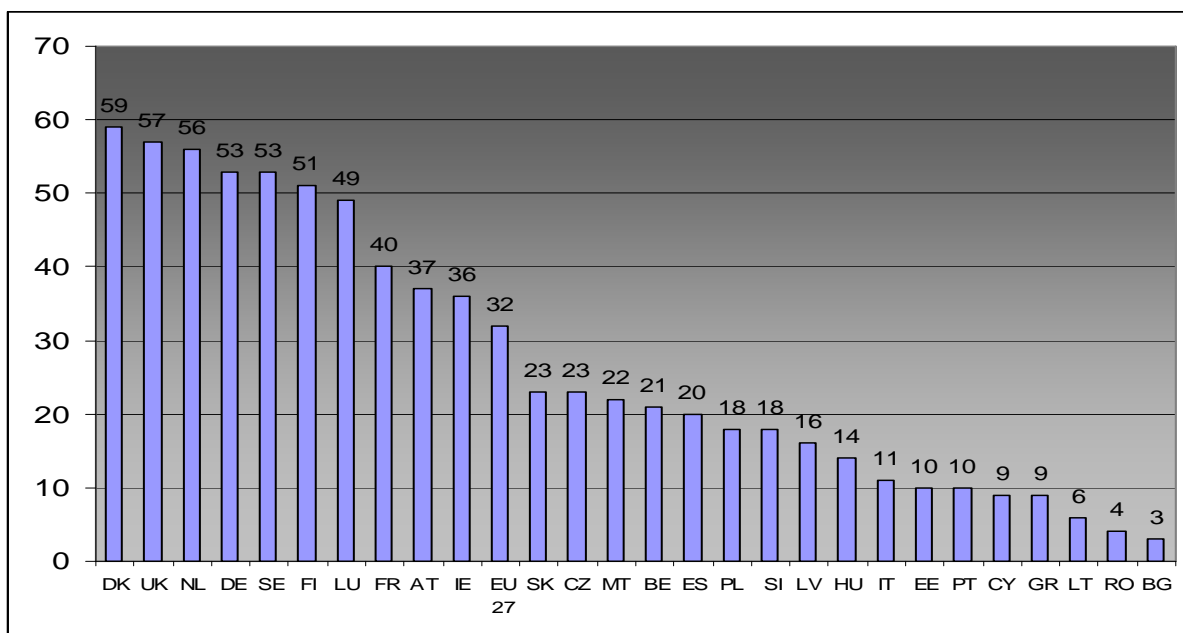
¹¹ Commission Staff Working Document. Report on Cross-Border E-commerce in the EU. Brussels, February 2009;

¹² Šiaurės šalių elektroninės prekybos indeksas, 2008;

¹³ EUROSTAT. Information society statistics. 2009;

[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/;](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/)

Diagrama 1. Fiziniai asmenys (proc.) ES šalyse internetu įsigiję prekes ar paslaugas 2008 metais.¹⁴



Svarbu pabrėžti, jog nors nacionalinės rinkos auga pakankamai greitai, tarptautinės prekybos internetu galimybės lieka neišnaudotos. Naujausias Europos Komisijos raportas „Kliūtytys elektroninei komercijai“ parodo, jog nors pirkimas internetu Europoje vis populiarėja, tarptautinės prekybos kliūtytys labai stabdo jos tolesnį vystimąsi.

Nors 2006 – 2008 m. ES internetu perkančių vartotojų padaugėjo nuo 27 proc. iki 33 proc., tačiau tarptautinės elektroninės prekybos mastas nekito. Šiuo metu iš kitų šalių įmonių prekes ar paslaugas internetu perka tik 7 proc. vartotojų.

Tikima, jog mažmeninė prekyba internetu ateityje neišvengiamai taps kasdieniu reiškiniu. Jau dabar 150 mln. vartotojų perka prekes ir paslaugas internetu, bet iš jų tik 30 mln. perka iš kitų šalių įmonių. Todėl būtina išsiaiškinti šio fenomeno priežastis bei teisiniu internetinės prekybos reguliavimu siekti užtikrinti, jog interneto naudojimas prekybai nebūtų nepagrįstai slopinamas dėl nepanaikintų reglamentavimo kliūčių arba kitų problemų.

¹⁴ EUROSTAT. Information society statistics. 2009.
[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/;](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/)

1.2. Internetinės prekybos samprata ir charakteristika. Atribojimas nuo tradicinės prekybos.

Internetinė prekyba – tai pažangių technologijų sąlygota komercijos sritis. Jau pati internetinės prekybos definicija suponuoja, jog pirkėjas apsiperka ne įprastoje parduotuvėje, o internete, tiksliau, internetinėje svetainėje esančioje elektroninėje parduotuvėje. Internetinė parduotuvė (dažnai dar vadinama virtualia arba elektronine parduotuve) galėtų būti apibrėžta kaip realios parduotuvės atitikmuo virtualioje erdvėje, kurioje siūlomos prekės, detaliam aprašoma jų paskirtis ir suteikiama galimybė jas įsigyti. I. Balabanovas internetinę parduotuvę apibrėžia kaip išplėstą prekių ir paslaugų pateikimą internete, sukuriant žiniatinklio serverį, skirtą parduoti prekes ir paslaugas kitiems interneto vartotojams. Čia prekes galima apžiūrėti tarsi realios parduotuvės vitrinoje, o norint jas įsigyti, reikia išsirinktą prekę įsidėti į virtualų krepšelį ir užpildžius pirkėjo registracijos bei pirkimo formą atsiskaityti už ją vartotojui patogiu būdu ir laiku.¹⁵ Taigi, internetinė parduotuvė – tai visų pirmiausia internetinis tinklapis. Nors materialių prekių čia nėra, yra pateikiama informacija apie prekes, kuri valdoma pagal nustatytas verslo taisykles.

Interneto vartotojas siekdamas įsigyti tam tikrą prekę įeina į virtualios parduotuvės serverį ir tinklalapį. Ten būsime pirkėjas peržiūri informaciją norėdamas gauti žinių apie norimą įsigyti daiktą ar paslaugą. Pasirinkęs norimą prekę, pirkėjas pereina į kitą serverio puslapį ir ją užsisako.

Internetinę prekybą nuo tradicinės skiria ne tik tai, jog apsiperkama ne tradicinėje parduotuvėje. Norint geriau suprasti šią komercijos formą būtina išskirti tik internetinei prekybai būdingus bruožus:

Visų pirma, internetas, kaip ir bet kuri kita elektroninė erdvė, neturi jokių sienų, taip pat jos nevaldo jokia speciali valdžia. Vadinasi, internetas yra prieinamas kiekvienam. Tai lemia, jog apsipirkdamas internetu vartotojas susiduria su daug **didesne pasirinkimo galimybe**. Pirkėjas susiduria su didele prekių pasiūla, gali jas palyginti, įsigyti prekių bet kuriame pasaulio krašte. Taip pat vartotojas turi galimybę įsigyti ne tik įprastų produktų, bet ir naujausių elektroninių prekių bei paslaugų, kurios įsigyjamos ir vartojamos tik elektroninėje erdvėje.¹⁶ Internetinė prekyba netgi suteikia galimybę užsisakyti, jog produktai ar paslaugos būtų suteikti kitoje šalyje

¹⁵ Балабанов И.Т. Электронная коммерция. Санкт-Петербург, Питер, 2001;

¹⁶ Katuoka S., Kiškis S., Pranevičius G., Šlapauskas V., Vėgėlė I. Vartotojų teisių apsauga Lietuvoje ir Europos Sąjungoje. Kolektyvinė monografija. Mykolo Romerio universitetas. Vilnius, 2006;

(pvz., kelionių paketai). Taip pat vartotojai gali pasinaudoti dovanų schemomis, kai klientas vienoje šalyje gali apmokėti už prekes, kurios bus pristatytos norimam asmeniui kitoje šalyje.¹⁷

Antra, mažesnės verslo sąnaudos, vartotojų pasirinkimo galimybės skatina konkurenciją tarp pardavėjų, kas lemia **mažesnę prekių kainą**. Palyginus internetines bei tradicines parduotuves matyti, jog internetinės parduotuvės gali klientams pasiūlyti pigesnę alternatyvą, atsižvelgiant į sektorių bei produktą. Labai paplitusi tam tikrų prekių ir paslaugų rinka internete daro spaudimą ir tradicinei prekybai dėl ko mažėja kainos ir įprastose parduotuvėse. Visais atvejais, laimi vartotojas.¹⁸

Trečia, internetinė prekyba už tradicinę prekybą pranašesnė apsipirkimo **patogumu**. Apsipirkti internetu klientai gali ir būdami savo namuose. Taigi, jiems nereikia jaudintis dėl kelionės į apsipirkimo vietą, galimų transporto kamščių, parkavimosi, laukimo eilėje ir kitų dalykų. Pirkėjui net nereikia bendrauti su pardavėju, taip išvengiant ne visada mėgstamo tiesioginio kontakto bei derėjimosi.

Ketvirta, internetinė prekyba pasižymi **informacijos gausa**. Priėjimas prie informacijos yra didelis pirkimo internetu privalumas. Informacija dažnai pateikiama viename tinklapyje. Tuo tarpu siekiant palyginti kainas ir produktus apsiperkant tradiciniu būdu, tektų aplankyti ne vieną parduotuvę, kas vėlgi nuostolinga sugaišto laiko atžvilgiu. Informacija internetu jau yra susisteminta ir paruošta naudojimui, neretai suskirstyta į tam tikras kategorijas, jog vartotojui būtų patogiau ja naudotis. Vis populiariausi tampa interneto tinklapiai, kuriuose vartotojai gali palyginti skirtingų mažmenininkų prekes.¹⁹

Deja, apsipirkinėjimas internete turi ir trūkumų lyginant su tradicine prekyba. Dėl minėtos informacijos gausos gali būti sudėtinga atskirti patikimą informaciją nuo nepatikimos. Jei parduotuvėje klientas gali nuodugnai apžiūrėti ar net paliesti produktą, kibernetinėje erdvėje tokios galimybės nėra. Taigi, internetu užsisakytas ir vėliau gautas daiktas gali šiek tiek ar net labai skirtis nuo to, ko buvo tikėtasi.

Kitas internetinės prekybos trūkumas yra ilgesnis prekių pristatymo laikas. Apsipirkinėjant tradiciškai, apžiūrėję mums patikusią prekę dažniausiai iškart ją galime ir įsigyti. O užsisakant internetu prekės pristatymo tenka laukti kelias dienas, o kartais ir savaites (ypač jei užsakinėjama iš užsienyje veikiančių interneto parduotuvių).

Visgi negalima būtų apibrėžti tradicinės prekybos ir prekybos internetu kaip nesusijusių sričių. Vis daugiau vartotojų stengiasi suderinti abiejų prekybos būdų privalumus. Neretai

¹⁷ Commission Staff Working Document. Report on Cross-Border E-commerce in the EU. Brussels, February 2009;

¹⁸ Commission Staff Working Document. Report on Cross-Border E-commerce in the EU. Brussels, February 2009;

¹⁹ Krishnamurthy s. E-Commerce Management. Text and Cases. THOMSON. 2003;

pirkėjai pirmiausia susirenka visą norimą informaciją apie produktą internetu, o tada jau jį įsigyja tradicinėje parduotuvėje.²⁰ Galimas ir atvirkštinis variantas, kada pirkėjas iš pradžių nuodugnai apžiūri prekę tradicinėje parduotuvėje, o tada jau įsigyja ją internetu už mažesnę kainą (pvz., rūbai, elektronikos prekės). Be to, tiek internetinėje, tiek tradicinėje prekyboje vystomi privatiniais komerciniais santykiais, todėl internetinė prekyba reguliuojama ir tradicinę prekybą reglamentuojančiomis teisės normomis.

1.3. Internetinė prekybos, elektroninės prekybos bei elektroninės komercijos santykis

Daugeliui žmonių internetinė prekyba yra elektroninės komercijos sinonimas. Taip pat internetinė prekyba dažnai tapatinama ir su elektronine prekyba. Siekiant išvengti sąvokų painiavos vertėtų išsiaiškinti pastarųjų skirtumus.

Iki šiol nėra visuotinai priimto nei internetinės prekybos, nei elektroninės prekybos ar elektroninės komercijos apibrėžimo. Gal todėl skirtingi autoriai šias sąvokas interpretuoja taip pat labai skirtingai. Štai M. Kiškis siūlo elektroninę komerciją apibrėžti kaip prekybą prekėmis ir paslaugomis, kai sandoriai sudaromi arba vykdomi elektroninėmis priemonėmis.²¹ Europos Komisijos darbo grupės raporte „Kliūtys elektroninei komercijai“ apie elektroninę komerciją taip pat kalbama kaip apie mažmeninę prekybą internetu.²²

M. Civilka siūlo daug platesnį elektroninės komercijos apibrėžimą nebeprilygindamas jo internetinei prekybai. Pagal jį, elektroninė komercija – tai komercinė veikla, susijusi su prekių ir paslaugų pirkimu-pardavimu ir kitais verslo sandoriais, kurių dalyviai yra nebūtinai toje pačioje fizinėje vietoje ir todėl sandorių sudarymui, jų vykdymui pasitelkia elektronines ar joms adekvacias priemones.²³ Remiantis elektroninės komercijos apibrėžimu, pateiktu Nyderlandų elektroninės komercijos veikslų plane, elektroninė komercija apima visus ir bet kokius verslo sandorius, kurie vykdomi elektroniniu būdu turint tikslą padidinti rinkos funkcionavimo efektyvumą.²⁴

Atskiras būtent internetinės prekybos apibrėžimas nepateiktas nei viename analizuotų šaltinių. Tiksliausia definiciją galima būtų išvesti iš Elektroninės prekybos įstatymo projekte

²⁰ Krishnamurthy s. E-Commerce Management. Text and Cases. THOMSON. 2003;

²¹ Katuoka S., Kiškis M., Pranevičius G., Šlapauskas V., Vėgėlė I. Vartotojų teisių apsauga Lietuvoje ir Europos Sąjungoje. Kolektyvinė monografija. Mykolo Romerio universitetas. Vilnius, 2006;

²² European online shopping sites cheat customers. E-commerce journal. September 9, 2009. http://www.ecommerce-journal.com/news/18016_european_online_shopping_sites_cheat_customers?drgn=1;

²³ Civilka M. Elektroninės komercijos teisė. Red. Sauliūnas D. Informacinių technologijų teisė. NVO Teisės institutas, Vilnius 2004;

²⁴ Ministerie van Economische Zaken. Actieplan Electronic Commerce, March 1998, www.minez.nl/bt_it/fs techno.htm;

pateikto elektroninės prekybos apibrėžimo. Čia elektroninė prekyba apibrėžiama kaip prekybinės veiklos būdas, kai sutartys sudaromos, o esant reikalui - ir vykdomos, naudojant informacines technologijas bei priemones kompiuterių tinklais keičiantis elektroniniais duomenų pranešimais.²⁵ Remiantis šia nuostata, internetinę prekybą galėtume apibrėžti kaip prekybinės veiklos būdą, kai sutartys sudaromos ir/arba vykdomos internetu.

Mėginant tiksliai apibrėžti ir atskirti internetinės prekybos, elektroninės prekybos bei elektroninės komercijos sąvokas reikšmingi keli aspektai. Pirmiausia, priemonės, kuriomis prekyba yra vykdoma. Jau pati sąvoka suponuoja, jog internetinė prekyba yra vykdoma internetu ir dažniausiai pasitelkiant populiariausią *World Wide Web (WWW)* paslaugą. Tuo tarpu elektroninė prekyba bei elektroninė komercija neapsiriboja vien tik *WWW* paslauga ir yra vykdomos ne tik interneto, bet ir kitų elektroninių priemonių pagalba, įskaitant netgi tokias įprasto ryšio palaikymo priemones kaip telefoną, faksą, teleksą. Be to, elektroninės komercijos sąvoka apima ne tik prekybą, bet ir kitas komercinės veiklos rūšis.

Kitas svarbus aspektas yra internetinės prekybos, elektroninės prekybos bei elektroninės komercijos subjektai. Manytina, jog internetinė prekyba bei elektroninė prekyba dažniausiai pažymi būtent mažmeninę prekybą internetu tarp verslo subjektų ir vartotojų (*B2C*), arba dar visai naują prekybos formą kai prekyba vykdoma tarp vartotojų (*C2C*)²⁶. Elektroninė komercija tuo tarpu apima įvairius verslo sandorius vykdomus ne tik tarp verslo ir vartotojo (*B2C*), bet ir tarp verslo subjektų (*B2B*).²⁷

Darytina išvada, jog elektroninės komercijos sąvoka yra plačiausia ir į jos sritį vertėtų įtraukti visas finansines ir komercines transakcijas atliekamas elektroninėmis priemonėmis, elektroniniu būdu. Tuo tarpu, elektroninė prekyba yra tarsi viena iš elektroninės komercijos dalių, kuri apima mažmeninę prekybą prekėmis ir paslaugomis, kai sandoriai sudaromi ir/arba vykdomi elektroninėmis priemonėmis. Internetinės prekybos sąvoka yra siauriausia ir apima mažmeninę prekybą prekėmis ir paslaugomis, kuomet sandoriai sudaromi ir/arba vykdomi tik interneto tinkle.

Remiantis tuo, jog internetinė prekyba yra tarsi elektroninės komercijos pošakis, atrodytų, jog teisinio reguliavimo prasme didelio skirtumo tarp šių teisinių santykių neturėtų būti. Elektroninės komercijos reguliavimas natūraliai apima ir internetinės prekybos reguliavimą. Tačiau, svarbu pabrėžti, jog kai kalbame apie elektroninę komerciją, kalbame apie visus komercinius sandorius, rinkos dalyvius, transakcijas tarp verslo subjektų. Internetinės prekybos

²⁵ Elektroninės prekybos įstatymo projektas. www3.lrs.lt/owa-bin/owarepl/inter/owa/U0032517.doc;

²⁶ Dėl ribotos darbo apimties daugiau dėmesio skirstime būtent B2C santykio teisiniam reguliavimui;

²⁷ Red. Sauliūnas D. Informacinių technologijų teisė. NVO Teisės institutas. Vilnius, 2004;

reguliuojame svarbiausias yra vartotojas. Taigi, kalbant apie internetinės prekybos reguliavimą, galvoje turime būtent vartotojų apsaugos internetinėje erdvėje reguliavimą.²⁸ Pagrindinis skirtumas tarp *B2B* ir *B2C* komercijos rūšių yra tas, jog *B2C* atveju nėra paliekama daug vietos tarpusavio derėjimuisi. Tai reiškia, jog dauguma transakcijos sąlygų yra nustatomos pardavėjo ir turi būti priimtose pirkėjo, norinčio įsigyti konkrečią prekę.²⁹ Vadinasi, nors teisės aktai reglamentuojantys elektroninę komerciją reguliuoja ir internetinę prekybą, tačiau pastarąją reguliuoja ir papildomos, būtent vartotojų apsaugai skirtos teisės normos. Štai, pavyzdžiui, Elektroninės komercijos direktyva³⁰ nustato reikalavimus visoms komercijos rūšims, tiek vykdomoms tarp dviejų verslo subjektų, tiek tarp verslo ir vartotojo. Tuo tarpu Nuotolinės prekybos direktyva³¹ reglamentuoja tik sandorius tarp verslo ir vartotojo (*B2C*).

1.4. Lėtą tarptautinės internetinės prekybos augimą sąlygojančios priežastys

Nors statistika liudija, jog internetinės prekybos augimo mastai vis didėja ir kai kuriose šalyse jau peržengė 50 proc. ribą, kaip jau minėta, skaičiai nėra tokie optimistiški kaip žvelgiama į tarptautinę prekybą. Lietuvoje, deja, problemiškas išlieka ir internetinės prekybos mastas nacionalinių sienų ribose. Tad kokios priežastys lemia šį lėtą tarptautinės prekybos augimo fenomeną?

Europos Komisijos darbo grupė išskyrė geografines, praktines, teisinio reglamentavimo kliūtis bei vartotojų pasitikėjimo stoką.³²

Geografinės kliūtys. Daugelis prekybininkų jau turi susikūrę interneto svetaines, kuriose gali naršyti vartotojai iš bet kurios pasaulio šalies. Tačiau atrodo, kad dauguma mažmenininkų vis dar mano, jog vidaus rinką skaldo šalių sienos. Galimybės – neišmatuojamos, o iš tikrųjų vartotojams atsisakoma parduoti prekes ar paslaugas, arba jie siunčiami pas savo šalies prekybininkus. Neseniai atliktas Europos Komisijos projektas tikrinęs, ar lengva įsigyti prekių užsienio internetinėje parduotuvėje parodė, jog daugiau nei pusė pardavėjų atsisako parduoti prekes pirkėjui reziduojančiam kitoje šalyje.

²⁸ Forder J. and Svantesson D. Internet and E-Commerce Law. Oxford university Press. 2008;

²⁹ Reed Ch., Angel J. Computer Law. The Law and Regulation of Information Technology. Oxford University press. 2007;

³⁰ 2000 m. birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos Direktyva 2000/31/EB dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teisinių aspektų vidaus rinkoje (Elektroninės komercijos direktyva). OL L178, 2000.7.17.;

³¹ 1997 m. birželio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 97/7/EB dėl vartotojų apsaugos, susijusios su nuotolinės prekybos sutartimis. OL L 144, 1997.6.4.;

³² Commission Staff Working Document. Report on Cross-Border E-commerce in the EU. Brussels, February 2009;

Praktinės kliūtys. Daugumai prekyautojų ir vartotojų vis dar aktualios kalbos kliūtys, tačiau jų svarbos pervertinti nereikėtų. Taip pat dalis vartotojų vis dar neturi galimybės naudotis internetu arba tiesiog to daryti nemoka. Be to, neretai kyla su prekių pristatymu susijusių problemų: logistikos, pašto nesklandumų. Nemažiau svarbus ir mokėjimo sistemų suderinamumas.

Reglamentavimo kliūtys. Vartotojai ir įmonės vis dažniau kaip nepagrįstas nurodo kliūtis, susijusias su reglamentavimu, pvz., su vartotojų teise, PVM taisyklėmis, intelektinės nuosavybės apsauga, Europos Sąjungos teisės aktų perkėlimu į nacionalinę teisę.

Manytina, jog visgi pagrindine kliūtimi internetinei prekybai galima laikyti vartotojų **pasitikėjimo stoką**. Galbūt geriausiai pasitikėjimo svarbą kalbant apie komercinius santykius iliustruoja jau kultine tapusi Generalinio direktorato verslui komisaro Liikanen žodžiai išsakyti per konferenciją Barselonoje: „nėra pasitikėjimo, nėra ir sandorio“.³³ Ypatingą reikšmę vartotojų pasitikėjimas turi tarptautinėje prekyboje.

Neabejojama, jog praktinės internetinės prekybos kliūtys bėgant laikui turėtų būti išspręstos. Deja, to paties negalima pasakyti apie pasitikėjimo trūkumą. Siekiant rasti sprendimą kaip reikėtų spręsti šią problemą, pravartu pirmiausia išsiaiškinti jos kilimo priežastis.

Pirmiausia, užsisakant internetu galimos paprasčiausios klaidos, kai prekės ar paslaugos užsisakomos atsitiktinai, neturint tokios intencijos. Baugina ir prekių ar paslaugų nepateikimas arba pateikimas netinkamų prekių ar paslaugų (sugadintų, reklamą neatitinkančių prekių). Taip pat vartotojus nuo pirkimo internetu atbaido prekybininkų nenoras teikti aiškios informacijos apie mokėjimą, pristatymą, skundus, garantijas ir patenkinti prašymus grąžinti sumokėtus pinigus (garantinis aptarnavimas).

Susirūpinimą kelia ir asmeninių duomenų saugumo klausimai. Pasak M. Kiškio, internetinė prekyba suteikia galimybę gauti, perduoti ir saviems tikslams panaudoti informaciją apie vartotoją, skatina bei palengvina nuolatinę bei nepriimtina rinkodarą.

Kaip dar viena problema išskirtinas anonimiškumas. Kaip minėta, apsiperkant internetu išvengiama tiesioginis pirkėjo ir pardavėjo bendravimas. Naudojami informacijos persiuntimo protokolai leidžia lengvai nustatyti kompiuterių sistemos IP adresą, tačiau tai nesuteikia jokios informacijos apie vartotoją ar verslo subjektą besinaudojantį ta kompiuterių sistema. Todėl kilus ginčui, automatiškai kyla ir šalių tapatybės nustatymo problema.

Problemų kyla ir kai parduodamos skaitmeninės prekės. Tai produktai, kurie informacinėmis technologijomis išreiškiami skaitmenine forma ir gali būti siunčiami elektronine

³³ Kütscher B. (Self)-Regulation of E-Commerce in Europe – Time to Think Small. Building SMEs Trust and Confidence in the Electronics Marketplace. eEurope: SMEs GoDigital Conference Report. Brussels, 16 May 2002;

erdve, pavyzdžiui, programinė įranga, knygos, įrašai, video. Kadangi nei jie, nei pati elektroninė parduotuvė neturi materialios išraiškos, kartais būna sunku apibrėžti, kurios valstybės jurisdikcijai priklauso vienas arba kitas objektas bei nustatyti geografinę jų buvimo vietą.³⁴

Bene didžiausią problemą kelia pats interneto globalumas. Nacionalinis teisinis reguliavimas tampa nepakankamu, jei vartotojai prekes įsigyja iš užsienio subjektų. Labai dažnai net neįmanoma nustatyti, kurioje šalyje randasi pardavėjas, ypač jei informacija pateikiama vartotojo kalba arba naudojamas tam tikrai šaliai priskiriamo domeno vardas. Taigi, sudarant tarptautinės prekybos sandorius internetu sunkumų padaugėja, ypač kai kalbama apie problemišką vartotojų teisių gynimą prekes ar paslaugas įsigijus užsienyje.³⁵

Pasak M. Kiškio, prekybos internetu rizikos lygis yra netgi mažesnis nei tradicinės prekybos ir jog prekybos internetu privalumai ženkliai nusveria jos trūkumus.³⁶ Deja, internetinės prekybos paplitimo mastai, ypač kai kalbama apie tarptautinę prekybą, liudija ką kitą.

³⁴ Katuoka S., Kiškis M., Pranevičius G., Šlapauskas V., Vėgėlė I. Vartotojų teisių apsauga Lietuvoje ir Europos Sąjungoje. Kolektyvinė monografija. Mykolo Romerio universitetas. Vilnius, 2006;

³⁵ Ten pat;

³⁶ Ten pat;

2. INTERNETINĖS PREKYBOS TEISINIS REGLAMENTAVIMAS TARPTAUTINIU, EUROPOS SAJUNGOS BEI NACIONALINIU LYGMENIU.

Informacinių technologijų atsiradimas, tobulėjimas ir plėtra įnešė sumaištį ir į teisinio reguliavimo mechanizmą. Iš pradžių buvo manyta, jog įprasti įstatymai nepajėgs reglamentuoti procesų vykdomų interneto erdvėje. Tačiau tiek teismų praktika, tiek įstatymų leidėjų priimtų teisės aktų tendencijos rodo ką kitą. Matyti, jog, visų pirma, santykiams besiklostantiems kibernetinėje erdvėje taikomos bendrosios teisės normos. Ir tik tuo atveju, jei įstatymai yra neaiškūs ar nepajėgūs reguliuoti minėtųjų santykių, kuriamos naujos taisyklės ir priimami specialūs teisės aktai.³⁷

Nors nemaža dalis santykius kibernetinėje erdvėje reglamentuojančių įstatymų yra priimami nacionaliniu lygiu, visgi didžiausią svarbą šioje srityje turi būtent tarptautinis reguliavimas. Tai lemia jau vien pats elektroninės komercijos, o tuo pačiu, ir internetinės prekybos globalus pobūdis. Visų pirma, skirtingose valstybėse nacionaliniai įstatymai labai skiriasi ir skirtingai reguliuoja tuos pačius teisinius santykius. Antra, kartais įstatymai labai apriboja pažangių šiuolaikinių technologijų naudojimą, nes aiškiai reikalauja rašytinės ir/arba originalios dokumento formos. Tai ne tik kelia neaiškumų dėl sandorių sudarytų informacinėmis technologijomis teisinės galios, bet ir stabdo tarptautinės prekybos internetu plėtrą.

Internetinės prekybos reguliavimui įstatymų normų, reguliuojančių įprastai sudaromas sutartis, dažnai neužtenka. To pasekmėje, su įvairiomis elektroninio dokumento reglamentavimo bei elektroninės informacijos įrodomosios vertės problemomis susidūrė visos technologiškai pažengusios valstybės. Todėl reglamentavimo klausimus spręsti ėmė ne viena tarptautinė organizacija.³⁸ Ypatingai šioje srityje pasižymėjo Europos Komisija, Jungtinių Tautų tarptautinės prekybos teisės komisija (UNCITRAL), Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija (EBPO) ir kitos. Nemažiau svarbus ir nacionalinės teisėkūros vaidmuo nacionalinės teisės aktų harmonizavime, derinime su tarptautine teise.

Šioje darbo dalyje aptarsime svarbiausius internetinę prekybą reglamentuojančius teisės aktus tarptautiniu, Europos Sąjungos (toliau – ES) bei nacionalinės teisės (būtent Lietuvos) lygmeniu.

³⁷ Kroes Q.R. *E-Business Law of the European Union*. Allen&Overy Legal Practice. Kluwer Law International. 2003;

³⁸ Katuoka S., Kiškis S., Pranevičius G., Šlapauskas V., Vėgėlė I. *Vartotojų teisių apsauga Lietuvoje ir Europos Sąjungoje*. Kolektyvinė monografija. Mykolo Romerio universitetas. Vilnius, 2006;

2.1. Tarptautinių organizacijų indėlis į internetinės prekybos reguliavimą.

Kaip jau minėta, nemenką indėlį į internetinės prekybos reguliavimą įnešė ir tarptautinių organizacijų teisės aktai. Paminėtinos Ekonominio Bendradarbiavimo ir Plėtros Organizacijos (EBPO) 1999 m. patvirtintos Gairės dėl vartotojų apsaugos elektroninės komercijos kontekste³⁹, organizacijos *Consumers International* Vartotojų Chartija globaliam verslui⁴⁰, Pasaulio prekybos organizacijos Darbo programa elektroninėje komercijoje⁴¹ ir kiti teisės aktai.

Kaip vieną reikšmingiausių tarptautinių organizacijų teisės aktų būtų galima išskirti Jungtinių Tautų tarptautinės prekybos komisijos (UNCITRAL) pavyzdinį elektroninės komercijos įstatymą.⁴² Šiuo pavyzdiniu modeliu buvo siekiama padėti valstybėms modernizuoti teisės aktus bei nustatyti orientyrus, į kuriuos turėtų atsižvelgti elektroninės komercijos įstatymų kūrėjai. Buvo keliamas tikslas ne reglamentuoti elektroninę komerciją, o pateikti reikalingas gaires valstybėms, kuriančioms savo nacionalinius teisės aktus.⁴³

Pagrindinis Pavyzdinio elektroninės komercijos įstatymo tikslas - elektroninės komercijos plėtros skatinimas ir užtikrinimas, kad elektroninei dokumentų formai būtų suteikta tokia pati teisinė galia kaip ir rašytiniams dokumentams. Šiam tikslui įgyvendinti įstatyme įtvirtinti be galo reikšmingi elektroninei komercijai principai: formos nediskriminavimo ir funkcinio ekvivalentiškumo.

Formos nediskriminavimo principas, įtvirtintas Įstatymo 5 straipsnyje, reiškia, kad joks informacinėmis technologijomis sukurtas dokumentas nepraranda teisinės galios ar įgyvendinimo priverstine tvarka vien dėl to, jog informacija jame yra pateikta elektronine forma.⁴⁴

Kultūriškai susiformavusių rašytinio ir elektroninio dokumentų painiavą išsprendžia Įstatymo 6 straipsnis.⁴⁵ Jame įtvirtintas **funkcinio ekvivalentiškumo principas** nustato taisyklę, jog kuomet įstatymas reikalauja informacijos pateikimo raštu, laikoma, jog elektroninis

³⁹ OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronics Commerce.1999.

<http://www.oecd.org/EN/document/0,,EN-document-44-1-no-24-320-44,00.html>;

⁴⁰ Consumer Charter for Global Business, Consumers international. 1997.

http://www.consumersinternational.org/campaigns/trade/charter_en.html;

⁴¹ WTO Work Programme on Electronic Commerce. 1998.

http://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/wkprog_e.htm;

⁴² UNCITRAL Modal Law on Electronic Commerce. 1998. http://www.uncitral.org/pdf/english/texts/electcom/05-89450_Ebook.pdf;

⁴³ Katuoka S., Kiškis S., Pranevičius G., Šlapauskas V., Vėgėlė I. *Vartotojų teisių apsauga Lietuvoje ir Europos Sąjungoje*. Kolektyvinė monografija. Mykolo Romerio universitetas. Vilnius, 2006;

⁴⁴ UNCITRAL Modal Law on Electronics Commerce, Art. 5. 1998.

http://www.uncitral.org/pdf/english/texts/electcom/05-89450_Ebook.pdf;

⁴⁵ Civilka M. Elektroninės komercijos teisinis reguliavimas: nuo durstinio iki siuvinio. JUSTITIA 2006 m. Nr. 3 (61);

dokumentas patenkina tokį reikalavimą, jei jame esanti informacija yra prieinama tokiu būdu, jog ją galima panaudoti ir vėliau.⁴⁶

Nuolat kilo diskusijų ir dėl to, ar elektroninis dokumentas geba atlikti tokias pačias funkcijas kaip ir rašytinis. Teigiama, jog rašytinis dokumentas pasižymi šiomis savybėmis: užtikrina, kad dokumentą galėtų perskaityti visi; užtikrina, kad dokumentas liktų nepakeistas bėgant laikui; leidžia dokumento reprodukciją tam, jog kiekviena šalis galėtų turėti kopiją; įgalina duomenų atpažinimą parašo pagalba; užtikrina, jog dokumentas bus priimtinos formos teismams ir kitoms valstybinėms institucijoms. Manytina, jog visų minėtų funkcijų atžvilgiu, elektroninis dokumentas gali suteikti tą patį saugumo laipsnį kaip ir rašytinis dokumentas, o neretai net ir geresnį.⁴⁷ Visgi verta pažymėti, jog Pavyzdinio elektroninės komercijos įstatymo rengėjai nesiekė kiekvienam elektroniniam dokumentui suteikti rašytinio dokumento galios. Todėl ir buvo išskirtos tam tikros funkcijos, kurias elektroninis dokumentas turi patenkinti, siekiant jį pripažinti lygiaverčiu rašytiniam.

Internetinės prekybos reguliavimui labai svarbus ir Pavyzdinio elektroninės komercijos įstatymo 9 straipsnis, įtvirtinantis elektroninio pranešimo įrodomąją galią. Tai ypač aktualu vartotojui tuo atveju, jei savo teises reikia ginti teisinių procedūrų pagalba. Įstatymo norma teigia, jog bet kokiose teisinėse procedūrose taikant įrodymų lestinimo taisykles, elektroninis duomenų pranešimas negali netekti lestinimo priemonės statuso vien dėl savo elektroninės formos. Informacijai pateiktai elektroninėje formoje turi būti suteikta tinkama įrodomoji galia, kurią vertinant turi būti atsižvelgta į: būdą, kuriuo dokumentas buvo sukurtas, perduotas ar laikomas; būdą, kuriuo buvo užtikrintas pranešimo integralumas; būdą, kuriuo identifikuojamas dokumento autorius bei į kitas reikšmės turinčias aplinkybes.⁴⁸

Pavyzdiniame elektroninės komercijos įstatyme taip pat įtvirtinta taisyklė, jog šalių valia sudarant sandorį gali būti išreikšta ir elektroninėmis priemonėmis.⁴⁹ Ši nuostata buvo sukurta tam, jog išspręstų skirtingose valstybėse egzistuojančius nesutarimus dėl sutarties sudarytos elektroninėmis priemonėmis teisinės galios. Pavyzdinis įstatymas pripažįsta šalių valią net kai oferta ir akceptas yra sudaromi kompiuteriu, be žmogaus įsikišimo.

⁴⁶ UNCITRAL Modal Law on Electronics Commerce, Art 6. 1998.

http://www.uncitral.org/pdf/english/texts/electcom/05-89450_Ebook.pdf;

⁴⁷ Civilka M. Elektroninės komercijos teisė. Red. Sauliūnas D. Informacinių technologijų teisė. NVO Teisės institutas. Vilnius, 2004;

⁴⁸ UNCITRAL Modal Law on Electronics Commerce, Art. 9. 1998.

http://www.uncitral.org/pdf/english/texts/electcom/05-89450_Ebook.pdf;

⁴⁹ UNCITRAL Modal Law on Electronics Commerce, Art. 11. 1998;

Įstatymo 12 straipsnis yra skirtas elektroninių sutarčių vykdymui. Įtvirtinta nuostata, jog valios išraiška tarp elektroninio pranešimo siuntėjo ir gavėjo nepraranda teisinės galios ar įgyvendinimo priverstine tvarka vien dėl to, jog buvo panaudotos informacinės technologijos.⁵⁰

Tiek UNCITRAL tiek kitų tarptautinių organizacijų⁵¹ veikla parodo aplinkos, palankios tolesniam elektroninės komercijos vystymui, sukūrimo ir užtikrinimo svarbą. Kadangi internetinės prekybos srityje silpnoji šalis yra būtent vartotojas, tarptautinių organizacijų teisės aktai siekia užtikrinti, kad vartotojų apsauga apsiperkant internetu nebūtų mažesnė nei apsiperkant tradicinėje parduotuvėje. Tam tikrų gairių nustatymas internetinėje prekyboje gali padėti išvengti ne tik teisių pažeidimų, bet ir užtikrinti teisinių lūkesčių principo įgyvendinimą tiek vartotojo, tiek pardavėjo atžvilgiu.

2.2 Internetinės prekybos reglamentavimas Europos Sąjungoje

Į tai, jog informacinių technologijų vystimosi tempas neišvengiamai reikalauja atitinkamos teisinės bazės atsižvelgiama ir Europos Sąjungoje. Čia jau prieš gerą dešimtmetį pasirodė elektroninius santykius reglamentuojančios direktyvos. Pasak M. Kiškio, visos šios direktyvos yra orientuotos dviem kryptimis: rinkos bei individo⁵². Į rinką orientuotos direktyvos siekia užtikrinti laisvą prekių, paslaugų bei kapitalo judėjimą vidaus rinkoje. Tuo tarpu orientacija į individą yra labai stipri vartotojų teisių apsaugos srityje. Todėl analizuodami internetinės prekybos teisinį reglamentavimą daugiau dėmesio skirsime būtent pastarajai.

2.2.1. Nuotolinės prekybos direktyva

Viena iš svarbiausių vartotojų teisių apsaugą reglamentuojančių direktyvų yra Direktyva 97/7/EC dėl vartotojų apsaugos, susijusios su nuotolinės prekybos sutartimis.⁵³ Ji neišvengiamai reglamentuoja ir internetinę prekybą, kadangi internetas jau vien savo prigimtimi užtikrina nuotolinį ryšį bet kuriame sandoryje. Nors pirmine idėja Direktyvoje nebuvo siekiama reguliuoti elektroninių sandorių, visgi dabar Nuotolinės prekybos direktyva taikoma sandoriams tarp

⁵⁰ UNCITRAL Modal Law on Electronics Commerce, Art. 12. 1998;

⁵¹ Plačiau nenagrinėsime dėl ribotos darbo apimties;

⁵² Katuoka S., Kiškis M., Pranevičius G., Šlapauskas V., Vėgėlė I. *Vartotojų teisių apsauga Lietuvoje ir Europos Sąjungoje*. Kolektyvinė monografija. Mykolo Romerio universitetas. Vilnius, 2006;

⁵³ 1997 m. birželio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 97/7/EB dėl vartotojų apsaugos, susijusios su nuotolinės prekybos sutartimis. OL L 144, 1997.6.4.;

pardavėjo ir vartotojo, naudojančiams internetą kaip organizuotą nuotolinės prekybos prekėmis ar paslaugomis mechanizmą.⁵⁴

Nuotolinės prekybos direktyva yra pirmoji iš direktyvų Europos Sąjungoje įteisinusių elektronines sutartis. Pagal Direktyvą, nuotolinės prekybos sutartis suprantama kaip bet kokia prekių arba paslaugų pardavimo sutartis, sudaryta tiekėjo ir vartotojo pagal organizuotą prekių pardavimo ar paslaugų teikimo schemą. Taip pat nustatyta, jog sutartis iki jos pasirašymo ir jos pasirašymo metu turi būti sudaryta tiekėjui naudojantis nuotolinio ryšio priemonių pagalba. Nuotolinėmis ryšio priemonėmis įvardijamos priemonės, kurias naudojant sutartys sudaromos šalims esant skirtingose vietose. Direktyvos priede pateikiamas *apytikslis* šių priemonių sąrašas. Nors sąrašė internetas kaip priemonė plačiąja prasme neminimas (tik elektroninis paštas), manytina, jog jis patenka į nuotolinių ryšio priemonių sampratą. Visų pirma, iš Direktyvos teksto aišku, jog sąrašas nėra baigtinis. Antra, verta nepamiršti, jog Direktyva priimta prieš gerą dešimtmetį, kuomet buvo pastebimi tik internetinės prekybos pradmenys.

Direktyvos 3 straipsnyje sustatytos šio teisė akto taikymo išimtys. Direktyva netaikoma sutartims susijusioms su finansinėmis paslaugomis; sutartims, sudarytoms naudojant automatus arba automatizuotose prekyvietėse; sutartims, sudarytoms su telefoninio ryšio operatoriais, naudojantis viešaisiais mokamaisiais telefonais; sutartims, susijusioms su nekilnojamojo turto statyba, pardavimu arba kitomis teisėmis į nekilnojamąjį turtą, išskyrus nuomą; sutartims, sudarytoms aukcione.⁵⁵

Ši Direktyva reikšminga vartotojų teisių apsaugos atžvilgiu, nes būtent jie sudarydami sutartį nuotoliniu būdu yra „nežinioje“, neturėdami galimybės apžiūrėti ir įvertinti prekės būklės. Tiek prekės, tiek paslaugos gali būti prastesnės kokybės nei tikėtasi, taip pat pardavėjas gali ir sukčiauti. Vartotojas įsigijęs prastos kokybės prekę patenka į nepalankią padėtį, todėl jo apsaugai skirtina daugiau dėmesio.⁵⁶

Direktyvoje įtvirtinta nuostata dėl išankstinės informacijos pateikimo. Prieš sudarant sutartį vartotojui turi būti žinoma: tiekėjo tapatybė, o išankstinio mokėjimo atveju, ir adresas; pagrindinės prekių ar paslaugų ypatybės; prekių ar paslaugų kaina, įskaitant visus mokesčius; pristatymo kaina; mokėjimo, pristatymo arba paslaugų atlikimo tvarka; sutarties atsisakymo teisė; naudojimosi nuotolinio ryšio priemone kaina, jei ji neatitinka bazinio dydžio; pasiūlymo ar

⁵⁴ Kroes Q.R. E-Business Law of the European Unijon. Allen&Overy Legal Practice. Kluwer Law International. 2003;

⁵⁵ 1997 m. birželio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 97/7/EB dėl vartotojų apsaugos, susijusios su nuotolinės prekybos sutartimis. 10 str. OL L 144, 1997.6.4.;

⁵⁶ Katuoka S., Kiškis S., Pranevičius G., Šlapauskas V., Vėgėlė I. Vartotojų teisių apsauga Lietuvoje ir Europos Sąjungoje. Kolektyvinė monografija. Mykolo Romerio universitetas. Vilnius, 2006;

pateiktos kainos galiojimo laikotarpis. Be to, vartotojui ši informacija turi būti pateikta aiškiai ir suprantamai, laikantis pagrindinių teisės principų (sąžiningumo, protingumo, teisėtumo).⁵⁷

Visa minėta informacija vartotojui turi būti pateikiama iki sutarties sudarymo raštu ar kitokia ilgalaike forma (pvz., elektroniniu paštu). Visais atvejais vartotojas turi gauti informaciją apie sutarties atsisakymo sąlygas ir tvarką; adresą, kuriuo galima būtų kreiptis su skundais; informaciją apie prekių priežiūros paslaugas ir garantijas; sutarčių nutraukimo pasekmes.⁵⁸

Pirmą kartą Direktyvoje įtvirtinta sutarties atsisakymo teisė. Vartotojas, įsigijęs prekę arba paslaugą ir apsigalvojęs, gali atsisakyti sutarties net nenurodydamas atsisakymo priežasties per septynias darbo dienas. Šis terminas dar vadinamas „atšalimo“ periodu („cooling-off“). Jeigu vartotojas, remdamasis šiuo straipsniu, pasinaudoja sutarties atsisakymo teise, pardavėjas privalo gražinti vartotojo įmokėtas sumas be jokio papildomo mokesčio. Vienintelis galimas vartotojo mokestis yra tiesioginės prekių gražinimo išlaidos. Pinigai už prekę turi būti gražinti kuo greičiau, bet ne vėliau kaip per 30 dienų. Kaip jau minėta, apie šią atsisakymo teisę vartotojas turi būti informuotas prieš sudarant sutartį. Jei prekių ar paslaugų tiekėjas šio reikalavimo neįvykdo, „atšalimo“ periodas pratęsiamas iki trijų mėnesių.⁵⁹

Būtina pažymėti, jog ne visais atvejais vartotojas gali pasinaudoti sutarties atsisakymo teise. Negalima atsisakyti: paslaugų teikimo sutarties, kai jos pradedamos teikti iškart sudarius sutartį; prekių tiekimo arba paslaugų teikimo sutarčių, kurių kaina priklauso nuo tiekėjui nepavaldžių finansų rinkos svyravimų; prekių, kurios buvo gaminamos pagal vartotojo specialiuosius nurodymus arba yra akivaizdžiai pritaikytos tam tikram vartotojui; prekių, kurios yra greitai gendančios arba baigiasi jų galiojimo laikas; tiekimo sutarčių; vaizdo ar garso įrašų arba programinės įrangos tiekimo sutarčių, jeigu šios prekės buvo vartotojo išpakuotos; žaidimų ir loterijų.⁶⁰

Nors Direktyva reglamentuoja sutarties atsisakymo terminą, tai, kam tenka prekės gražinimo išlaidos, paliekama šalių susitarimui. Deja, praktikoje dažniausiai transportavimo išlaidas tenka padengti pirkėjui. Tad įsigijus nedidelės vertės prekę iš užsienio valstybės, gražinimo išlaidos gali viršyti ir pačios prekės kainą.

Direktyva taip pat nustato, jog sutartis turi būti įvykdyta ne vėliau kaip per 30 dienų nuo užsakymo pateikimo, jeigu šalys nėra susitarusios kitaip. Jeigu tiekėjas nevykdo savo sutartinių įsipareigojimų, kadangi negali gauti vartotojo užsakytų prekių ar suteikti paslaugų, jis

⁵⁷ 1997 m. birželio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 97/7/EB dėl vartotojų apsaugos, susijusios su nuotolinės prekybos sutartimis. 4 str. OL L 144, 1997.6.4.;

⁵⁸ Ten pat. 5 str.;

⁵⁹ Ten pat. 6 str.;

⁶⁰ Ten pat. 6 str. 1 d.;

nedelsdamas apie tai informuoja vartotoją ir kuo greičiau, bet ne vėliau kaip per 30 dienų, gražina vartotojui įmokėtas sumas.⁶¹

Šiame teisės akte įtvirtinama ir apsauga atsiskaitant mokėjimo kortelėmis. Valstybės narės užtikrina atitinkamas priemones, leidžiančias vartotojui prašyti panaikinti mokėjimus, jeigu buvo neteisėtai pasinaudota jo mokėjimo kortele, vykdant šios direktyvos reglamentuojamas nuotolinės prekybos sutartis, arba naudotis jau įmokėtomis sumomis arba prašyti jas sugrąžinti, jeigu buvo neteisėtai pasinaudota jo mokėjimo kortele.⁶²

Kaip matyti iš Direktyvos 14 straipsnio, šis teisės aktas įtvirtina tik minimalius reikalavimus.⁶³ Taigi, valstybės narės, siekdamos geriau apsaugoti vartotojus, gali įvesti ir taikyti, kaip numatyta Steigimo sutartyje, griežtesnes nuostatas šia direktyva reglamentuojamai sričiai.

2.2.2. Elektroninės komercijos direktyva

Elektroninės komercijos direktyva⁶⁴ buvo priimta 2000 metų liepos 8 d., praėjus maždaug pusantrų metų nuo originalaus Europos Komisijos pasiūlymo. Direktyva nėra siekiama visiško verslo elektroninėje aplinkoje reguliavimo. Šis teisės aktas skirtas užtikrinti elektroninės komercijos subjektų teisinius lūkesčius bei padidinti vartotojų pasitikėjimą sudarant sandorius elektroninėmis priemonėmis. Dauguma kitų svarbių elektroninės komercijos sričių nepatenka į Direktyvos taikymo sritį. Jos numatytos pirmajame skyriuje bei Direktyvos priede.⁶⁵

Elektroninės komercijos direktyva siekta nustatyti vidaus rinkos gaires elektroninei komercijai, kas suteiktų teisinį stabilumą tiek verslui, tiek vartotojams. Direktyvoje nustatomos normos reguliuojančios skaidrumo ir informacijos pateikimo reikalavimus, komercinį bendravimą, elektroninių kontraktų sudarymą bei apribojimus paslaugų teikėjų tarpininkų atsakomybei.

Lyginant su kitomis vartotojų teisių apsaugą elektroninėje erdvėje reglamentuojančiomis direktyvomis, Elektroninės komercijos direktyva reguliuoja santykius tiek tarp verslo ir vartotojų (B2C), tiek tarp verslo ir verslo (C2C). Tuo tarpu, pavyzdžiui, jau aptartoji Nuotolinės prekybos direktyva reguliuoja santykius tik tarp verslo ir vartotojo (C2C). Be to, pardavėjų ir vartotojų

⁶¹ Ten pat. 8 str.;

⁶² Ten pat. 8 str.;

⁶³ Ten pat. 14 str.;

⁶⁴ 2000 m. birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos Direktyva 2000/31/EB dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teisinių aspektų vidaus rinkoje (Elektroninės komercijos direktyva). OL L178, 2000.7.17.;

⁶⁵ Kroes Q.R. E-Business Law of the European Unijon. Allen&Overy Legal Practice. Kluwer LAW International. 2003;

santykius reglamentuojančios direktyvos nustato tik minimalias reikalavimus, o tai leidžia valstybėms narėms nustatyti griežtesnes nuostatas. Dėl to vartotojų teisių apsaugos nuostatos skirtingose valstybėse narėse nebūtinai užtikrinamos tuo pačiu lygiu.⁶⁶ Elektroninės komercijos direktyva nepažeidžia vartotojų apsaugos lygio nustatyto kituose Bendrijų teisės aktuose bei juos įgyvendinančiuose nacionaliniuose įstatymuose.⁶⁷

Elektroninės komercijos direktyva apima tokias informacinės visuomenės paslaugų sritis: internetinę prekybą prekėmis bei paslaugomis, internetines informacines paslaugas (pvz., internetiniai laikraščiai), internetinę reklamą, profesionalias paslaugas (pvz., teisinių, medicininių, nekilnojamojo turto konsultacijas), pramogines paslaugas ir kita.⁶⁸

Direktyva taikoma tik informacinės visuomenės paslaugoms, kaip jos yra apibrėžtos Europos Parlamento ir Tarybos Direktyvoje 98/48/EC nustatančioje informacijos apie techninius standartus ir reglamentus teikimo tvarką.⁶⁹ Taigi Informacinės visuomenės paslaugos yra paprastai atlygintinės paslaugos teikiamos per atstumą, elektroninėmis priemonėmis ir asmeniškų paslaugų gavėjo prašymu.⁷⁰

Informacinių paslaugų apibrėžimo nustatymas svarbus tuo atžvilgiu, jog suteikia nemažai informacijos apie Elektroninės komercijos direktyvos taikymo sritį. Pavyzdžiui, tampa aišku, jog ši Direktyva netaikoma veiklai vykdomai ne informacinių technologijų pagalba, net jei tai veiklai pastaroji daro įtaką. Todėl produktų pristatymo bei paslaugų teikimo detalės jau nėra šio teisės akto reglamentuojamos.⁷¹ Transliavimo paslaugos taip pat nepatenka į Direktyvos taikymo sritį, kadangi transliacijos atveju žinios ir pranešimai yra siunčiami visiems, neidentifikuojant kokio nors konkretaus vartotojo ar gavėjo.⁷²

Pagrindinis Direktyvos uždavinys – laisvo judėjimo tarp valstybių narių užtikrinimas. Šiuo teisės aktu suderinami nacionaliniai teisės aktai dėl informacinės visuomenės paslaugų teikimo, informacinės visuomenės paslaugų teikėjų steigimo ir kt. Tinkamas Europos Sąjungos

⁶⁶ Kroes Q.R. E-Business Law of the European Unijon. Allen&Overy Legal Practice. Kluwer LAW International. 2003;

⁶⁷ 2000 m. birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos Direktyva 2000/31/EB dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teisinių aspektų vidaus rinkoje (Elektroninės komercijos direktyva). OL L178, 2000.7.17.;

⁶⁸ European Commission. DG Internal Market. Introduction of the E-Commerce Directive. http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/directive_en.htm

⁶⁹ Directive 98/48/EC of the European Parliament and of the Council of 20 July 1998 amending Directive 98/34/EC laying down a procedure for the provision of information in the field of technical standards and regulations. OJ L 217, 5.8.1998

⁷⁰ Directive 98/48/EC of the European Parliament and of the Council of 20 July 1998 amending Directive 98/34/EC laying down a procedure for the provision of information in the field of technical standards and regulations. Art. 1(2). OJ L 217, 5.8.1998

⁷¹ Kroes Q.R. E-Business Law of the European Unijon. Allen&Overy Legal Practice. Kluwer Law International. 2003.

⁷² Civilka M. Elektroninės komercijos reguliavimas tarptautinėje ir ES teisėje. Vilnius, 2001. http://www.itc.tf.vu.lt/paskaitos/paskait/ek_konsp.pdf

vieningos rinkos funkcionavimas elektroninėje komercijoje yra užtikrinamas remiantis visuotinai priimtu vidaus rinkos principu – kilmės valstybės principu (*country-of-origin*). Tai reiškia, jog informacinės visuomenės paslaugos teikimo taisyklės yra nustatomos tos valstybės narės teisės, kurioje yra įsisteigęs paslaugų teikėjas. Taigi valstybė narė, kurioje informacinės visuomenės paslaugos yra teikiamos (priimančioji valstybė), negali jų apriboti griežtesniais savo nacionaliniais įstatymais.

Prieštaravimas tarp kilmės valstybės ir priimančiosios valstybės (*country-of-destination*) principų kyla dėl skirtingos pardavėjo ir vartotojo pozicijos. Pardavėjai argumentuoja, jog B2C komercijos atveju jie turi puikiai žinoti savo teises bei tikėtis teisinių lūkesčių pateisinimo. Jei būtų taikomas priėmimo valstybės principas, tai reikštų, jog pardavėjas gali būti paduotas į teismą bet kurios ES valstybės narės teismuose. Tai lemtų pardavėjų nenorą sudaryti tarptautinius sandorius, kas lemtų, jog Vieninga Europos rinka niekad netaptų realybe. Nenuostabu, jog vartotojų pozicija priešinga. Pastarieji argumentuoja, jog vartotojams turi būti suteikta teisė teikti ieškinius savo valstybės teismuose, bei sandoriams turi būti taikoma nacionalinė vartotojų apsaugą reglamentuojanti teisė. Kilmės principo taisyklė pažeidžia vartotojo teises į gynybą. Vartotojas neturi nei finansinių išteklių, nei teisinių žinių tam, kad galėtų pradėti teisminį procesą pardavėjo valstybėje. Taip pat dauguma vartotojų sudarytų sandorių yra labai menkos piniginės vertės, todėl pradėti teismo proceso užsienio valstybėje net neapsimoka.⁷³

Kalbant apie vartotojų apsaugą, kilmės principo taikymas nėra jau toks ir paprastas. Jau minėtas Direktyvos 1(3) straipsnis teigia, jog „ši direktyva papildoma Bendrijos teisę, taikytiną informacinės visuomenės paslaugoms, nepažeisdama apsaugos, ypač visuomenės sveikatos ir vartotojų interesų, lygio, numatyto Bendrijos teisės aktuose ir juos įgyvendinančiuose nacionaliniuose įstatymuose ir neribojia laisvės teikti informacinės visuomenės paslaugas“.⁷⁴

Pažymėtina, jog dauguma vartotojų apsaugą reglamentuojančių teisės aktų turi nuostatą leidžiančią taikyti nacionalinius įstatymus, kurie yra griežtesni nei Bendrijos teisė. Taigi, ši Elektroninės komercijos direktyvos nuostata palieka nemažai vietos interpretacijai, kurios valstybės teisės normos būtų taikomos vartojimo sutarčių atveju.⁷⁵

⁷³ Waelde Ch. *International Private Law, Consumers and the Net: A confusing Maze or a Smooth Path Towards a Single European Market? In the New Legal Framework for E-Commerce in Europe*. Edited by Edwards L. Oxford and Portland, Oregon 2005;

⁷⁴ 2000 m. birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos Direktyva 2000/31/EB dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teisinių aspektų vidaus rinkoje (Elektroninės komercijos direktyva). OL L178, 2000.7.17.;

⁷⁵ Plotkin M.E., Wells B., Wimmer K. *E-Commerce Law and Business*. Volume II. Aspen Publishers. 2003.

Be dviprasmiškai įtvirtintos išimties vartotojų teisių apsaugos srityje, Direktyva numato ir keletą tiesiogiai įtvirtintų išimčių iš kilmės šalies taisyklės.⁷⁶ Kilmės šalies principo galima nesilaikyti tik jeigu tai būtina visuomenės saugumo, kriminalinių nusikaltimų užkardymo, tyrimo, visuomenės sveikatos, nacionalinio saugumo ir panašios svarbos tikslams. Kilmės principas taikomas tik toms sritims, kurios papuola į Direktyvos taikymo sritį. Taigi, jei Direktyva neapima, pavyzdžiui, reikalavimų taikomų prekių pristatymui, vadinasi, valstybėms narėms yra paliekama laisvė taikyti nacionalinius teisės aktus. Pasak O. Kroes išeina taip, jog valstybės narės gali pačios nustatyti reikalavimus privalomai internetinės svetainės kalbai, uždrausti tam tikrų produktų (pvz., vaistai) prekybą internetu ar kitas sąlygas.⁷⁷

Direktyvos 9 straipsnyje įtvirtintas siekis suvienodinti valstybių narių teisės aktus elektroninių sutarčių klausimais. Valstybės narės privalo sukurti teisės aktus, kurie leistų sudaryti elektronines sutartis bei užtikrintų, kad įstatymų, reguliuojančių sutartinius teisinius santykius, reikalavimai nestabdytų elektroninių sutarčių naudojimo, o teisiniai santykiai, sukurti vykdant elektroninę sutartį, neprarastų savo galios vien dėl to, jog jie buvo sukurti elektroninių sutarčių forma. Tam tikros išimties yra taikomos ir šioje srityje (pvz., elektronine forma negali būti sudarytos nekilnojamojo turto sutartys). Be to, kadangi bet koks oficialus dokumentas paprastai turi būti pasirašytas, Direktyva eliminuoja šią svarbią kliūtį elektroniniuose sandoriuose ir pripažįsta elektroninius parašus, jei pastarieji atitinka tam tikrus kriterijus.⁷⁸

Elektroninės komercijos direktyva nereikalauja iš informacinės visuomenės paslaugų tiekėjų įsisteigusių vienoje valstybėje narėje gauti leidimą ar licenciją toje šalyje, kurioje verčiasi tam tikra komercine veikla. Tačiau, kaip ir Nuotolinės prekybos direktyvoje, čia įtvirtintas skaidrumo reikalavimas. Skirtumas tarp šių direktyvų tas, jog Nuotolinės prekybos direktyvoje informacijos pateikimas daugiau siejamas ne su pardavėjo tapatybės detalizavimu, tačiau su tikslu užtikrinti, kad vartotojas gautų pakankamą informaciją apie siūlomas prekes bei paslaugas ir jų įsigijimo sąlygas. Elektroninės komercijos direktyvoje skaidrumo principas daugiau orientuotas į informacijos apie paslaugų teikėjo tapatybę suteikimą. Be kitų informacijos reikalavimų, nustatytų Bendrijos teisės, valstybės narės turi užtikrinti, kad paslaugų teikėjas paslaugos gavėjams ir kompetentingoms institucijoms padarytų lengvai, tiesiogiai ir nuolat pasiekiamą šią informaciją: paslaugos teikėjo pavadinimą; geografinį adresą, kuriuo įsisteigęs

⁷⁶ 2000 m. birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos Direktyva 2000/31/EB dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teisinių aspektų vidaus rinkoje (Elektroninės komercijos direktyva). 3 str. 4 d. OL L178, 2000.7.17.;

⁷⁷ Kroes Q.R. E-Business Law of the European Unijon. Allen&Overy Legal Practice. Kluwer Law International. 2003;

⁷⁸ 2000 m. birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos Direktyva 2000/31/EB dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teisinių aspektų vidaus rinkoje (Elektroninės komercijos direktyva). 9 str. OL L178, 2000.7.17.;

paslaugos teikėjas; paslaugos teikėjo rekvizitus; jei paslaugos teikėjas užsiregistravęs įmonių ar panašiam viešajame registre, įmonių registrą, į kurį įrašytas paslaugų teikėjas; jei veiklai taikoma leidimų schema, atitinkamos priežiūros institucijos rekvizitus ir kitą reikiamą informaciją.⁷⁹

Taip pat valstybės narės turi užtikrinti, jog komercinio pranešimo atveju būtų sudaryta galimybė aiškiai nustatyti, jog tai yra būtent komercinis pranešimas; būtų galima nustatyti siuntėjo tapatybę; būtų galima aiškiai identifikuoti reklaminius pasiūlymus, pavyzdžiui nuolaidas, priemokas ir dovanas; būtų galima aiškiai identifikuoti reklaminius konkursus arba žaidimus.⁸⁰ Reklaminių pasiūlymų, konkursų bei žaidimų sąlygos, kurias reikia patenkinti, turi būti lengvai prieinamos ir aiškiai bei nedviprasmiškai pateikiamos.

2.2.3. Duomenų apsaugos direktyva.

Kaip viena iš pagrindinių vartotojų nepasitikėjimo prekyba internetu priežasčių įvardijama nepakankama duomenų apsauga. Internetas turi daugybę galimybių surinkti asmens duomenis ir dėl to kelia riziką asmenų pagrindinėms teisėms ir laisvėms, ypač, teisei į privatumą. Internetinės prekybos metu yra renkami ir automatiškai apdorojami vartotojų pateikti duomenys, todėl neišvengiamai reikalinga jų teisinė apsauga bei reguliavimas.

Pagrindinė duomenų apsaugos direktyva yra Direktyva 95/46/EC dėl asmenų apsaugos tvarkant asmens duomenis ir dėl laisvo tokių duomenų judėjimo.⁸¹ Nors šis teisės aktas savo atsiradimu aplenkė visuotinį interneto paplitimą, jo reikšmė internetinei prekybai yra nenuginčijama. Tai buvo patvirtinta ir detaliai išdėstyta ir Europos Komisijos Vidaus rinkos direktorato Duomenų apsaugos darbo grupės dokumente „Privatumas internete – integruotas ES požiūris į internetinių duomenų apsaugą“⁸², paremtame Duomenų apsaugos direktyvos 29 straipsniu. Kaip sako pats Direktyvos pavadinimas, šio teisės akto tikslas - saugoti fizinių asmenų pagrindines teises ir laisves, o ypač jų privatumo teisę tvarkant asmeninius duomenis. Direktyva taikoma bet kokiems procesiniams duomenims, t.y. bet kokiam veiksmui atliktam su informacija susijusia su identifikuotu arba identifikuojamu asmeniu. Kadangi Direktyva skirta būtent fizinių duomenų (vartotojų) apsaugai, į jos taikymo sritį nepatenka verslo subjektų komercinės paslaptys.

⁷⁹ Ten pat. 5str.;

⁸⁰ Ten pat. 6 str.;

⁸¹ 2005 m. spalio 24 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 95/46/EB dėl asmenų apsaugos tvarkant asmens duomenis ir dėl laisvo tokių duomenų judėjimo. OL L 281, 1995.11.23.;

⁸² Privacy on the Internet – an Integrated Approach to On-line Data Protection. Working document. DG Internal Market. 5063/00/EN/FINAL WP37. http://ec.europa.eu/justice_home/fsj/privacy/docs/wpdocs/2000/wp37en.pdf;

Direktyva nustato principus kurie turi būti įgyvendinti bet kokiame asmens duomenų apdorojimo etape. Įtvirtinama, jog asmens duomenys turi būti naudojami tvarkomi teisėtai ir teisingai; surinkti įvardintais, aiškiai apibrėžtais ir teisėtais tikslais; adekvatūs, susiję ir savo apimtimi neviršijantys savo tikslų; tikslūs ir, jei reikia, nuolat atnaujinami; laikomi tokio pavidalo, kad duomenų subjektų tapatybes būtų galima identifikuoti ne ilgiau, nei tai yra reikalinga tais tikslais, dėl kurių duomenys buvo surinkti ar po to tvarkomi.⁸³

Griežtesnės taisyklės taikomos atskiros kategorijoms duomenims, taip vadinamai „jautriai informacijai“. Draudžiama tvarkyti asmens duomenis, kurie atskleidžia rasinę ar etninę kilmę, politines, religines ar filosofines pažiūras, priklausymą profesinėms sąjungoms, taip pat tvarkyti duomenis apie asmens sveikatą ar intymų gyvenimą. Šiai nuostatai taikomos išimties ypatingais, įstatyme nustatytais atvejais.⁸⁴

Duomenų apsaugos direktyvos atgarsis buvo jaučiamas ir už Europos Sąjungos ribų, ypač Jungtinėse Amerikos Valstijose (JAV). Tai susiję su Direktyvos draudimu perduoti duomenis į trečiąją šalį, kuri neužtikrina adekvataus duomenų apsaugos lygio. Apsaugos, kurią suteikia trečioji šalis, lygio adekvatumas įvertinamas atsižvelgiant į duomenų perdavimo operacijos ar operacijų grupės aplinkybes; ypatingas dėmesys atkreipiamas į duomenų pobūdį, siūlomą tvarkymo operacijos ar operacijų tikslą ir trukmę, duomenų kilmės bei paskirties valstybę ar valstybes, bendrųjų ir atskiriems sektoriams taikomų įstatymų, galiojančių trečiojoje šalyje, nuostatas, taip pat profesines taisykles ir saugumo priemones, kurių laikomasi toje valstybėje.⁸⁵ Iš pradžių Europos Komisija laikėsi nuostatos, jog šis draudimas taikomas ir JAV, kur duomenų apsauga yra pagrinde palikta savireguliacijai. Visgi galiausiai buvo pasiektas kompromisas, kuomet Jungtinių Valstijų Komercijos departamentas išleido *Safe Harbour* principus⁸⁶, kurie didžia dalimi atitinka ir Europos Sąjungos reikalavimus.

2.2.4. Direktyva dėl nesąžiningų sąlygų sutartyse su vartotojais

Prekyboje internetu, kaip ir tradicinėje prekyboje, kartais problemiškas ir pats pirkimo-pardavimo sutarties sudarymas. Vartojimo sutarties atveju vartotojas dažnai neturi galimybės derinti vartojimo sutarties sąlygų. Kitaip tariant, vartotojas atsiduria tokioje pozicijoje, kuomet turi nustatytas sąlygas priimti, arba nesudaryti sutarties iš viso. Tai skatina pardavėjo

⁸³ 2005 m. spalio 24 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 95/46/EB dėl asmenų apsaugos tvarkant asmens duomenis ir dėl laisvo tokių duomenų judėjimo. 6 str. 1 d. OL L 281, 1995.11.23.;

⁸⁴ 2005 m. spalio 24 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 95/46/EB dėl asmenų apsaugos tvarkant asmens duomenis ir dėl laisvo tokių duomenų judėjimo. 8 str. OL L 281, 1995.11.23.;

⁸⁵ Ten pat. 25 str.;

⁸⁶ „Saugaus uosto“ principai. (Pažodinis vertimas iš anglų kalbos);

piktnaudžiavimą savo pranašesne padėtimi, nuo ko nukenčia vartotojo interesai. Taigi, paprastai pirkimo-pardavimo sutartys internete pasižymi standartizacija bei nelankstumu.

Internetinėje prekyboje vartotojui, norint įsigyti tam tikrą prekę ar paslaugą, svetainės lange reikia nuspausti mygtuką „priimti“ (*accept*). Pastarojo paspaudimas reiškia, jog vartotojas sutinka su visomis jam ekrano lange pateikiamomis sąlygomis. Tokio pobūdžio susitarimai, kurie reikalauja pelės spustelėjimo prieš išreiškiant naudotojo sutikimą su elektroninės sutarties sąlygomis, vadinami *Click-wrap* susitarimais. Gal tai, jog minėtosios sąlygos paprastai būna išdėstytos ypatingai mažu šriftu, o gal ir tai, jog būna pateikiamos, jau vartotojui pasirinkus prekę ir būnant motyvuotu jos įsigijimu, dažnas vartotojas pardavėjo pateikiamų sąlygų net neperskaito. O jei ir perskaito, vienaip ar kitaip yra priverstas su jomis sutikti, nes kitu atveju, negalėtų įsigyti norimos prekės ar paslaugos.

Asmenys, įsigyjantys prekes ir paslaugas, turi būti apsaugoti nuo pardavėjo piktnaudžiavimo, o ypač nuo vienašalių standartinių sutarčių ir esminių teisių nesąžiningo neįtraukimo į sutartis. Šiam tikslui įgyvendinti buvo priimta Europos Sąjungos Direktyva dėl nesąžiningų sąlygų sutartyse su vartotojais.⁸⁷ Šia direktyva siekiama suderinti valstybių narių įstatymus ir kitus teisės aktus, susijusius su nesąžiningomis sąlygomis pardavėjo ar tiekėjo su vartotoju sudaromose sutartyse. Kaip nesąžiningos sąlygos Direktyvoje įvardijamos sąlygos dėl kurių nebuvo atskirai derėtasi, ir jeigu pažeidžiant sąžiningumo reikalavimą dėl jų atsiranda ryškus neatitikimas tarp iš sutarties kylančių šalių teisių ir pareigų vartotojo nenaudai.⁸⁸ Taip pat pabrėžiama, jog visada yra laikoma, kad dėl sąlygos nebuvo atskirai derėtasi, jeigu ji buvo parengta iš anksto, ir vartotojas dėl to negalėjo padaryti įtakos sąlygos esmei (pvz., iš anksto suformuluotos tipinės sutarties atveju).⁸⁹ Direktyvos priede pateikiamas orientacinis bei nebaigtinis sąlygų, kurias galima laikyti nesąžiningomis, sąrašas. Kaip pavyzdį galima pateikti sąlygas, kurių tikslas yra įgalinti pardavėją savo nuožiūra nutraukti sutartį kai ta pati teisė nėra suteikiama vartotojui arba sąlygas, su kuriomis vartotojas neturėjo galimybės susipažinti iki sutarties sudarymo, padaryti jam neatšaukiamai privalomas. Tuo atveju, jei sutartyje vis dėlto yra nesąžiningų sąlygų, jos neprivalomos vartotojui, o likusi sutartis ir toliau šalims privaloma tuo atveju jei ji nepraranda prasmės be nesąžiningų nuostatų.⁹⁰

⁸⁷ 1993 m. balandžio 5 d. Tarybos Direktyva 93/13/EEB dėl nesąžiningų sąlygų sutartyse su vartotojais. OL L 95, 1993.4.21;

⁸⁸ Ten pat 3 str. 1 d.;

⁸⁹ Ten pat 3 str. 2 d.;

⁹⁰ Ten pat 6 str.;

Direktyva dėl nesąžiningų sąlygų sutartyse su vartotojais nustato tik minimalius reikalavimus, todėl minėtas sąlygų sąrašas bei šių sąlygų apimtis gali būti valstybių narių plečiama ar labiau ribojama jų nacionaliniais įstatymais.

2.2.5. Direktyva dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje.

Europos Sąjungai plečiantis, vidinės rinkos potencialas tampa dar didesnis, o tai įmonėms ir vartotojams atveria naujas galimybes. Tačiau, kaip rodo tyrimai, daugelis europiečių vis dar dvejoja dėl tarpvalstybinių sandorių, nuogaustdami, kad jiems nebus garantuojama tokio paties lygio apsauga, kokia yra teikiama savo šalyje dėl skirtingų kitose valstybėse narėse galiojančių įstatymų.⁹¹

Viena naujausių direktyvų reglamentuojančių vartotojų apsaugą taip pat ir internetinės prekybos metu yra Direktyva dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje.⁹² Šios direktyvos tikslas - suderinti valstybių narių įstatymus dėl nesąžiningos komercinės veiklos, įskaitant nesąžiningą reklamą, tiesiogiai pažeidžiančios vartotojų ekonominius interesus ir tuo pačiu netiesiogiai – teisėtų konkurentų ekonominius interesus.

Ankščiau nesąžininga komercinė veikla įvairiose valstybėse narėse buvo interpretuojama skirtingai. Šioje Direktyvoje įtvirtinti vienodi tokios veiklos vertinimo kriterijai. Nesąžininga komercinė veikla – tai komercinė veikla, kuri iškreipia vartotojų ekonominę elgesį, yra agresyvi ar klaidinanti. Taigi išskiriamos dvi pagrindinės nesąžiningos veiklos kategorijos: klaidinanti ir agresyvi veikla.⁹³

Direktyvoje yra išdėstyti klaidinančios ir agresyvios komercinės veiklos apibrėžimai, pateikiamas šių veiklų, kurios bus draudžiamos ES valstybėse narėse, sąrašas. Pavyzdžiui, agresyvia veikla laikoma, jei vartotojas yra agresyviai skatinamas įsigyti produktą, kurio jam šiuo metu nereikia, klaidinančia - kai pardavėjas ar platintojas siūlo įsigyti produktą, kuris panašus į tam tikro gamintojo produktą, nors taip nėra, arba apgaulingai teigia, kad produktas turi tam tikrų savybių (pvz., gali išgydyti ligas).

Tam tikra veikla pagal šią direktyvą yra visiškai draudžiama visoje Europos Sąjungoje. Siekiant užtikrinti, kad pardavėjai ir vartotojai aiškiai žinotų, kas yra draudžiama, buvo parengtas

⁹¹ Sveikatos ir vartotojų apsaugos generalinio direktorato bukletas. Direktyva dėl nesąžiningos komercinės veiklos. Europos Komisija. http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/fair_bus_pract/ucp_lt.pdf;

⁹² 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje ir iš dalies keičianti Tarybos direktyvą 84/450/EEB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyvas 97/7/EB, 98/27/EB bei 2002/65/EB ir Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (EB) Nr. 2006/2004 („Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva“) OL L 149, 11.06.2005;

⁹³ Ten pat. Art. 5;

nesąžiningos veiklos „juodasis sąrašas“, kuriame nurodoma komercinė veikla, kuri visais atvejais laikoma nesąžininga. Tokia veikla draudžiama netaikant „vidutinio vartotojo nustatymo“⁹⁴.

Jei komercinė veikla yra nukreipta į tam tikrą vartotojų grupę, vidutinis tos grupės narys yra laikomas standartu. Tada komercinės veiklos sąžiningumas ar nesąžiningumas yra vertinamas pagal šį standartą. Europos teisingumo teismas savo teisminėje praktikoje remiasi „vidutinio vartotojo“ kriterijumi. Vidutinis vartotojas, kaip aiškina Europos teisingumo teismas, yra „gana gerai informuotas ir gana atidus bei apdairus“, atsižvelgiant į socialinius, kultūrinius bei kalbinius veiksnius.⁹⁵ Tačiau ką konkrečiu atveju laikyti būdinga vidutinio vartotojo reakcija turės nustatyti patys nacionaliniai teismai.

2.2.6. Vartotojų teisių direktyvos projektas

Nepaisant minėtų teisės aktų, tarpvalstybinėje prekyboje vis dar egzistuoja įvairūs barjerai, t.y., taisyklės reglamentuojančios tam tikrą sritį ir jų įgyvendinimas kiekvienoje Europos Sąjungos šalyje skiriasi. Prekyba internetu tarpvalstybiniame lygmenyje reikalauja tikslesnio reglamentavimo. Dažnai vartotojai neturi galimybės įsigyti prekę ar paslaugą užsienyje todėl, kad pardavėjai veikiantys kitoje šalyje tiesiog atsisako priimti ir vykdyti tarptautinius užsakymus.⁹⁶

Europos Komisija atliko Slapto apsipirkimo studiją (*Mystery-shopping study*) 27 Europos Sąjungos šalyse, kurios siekis buvo nustatyti, ar įmanoma sutaupyti užsisakant iš užsienio šalies internetinės parduotuvės, bei kiek lengva/sudėtinga atlikti patį užsakymą. Tyrimo rezultatai parodė, jog 13 ES šalių daugiau nei pusė tirtų produktų buvo bent 10 proc. pigesni perkant užsienio šalyje nei savo valstybėje, o tai teikia didelę naudą vartotojams. Taip pat studija parodė, jog internetinė prekybos rinka yra labai fragmentuota ir, jog daugumos tarptautinių užsakymų nebuvo galima įgyvendinti. Tik 39 proc. atvejų buvo teoriškai įmanoma bandyti užsakyti prekes iš kitos šalies, nei įsikūręs vartotojas. Iš tų pačių užsakymų, net 61 proc. nebuvo atlikti iki galo, kadangi pardavėjai atsisakė aptarnauti vartotojo šalį arba dėl kitų priežasčių. Pavyzdžiui, dauguma pirkėjų net negalėjo užsiregistruoti pardavėjo tinklapyje tam, kad galėtų tęsti sandorį, kiti pardavėjai atsisakė siųsti prekes į vartotojo gyvenamosios vietos valstybę. Pagrindinę problemą kelia tai, jog dauguma ES direktyvų nustato tik minimalius reikalavimus, palikdamos nemažą autonomiją valstybėms narėms. Tai lemia, jog Europos vartotojo teisinis reguliavimas tampa panašus į durstinį iš 27 skirtingų nacionalinių taisyklių. Pavyzdžiui, skiriasi net „atšalimo“

⁹⁴ Žiūrėti sekančią pastraipą.

⁹⁵ Sveikatos ir vartotojų apsaugos generalinio direktorato bukletas. Direktyva dėl nesąžiningos komercinės veiklos. Europos Komisija. http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/fair_bus_pract/ucp_lt.pdf;

⁹⁶ Interviu. Priedas Nr. 1;

periodo terminas, kuris valstybėse svyruoja nuo 7 iki 15 dienų. Tokie skirtumai didina pardavėjo, norinčio prekiauti užsienio valstybėse išlaidas, bei klaidina vartotojus ir didina jų nepasitikėjimą prekybą internetu.⁹⁷

Pastarasis tyrimas parodė, jog Europoje vis dar juntamas poreikis harmonizacijai. Siekiant išspręsti šią problemą, Europos Komisija pasiūlė priimti Vartotojų teisių direktyvą, kuri turėtų įnešti tam tikro aiškumo ir tikslumo vartotojų teisių apsaugos srityje. Siūlymas palietė keturias lig šiol galiojančias ir vartotojų teises ginančias direktyvas: Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 97/7/EB dėl vartotojų apsaugos, susijusios su nuotolinės prekybos sutartimis, Tarybos direktyvą 85/577/EB dėl vartotojų apsaugos, susijusios su sutartimis, sudarytomis ne prekybai skirtose patalpose, Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2005/29/EB dėl nesąžiningos verslo įmonių komercinės praktikos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje ir Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 1999/44/EB dėl vartojimo prekių pardavimo ir susijusių garantijų tam tikrų aspektų.

Persvarstomose direktyvose numatomos minimalaus suderinimo sąlygos, reiškiančios, kad valstybės narės gali toliau taikyti arba priimti griežtesnes vartotojų apsaugos taisykles. Valstybės narės šia galimybe plačiai naudojasi. Todėl dabar Bendrijos reglamentavimo sistema – nenuosekli, o kitoje šalyje ketinančios prekiauti įmonės patiria dideles atitikties išlaidas. Europos Komisijos pasiūlymu šios keturios direktyvos sujungiamos į vieną horizontaliąją priemonę, kuria bendrieji aspektai reglamentuojami sistemiškai, supaprastinant ir atnaujinant esamas taisykles, panaikinant neatitiktimus ir šalinant spragas. Pasiūlymu nutolstama nuo minimalaus suderinimo metodo, kurio buvo laikomasi keturiuose dabartinėse direktyvose (t. y., valstybės narės gali toliau taikyti arba priimti griežtesnes nacionalines taisykles, nei nustatytosios direktyvoje), ir pereinama prie visiško suderinimo metodo (t. y., valstybės narės negali toliau taikyti arba priimti nuostatų, nukrypstančių nuo nustatytųjų direktyvoje).⁹⁸

Minėtame siūlyme bus įvesti nauji nurodymai dėl prekių tiekimo ir pereinamojo rizikos laikotarpio. Pardavėjas privalės pristatyti prekes per 30 dienų po sutarties sudarymo. Pablogėjus prekių kokybei, ar jų netekus iki momento, kai jas turi gauti vartotojas, rizika ir galimos išlaidos atitektų pardavėjui. Nustatytas bendras 14 kalendorinių dienų sutarties atsisakymo terminas atliekant pirkimus elektroninėje erdvėje.⁹⁹

Vartotojų teisių direktyvos projektas šiuo metu vis dar svarstomas.

⁹⁷ Dismantling Barriers to Cross-border Online Shopping. MEMO/09/457. Brussels, 22 October 2009. http://ec.europa.eu/consumers/strategy/docs/m09_475%20en.pdf;

⁹⁸ 2008 m. spalio 8 d. Europos Komisijos pasiūlymas. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva dėl vartotojo teisių. 2008/0196 (COD);

⁹⁹ 2008 m. spalio 8 d. Europos Komisijos pasiūlymas. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva dėl vartotojo teisių. 2008/0196 (COD);

2.3. Internetinėms pirkimo – pardavimo sutartims taikytina teisė ir jurisdikcija

Internetas užtikrina sandorių sudarymą sandorio šalims būnant visiškai skirtingose vietose, neretai ir skirtingose pasaulio šalyse. Todėl dauguma tokių susitarimų turi tarptautinį komponentą. Pavyzdžiui, asmuo, esantis Argentinoje nusiperka daiktą iš tinklapio valdomo Olandijoje. Tai kelia sekančius klausimus: kurios šalies įstatymai bus taikomi minėtam sandoriui? Kurios šalies teismuose vyktų teisminis procesas kilus ginčui? Teisiškai kalbant, kyla taikytinos teisės bei jurisdikcijos nustatymo problemos.

2.3.1. Taikomos teisės nustatymas

Taikomos teisės nustatymo klausimas yra reglamentuojamas 1980 m. Romos konvencijoje dėl sutartinėms prievolėms taikytinos teisės¹⁰⁰. Nors teisės nustatymo klausimus reglamentuoja ir 1955 m. Hagos konvencija dėl tarptautinio prekių pirkimo - pardavimo bei 1980m. Vienos konvencija dėl tarptautinio prekių pirkimo-pardavimo sutarčių, būtent Romos konvencija yra taikoma vartotojų sandoriams. Taip pat ši konvencija nediskriminuoja nei elektroninių kontraktų sudarymo priemonių, nei metodų, todėl gali būti taikoma visoms elektroninės komercijos rūšims, tiek C2C, tiek C2B.¹⁰¹ Pagrindinė Konvencijoje įtvirtinta teisės nustatymo taisyklė yra ta, jog sandoriui taikoma šalių pasirinkta teisė.¹⁰²

Romos konvencija, kurios šalys yra ir visos Europos Sąjungos valstybės, yra taikoma bet kokiam fiziniam arba juridiniam asmeniui, gyvenančiam, įsisteigusiam ar reziduojančiam tiek ES Valstybėse narėse, tiek ir už jos ribų. Kita vertus, konvencija leidžia šalims pasirinkti bet kokią, netgi ir ne Europos Sąjungos teisę.

Konvencijos 5 straipsnis nustato vartotojų sutartims taikytinos teisės ypatumus: šalių sutartyje pasirinkta teisė negali apriboti vartotojo įprastinės gyvenamosios vietos įstatymų nustatytą privalomųjų reikalavimų: a) jei toje šalyje sutartis buvo sudaryta reklamos arba jam tiesiogiai adresuoto specialaus kvietimo pagrindu ir visi veiksmai, būtini sutarties sudarymui, buvo atlikti toje valstybėje; b) jei toje šalyje kita šalis arba jos atstovas gavo vartotojo užsakymą; c) jei sutartis yra dėl prekių pirkimo ir vartotojas nuvyko iš tos šalies į kitą šalį ir iš ten davė savo užsakymą, su sąlyga, kad vartotojo kelionė buvo suorganizuota pardavėjo, siekiant jį įtikinti

¹⁰⁰ 1980 Rome Convention on the law applicable to contractual obligations. OL C 25, 1998.1.26;

¹⁰¹ Civilka M. Elektroniniams kontraktams taikytina teisė pagal ES teisę. www.rln.lt/download.php/fileid/8;

¹⁰² 1980 Rome Convention on the law applicable to contractual obligations. OL C 25, 1998.1.26 Art. 3.;

pirkti.¹⁰³ Neatsižvelgiant į Konvencijos 4 straipsnio nuostatas, sutarčiai, kuriai taikomos šio straipsnio nuostatos, nesant pasirinkimo pagal 3 straipsnį, bus taikoma vartotojo įprastinės gyvenamosios vietos teisė, jei sutartis bus sudaryta atsižvelgiant į 5 straipsnyje nustatytus aukščiau paminėtus privalomuosius reikalavimus.

Svarbu pažymėti, jog 2008 m. birželio 17 d. priimtu Reglamentu dėl sutartinėms prievolėms taikytinos teisės¹⁰⁴, Romos konvencijai buvo suteiktas EB reglamento statusas bei forma. Reglamentas Europos Sąjungoje bus taikomas sutartims sudarytoms po 2009 gruodžio 17 dienos. Svarbiausia Konvencijos pavertimo reglamentu priežastis yra siekis užtikrinti, kad jo nuostatos valstybėse narėse būtų aiškinamos vienodai. Be to, tai suteiks galimybę nacionaliniams teismams kreiptis į Europos teisingumo teismą su prašymais priimti prejudicinius sprendimus ir sudarys tinkamas prielaida vienodai aiškinti teisę skirtingose valstybėse narėse.¹⁰⁵

Vartojimo sutartims taikytina teisė yra vienas iš esminių Romos konvencijos reformos aspektų reglamente. Vartojimo sutartims taikytina teisė nustatoma pagal vienodus susiejimo kriterijus nediferencijuojant vartojimo sutarčių rūšių. Kaip pagrindinis susiejimo kriterijus yra Reglamento įtvirtintas nuolatinės vartotojo gyvenamosios vietos teisės principas. Taigi, visoms vartojimo sutartims turėtų būti taikoma nuolatinės vartotojo gyvenamosios vietos teisė. Tačiau Reglamento 6(1) straipsnyje numatomos šios taisyklės išimtys. Straipsnyje nurodyta profesionalo veiklos tikslo (angl. *targeted activity*) sąvoka reiškia, kad vartotojo nuolatinės gyvenamosios vietos teisė gali būti taikoma, jeigu: (a) profesionalas vykdo komercinę veiklą toje valstybėje, kurioje yra vartotojo nuolatinė buveinė; arba (b) profesionalo komercinė veikla yra nukreipta į valstybę, kurioje yra vartotojo nuolatinė gyvenamoji vieta.

Kita vertus, galima būtų svarstyti, ar išimtinai vartotojo gyvenamosios vietos imperatyvių teisės nuostatų taikymas yra pateisinamas, mat kai kuriose situacijose sunku tikėtis, kad su vartotoju sandorį sudarantis verslininkas žino vartotojo gyvenamąją vietą.

¹⁰³ 1980 Rome Convention on the law applicable to contractual obligations. OL C 25, 1998.1.26. Art. 5;

¹⁰⁴ 2008 m. birželio 17 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 593/2008 dėl sutartinėms prievolėms taikytinos teisės (Roma I). OL L 177, 4.7.2008;

¹⁰⁵ Goldammer Y., Jurčys P. Romos I reglamento dėl sutartinėms prievolėms taikytinos teisės projektas: kita to paties medalio pusė? Justitia 2008 m. Nr. 1(67);

2.3.2. *Jurisdikcijos taisyklės*

Ilgus metus pagrindinis teisės aktas, reglamentuojantis jurisdikcijos nustatymą vartotojų sudaromose sutartyse buvo 1968 m. Briuselio konvencija dėl teisingumo ir teismų sprendimų vykdymo civilinėse ir komercinėse bylose.¹⁰⁶

Vystantis elektroninei komercijai bei ypač siekiant apsaugoti vartotojų elektroninėje komercijoje interesus, EB Komisija ėmėsi iniciatyvos suderinti senąsias teisės normas su naujovėmis. To pasekoje, po ilgų koncepcinių diskusijų, 2000 m. gruodžio 22 d. buvo priimtas Tarybos reglamentas 44/2001/EC dėl jurisdikcijos ir teismų sprendimų civilinėse ir komercinėse bylose pripažinimo ir įgyvendinimo (kitai dar vadinamas Briuselis I reglamentu).¹⁰⁷ Iki pat Briuselis I reglamento priėmimo Europos Sąjungos teisinėje sistema reguliuojanti jurisdikcijos taisyklės nebuvo atnaujinta atsižvelgiant į atsiradusias naujas verslo formas, tame tarpe ir internetinę prekybą. Todėl pastarasis ES reglamentas yra daugiau orientuotas būtent į elektroninės komercijos poreikius.

Briuselis I reglamente įtvirtintas bendrasis jurisdikcijos principas, pagal kurį asmuo, turintis nuolatinę gyvenamąją vietą vienoje valstybėje narėje, nepriklausomai nuo jo pilietybės, bus paduodamas į jo nuolatinės gyvenamosios vietos ar buveinės valstybės kompetentingus teismus. Matyti, jog reglamentas pratęsia bendrosios jurisdikcijos taisyklę įtvirtintą ir Briuselio konvencijoje.

Tiek Konvencijos, tiek Reglamento 5 straipsnyje yra nustatyta išimtis iš bendrosios taisyklės, kurioje numatyta, jog asmuo, turintis nuolatinę gyvenamąją vietą vienoje valstybėje narėje gali būti paduotas į kitos valstybės narės teismus: dėl sutartinių ginčų – sutartinės prievolės įvykdymo vietos valstybėje; dėl deliktinės ar kvazi-deliktinės atsakomybės – tos valstybės teismuose, kuriuose įvyko žalą sukėlus įvykis; dėl ginčo, kylančio iš filialo, atstovybės, agentūros ar nuolatinės buveinės veiklos – pastarųjų įsteigimo valstybės teismuose.

Pasak M. Civilkos, minėtoji nuostata yra viena reikšmingesnių nagrinėjant internetinių santykių jurisdikcijos kolizijas, kadangi dauguma tokių santykių yra sutartinio pobūdžio. Vadinasi, turi būti taikoma prievolės įvykdymo valstybės teisė, ką elektroninės komercijos kontekste nustatyti ne taip jau ir paprasta. Reglamento 5(1)(b) straipsnis nustato, jog prekių prikimo - pardavimo atveju, prievolės vieta laikytina prekių pristatymo vieta, o paslaugų teikimo atveju – paslaugų suteikimo vieta, arba vieta, kurioje jos turi būti suteiktos. Deja, ši nuostata

¹⁰⁶ Convention on Jurisdiction and Enforcement of judgements of civil and commercial matters. OJ L299, 31/12/1972;

¹⁰⁷ Tarybos reglamentas (EB) Nr. 44/2001 dėl jurisdikcijos ir teismo sprendimų civilinėse ir komercinėse bylose pripažinimo ir vykdymo. OL L 12, 2001.1.16;

aktuali tik tada, kai yra žinoma šalių buvimo vieta. Kitu atveju kyla būtinybė nustatyti, ar serverio, kompiuterio ir panašios technologinės įrangos buvimo vieta gali apspręsti sutartinės prievolės įvykdymo vietą.¹⁰⁸

Svarbi bendrųjų jurisdikcijos taisyklių išimtis yra susijusi su vartotojų sandoriais. Jei vartotojas sudaro sandorį su subjektu užsiimančiu komercine ar profesine veikla, kuri yra nukreipta ir į vartotojo šalį, tada vartotojas turi teisę arba rinktis tos valstybės teismą, kurioje verslo subjektas yra įsisteigęs arba savo gyvenamosios šalies teismą. Teisminis procesas prieš vartotoją gali būti pradėtas tik vartotojo gyvenamosios valstybės narės teisme. Nuo minėtos nuostatos nukrypti galima tik tuo atveju, jei jau kilus ginčui šalys susitartų kitaip.¹⁰⁹ Šias Reglamento nuostatas reikėtų vertinti kaip privilegijuotas jurisdikcijos taisykles, taikytinas išimtinai vartotojų sudarytoms sutartims tiek interneto pagalba, tiek tradicinėmis priemonėmis. Šias taisykles lemia tai, jog vartotojai besąlygiškai pripažįstami silpnąja sutartinių santykių šalimi.¹¹⁰

Internetinėje prekyboje aktualu tai, jog pardavėjai ne visada yra toje pačioje vietoje, kur ir interneto serveriai, kuriuose yra jų interneto puslapiai. Taigi nėra aišku, kaip tokiu atveju turėtų būti traktuojama pirkėjams padaroma žala. Briuselis I reglamentas nustato naują taisyklę, teigiančią, jog pardavėjas įsisteigęs vienoje valstybėje narėje, gali būti paduotas į teismą kitoje, jei ten kilo žalingos sandorio pasekmės. Taigi, svetainės operatorius pažeidęs trečiosios šalies teises gali būti paduotas į teismą ten, kur ši svetainė yra prieinama.

2.4. Internetinės prekybos reglamentavimas Lietuvos teisėje

Internetinės prekybos reglamentavimui nacionalinėje teisėje šiame darbe sąmoningai neskiriama daug dėmesio. Kaip jau buvo aptarta, internetinė prekyba – tai tokia komercijos sritis, kuriai netaikomi jokie sienų apribojimai. Todėl nacionalinės pastangos ir įstatymai elektroninėje erdvėje veikia ribotai. Taigi, didžiaja dalimi internetinės prekybos reguliavimas turėtų būti užtikrintas tarptautinių teisės aktų pagalba, siekiant suvienodinti skirtingų šalių teisės normas ir taip kuo geriau užtikrinti vartotojų teisių apsaugą.

Lietuvos Respublikoje, kuri 2004 metų gegužės 1d. tapo visateise Europos Sąjungos nare, yra taikomi ir visi ES teisės šaltiniai. Taip pat Lietuva yra daugelio tarptautinių organizacijų narė, turinti užtikrinti ir pastarųjų teisės aktų įgyvendinimą.

¹⁰⁸ Civilka M. Jurisdikcijos kolizijos internete. <http://www.ic.lt/e-teise/Default.asp?DL=L&TopicID=11>;

¹⁰⁹ Tarybos reglamentas (EB) Nr. 44/2001 dėl jurisdikcijos ir teismo sprendimų civilinėse ir komercinėse bylose pripažinimo ir vykdymo. 16 str. OL L 12, 2001.1.16;

¹¹⁰ Civilka M. Jurisdikcijos kolizijos internete. <http://www.ic.lt/e-teise/Default.asp?DL=L&TopicID=11>;

Pirmoji nacionalinė iniciatyva reglamentuoti rinkos dalyvių prekybinius santykius besiklostančius elektroninėje erdvėje buvo išreikšta 2000 m. Elektroninės prekybos įstatymo projekte. Šio projekto tikslas buvo sudaryti teisinės sąlygas informacinių paslaugų plėtrai prekybos srityje, nustatant elektroninės prekybos dalyvius, jų teises ir pareigas, įteisinant elektroninę sutarties formą, elektroninius duomenų pranešimus, nustatant kitus su elektronine prekyba susijusius santykius.¹¹¹ Deja, įstatymas taip ir nebuvo priimtas.

Nėra vieningos nuomonės dėl to, kokiais teisės aktais reglamentuojama internetinė prekyba Lietuvoje. Štai, pasak Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos Tarptautinių ir ES reikalų koordinavimo skyriaus vedėjos Neringos Ulbaitės, svarbiausi teisės aktai yra Lietuvos Respublikos (LR) Civilinis kodeksas, LR Vartotojų teisių apsaugos įstatymas, LR Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas bei Daiktų pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartys sudaromos naudojant nuotolinio ryšio priemones, taisyklės.¹¹²

Kiti autoriai¹¹³, be minėtų teisės aktų, pabrėžia ir Informacinės visuomenės paslaugų įstatymo¹¹⁴, kuriuo įgyvendinama Elektroninės komercijos direktyva, svarbą. LR Ūkio ministro įsakymas Dėl daiktų pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartys sudaromos ryšio priemonėmis, taisyklių patvirtinimo¹¹⁵ praktiškai atkartoja Nuotolinės prekybos direktyvos nuostatas, Direktyvą dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos – Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos draudimo įstatymas.

Lietuvos Respublikoje, kaip ir bet kurioje kitoje teisinėje sistemoje, sutartys gali būti sudaromos dviem būdais: raštu ir žodžiu. Kalbant apie internetinę prekybą aktualus būtent rašytinių sutarčių statusas ir tai, ar joms yra prilyginamos elektroninės sutartys. Šias nuostatas Lietuvoje įtvirtina ne tik Informacinės visuomenės paslaugų įstatymas bet ir LR Civilinis kodeksas. CK 1.73 straipsnyje nustatyta, jog šalių pasirašyti dokumentai, perduoti telegrafinio, faksimilinio ryšio ar kitokiais telekomunikacijų galiniais įrenginiais, yra prilyginami rašytinės formos dokumentui, jei yra užtikrinta teksto apsauga ir galima identifikuoti parašą.¹¹⁶ Taigi CK normos atitinka technologinio neutralumo principą, įtvirtintą UNCITRAL Pavyzdiniame

¹¹¹ LR elektroninės prekybos įstatymo aiškinamasis raštas.

http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=855&p_d=7679&p_k=1;

¹¹² Ulbaitė. N. Vartotojų teisių apsauga elektroninėje erdvėje. Pranešimas konferencijoje „Vartotojų teisių apsauga Europos elektroninėje erdvėje“. 2009.10.27.;

¹¹³ Civilka M. Elektroninės komercijos teisė. Red. Sauliūnas D. Informacinių technologijų teisė. NVO Teisės institutas. Vilnius 2004; Katuoka S., Kiškis M., Pranevičius G., Šlapauskas V., Vėgėlė I. Vartotojų teisių apsauga Lietuvoje ir Europos Sąjungoje. Kolektyvinė monografija. Mykolo Romerio universitetas. Vilnius, 2006;

¹¹⁴ Lietuvos Respublikos informacinės visuomenės paslaugų įstatymas. Valstybės žinios, 2006, Nr. 65-2380;

¹¹⁵ Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymas Dėl daiktų pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartys sudaromos ryšio priemonėmis, taisyklių patvirtinimo. Valstybės žinios, 2001, Nr. 73-2583;

¹¹⁶ Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas. Valstybės žinios, 2000, Nr. 74-2262;

įstatyme¹¹⁷ bei Elektroninės komercijos direktyvoje¹¹⁸ ir reiškiančiame, jog sutartys, sudarytos kitomis nei tradicinės priemonės, negali būti diskriminuojamos tradicinėmis priemonėmis sudarytų sandorių atžvilgiu.

Nors pasak M. Civilkos, teisiniu požiūriu elektroninė sandorio forma yra įtvirtinta pakankamai aiškiai, esminių sunkumų ir neaiškumų kyla praktinio minėtų normų įgyvendinimo, teisės aiškinimo lygmeniu. Kaip pavyzdį autorius pateikia tai, jog iki šiol nei praktika, nei doktrina nėra pateikusi aiškaus atsakymo į tokius klausimus, kaip kada turėtų būti laikoma, jog teksto apsauga yra užtikrinta tinkamai pagal 1.73 CK straipsnį, kada įmanoma tiksliai nustatyti asmenų tapatybę bei juos identifikuoti.¹¹⁹

Lietuvoje vis dar pasigendama teismų praktikos, vienareikšmiškai įteisinančios elektronines sutartis. Artimiausiu teisiniu precedentu galima laikyti Lietuvos Respublikos Aukščiausiasis Teismo 2000 m. gegužės 29 d. nutartį civilinėje byloje R. Beliackas v. UAB „Sabina“, Nr. 3K-3-619/2000, kurioje buvo konstatuota, jog „rašytinis dokumentas nuo to, jog yra duomenų pranešimo formos ir yra perduodamas telekomunikacijų tinklais, šios formos nepakeičia“.¹²⁰ Kitoje byloje AB „Lietuvos telekomas“ v. Ž.Budros IĮ „Sėkmės vėjas“ Nr. 3K-3-35/2003¹²¹ dėl nepageidaujamų elektroninių reklaminių pranešimų platinimo, Lietuvos Aukščiausiasis Teismas elektroniniams pranešimams pritaikė rašytinei informacijai reglamentuoti skirtas taisykles. Taigi, galima daryti išvadą, jog nors kol kas nebuvo išsakyta aiški pozicija elektroninės formos nediskriminavimo klausimu, Teismas linkęs elektronines sutartis pripažinti lygiavertėmis rašytinėms.

¹¹⁷ UNCITRAL Modal Law on Electronics Commerce, with Guide to Enactment, 1996, United Nations Publication, Sales No 99.V.4, ISBN 92-1-133607-4.;

¹¹⁸ 2000 m. birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos Direktyva 2000/31/EB dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teisiniu aspektu vidaus rinkoje (Elektroninės komercijos direktyva). OL L178, 2000.7.17.;

¹¹⁹ Civilka M. Elektroninės komercijos teisinis reguliavimas: nuo durstinio iki siuvinio. JUSTITIA 2006 m. Nr. 3 (61);

¹²⁰ 2000 m. gegužės 29 d. LR Aukščiausiojo Teismo nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-619/2000. R. Beliackas v. UAB „Sabina“;

¹²¹ 2003 m. sausio 13 d. LR Aukščiausiojo Teismo nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-35/2003. AB „Lietuvos telekomas“ v. Ž.Budros IĮ „Sėkmės vėjas“;

3. VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGOS INTERNETINĖJE PREKYBOJE ĮGYVENDINIMO PRAKTINIAI ASPEKTAI

3.1. Vartotojų teisių apsauga elektroninėje erdvėje – vienas aktualiausių šiandienos klausimų

LR Konstitucijos 46 straipsnio 5 dalyje yra įtvirtinta nuostata, jog “valstybė gina vartotojo interesus”¹²². Taigi, net pagrindinis valstybės teisės aktas patvirtina, jog vartotojų teisių gynimas yra viena svarbiausių valstybės socialinės ir ekonominės politikos sričių.

Vartotojų apsauga suprantama kaip visuma priemonių (teisinė bazė, institucinė sistema, švietimas), užtikrinančių vartotojų teisių įgyvendinimą ir gynimą, kartu siekiant išlaikyti verslo ir vartotojų pusiausvyrą.¹²³ Vartotojų teisių apsauga įgyvendinama taikant prevencines priemones, per administracinę, civilinę, baudžiamąją atsakomybę ir ginant vartotojų teises įstatymų nustatyta teismine bei neteismine tvarka.¹²⁴

Vartotojų teisių apsaugos įstatymo 3 str. apibrėžta, kokias teises turi vartotojai, tai: teisę savo nuožiūra pasirinkti pardavėją, paslaugų teikėją; teisę įsigyti saugias, tinkamos kokybės prekes ir paslaugas, gauti teisingą bei visapusišką informaciją apie jas; gauti informaciją apie savo teisių įgyvendinimo ir gynimo tvarką bei jų gynimą; teisę į turtinės ir neturtinės žalos atlyginimą; kreiptis dėl pažeistų teisių į ginčus nagrinėjančią institucijas ar teismą; jungtis į asociacijas ir kitas įstatyme numatytas teises¹²⁵.

Visuotinai priimta, jog vartotojas yra silpnesnioji santykių šalis, todėl valstybė gina vartotojo interesus. Vartotojai turi teisę kreiptis dėl pažeistų teisių gynimo į ginčus nagrinėjančias institucijas ar teismą. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nuomone civilinėje byloje *UAB „Damava“ v. Rut Van Valcar*¹²⁶, vartotojų teisių gynimas turi viešąjį interesą ir valstybė šiuo atveju turi būti aktyvi, užtikrindama šių teisių gynimo efektyvumą.

Nuo 2007 m. Lietuvoje vartotojų teisių apsaugai pradėta skirti žymiai daugiau dėmesio, kadangi buvo priimtas naujas LR Vartotojų teisių apsaugos įstatymas¹²⁷ bei Valstybinė vartotojų

¹²²Lietuvos Respublikos Konstitucija. Valstybės Žinios, 1992, Nr. 33-1014;

¹²³Petrauskas F. Vartotojų teisių apsauga perkant prekes bei paslaugas internetu. 2009-06-16.

<http://www.nvtat.lt/index.php?127933279>;

¹²⁴Lietuvos Respublikos Vartotojų teisių apsaugos įstatymas. 7 str. Valstybės žinios, 1994, Nr. 94-1833; 2007, Nr. 12-488;

¹²⁵Ten pat. 3 str.;

¹²⁶Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2005 m. gruodžio 14 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-666/2005. *UAB „Damava“ v. Rut Van Valcar*;

¹²⁷Lietuvos Respublikos vartotojų teisių apsaugos įstatymas. Valstybės žinios, 1994, Nr. 94-1833; 2007, Nr. 12-488;

teisių apsaugos strategija 2007-2010 metams¹²⁸. Strategijoje akcentuojama, jog „Vartotojų teisių apsauga – vienas iš Europos Sąjungos politikos prioritetų, siekiant užtikrinti vartotojų sveikatą, saugą ir ekonominius interesus, teisę į informaciją, taip pat skatinti burtis į asociacijas savo interesams ginti. Laisvas prekių ir paslaugų judėjimas – pamatinė ES vidaus rinkos laisvė – neįsivaizduojamas be vartotojų pasitikėjimo, kad prekės ir paslaugos, kuriomis jie naudojami, yra saugios ir geros kokybės“¹²⁹.

Vienas iš svarbiausių strategijoje numatytų uždavinių - vartotojų informavimas, konsultavimas ir ugdymas siekiant lavinti kritiškai mąstantį, pilietišką, išmanantį savo teises ir priimančią informaciją grįstus sprendimus vartotoją.¹³⁰

Strategijoje buvo išryškinta bendrų aktyvių visų kompetentingų valstybės ir savivaldybių institucijų, vartotojų ir verslo asociacijų pastangų, bendradarbiavimo ir administracinių gebėjimų stiprinimo būtinybė. Spartėjant Europos Sąjungos vidaus rinkos integracijai, gausėjant prekių ir paslaugų spektrui, Lietuvos vartotojai vis dažniau gali rinktis, tačiau drauge susiduria ir su didesniais produktų keliamais pavojais, nesąžininga prekyba. Buvo numatyta stiprinti ir toliau aktyviai plėtoti vartotojų teisių apsaugos politiką – įtraukti ją į kitas veiklos sritis, kviečiama bendradarbiauti valstybės institucijas ir verslo subjektus, diegiant geros verslo praktikos kodeksus, skatinant sąžiningą verslo praktiką. Tikimasi, jog tai taps sudėtine vartotojų teisių apsaugos politikos dalimi, viena iš priemonių vartotojų pasitikėjimui teikiamų prekių ir paslaugų sauga ir kokybe stiprinti.

3.2. Vartotojų teisių apsaugą užtikrinanti institucinė sistema

Internetinė prekyba bei jos subjektų interesų užtikrinimas naudojantis ja, reguliuojama ne tik teisės aktų pagalba. Praktikoje nemenkas vaidmuo tenka vartotojų teisių apsaugą užtikrinančioms institucijoms. Galima teigti, jog vartotojai, pasinaudodami internetu kaip priemone prekybai ir, to pasekoje, susidūrę su nesklaidumais, atsiduria labai nepalankioje padėtyje. Prekyba internetu – nauja sritis, taigi vartotojai dar nėra gerai informuoti apie savo teises bei galimybes. Taip pat internetinė prekyba neretai apima santykius tarp užsienio subjektų. Tai reiškia, jog savo teises apginti tampa dar sunkiau ir dėl skirtingų teisinių sistemų, atstumų tarp valstybių, kalbos barjero, piniginių išlaidų bei kitų reikšmingų faktorių. Dažnai vartotojas neturi ne tik teisinių, bet ir elementarių žinių kaip elgtis tokioje situacijoje, bijo didelių išlaidų.

¹²⁸ Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2007 m. balandžio 11 d. nutarimas Nr. 372 "Dėl Valstybinės vartotojų teisių apsaugos 2007-2010 metų strategijos ir jos įgyvendinimo priemonių plano patvirtinimo";

¹²⁹ Ten pat;

¹³⁰ Ten pat;

Išspręsti šiuos ir kitus aktualius klausimus vartotojams gali padėti jų teises ginančios institucijos, kurias šiame skyriuje ir aptarsime.

3.2.1. Europos vartotojų centras

Europos Sąjungos atvirą rinką sudaro 27 valstybės ir daugiau nei 490 mln. vartotojų. Vartotojų teisių apsauga, jų interesų gynimas ir saugumo užtikrinimas yra itin svarbi bendro ES tikslo – pagerinti visų europiečių gyvenimo kokybę – dalis. Todėl siekiama, jog nepriklausomai nuo to, kokioje valstybėje bebūtumėte, būtų taikomi pagrindiniai vartotojų teisių apsaugos principai.

Dėka laisvo prekių ir paslaugų judėjimo Europos Sąjungoje, mūsų šalies piliečiai prekes ir paslaugas jau perka ne tik iš Lietuvos, bet iš užsienio interneto svetainių. Taip pat vis daugiau užsieniečių perka ar naudojami Lietuvos pardavėjų paslaugomis.

Jei kitos šalies pardavėjas nepaiso vartotojo teisių ir kilusio ginčo nepavyksta išspręsti derybų būdu, galima kreiptis į Europos vartotojų centrą Lietuvoje (www.ecc.lt), kuris nagrinėja vartotojų prašymus dėl informacijos suteikimo, taip pat ir skundus dėl netinkamos kokybės prekių ar paslaugų, įsigytų kitoje nei vartotojo gyvenamosios vietos Europos Sąjungos valstybėje narėje bei Norvegijoje ir Islandijoje. Tokie kaip šis Europos vartotojų centrai Europos Sąjungos šalyse dirba tam, kad vartotojai perkantys prekes ar paslaugas iš kitos valstybės būtų apginti, jei netenkintų prekių ar paslaugų kokybę.

Europos vartotojų centrai veikia 27 Europos Sąjungos šalyse ir Norvegijoje bei Islandijoje. Jie visi yra susijungę į tinklą ECC–Net (European Consumer Center) ir glaudžiai bendradarbiauja tarpusavyje. Bendro vartotojų teises ginančio instituto formavimo tikslas – vienodas vartotojų teisių gynimas visoje Europos Sąjungoje. Šie centrai teikia pagalbą kiekvienam, bet kurioje Europos Sąjungos šalyje asmeninio vartojimo tikslais įsigijusiam netinkamos kokybės prekę ar paslaugą.

Europos vartotojų centras (EVC) Lietuvoje, įsteigtas Europos Komisijos ir Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos susitarimu, savo veiklą pradėjo 2005 m. gegužės 13 d. Šis centras padeda Lietuvos Respublikos vartotojams, kitose Europos Sąjungos šalyse nusipirkusiems netinkamos kokybės prekę ar paslaugą. Centras taip pat atstovauja kitų šalių gyventojams, ES piliečiams, įsigijusiems netinkamos kokybės prekę ar paslaugą Lietuvoje. Pabrėžtina, jog Europos vartotojų centro paslaugos – nemokamos.¹³¹

¹³¹ Europos vartotojų centro interneto svetainė. www.ecc.lt;

Europos vartotojų centro darbuotojai priima skundą, konsultuoja, padeda susisiekti su pardavėju, gamintoju ar paslaugos teikėju ir, jei būtina, sudaro galimybę pasinaudoti vertėjo paslaugomis. Skundai dažniausiai persiunčiami į tos šalies Europos vartotojų centrą, kurioje buvo suteikta paslauga ar įsigyta prekė.

Europos vartotojų centro uždaviniai:

- Informuoti apie vartotojo teises ir galimybės kitose Europos Sąjungos šalyse;
- Teikti nemokamas konsultacijas;
- Greitai surinkti informaciją, susijusią su kilusiu ginču ar skundu;
- Supažindinti su Europos Sąjungos ir nacionalinės teisės pagrindais, ginančiais vartotoją;
- Bendradarbiaujant su kitų Europos Sąjungos šalių centrais, padėti išspręsti ginčą ar skundą;
- Jei iškilusio ginčo ar skundo neįmanoma išspręsti, nukreipti į atitinkamą instituciją;
- Vystyti neteisminių ginčų nagrinėjimo procedūrą.

Kadangi kaip viena pagrindinių problemų internetinėje prekyboje yra įvardijama vartotojų švietimo stoka, stengiamasi, kad Europos vartotojų centro internetinė svetainė būtų reikalinga ir naudinga lankytojams. Periodiškai atnaujinama ir papildoma informacija, supažindinama su naujomis vartotojams aktualiomis temomis. Buvo sukurtas naujas apklausų vykdymo modulis bei supaprastinta vartotojo kreipimosi į Europos vartotojų centrą tvarka pritaikius elektroninę skundo teikimo formą.¹³²

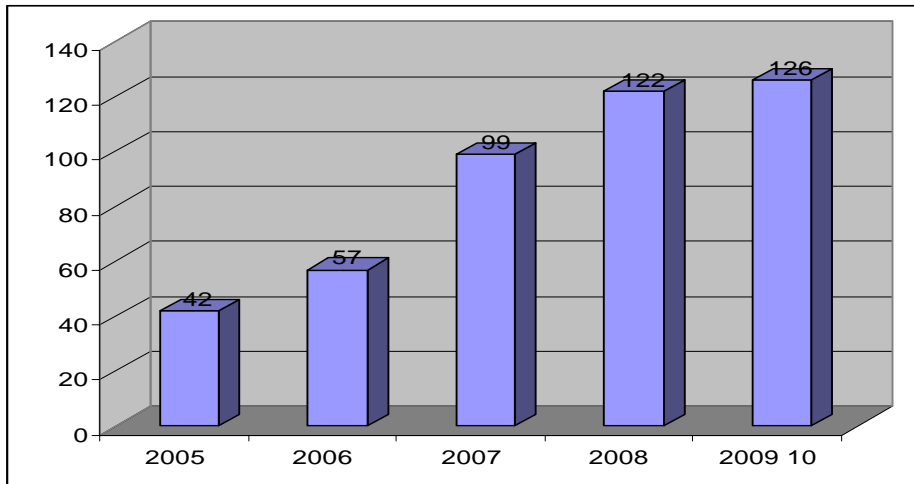
Europos vartotojų centras informuoja vartotojus apie neteisminio ginčų nagrinėjimo institucijas ir galimybę kreiptis į jas, supažindina vartotojus su ginčo nagrinėjimo ne teisme tvarka, taip pat teikia kitą informaciją, renka duomenis apie kitų Europos šalių neteisminio ginčų nagrinėjimo patirtį ir vykdo kitą veiklą, susijusią su vartotojų skatinimu vartotojo ginčus su pardavėjais, paslaugų teikėjais prieš kreipiantis į teismą perduoti nagrinėti neteisminio ginčų nagrinėjimo institucijoms.

Europos vartotojų centro egzistavimo būtinumą patvirtina gaunamų skundų skaičiaus nuolatinis didėjimas. Palyginimui, 2005 m. Europos vartotojų centras gavo 42 skundus, tuo tarpu 2009 m. jau turi užregistruotas 126 bylas.¹³³ (žr. *Diagramą 2*)

Diagrama 2. 2005-2009 m. spalio mėn. EVC gautų skundų palyginimas.

¹³² Europos vartotojų centro 2008 m. veiklos ataskaita. <http://www.ecc.lt/spaudiniai/ataskaita2008.pdf>;

¹³³ Linkevičius S. Europos vartotojų centro pagalba perkantiems kitų ES šalių el. parduotuvėse. Pranešimas konferencijoje „Vartotojų teisių apsauga Europos elektroninėje erdvėje“. 2009.10.27.;

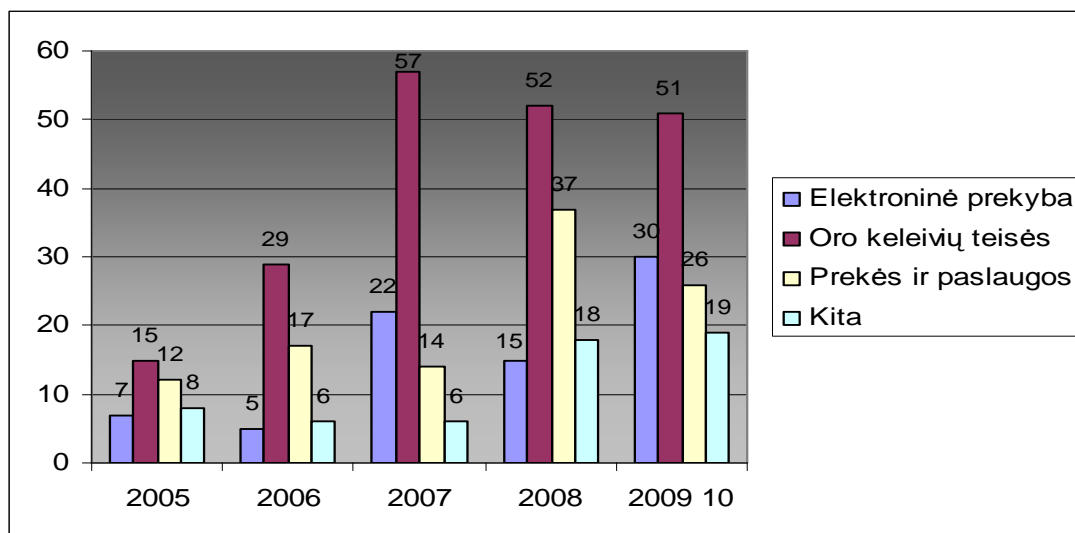


Siekiant daugiau sužinoti apie praktinius internetinės prekybos aspektus, atlikome ekspertų interviu. Jo metu apklausėme Europos vartotojų centro teisės specialistus (žr. *Priedą Nr. 1*). Pasak jų, nepaisant pastovaus skundų didėjimo, didžioji dauguma Lietuvos vartotojų vis dar nėra linkę ginti savo pažeistas teises. Jei lyginame skundų skaičių pateiktų Lietuvoje esančiam vartotojų centrui su kitomis Europos Sąjungos valstybėmis, tai galėtume teigti, jog lietuviai yra viena mažiausiai besiskundžiančiųjų tautų Europoje. Daugiau nei trečdalis visų skundų yra pateikiama Didžiojoje Britanijoje, Vokietijoje bei Austrijoje. Kaip galimas to priežastis galima būtų paminėti teisių nežinojimą, pasitikėjimo savimi ir ryžto stygių, pasitikėjimo vartotojus ginančiomis institucijomis stygių, požiūrio, kad tik teismas gali apginti pažeistas teises.¹³⁴

Šiais metais Europos vartotojų centras daugiausiai skundų sulaukė dėl oro keleivių teisių pažeidimų: atidėtas ar atšauktas skrydis, neįleista į lėktuvą, dingęs, sugadintas bagažas. Elektroninė prekyba atsidūrė antroje vietoje. Trečioje – skundai dėl netinkamos kokybės prekių ir paslaugų, kurias Lietuvos piliečiai įsigijo kitose ES šalyse arba kitų ES valstybių piliečiai įsigijo Lietuvoje.

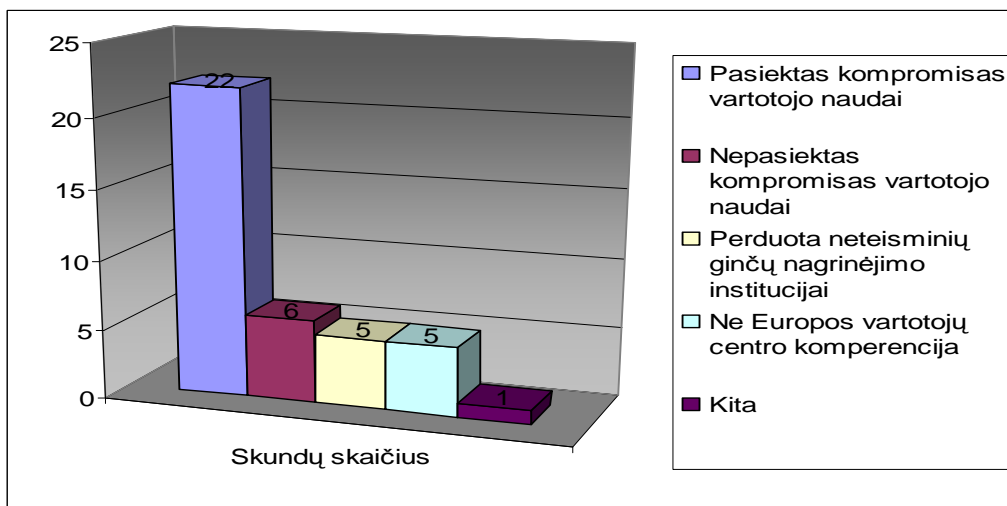
¹³⁴ Interviu. Priedas Nr. 1;

Diagrama 3. 2005-2009 m. spalio mėn. EVC gauti skundai pagal tipus.



Didžioji dalis vartotojų skundų EVC pagalba išsprendžiama pasiekiant kompromisą vartotojo naudai. Kita dalis skundų perduodama neteisminiam ginčų nagrinėjimui ar kitoms institucijoms, tuo atveju, kai skundo dalykas nepriklauso Europos vartotojų centro kompetencijai. Deja, pasitaiko ir skundų kai nepavyksta pasiekti kompromiso vartotojo naudai. Pasak EVC specialistų, nepavyksta išnagrinėti skundų dėl pardavėjų sukčiavimo, kuomet terminai yra labai uždelsti.¹³⁵

Diagrama 4. Vartotojų skundų elektroninėje prekyboje 2009 m. sprendimai.¹³⁶



¹³⁵ Linkevičius S. Europos vartotojų centro pagalba perkantiems kitų ES šalių el. parduotuvėse. Pranešimas konferencijoje „Vartotojų teisių apsauga Europos elektroninėje erdvėje“. 2009.10.27.;

¹³⁶ Ten pat;

Pagrindinis Europos vartotojų centro kaip institucijos trūkumas yra tas, jog jos, kaip ir daugelio panašių vartotojų teises ginančių institucijų, sprendimai nėra imperatyvaus pobūdžio. Tai reiškia, jog negeranoriško pardavėjo atveju Europos vartotojų centro galios yra labai ribotos. Žinoma, visais atvejais yra siekiama kompromiso, tačiau tam nepavykus belieka du keliai: neteisminis ginčų nagrinėjimas arba teismas. Abiem atvejais, Europos vartotojų centras suteikia vartotojui visą reikiamą informaciją, o neteisminio ginčų nagrinėjimo atveju – labai prisideda prie procedūros vystymo.¹³⁷ Detaliau neteisminių ginčų procedūra bus analizuojama 3.2.3. skyriuje.

3.2.2. ICPEN indėlis į vartotojų teisių apsaugą

Lietuva yra tarptautinio vartotojų apsaugos ir gynimo tinklo Tarptautinio vartotojų apsaugos ir gynimo tinklo ICPEN (*International Consumer Protection and Enforcement Network*) narė. Tai – naryste paremta organizacija, vienijanti įvairias valstybines vartotojų apsaugos institucijas iš viso pasaulio. ICPEN plėtoja bendradarbiavimą sprendžiant tarpvalstybines vartotojų problemas.¹³⁸

ICPEN vartotojų apsaugą internetinės prekybos kontekste užtikrina keletu savo projektų. Kaip du svarbiausi paminėtini Interneto svetainių patikros diena (*Internet Sweep Day* arba tiesiog *Sweep*) bei *Econsumer.gov* projektas.

Interneto svetainių patikros diena– tai specialiai nustatyta diena, kurią ICPEN narių paskirti darbuotojai naršo internetą ir ieško tinklapių tam tikra tema, kuriuos vertina pagal nustatytus kriterijus, kad išsiaiškintų, ar tuose tinklapiuose nėra klaidinančios informacijos. Šią iniciatyvą pasiūlė ir dabar ją plėtoja viena iš ICPEN narių – Australijos konkurencijos ir vartotojų komisija.

Sweep‘as susideda iš dviejų etapų. Pirmajame - įgyvendinami koordinuoti institucijų veiksmai – interneto svetainių tikrinimas. Antrajame etape atliekami vykdymo veiksmai: siunčiami raštai įmonėms, kurių tinklapiuose rasta galimų pažeidimų ir prašoma pašalinti trūkumus. *Sweep*‘o metu tikrinama ši informacija:

- Informacija apie pardavėją: ar yra pateiktas prekybininko pavadinimas, adresas ir elektroninio pašto adresas.

¹³⁷ Linkevičius S. Europos vartotojų centro pagalba perkantiems kitų ES šalių el. parduotuvėse. Pranešimas konferencijoje „Vartotojų teisių apsauga Europos elektroninėje erdvėje“. 2009.10.27.;

¹³⁸ ICPEN tinklapis. www.icpen.org.;

- Informacija apie pasiūlymą: tikrinama informacija apie pagrindines produkto savybes, mokėjimo priemones, pristatymo tvarką, ar į kainą įeina mokesčiai.
- Klaidinanti veikla: galimos papildomos pristatymo išlaidos; galutinė kaina (įsk. visus mokesčius); ar pradinė kaina nėra klaidinanti; ar vartotojams pateikiama informacija apie jų teises nutraukti sutartį; ar informacija apie vartotojų teises nėra klaidinanti.¹³⁹

Econsumer.gov projektas – Jungtinių Amerikos Valstijų Federalinės prekybos komisijos administruojamas projektas, kuriame dalyvauja daugelis ICPEN narių. Siekiant pažaboti sparčiai plintančias apgaulės tarptautinėje internetinėje erdvėje bei pagerinti vartotojų apsaugą bei pasitikėjimą elektronine komercija, 2001 metų balandį buvo pradėtas vykdyti Econsumer projektas. Jį įkūrė 13 pasaulio šalių. Šiuo metu šis skaičius išaugo iki 24.

Projekto esmė yra ta, kad vartotojai internetu gali užregistruoti savo tarpvalstybinį skundą elektroninės komercijos srityje ir gauti patarimą, kur galėtų išspręsti savo ginčą neteisminiu būdu. Lietuva yra prisijungusi prie šio projekto, tačiau nedalyvauja pilnomis teisėmis, nes Taryba kol kas nėra neteisminė tarptautinių ginčų sprendimo institucija.¹⁴⁰

Taigi jei vartotojas prekę įsigijo ne Europos Sąjungoje ir su pardavėju kilusios problemos išspręsti nepavyko, jis savo pretenziją gali pateikti vartotojų teises ginančiame interneto portale www.econsumer.gov. Šis projektas susideda iš dviejų komponentų: daugiakalbio viešo interneto tinklapio bei „valdžios“ - slaptažodžiu apsaugoto tinklapio. Viešasis interneto saitas leidžia nepatenkintiems vartotojams pareikšti skundus bei padeda juos išspręsti kitomis nei oficialiomis teisinėmis priemonėmis. Naudojantis šiuo tinklu, gaunami vartotojų skundai yra pasiekiami visiems skirtingų šalių vartotojų teisių apsaugą įgyvendinantiems subjektams.¹⁴¹

ICPEN taip pat vykdo ir neoficialią ginčų sprendimo funkciją susijusią su tarptautiniais sandoriais. Norėdami pasinaudoti šia programa, vartotojai turi užpildyti specialią skundo formą ir nusiųsti ją ICPEN atstovams savo gyvenamosios vietos valstybėje. Tuomet ICPEN atstovas perduoda skundą organizacijos padaliniui valstybėje, kurioje yra įsikūręs pardavėjas. Padalinio atstovai susisiekiama su pardavėju ir stengiasi tarpininkauti išsprendžiant ginčą savanoriškai ir taikiai.¹⁴²

¹³⁹ Ulbaitė. N. Vartotojų teisių apsauga elektroninėje erdvėje. Pranešimas konferencijoje „Vartotojų teisių apsauga Europos elektroninėje erdvėje“. 2009.10.27.;

¹⁴⁰ Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos tinklapis. <http://www.vartotojoteises.lt/index.php?4014034406>;

¹⁴¹ <http://www.econsumer.gov/english/>;

¹⁴² ICPEN interneto svetainė. www.icpen.org;

3.2.3. Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba

Vartotojų teises ginančių valstybės institucijų veiklą Lietuvoje koordinuoja Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba (VVTAT). Šios institucijos veiklos prioritetas – veiksmingos vartotojų teisių apsaugos, atitinkančios Europos Sąjungos teisę, užtikrinimas. Vykdydama savo veiklą Tarnyba siekia įgyvendinti strateginį tikslą – vykdyti valstybinę vartotojų teisių apsaugos politiką, užtikrinančią veiksmingą vartotojų teisių apsaugą.

Pagrindinės Tarnybos veiklos kryptys yra šios: teisinės bazės, reglamentuojančios vartotojų teisių apsaugą, tobulinimas; vartotojų ekonominių interesų gynimas; vartotojų ir verslininkų švietimas vartotojų teisių apsaugos klausimais.

Svarbiausieji Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos uždaviniai yra šie:

- įgyvendinti valstybės politiką vartotojų teisių apsaugos srityje;
- pagal kompetenciją užtikrinti vartotojų teisių apsaugą reguliuojančių teisės aktų įgyvendinimą;
- pagal kompetenciją dalyvauti formuojant ir įgyvendinant Lietuvos Europos Sąjungos politiką ir bendradarbiauti su užsienio valstybių institucijomis, tarptautinėmis organizacijomis vartotojų teisių apsaugos srityje.¹⁴³

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba kartu su kitomis ICPEN organizacijos šalimis narėmis nuo 2007 m. dalyvavo jau trijuose Sweep'uose. Buvo tikrinamos šios interneto svetainės: oro linijų bendrovių tinklalapiai; mobiliųjų telefonų paslaugas siūlančios įmonės, elektronikos prekių pardavėjų svetainės. Šiame metiniame Sweep'e tikrinti elektronine prekyba užsiimančios internetinės parduotuvės. Buvo išskirtos tam tikros prekių grupės: kompiuterinė įranga, MP3/MP4 grotuvai, skaitmeninės vaizdo kameros, mobilieji telefonai, DVD grotuvai, žaidimų valdymo pulteliai. Patikrinus 361 internetinę parduotuvę nustatyta, kad 72 nesilaikė vairių Lietuvos Respublikos nustatytų reikalavimų: pateikiami neišsamūs duomenys apie pardavėją, nenurodyta, ar kainos su mokesčiais, ar ne, neaiškios garantijos, nepaaiškinta, kaip galima sutartį nutraukti, pirkėjai viliojami neįtikėtinomis nuolaidomis, pavyzdžiui, „perveskite visą sumą, o atvežus prekę, pusę pinigų sugrąžinsime grynais“.

2007 m. kovo 1 d. įsigaliojęs naujasis Vartotojų teisių apsaugos įstatymas¹⁴⁴ suformavo neteisminio ginčų nagrinėjimo institucijų sistemą Lietuvoje. Nustatyta, jog visos neteisminio ginčų nagrinėjimo institucijos yra valstybės institucijos. Viena jų – Valstybinė vartotojų teisių

¹⁴³ LR Vyriausybės nutarimas dėl Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos nuostatų patvirtinimo. 7 str. Žin., 2007, Nr. 44-1680.

¹⁴⁴ Lietuvos Respublikos vartotojų teisių apsaugos įstatymas. Valstybės žinios, 1994, Nr. 94-1833; 2007, Nr. 12-488.

apsaugos tarnyba, kuri nagrinėja skundus dėl ginčų, kurie nėra priskirti nagrinėti kitų įstatyme įvardintų institucijų kompetencijai¹⁴⁵.

Įstatyme numatyta, kad ginčų nagrinėjimas ne teisme yra nemokamas.¹⁴⁶ Pagrindinis ginčo nagrinėjimo būdas yra rašytinis, tačiau ginčą nagrinėjančios institucijos sprendimu ginčas gali būti nagrinėjamas žodinio proceso tvarka. Nagrinėjant ginčą žodinio proceso tvarka, ginčo šalims ir kitiems suinteresuotiems asmenims turi būti pranešta apie ginčo nagrinėjimo posėdžio vietą, datą ir laiką. Ginčai nagrinėjami viešai, išskyrus kai ginčus nagrinėjančios institucijos sprendimu būtina apsaugoti valstybės, tarnybos, komercinės, banko, profesines paslaptis arba užtikrinti vartotojo teisę į privataus gyvenimo neliečiamumą.

Neteisminis ginčų nagrinėjimas turi daugybę privalumų lyginant su įprastu nagrinėjimu teismuose. Pirmiausia, toks ginčų sprendimo būdas reikalauja mažiau sąnaudų tiek iš ginčo šalių, tiek iš valstybės. Antra, neteisminis ginčų nagrinėjimas pasižymi lankstumu, bei paprastumu. Pagrindinis dėmesys proceso eigoje skiriamas ginčo šalių dialogui siekiant optimaliausio sprendimo. Taip pat neteisminio ginčo nagrinėjimo procedūra yra suprantama eiliniam vartotojui. Svarbiausias privalumas tas, jog neteisminio ginčų nagrinėjimo procedūra yra nepalyginamai greitesnė nei teisminis procesas. Pagrindinis neteisminio ginčų nagrinėjimo procedūros trūkumas yra trečiosios šalies (arbitro) priimtų sprendimų neprivalomumas. Tokie sprendimai tėra rekomendacinio pobūdžio ir galim likti neįvykdyti.

Visų minėtų (ir ne tik) vartotojų teises ginančių institucijų veikla yra didelė pagalba vartotojui tiek švietimo tiek ginčų tarpininkavimo srityse. Tačiau yra išvelgiama ir keletas problemų. Pirmiausia, kaip jau minėta, daugumos šių institucijų sprendimai neturi privalomos teisinės galios. Tokiu atveju, kartais vartotojo interesų įgyvendinimas priklauso tik nuo geros pardavėjo valios.

Antra, nors pastaruoju metų ypač akcentuojama tarptautinės prekybos svarba, natūraliai kyla klausimas ar tikrai ar tikrai yra užtikrintos vartotojų teisės kreiptis į institucijas dėl pažeistų teisių gynimo visais atvejais, t.y. prekes įsigijus iš bet kurios pasaulio šalies internetinės parduotuvės?

¹⁴⁵ Lietuvos Respublikos ryšių reguliavimo tarnyba nagrinėja skundus elektroninių ryšių, pašto ir pasiuntinių paslaugų srityse; Lietuvos Respublikos draudimo priežiūros komisija – Draudimo įstatymo numatytais atvejais ir tvarka; Valstybinė energetikos inspekcija prie Ūkio ministerijos – Energetikos įstatyme numatytose vartotojų teisių apsaugos srityse; Valstybinė kainų ir energetikos kontrolės komisija – Energetikos įstatyme numatytose vartotojų teisių apsaugos srityse; kitos institucijos – įstatymų nustatytais atvejais.

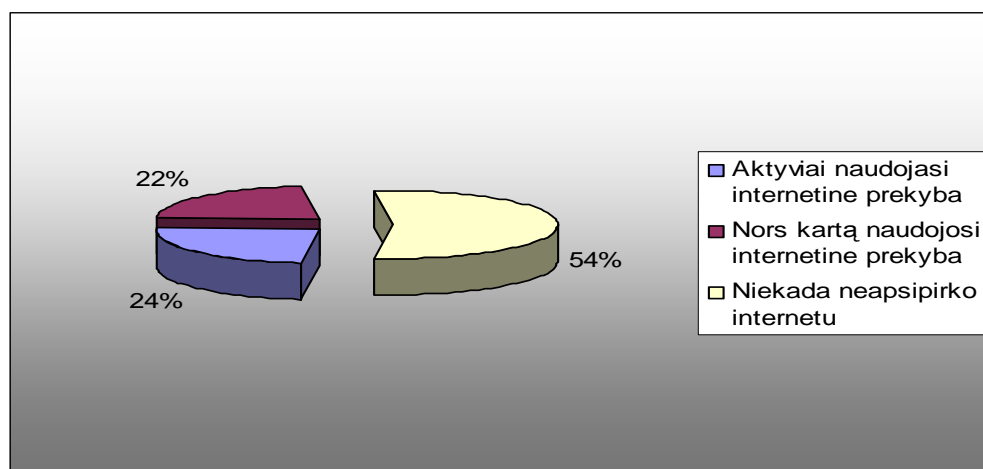
¹⁴⁶ Ginčų nagrinėjimas ne teisme yra nemokamas, tačiau tam tikrais įstatyme numatytais atvejais pardavėjas, paslaugų teikėjas arba vartotojas turi sumokėti už ekspertizę ar laboratorinius tyrimus. Tačiau vartotojas už šiuos tyrimus ar ekspertizę moka tik išimtiniais atvejais, kai ginčus nagrinėjančios institucijos nepripažįsta šių tyrimų būtinumo, tačiau vartotojas pats pageidauja juos atlikti.

Štai vartotojui apsiperkant savo šalies internetinėje parduotuvėje, kilus problemoms ir nepavykus jų išspręsti derybų būdu, vartotojas gali kreiptis į atitinkamą nacionalinę vartotojų teisių apsaugos instituciją (Lietuvoje – į Valstybinę vartotojų teisių apsaugos tarnybą). Jei Europos Sąjungos (bei Norvegijos ir Islandijos) vartotojas įsigyja prekes iš kitos ES šalies, tada jis gali kreiptis į Europos vartotojų centrą savo šalyje. O jei prekė įsigyjama ne Europos Sąjungoje ir su pardavėju problemos išspręsti nepavyksta, savo pretenziją galima pateikti vartotojų teises ginančiame interneto portale www.econsumer.gov. Problema ta, jog šioje ginčų sprendimo sistemoje dalyvauja tik 24 šalys ir dauguma jų ES narės. Taigi jei vartotojas įsigyja prekes ar paslaugas iš užsienio šalies nesančios vienos iš minėtų organizacijų nare, jo pažeistų teisių gynimas tampa ženkliai sudėtingesnis, o kartais ir praktiškai neįmanomas. Europos vartotojų centro specialistų nuomone (žr. *Priedą Nr.1*), tikrais atvejais vartotojams belieka kreiptis į policiją. Taip pat galima ieškoti nacionalinių vartotojų teises ginančių institucijų atitinkamoje pardavėjo ar paslaugų teikėjo šalyje.

3.3. Pagrindinės problemos su kuriomis susiduria vartotojai apsipirkdami internetu

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba, siekdama sužinoti Lietuvos vartotojų nuomonę apie internetinę prekybą bei naudojimosi ja ypatumus, 2008 m. rugsėjo 10–20 d. atliko tyrimą ir dešimtyje Lietuvos apskričių apklausė 1181 vartotoją. Beveik pusė (46 proc.) respondentų atsakė, kad jie naudojami internetu prekėms ar paslaugoms įsigyti, 24 proc. iš jų aktyviai naudojami internetine prekyba., o 54 proc. apklaustųjų nė karto to nedarė.¹⁴⁷

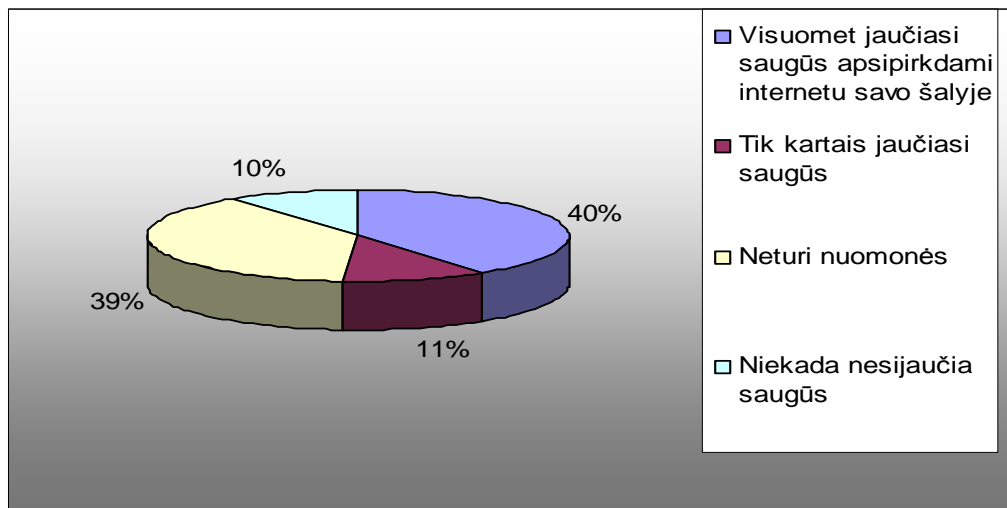
Diagrama 5. Internetinės prekybos paplitimas Lietuvoje.



¹⁴⁷ Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos interneto svetainė. www.vartotojoteises.lt;

Galima manyti, kad internetinė prekyba Lietuvoje dar nėra stipri įprastos prekybos alternatyva, o vartotojai vis dar išlieka pasyvūs. Kita internetinės prekybos nepopuliarumo priežastis – menkas ir neatitinkantis vartojimo poreikių siūlomų prekių asortimentas. Išanalizavus apklausos rezultatus, matyti, kad vartotojai pasitiki internetine prekyba **savo šalyje**: 40 proc. respondentų nurodė, kad jaučiasi saugūs apsipirkdami internetu, 11 proc. respondentų – tik kartais, 39 proc. negalėjo tiksliai pasakyti savo nuomonės ir tik 10 proc. teigė, kad niekada nesijaučia saugūs naudodamiesi internetine prekyba.

Diagrama 6. Vartotojų pasitikėjimas internetine prekyba Lietuvoje.



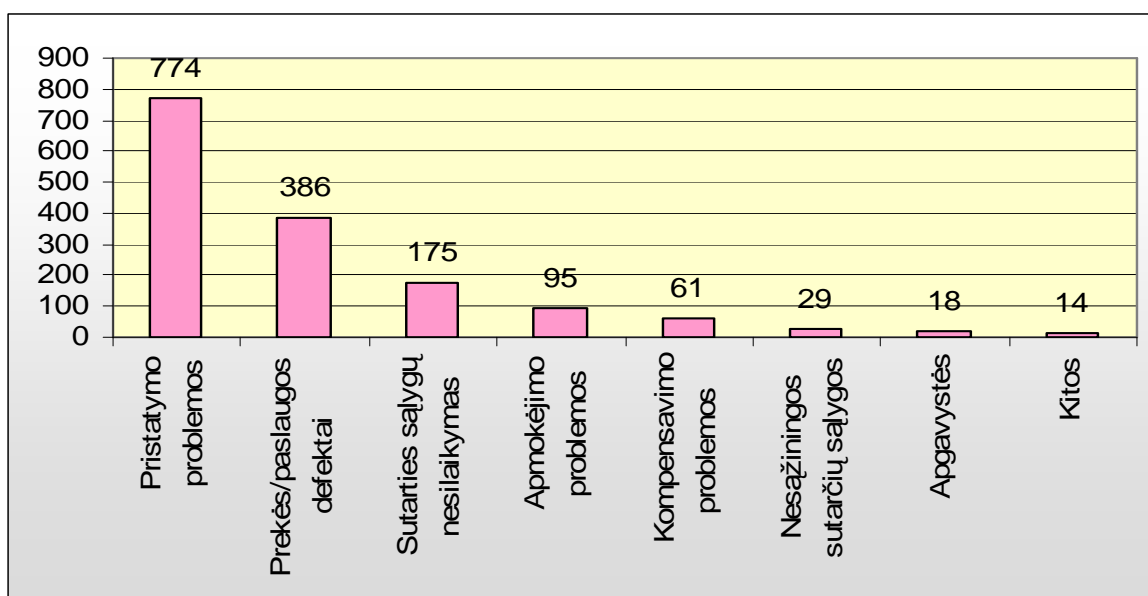
Kaip jau aptarta anksčiau, problemą kelia ne vartotojų pasitikėjimas prekyba internetu savo šalies ribose, bet tarptautiniu mastu. Šioje srityje vartotojų pasitikėjimo rodiklis yra ženkliai mažesnis.

Pasak Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos vadovo F. Petrausko, apsipirkinėdami Lietuvos internetinėse parduotuvėse, vartotojai susiduria su šiomis problemomis. Dažnai interneto svetainėse ribotai informuojama apie pardavėją, paslaugos teikėją, pavyzdžiui, nenurodomas buveinės adresas, todėl vartotojams neaišku, kur kreiptis dėl iškilusių problemų. Vartotojams tokiu atveju sunku įgyvendinti teisę, pavyzdžiui, per 7 darbo dienas nuo daikto pristatymo dienos raštu kreiptis į pardavėją ir nutraukti pirkimo–pardavimo sutartį bei susigrąžinti sumokėtus pinigus. Neretai verslo subjektai siekia grąžinti tik dalį sumokėtų pinigų, išskaičiuodami tam tikrą procentą ar fiksuotą sumą kaip baudą už sutarties nutraukimą, nors pagal Civilinio kodekso nuostatas vartotojo teisę per 7 darbo dienas nutraukti sutartį, sudarytą internetu, draudžiama suvaržyti ar riboti bet kokiais įsipareigojimais ar

įmokomis. Kitas dažnai pasitaikantis pažeidimas – prekių nepristatymas užsakyme ar įstatymuose numatytais terminais (per 30 kalendorinių dienų nuo sutarties sudarymo dienos).¹⁴⁸

Su kokiomis problemomis susiduria vartotojai apsipirkdami užsienio internetinėse parduotuvėse? Europos vartotojų centrų tinklas ECC-Net atliko vartotojų skundų, gautų dėl elektroninės prekybos 2007-aisiais metais analizę. Buvo nustatytos pagrindinės problemos, su kuriomis susidūrė vartotojai, perkantys internetu. Šios problemos liko aktualios ir šiais metais.

Diagrama 7. Pagrindinės problemos, su kuriomis susiduria vartotojai apsipirkdami internetu.



Kaip matome iš pateiktos diagramos, didžiąją skundų dalį sudaro problemos dėl prekių pristatymo bei prekių ir paslaugų kokybės.

I. Prekės pristatymas ne laiku arba jos nepristatymas iš viso. Su šia problema susiduria 50 proc. visų vartotojų, kurie skundėsi dėl prekybos internetu. Tokiu atveju Europos vartotojų centras vartotojams pataria kuo skubiau apie tai pranešti pardavėjui ir kartu pareikšti pretenziją, kad prekės būtų iš naujo pristatytos arba būtų gražinti pinigai. Sulaukus vartotojo netenkinančio sprendimo ar atsakymo nesulaukus išvis, reikia kreiptis į vartotojų teises ginančias institucijas. Prekės turi būti pristatytos per 30 dienų nuo jų užsakymo dienos, jei sutartis nenumato ko kito. Jei to neįmanoma padaryti, pardavėjas vartotoją privalo iškart informuoti. Pataruoju atveju vartotojas turi teisę nutraukti sutartį ir atgauti sumokėtus pinigus.

¹⁴⁸ Petrauskas F. Vartotojų teisių apsauga perkant prekes bei paslaugas internetu. 2009-06-16. <http://www.nvtat.lt/index.php?127933279>

Praktinis pavyzdys. *Vartotojas iš internetinės parduotuvės, registruotos Lenkijos Respublikoje, užsisakė žurnalų, tačiau užsakytų prekių negavo. Vartotojas kreipėsi į pardavėją su pakartotiniu prašymu atsiųsti užsakytas prekes, tačiau nesulaukė iš jo jokio atsako. Tada vartotojas kreipėsi į EVC Lietuvoje, kuris, surinkęs visą reikiamą bylos medžiagą, perdavė vartotojo pretenziją EVC Lenkijoje. Šis, bendradarbiaudamas su pardavėju, išsprendė pretenziją vartotojo naudai. Įsikišus Europos vartotojų centrų tinklui, vartotojas gavo užsakytas prekes.*

II. Problemos, susijusios su prekėmis ar paslaugomis. (tai sudaro 25 proc. visų vartotojų skundų). Šioje kategorijoje pagrindinė skundų dalis - apie 50 proc. - tenka prekėms ar paslaugoms su defektais, o 30 proc. skundų yra susiję su prekės ar paslaugos neatitikimu užsakytajai. Likusi dalis skundų yra susiję su produkto neužsakymu, pardavėjo atsisakymu parduoti, produkto nesaugumo, ar produkto sukeliama žala. Skundams dėl problemų, susijusių su prekės ar paslaugos nekokybiškumu, defektais, bei neatitikimu užsakytajai prekei taikoma Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 1999/44/EB dėl vartojimo prekių pardavimo ir susijusių garantijų tam tikrų aspektų, pagal kurią pardavėjas yra atsakingas už bet kokią neatitikimą prekių pateikimo metu, o esant neatitikimui, vartotojas turi teisę į nemokamą prekių atitikimo sutarčiai užtikrinimą jas pataisant ar pakeičiant, arba teisę į atitinkamą kainos sumažinimą arba su tomis prekėmis susijusios sutarties nutraukimą.

Praktinis pavyzdys. *Prancūzijos internetinėje parduotuvėje vartotojas pirko du televizorius. Gavęs prekes, vartotojas pamatė, kad vienas televizorius atkeliavo sudaužytas. Jis nedelsiant kreipėsi į prekių pardavėją, nurodė problemą ir pasiūlė jam tinkamus problemos sprendimo būdus – prekės pakeitimą arba pinigų grąžinimą. Tačiau iš prekių pardavėjo nesulaukė jokio atsakymo. Vartotojas kreipėsi į EVC Lietuvoje, kuris bylą persiuntė EVC Prancūzijoje. Įsikišus Europos vartotojų centrų tinklui, problema buvo išspręsta vartotojo naudai.*

Kalbant apie produktą su defektais grąžinimo klausimą, vartotojas ir vėl susiduria su ta pačia problema, kaip ir sutarties atsisakymo per 7 dienas atveju. Pagrindinė bėda šioje situacijoje yra ta, jog pardavėjas paprastai atsisako prisiimti bet kokią atsakomybę už produkto siuntimą atgal. Taip pat vartotojams yra visad patariama prekę grąžinti registruotu paštu, tam jog liktų įrodymas apie prekės grąžinimą pardavėjui, nes negalima reikalauti pardavėjo padengti negrąžintos prekės išlaidas. Taigi tuo atveju, jei vartotojas prekę įsigijo internetinėje parduotuvėje esančioje užsienio šalyje, siuntimo išlaidos kartais gali viršyti ir prekės kainą.

3.4. Vartotojų švietimas ir prevencinės priemonės

Net jei internetinės prekybos teisinis reguliavimas ir neturėtų spragų, bei funkcionuotų taip kaip pridera, vartotojų teisių pažeidimų vis dėlto neišvengtume, jei nesisaugotų ir patys vartotojai. Galima būtų teigti, jog vartotojų budrumas bei tam tikrų žinių turėjimas ženkliai sumažintų internetinės prekybos nesklaidumus.

Deja, šiandien vis dar pripažįstama, jog vartotojų pasitikėjimo stoką didžia dalimi lemia žinių trūkumas, tad atsakymas vienintelis – reikia šviesti vartotojus, o jiems patiems vertėtų atidžiai priimti gaunamą informaciją ir ja naudotis. Tačiau galėtume išskirti ir kitą grupę vartotojų, kurie pernelyg pasitiki bei rizikuoja pirkdami internetinėje parduotuvėje, kuri nepateikia savo adreso ir telefono, o nurodo tik elektroninio pašto adresą; neatkreipia dėmesio į tai ar tinklalapis yra saugomas ir į kitus reikšmingus kriterijus.¹⁴⁹

Šių metų spalio mėnesį Europos vartotojų teisių centras savo internetinėje svetainėje atliko vartotojų apklausą, siekiant sužinoti, kokių priemonių vartotojai imasi, siekdami nustatyti ar internetinė parduotuvė yra patikima.

Diagrama 8. Koku būdu pirkdami prekes/paslaugas internetu nustatote interneto puslapio patikimumą?

Patikrinu nurodytus kontaktinius duomenis

Atkreipiu dėmesį, ar puslapis saugus

Vadovaujuosi intuicija

Vadovaujuosi rekomendacijomis

Nekreipiu į tai jokio dėmesio

Kaip matyti, didžiausia dalis respondentų atkreipia dėmesį į tai, ar puslapis yra saugus bei vadovaujasi rekomendacijomis. Beveik dvigubai mažesnis skaičius vartotojų vadovaujasi savo intuicija arba į puslapio saugumą nekreipia jokio dėmesio. Atkreiptinas dėmesys, jog apklausa buvo atlikta EVC svetainėje. Taigi, natūralu, jog vartotojai užsukantys į šios institucijos tinklalapį jau ir taip yra suinteresuoti savo teisių apsauga. Manytina, kad rezultatai atlikus visuotinę apklausą būtų kiek kitokie.

¹⁴⁹ Ekspertinis interviu. Priedas Nr. 1;

Vartotojų švietimu užsiima praktiškai visos vartotojų teises ginančios institucijos. Visos jos vartotojams pateikia ir nemažai patarimų, kaip elgtis siekiant, kad ginčo išvis nereikėtų spręsti, t.y., kaip apsipirkti saugiai. Pasak Europos vartotojų centro specialistų svarbiausia, jog vartotojas pats išliktų budrus ir atsargus apsipirkdamas internetu. Galimą išskirti keletą patarimų:

- ✓ Patartina panaršyti svetainėje, kurioje ruošiamasi pirkti: kada svetainė užregistruota, kiek laiko ji veikia. Pasidomėti ar toks pardavėjas išties egzistuoja. Taip pat vienoje interneto paieškos svetainių (pvz., *Google* paieškos sistemoje) peržiūrėti ar nėra neigiamų vartotojų atsiliepimų apie vieną ar kitą elektroninę parduotuvę.
- ✓ Verta atkreipti dėmesį į pardavėjo tinklalapyje pateikiamą kontaktinę informaciją. Patariama nerizikuoti perkant internetinėje parduotuvėje, kuri nepateikia savo adreso ir telefono, o nurodo tik elektroninio pašto adresą.
- ✓ Būtina atkreipti dėmesį, ar tinklalapis yra saugomas. Saugomo tinklapijo interneto adresas prasideda „https“, o ne „http“. Be to, saugios internetinės parduotuvės dešiniajame kampe yra spynos ar rakto simbolis.
- ✓ Jei internetinė parduotuvė kelia įtarimų, įsitikinti ar ji fiktyvi ar ne, galima apsilankius EVC tinklalapyje ir pasinaudojus *Howard* elektroninės prekybos asistentu (*the Shopping Assistant* paslauga). Šis asistentas atlieka vartotojui rūpimo tinklapijo tyrimą ir padeda apsispręsti ar verta jame apsipirkinėti. Vien tik įvedus pardavėjo elektroninį svetainės adresą *Howard*‘as suranda atsakymą, kada svetainė yra įregistruota bei pateikia kitų vartotojų atsiliepimus. Taip pat šis asistentas gali vartotojams patarti ir prekės grąžinimo klausimais. Pabrėžtina, jog net ir ši programa negali garantuoti, jog interneto parduotuvė yra saugi ar atsakyti už prekių ar paslaugų kokybę. Tačiau tikrai gali padėti priimti informuotą sprendimą prieš perkant.
- ✓ Perkant garsaus prekinio ženklo prekes pirmiausia derėtų apsilankyti gamintojo internetinėje svetainėje. Ten neretai pateikiamas sąrašas pardavėjų, kuriuos gamintojas laiko patikimais.
- ✓ Jei jau apsisprendžiama pirkti iš konkretaus pardavėjo, svarbu išsiaiškinti ir prekės pristatymo kainą ir kitą informaciją. Patariama atidžiai skaityti visas pirkimo-pardavimo sutarties sąlygas, net ir parašytas smulkiausiu šriftu. Neretai ten būna užslėpti mokesčiai ir kitos vartotojui nepalankios sąlygos. Reikia atkreipti dėmesį į dideles prekių siuntimo ir kitas paslėptas išlaidas, pavyzdžiui, mokesčius ar kitas privalomas įmokas, ypač jei prekės yra siunčiamos iš užsienio.
- ✓ Įsigijus prekę derėtų atsispausdinti užsakymo kopiją ir užsakymo patvirtinimo numerį. Šis dokumentas vėliau gali tapti įrodomąja priemone iškilus problemoms.

- ✓ Jei prekė pirkėjo nepasiekia, pirmiausia vertėtų kreiptis į patį pardavėją, aišku, jei jis patikimas. Geriausiai tai daryti raštu (elektroniniu paštu) ir šitą susirašinėjimą išsaugoti. Pardavėjas tada turėtų atsiųsti naują prekę arba grąžinti pinigus. Jei prekė pirkėją pasiekia nekokybiška, pardavėjas ją privalo pakeisti į kokybišką. Suabejojus savo duomenų apsauga, patariama kreiptis į Valstybinę duomenų apsaugos inspekciją.

IŠVADOS ir PASIŪLYMAI

Darbo pradžioje iškelta hipotezė pasitvirtino. Dėl šiuo metu veikiančio internetinės prekybos teisinio reguliavimo spragų lieka neišnaudotos internetinės prekybos galimybės ir dėl to nukenčia vartotojai.

Išvados:

1. Internetinė prekyba – nuolat auganti komercijos sritis, ateityje tapsianti globaliu reiškiniu. Internetas suteikia neribotas galimybes tiek vartotojams, tiek verslo subjektams. Nors visi faktoriai patvirtina, jog ateityje mažmeninė prekyba didžia dalimi vyks būtent kibernetinėje erdvėje, kol kas vartotojai neturi visų galimybių naudotis tarptautinės prekybos teikiamais privalumais. Tik 7 proc. Europiečių apsiperka už nacionalinių sienų ribų. Taip pat nors prekyba internetu užsiima beveik pusė Europos mažmenininkų, tik 21 proc. prekes parduoda užsienio valstybėms. Taip lieka nepanaudotos tiek vartotojų, tiek verslo subjektų galimybės.
2. Tarptautinei prekybai internetu pagrindines kliūtis sudaro:
 - geografinė rinkos segmentacija;
 - praktinės problemos, tokios kaip kalbos barjeras, interneto, kaip technologijos paplitimas, pristatymas, apmokėjimas ir kitos;
 - nepakankamas arba netinkamas teisinis reguliavimas;
 - vartotojų nepasitikėjimas.
3. Internetinę prekybą galima apibrėžti kaip prekybinės veiklos būdą, kai sutartys sudaromos ir/arba vykdomos internetu. Nors internetinė prekyba labai dažnai tapatinama su elektronine prekyba bei elektronine komercija, šių sąvokų tapatinti nereikėtų. Internetinė prekyba vykdoma būtent internetu, tuo tarpu elektroninė prekyba - ne tik interneto, bet ir kitų elektroninių priemonių pagalba. Elektroninė komercija apima visas finansines ir komercines transakcijas (ne tik prekybą), atliekamas elektroniniu būdu. Taip pat skiriasi internetinės prekybos bei elektroninės komercijos santykių subjektai. Elektroninė komercija apima santykius tiek tarp verslo subjektų, tiek tarp verslo ir vartotojo. Internetinė prekyba apima tik santykius tarp verslo ir vartotojo, taigi pastarosios reguliavime išryškėja, vartotojo, kaip silpnosios santykių šalies interesų apsaugos būtinybė.
4. Internetinei prekybai netaikomi jokie sienų apribojimai, todėl nacionalinės pastangos ir įstatymai šioje erdvėje veikia ribotai. Tai lemia, jog didžiają dalimi ir internetinės

prekybos reguliavimas turi būti užtikrintas tarptautinių teisės aktų pagalba. Europos Sąjungos vartotojams aktualiausia yra būtent Europos Sąjungos teisės aktai, šiuo atveju, direktyvos. Deja, jose numatomos minimalaus suderinimo sąlygos, reiškiančios, kad valstybės narės gali toliau taikyti arba priimti griežtesnes vartotojų apsaugos taisykles. Valstybės narės šia galimybe plačiai naudojasi. Todėl dabar Bendrijos reglamentavimo sistema – nenuosekli, o kitoje šalyje ketinančios prekiauti įmonės patiria dideles atitikties įstatymams išlaidas. Ir toliau nekoordinuotai sprendžiant naujų rinkos pokyčių, reglamentavimo spragų ir neatitiktį Bendrijos vartotojų teisės aktuose klausimus, atsiranda dar daugiau nenuoseklumo, daugės problemų.

5. Kai kurios svarbios internetinės prekybos sritys nepatenka į reguliavimo sferą. Pavyzdžiui, teisės aktuose nėra aptariama, kam sutarties atsisakymo atveju tenka prekės gražinimo išlaidos. Pastarieji klausimai paliekami spręsti pačioms šalims. Verta pažymėti, jog dauguma internetinės prekybos sandorių sudaromi būtent prisijungimo būdu, t.y. vartotojui nesuteikiant jokios progos derėtis. Vadinasi, nereglamentuojamų klausimų detales nustato pats pardavėjas, ko pasekoje, nukenčia vartotojas.
6. Vartotojų teisių apsaugą internetinėje prekyboje padeda užtikrinti įvairios vartotojų teises ginančios institucijos, teikiančios pagalbą tiek švietimo tiek ginčų tarpininkavimo srityse. Tačiau yra išvelgiama ir keletas problemų. Pirmiausia, daugumos šių institucijų sprendimai neturi privalomos teisinės galios. Vadinasi, neretai vartotojo interesų įgyvendinimas priklauso tik nuo geros pardavėjo valios. Taip pat įsigijus prekes iš užsienio šalies nesančios vienos iš organizacijų narę, vartotojų teisių gynimas tampa labai apsunkintas, o kartais ir neįmanomas.

Pasiūlymai:

1. Reglamentavimu turi būti užtikrinta reali įmonių ir vartotojų vidaus rinka, kurioje būtų siekiama nustatyti tinkamą pusiausvyrą tarp aukšto vartotojų apsaugos lygio ir įmonių konkurencingumo, tuo pačiu užtikrinant subsidarumo principo laikymąsi.
2. Tarptautinį internetinės prekybos reglamentavimą vartotojų apsaugos atžvilgiu reikėtų grįžti visiškai (o ne minimaliu) teisės aktų suderinimu. Tai padėtų sumažinti tarptautinės prekybos subjektams tenkančias administracines išlaidas bei turėtų teigiamą poveikį vidaus rinkos veikimui. Visiškas teisės aktų vartotojų apsaugos srityje harmonizavimas turėtų teigiamą poveikį ekonomikai, stiprintų vartotojų pasitikėjimą ir gerintų teisės aktų kokybę.

3. Būtina teisės aktuose detalizuoti ne tik paties sandorio, tačiau ir prekės ar paslaugos pristatymo/grąžinimo pagrindinius aspektus (pavyzdžiui, kam tenka prekės su defektu grąžinimo išlaidos). Tai padėtų išvengti pardavėjo piktnaudžiavimo savo padėtimi ir apsaugotų vartotoją nuo nepagrįstų ir neproporcingų išlaidų.
4. Verta plėsti tarptautinių vartotojų apsaugos organizacijų tinklą, taip suteikiant vartotojams galimybes ne tik apsipirkti bet kurios pasaulio šalies internetinėje parduotuvėje, bet ir vėliau sulaukti pagalbos ginant savo pažeistas teises.
5. Prevencija visada labiau sveikintina nei jau atsiradusių pasekmių šalinimas. Todėl ir toliau reikia aktyviai vystyti vartotojų švietimo programas, tikrinti bei konsultuoti pardavėjus prekiaujančius internetu.

SANTRAUKA

INTERNETINĖS PREKYBOS TEISINIS REGULIAVIMAS

Viktorija Macevičiūtė

Pagrindinės sąvokos: internetinė prekyba; vartotojų teisių apsauga elektroninėje erdvėje; internetinės prekybos teisinis reglamentavimas; vartotojų teisių apsaugą internetinėje prekyboje užtikrinančios institucijos.

Internetinė prekyba yra suprantama kaip prekybinės veiklos būdas, kai sutartys sudaromos ir/arba vykdomos internetu. Šis prekybinės veiklos būdas jau tapo kasdieniu reiškiniu šiuolaikiniame pasaulyje, visuotinai pripažįstama jo nauda vartotojams. Nors vis daugiau pirkėjų apsiperka internetu savo valstybėse, tarptautinė internetinė prekyba išlieka labai pasyvi. Problema mėginama spręsti tarptautiniu lygiu harmonizuojant nacionalinės teisės aktus, tačiau kol kas tarptautinis reglamentavimas yra paremtas minimalaus reikalavimų principu. Tai lemia nenuoseklią reglamentavimo sistemą, kas sudaro dideles kliūtis tarptautinei prekybai. Problematiška ir tai, jog ne visi vartotojų apsaugos klausimai patenka į internetinės prekybos reguliavimo sritį. Taip pat vartotojų teises ginančių institucijų sistema apima tik nedidelę dalį pasaulio valstybių.

Darbe identifikuotos problemos rodo, jog internetinės prekybos teisinis reguliavimas reikalauja tobulinimo. Siūloma atsisakyti minimalaus reglamentavimo vartotojų teisių apsaugos srityje ir pereiti prie visiško teisės aktų suderinimo; išplėsti teisinį reguliavimą tam tikrais praktiniais prekių pristatymo/grąžinimo aspektais; vystyti vartotojų teises ginančių organizacijų tinklą; toliau vykdyti vartotojų švietimo internetinės prekybos klausimais projektus.

SUMMARY

LEGAL REGULATION OF ONLINE SHOPPING

Viktorija Macevičiūtė

Key words: online shopping, consumer protection in the digital environment, legal framework of online shopping, institutions aiming at securing customer rights while shopping online.

Online shopping is understood as a commercial transaction where contracts are made and/or implemented by the use of internet. It is commonly agreed that internet shopping brings benefit for consumers. Even though more and more customers shop online in their countries, cross-border commerce is still very passive. International legislation does not solve the problem as it is mostly based on minimum requirements allowing member states to add rules of their own. This results in an inconsistent regulation which is a huge obstacle for a cross-border trade. Moreover, some of consumer protection issues are not addressed by the legislation. Also, institutional system responsible for the protection of consumers in the online environment is insufficient.

Problems identified in the paper prove that legal regulation of online shopping requires amendments. It is suggested to adopt a model of complete harmonization in consumer protection matters; to widen up legal regulation including such practical matters as delivery/ return of goods; to develop institutional system of organizations defending consumer rights; to keep on implementing programmes aiming at education and awareness of consumers while shopping online.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

TEISĖS AKTAI:

1. 1980 Rome Convention on the law applicable to contractual obligations. OL C 25, 1998.1.26.;
2. 1993 m. balandžio 5 d. Tarybos Direktyva 93/13/EEB dėl nesąžiningų sąlygų sutartyse su vartotojais. OL L 95, 1993.4.21.;
3. 1997 m. birželio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 97/7/EB dėl vartotojų apsaugos, susijusios su nuotolinės prekybos sutartimis. OL L 144, 1997.6.4.;
4. 2000 m. birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos Direktyva 2000/31/EB dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teisinių aspektų vidaus rinkoje (Elektroninės komercijos direktyva). OL L178, 2000.7.17.;
5. 2000/520/EC: Commission Decision of 26 July 2000 pursuant to Directive 95/46/EC of the European Parliament and of the Council on the adequacy of the protection provided by the safe harbour privacy principles and related frequently asked questions issued by the US Department of Commerce. OJ L215, 25/08/2000;
6. 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje ir iš dalies keičianti Tarybos direktyvą 84/450/EEB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyvas 97/7/EB, 98/27/EB bei 2002/65/EB ir Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (EB) Nr. 2006/2004 („Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva“) OL L 149, 11.06.2005.;
7. 2005 m. spalio 24 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 95/46/EB dėl asmenų apsaugos tvarkant asmens duomenis ir dėl laisvo tokių duomenų judėjimo. OL L 281, 1995.11.23.;
8. 2008 m. spalio 8 d. Europos Komisijos pasiūlymas. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva dėl vartotojo teisių. 2008/0196 (COD);
9. 2008 m. birželio 17 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 593/2008 dėl sutartinėms prievolėms taikytinos teisės (Roma I). OL L 177, 4.7.2008.;
10. Consumer Charter for Global Business, Consumers international. 1997. http://www.consumersinternational.org/campaigns/trade/charter_en.html;
11. Convention on Jurisdiction and Enforcement of judgements of civil and commercial matters. OJ L299, 31/12/1972;

12. Directive 98/48/EC of the European Parliament and of the Council of 20 July 1998 amending Directive 98/34/EC laying down a procedure for the provision of information in the field of technical standards and regulations. OJ L 217, 5.8.1998;
13. Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas. Valstybės žinios, 2000, Nr. 74-2262;
14. Lietuvos Respublikos informacinės visuomenės paslaugų įstatymas. Valstybės žinios, 2006, Nr. 65-2380;
15. Lietuvos Respublikos Konstitucija. Valstybės Žinios, 1992, Nr. 33-1014
16. Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas. Valstybės žinios, 2008-01-15, Nr. 6-212;
17. Lietuvos Respublikos teisingumo ministro 2007 m. kovo 1 d. įsakymas Nr. 1R-90 "Dėl Vartotojų teisių apsaugos tarybos nuostatų patvirtinimo". Valstybės žinios, 2007, Nr. 28-1033;
18. Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymas "Dėl daiktų pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartys sudaromos ryšio priemonėmis, taisyklių patvirtinimo". Valstybės žinios, 2001, Nr. 73-2583;
19. Lietuvos Respublikos vartotojų teisių apsaugos įstatymas. Valstybės žinios, 1994, Nr. 94-1833; 2007, Nr. 12-488;
20. Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2007 m. balandžio 11 d. nutarimas Nr. 372 "Dėl Valstybinės vartotojų teisių apsaugos 2007-2010 metų strategijos ir jos įgyvendinimo priemonių plano patvirtinimo";
21. OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronics Commerce: <http://www.oecd.org/EN/document/0,,EN-document-44-1-no-24-320-44,00.html>;
22. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 44/2001 dėl jurisdikcijos ir teismo sprendimų civilinėse ir komercinėse bylose pripažinimo ir vykdymo. OL L 12, 2001.1.16;
23. UNCITRAL Modal Law on Electronics Commerce, with Guide to Enactment, 1996, United Nations Publication, Sales No 99.V.4, ISBN 92-1-133607-4.

TEISMŲ PRAKTIKA:

1. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2005 m. gruodžio 14 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-666/2005. UAB „Damava“ v. Rut Van Valcar;
2. Lietuvos Respublikos Aukščiausiasis Teismo 2000 m. gegužės 29 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-619/2000. R. Beliackas v. UAB „Sabina“;
3. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2003 m. sausio 13 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-35/2003. AB „Lietuvos telekomas“ v. Ž. Budros IĮ „Sėkmės vėjas“.

KITA LITERATŪRA:

1. Civilka M. Elektroninės komercijos reguliavimas tarptautinėje ir ES teisėje. Vilnius, 2001. http://www.itc.tf.vu.lt/paskaitos/paskait/ek_konsp.pdf;
2. Civilka M. Elektroninės komercijos teisė. Red. Sauliūnas D. Informacinių technologijų teisė. NVO Teisės institutas. Vilnius, 2004;
3. Civilka M. Elektroninės komercijos teisinis reguliavimas: nuo durstinio iki siuvinio. JUSTITIA 2006 m. Nr. 3 (61);
4. Civilka M. Elektroniniam kontraktams taikytina teisė pagal ES teisę. www.rln.lt/download.php/fileid/8;
5. Civilka M. Jurisdikcijos kolizijos internete. <http://www.ic.lt/e-teise/Default.asp?DL=L&TopicID=11>;
6. Commission Staff Working Document. Report on Cross-Border E-commerce in the EU. Brussels, February, 2009;
7. Dismantling Barriers to Cross-border Online Shopping. MEMO/09/457. Brussels, 22 October 2009. http://ec.europa.eu/consumers/strategy/docs/m09_475%20en.pdf;
8. European online shopping sites cheat customers. E-commerce journal. September 9, 2009. http://www.ecommerce-journal.com/news/18016_european_online_shopping_sites_cheat_customers?drgn=1;
9. Europos vartotojų centro interneto svetainė. www.ecc.lt;
10. EUROSTAT. Information society statistics. 2009. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>;
11. Flash Eurobarometer 224, Cross-border sales and consumer protection. 2008;
12. Forder J. and Svantesson D. Internet and E-Commerce Law. Oxford university Press. 2008;
13. Gates B. The Road Ahead: Completely Revised and Up-to-Date. Publisher by Penguin Group. 2006;
14. Goldammer Y., Jurčys P. Romos I reglamento dėl sutartinėms prievolėms taikytinos teisės projektas: kita to paties medalio pusė? Justitia 2008 m. Nr. 1(67);
15. ICPEN tinklapis. www.icpen.org;
16. Informacinės visuomenės plėtros komiteto interneto svetainė. http://www.ivpk.lt/msis/Default.aspx-lsn_page_view=72_1.htm;

17. Katuoka S., Kiškis M., Pranevičius G., Šlapauskas V., Vėgėlė I. Vartotojų teisių apsauga Lietuvoje ir Europos Sąjungoje. Kolektyvinė monografija. Mykolo Romerio universitetas. Vilnius, 2006;
18. Krishnamurthy s. E-Commerce Management. Text and Cases. THOMSON. 2003.
19. Kroes Q.R. *E-Business Law of the European Unijon*. Allen&Overy Legal Practice. Kluwer Law International. 2003;
20. Kütscher B. (Self)-Regulation of E-Commerce in Europe – Time to Think Small. Building SMEs Trust and Confidence in the Electronics Marketplace. eEurope: SMEs GoDigital Conference Report. Brussels, May 16, 2002;
21. LR elektroninės prekybos įstatymo aiškinamasis raštas.
http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=855&p_d=7679&p_k=1;
22. Ministerie van Economische Zaken. Actieplan Electronic Commerce, March 1998,
www.minez.nl/bt_it/fs techno.htm;
23. Petrauskas F. Vartotojų teisių apsauga perkant prekes bei paslaugas internetu. 2009-06-16. <http://www.nvtat.lt/index.php?127933279>;
24. Plotkin M.E., Wells B., Wimmer K. E-Commerce Law and Business. Volume II. Aspen Publishers. 2003;
25. Privacy on the Internet – an Integrated Approach to On-line Data Protection. Working document. DG Internal Market. 5063/00/EN/FINAL WP37.
http://ec.europa.eu/justice_home/fsj/privacy/docs/wpdocs/2000/wp37en.pdf;
26. Red. Sauliūnas D. Informacinių technologijų teisė. NVO Teisės institutas. Vilnius, 2004;
27. Reed Ch., Angel J. Computer Law. The Law and Regulation of Information Technology. Oxford University press. 2007;
28. Sodžiūtė L, Sūdžius V. Elektroninis verslas: pardavimas ir finansinės priemonės. Vilniaus Gedimino technikos universitetas. Kronta. 2006;
29. Sparrow P.A. The Law of Internet & Mobile Communications. The EU and US Contrasted. Publishing Limited. 2004;
30. Sveikatos ir vartotojų apsaugos generalinio direktorato bukletas. Direktyva dėl nesąžiningos komercinės veiklos. Europos Komisija.
http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/fair_bus_pract/ucp_lt.pdf;
31. Šiaurės šalių elektroninės prekybos indeksas. 2008;
32. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos interneto svetainė. www.vartotojoteises.lt;
33. Vartotojų teisių apsauga Europos elektroninėje erdvėje. Konferencija. Mykolo Romerio universiteto Verslo teisės katedra, Europos vartotojų centras. 2009.10.27.;

34. Waelde Ch. International Private Law, Consumers and the Net: A confuzing Maze or a Smooth Path Towards a Single European Market? In the New Legal Framework for E-Commerce in Europe. Edited by Edwards L. Oxford and Protland, Oregon, 005;
35. WTO Work Programme on Electronic Commerce. 1998.
http://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/wkprog_e.htm;
36. Балабанов И.Т. Электронная коммерция. Санкт-Петербург, Питер, 2001.

PRIEDAI

Priedas Nr. 1

EKSPERTINIS INTERVIU

2009 metų spalio 20 dieną Europos vartotojų centro teisės specialistams Jaunei Dalinkevičiūtei ir Sauliui Linkevičiui buvo pateikta informacija apie magistrinį baigiamąjį darbą (ši informacija pateikiama žemiau, prieš klausimus ir atsakymus) bei klausimai, kuriuos ketinama apžvelgti šiame darbe.

Trumpai apie rašomą magistrinį darbą:

Darbo tema: „Internetinės prekybos teisinis reguliavimas“.

Temos aktualumas:

Atsiradęs pasaulinio interneto tinklas tapo iššūkiu tradicinei prekybai, kadangi daugelį jos sričių tapo įmanoma perkelti į elektroninę erdvę. Ekonominiam vystimuisi tai atvėrė plačias galimybes: pasikeitė laiko ir atstumo tradicinės sampratos, atsirado realus pagrindas kaštų mažinimui. Tačiau tai pat kilo teisinio reguliavimo, įtvirtinančio šį naują reiškinį, būtinybė.

Tinkamas internetinės prekybos reguliavimas ypatingai svarbus vartotojų teisių apsaugos aspektu, nes būtent jie yra pagrindiniai šio prekybos šaltinio naudotojai. Taigi, būtina išskirti pagrindines reglamentavimo problemas tarptautiniu, Europos Sąjungos ir Lietuvos lygiu, jas įvertinti bei pateikti galimus sprendimo variantus, o kartu ištirti praktinius internetinės prekybos veikimo aspektus, kurie parodytų galimą atotrūkį tarp teisinio reglamentavimo ir tikrovės.

Darbo problema:

Didėjant vartotojų pasitikėjimui elektronine bankininkyste bei kitomis elektroninės komercijos sritims, internetinės prekybos augimo mastai bei pasitikėjimas ja auga labai nežymiai. Nors internetinės prekybos mastas atskirose Europos šalyse augo, tarptautinės elektroninės prekybos mastas nekito. Šiuo metu Europoje iš kitų šalių įmonių prekes ar paslaugas internetu perka tik 7 proc. vartotojų. Pagrindine šio reiškinio priežastimi įvardijama būtent vartotojų pasitikėjimo stoka.

Darbe remiamasi prielaida, jog šiuo metu veikiantis internetinės prekybos teisinis reguliavimas nėra orientuotas į minėtos problemos šalinimą arba veikia nepakankamai

efektyviai. Teisės aktų visuma, reglamentuojanti internetinę prekybą nėra vientisa, pastebimas atotrūkis tarp teisinio reguliavimo ir praktikos. Taip pat kuriant ir priimant įstatymus trūksta vienareikšmiško sąvokų aiškinimo.

KLAUSIMAI/ATSAKYMAI

1. Kiek, Jūsų manymu, tinkamas internetinės prekybos reguliavimas yra svarbus siekiant užtikrinti, o reikalui esant, apginti vartotojo interesus? Galbūt reikšmingi ir kiti faktoriai?

Sunku būtų išivaizduoti tinkamą vartotojų teisių apsaugą nesant internetinės prekybos reguliavimo mechanizmo. Įstatyminė bazė šiuo atveju vaidina pagrindinį vaidmenį. Tačiau, ne mažiau svarbus yra ir vartotojų teisių apsaugą reglamentuojančių teisės aktų harmonizavimas, kas paskatintų vartotojų susidomėjimą tarptautine prekyba.

2. Ar, Jūsų nuomone, dabartinis teisinis reguliavimas šioje srityje yra pakankamas? Ką dar reikėtų patobulinti siekiant geresnės internetinės prekybos vartotojų teisių apsaugos?

Pagrindinis teisės aktas ES mastu reglamentuojantis elektroninę komerciją - 2000 m. birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos Direktyva 2000/31/EB dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teisinių aspektų vidaus rinkoje. Šia direktyva siekiama užtikrinti elektroninės komercijos skaidrumą, tam tikros, būtinos informacijos pateikimą ir atsakomybės ribas.

Akivaizdu, kad teisinis reguliavimas šioje srityje nėra pakankamas. Todėl iškyla būtinumas atlikti galiojančių teisės aktų peržiūrą ir išplėsti tam tikrų sričių reglamentavimo ribas.

Tarpvalstybinėje el. prekyboje šiuo metu egzistuoja įvairūs barjerai, t.y. taisyklės reglamentuojančios tam tikrą sritį, kaip pridėtinės vertės mokestis ir kt. ir jų įgyvendinimas kiekvienoje ES šalyje skiriasi. Prekyba elektroninėmis prekėmis tarpvalstybiniame lygmenyje reikalauja tikslesnio reglamentavimo. Dažnai vartotojai neturi galimybės įsigyti prekę ar paslaugą kitoje šalyje, todėl, kad pardavėjai veikiantys kitoje šalyje tiesiog atsisako priimti ir vykdyti tarptautinius užsakymus. Juntamas poreikis harmonizacijai. Europos Komisijos siūlymas dėl vartotojų teisių direktyvos turėtų įnešti tam tikro aiškumo ir tikslumo vartotojų teisių apsaugos srityje. Siūlymas palietė keturias lig šiol galiojančias ir vartotojų teises ginančias direktyvas: Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą [97/7/EB](#) dėl vartotojų apsaugos, susijusios su nuotolinės prekybos sutartimis, Tarybos direktyvą [85/577/EEB](#) dėl vartotojų apsaugos, susijusios su

sutartimis, sudarytomis ne prekybai skirtose patalpose, Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą [2005/29/EB](#) dėl nesąžiningos verslo įmonių komercinės praktikos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje ir Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą [1999/44/EB](#) dėl vartojimo prekių pardavimo ir susijusių garantijų tam tikrų aspektų. Minėtame siūlyme bus įvesti nauji nurodymai dėl prekių tiekimo ir pereinamojo rizikos laikotarpio. Pardavėjas privalės pristatyti prekes per 30 dienų po sutarties sudarymo. Pablogėjus prekių kokybei, ar jų netekus iki momento, kai jas turi gauti vartotojas, rizika ir galimos išlaidos atiteks pardavėjui. Nustatytas bendras 14 kalendorinių dienų sutarties atsisakymo terminas atliekant pirkimus elektroninėje erdvėje.

3. Su kokiomis praktinėmis problemomis vartotojai dažniausiai susiduria užsisakydami prekes internetu?

Europos vartotojų centrų (toliau – EVC) tinklas ECC-Net atliko vartotojų skundų, gautų dėl elektroninės prekybos 2007-aisiais metais analizę. Buvo nustatytos pagrindinės problemos, su kuriomis susidūrė vartotojai, perkantys internetu, jos liko aktualios ir šiais metais.

I. Prekės pristatymas ne laiku arba jos nepristatymas. Su šia problema susiduria 50 proc. visų vartotojų, kurie skundėsi dėl el. prekybos. Tokiu atveju, reikia kuo skubiau apie tai pranešti pardavėjui ir kartu pareikšti pretenziją, kad prekės būtų iš naujo pristatytos arba būtų gražinti pinigai. Sulaukus vartotojo netenkinančio sprendimo ar atsakymo nesulaukus išvis, reikia kreiptis į vartotojų teises ginančias institucijas. Prekės turi būti pristatyta per 30 dienų nuo jų užsakymo dienos, jei sutartis nenumato ko kito. Jei to neįmanoma padaryti, Jus privalo iškart informuoti, tokiu atveju turite teisę nutraukti sutartį ir atgauti sumokėtus pinigus.

Vartotojas iš internetinės parduotuvės, registruotos Lenkijos Respublikoje, užsisakė žurnalų, tačiau užsakytų prekių negavo. Vartotojas kreipėsi į pardavėją su pakartotiniu prašymu atsiųsti užsakytas prekes, tačiau nesulaukė iš jo jokio atsako. Vartotojas kreipėsi į EVC Lietuvoje, kuris, surinkęs visą reikiamą bylos medžiagą, perdavė vartotojo pretenziją EVC Lenkijoje. Šis, bendradarbiaudamas su pardavėju, išsprendė pretenziją vartotojo naudai. Įsikišus Europos vartotojų centrų tinklui, vartotojas gavo užsakytas prekes.

II. Problemos, susijusios su prekės nekokybiškumu, defektais, neatitikimu užsakytai prekei (tai sudaro 25 proc. visų vartotojų skundų). Tokiu atveju, taikoma Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 1999/44/EB dėl vartojimo prekių pardavimo ir susijusių garantijų tam tikrų aspektų, pagal kurią pardavėjas yra atsakingas už bet kokią neatitikimą prekių pateikimo metu, o esant neatitikimui, vartotojas turi teisę į nemokamą prekių atitikimo sutarčiai užtikrinimą jas

pataisant ar pakeičiant, arba teisę į atitinkamą kainos sumažinimą arba su tomis prekėmis susijusios sutarties nutraukimą.

Prancūzijos internetinėje parduotuvėje vartotojas pirko du televizorius. Gavęs prekes, vartotojas pamatė, kad vienas televizorius atkeliavo sudaužytas. Jis nedelsiant kreipėsi į prekių pardavėją, nurodė problemą ir pasiūlė jam tinkamus problemos sprendimo būdus – prekės pakeitimą arba pinigų gražinimą. Tačiau iš prekių pardavėjo nesulaukė jokio atsakymo. Vartotojas kreipėsi į EVC Lietuvoje, kuris bylą persiuntė EVC Prancūzijoje. Įsikišus Europos vartotojų centrų tinklui, problema buvo išspręsta vartotojo naudai.

III. Problemos, susijusios su sutarties sąlygų nesilaikymu.

IV. Problemos, susijusios su savo teisių nežinojimu. Pavyzdžiui, kad prekę, pirktą internetu, galima gražinti per 7 darbo dienas (su aukščiau minėtomis išimtimis).

4. Kaip viena pagrindinių lėto tarptautinės prekybos internetu augimo priežasčių įvardijama vartotojų pasitikėjimo stoka. Kokie būtų Jūsų pasiūlymai šiai problemai spręsti?

Vartotojų pasitikėjimo stoką tam tikrame aspekte paprastai lemia žinių trūkumas, tad atsakymas vienintelis – reikia šviesti vartotojus, o jiems patiems reikia atidžiai priimti gaunamą informaciją ir ja naudotis. Tačiau galėtume išskirti ir kitą grupę vartotojų – kurie pernelyg pasitiki – rizikuoja pirkdami internetinėje parduotuvėje, kuri nepateikia savo adreso ir telefono, o nurodo tik elektroninio pašto adresą; neatkreipia dėmesio į tai ar tinklalapis yra saugomas ir panašiai.

5. Ar, Jūsų nuomone, yra užtikrintos vartotojų teisės kreiptis į institucijas dėl pažeistų teisių gynimo visais atvejais, t.y. prekes įsigijus iš bet kurios pasaulio šalies internetinės parduotuvės?¹⁵⁰

Ne, tam tikrais atvejais vartotojams belieka kreiptis į policiją. Taip pat galima ieškoti nacionalinių vartotojų teises ginančių institucijų atitinkamoje pardavėjo ar paslaugų teikėjo šalyje.

¹⁵⁰ Vartotojui apsiperkant savo šalies internetinėje parduotuvėje, kilus problemoms ir nepavykus jų išspręsti derybų būdu, vartotojas gali kreiptis į atitinkamą nacionalinę vartotojų teisių apsaugos instituciją (Lietuvoje – į Valstybinę vartotojų teisių apsaugos tarnybą).

Jei Europos Sąjungos (bei Norvegijos ir Islandijos) vartotojas įsigyja prekes iš kitos ES šalies, tada jis gali kreiptis į Europos vartotojų centrą savo šalyje. O jei prekė įsigyjama ne Europos Sąjungoje ir su pardavėju problemos išspręsti nepavyksta, savo pretenziją galima pateikti vartotojų teises ginančiame interneto portale www.econsumer.gov. Problema ta, jog šioje ginčų sprendimo sistemoje dalyvauja tik 24 šalys.

Tad kur patartumėte vartotojui kreiptis tuo atveju, jei prekės įsigyjamos, iš šalies, nesančios nei vienos iš minėtų tarptautinių organizacijų nare?

6. Kiek aktuali anonimiškumo problema? Ar įmanoma apginti vartotojo interesus, jei neįmanoma net nustatyti pardavėjo buvimo vietos? Ar daug tokių atvejų pasitaiko?

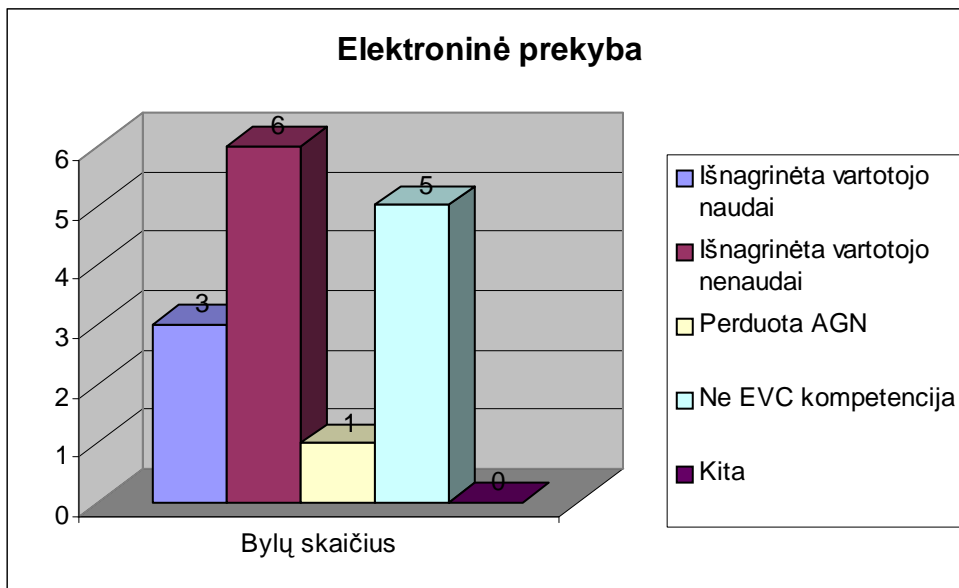
Anonimiškumo problema aktuali sukčiavimų atvejais, kadangi internetinei parduotuvei nenurodžius savo kontaktų – adreso, telefono, vartotojui iš karto turėtų kilti klausimų dėl pardavėjo patikimumo ir jis turėtų pasiieškoti papildomos informacijos. Nenustačius pardavėjo registracijos vietos, vartotojui lieka kiti teisių gynimo būdai – jei mokėta naudojantis „PayPal“-skundą pateikti jų sistemoje, jei kreditine kortele – kreiptis į banką ir panašiai.

7. Europos vartotojų centras gauna palyginti labai mažą skundų skaičių. Ar tai, Jūsų nuomone, atspindi tikrąją situaciją? Jei neatspindi, kokios galėtų būti to priežastys? Gal tiesiog Lietuviai dar nėra pratę ginti savo pažeistas teises? Kaip būtų galima tai paskatinti?

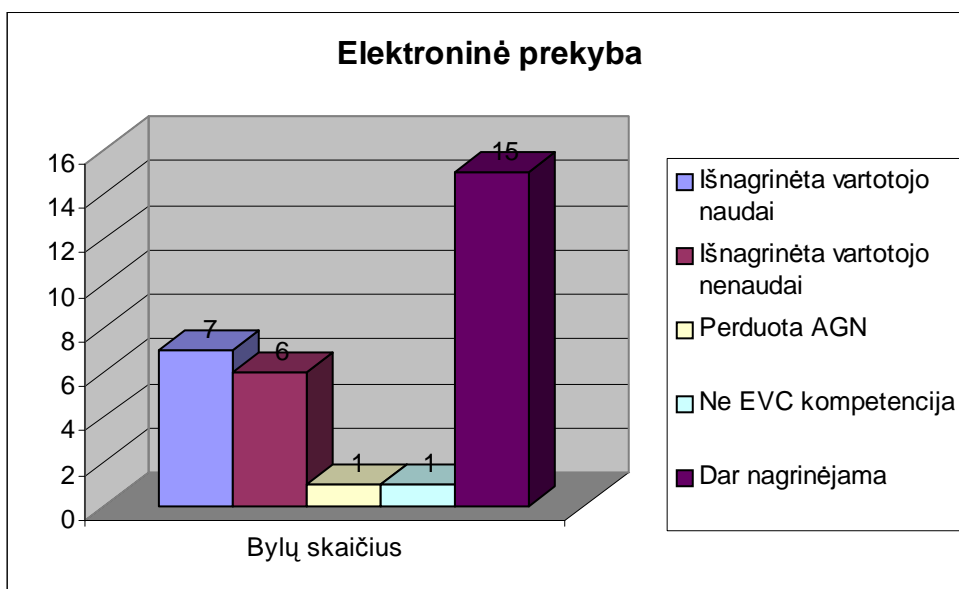
EVC gaunamų skundų skaičius nuolat didėja. Palyginimui, 2005 m. EVC gavo 42 skundus, tuo tarpu 2009 m. turime užregistravę 125 bylas. Nepaisant to, didžioji dauguma Lietuvos vartotojų vis dar nėra linkę ginti savo pažeistas teises. Kaip galimas to priežastis galima būtų paminėti teisių nežinojimą, pasitikėjimo savimi ir ryžto stygių, pasitikėjimo vartotojus ginančiomis institucijomis stygių, požiūrio, kad tik teismas gali apginti pažeistas teises.

8. Kokių internetinės prekybos vartotojų skundų dažniausiai sulaukiate? Ar visada pavyksta juos išspręsti? Jei ne, kokios to priežastys?

Žr. 3 kl. Skundų išsprendimui galime patikti 2008 m. statistiką:



2009 m. duomenys iki 2009-10-22



Skundų skaičius akivaizdžiai didėja. Dažniausiai nepavyksta skundo išspręsti vartotojo naudai, jei tai yra sukčiavimas, apgavystė. Tokiu atveju belieka patarti kreiptis į policiją.

- Prevenција visada labiau sveikintina, nei jau atsiradusių pasekmių šalinimas. Tad kaip patartumėte apsisaugoti patiems internetinės prekybos vartotojams, siekiant išvengti vėlesnių nesklandumų?

Visais atvejais vartotojams perkantiems prekes ar paslaugas elektroninėje erdvėje siūlome būti apdairiems. Derėtų patikrinti ar besiskelbiantis pardavėjas realiai egzistuoja, taip pat atkreipti dėmesį ar tinklapis yra saugomas. Saugomo tinklapio interneto adresas prasideda

„https“, o ne „http“. Įsigijus prekę derėtų atsispausdinti užsakymo kopiją ir patvirtinimo numerį. Svarbu išsiaiškinti ir prekės pristatymo kainą ir kitą informaciją.