



VYTAUTO DIDŽIOJO UNIVERSITETAS
TEISĖS FAKULTETAS

Kristina Junčytė

**AR LIETUVOJE UŽTIKRINAMA ELEKTRONINĖS PREKYBOS
VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGA?**

Magistro baigiamasis darbas

Teisės vientisųjų studijų programa, valstybinis kodas 60101S103

Vadovas Paulius Astromskis _____
(Moksl. laipsnis, vardas, pavardė) (Parašas) (Data)

Apginta _____
(Fakulteto dekanas) (Parašas) (Data)

Kaunas, 2011

TURINYS

TURINYS	2
SANTRAUKA	3
SUMMARY	4
ĮVADAS	6
1. VARTOTOJAS ELEKTRONINĖS PREKYBOS KONTEKSTE	9
1.1. Papildomos apsaugos vartotojams teikimo priežastys	9
1.2. Vartotojo ir elektroninės prekybos sąvokos Lietuvoje ir Jungtinėse Amerikos Valstijose	11
1.3. Bendrojo pobūdžio elektroninės prekybos pardavėjo pareigos	15
2. ATSKIRŲ ELEKTRONINĖS PREKYBOS VARTOTOJŲ TEISIŲ GYNIMO ANALIZĖ	20
2.1. Teisė sudaryti elektronines sutartis: elektroninio parašo problematika.....	20
2.1.1. Elektroninis parašas Jungtinėse Amerikos Valstijose	21
2.1.2. Elektroninis parašas Lietuvoje	25
2.1.3. Jungtinių Amerikos Valstijų ir Lietuvos situacijos palyginimas	28
2.2. Elektroninės prekybos vartotojų teisė į privatumą	29
2.2.1. Liberalusis reguliavimo metodas	30
2.2.2. Reguliuojamasis metodas	34
2.2.4. Liberaliojo ir reguliuojamojo modelių derinys	37
3. ELEKTRONINĖS PREKYBOS VARTOTOJŲ TEISIŲ ĮGYVENDINIMAS.....	39
3.1. Ginčų, kylančių iš elektroninių vartojimo sutarčių, sprendimas neteisimine tvarka.....	39
3.1.2. Ginčų sprendimas neteisimine tvarka Jungtinėse Amerikos Valstijose	39
3.1.2. Ginčų sprendimas neteisimine tvarka Lietuvoje	41
3.2. Ginčų, kylančių iš elektroninių vartojimo sutarčių, sprendimas teismine tvarka: bylos teisingumo problematika	43
3.2.1. Internetinių ginčų teisingumas taikant JAV taisykles	43
3.2.2. Internetinių ginčų teisingumas taikant Lietuvos taisykles	46
3.2.3. Hipotetinio internetinio ginčo teisingumo nustatymo analizė	48
IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS.....	51
LITERATŪROS SĄRAŠAS.....	54

SANTRAUKA

Sparčiai vystantis informacijos ir ryšių technologijoms nemaža dalis kasdienių veiklų, taip pat ir prekyba, persikėlė į virtualią erdvę. Prekybiniuose santykiuose sutartis paprastai yra sudaroma prisijungimo būdu, todėl vartotojas neturi galimybių derėtis dėl jos sąlygų. Perkant prekes internetu, vartotojas negali net jų apžiūrėti, įvertinti kokybės ir atitikimo keliamiems reikalavimams. Dėl šių priežasčių virtuali erdvė yra terpė, kurioje yra dažni vartotojo teisių pažeidimai. Tokie pažeidimai mažina vartotojų pasitikėjimą elektronine prekyba ir stabdo jos vystymąsi. Kadangi elektroninės komercijos skatinimas yra viena iš prioritetinių ES sričių, Lietuvoje yra būtina užtikrinti elektroninės prekybos vartotojų teisių apsaugą. Lyderiaujanti valstybė elektroninės komercijos srityje yra Jungtinės Amerikos Valstijos. Į šią valstybę turėtų lygiuotis ne viena pasaulio šalis. Dėl šios priežasties Lietuvos situacija darbe lyginama su JAV. Be to, kadangi Lietuva yra ES narė, analizuojama ir ES teisinė bazė. Taigi nagrinėjant ir lyginant elektroninės prekybos vartotojų teisių apsaugos situaciją Lietuvoje, kaip ES narėje, ir JAV, darbe siekiama išsiaiškinti, ar Lietuvoje yra užtikrinta elektroninės prekybos vartotojų teisių apsauga.

Išanalizavus mokslinę literatūrą, valstybių ir ES teisės aktus, teismų praktiką bei atlikus situacijos lyginamąją analizę išsiaiškinta, kad bendrai elektroninės prekybos vartotojo teisės Lietuvoje yra užtikrintos. Visgi yra sričių, kuriose, norint efektyviau užtikrinti elektroninės prekybos vartotojų teisių apsaugą, reguliavimas turėtų būti keičiamas. Visų pirma rekomenduotina praplėsti elektroninio parašo naudojimo galimybes, įtvirtinant vartotojų teisę elektroniniu būdu sudaryti ir sutartis, kurioms įstatymo yra reikalaujama notarinė forma. Be to rekomenduotina pakeisti šiuo metu naudojamą elektroninės prekybos vartotojo teisės į privatumą užtikrinimo modelį tokiu būdu, kad jis būtų patrauklesnis verslininkams ir neatgrasytų jų nuo prekybos vykdymo elektroniniu būdu. Galiausiai, kad vartotojui būtų aišku, kurios valstybės teismuose jis gali ginti savo teises, turėtų būti nustatytos aiškesnės taisyklės, nustatančios ginčų, kilusių iš tarpvalstybinių elektroninių sutarčių, teisingumą.

SUMMARY

Information and communication technologies are developing very quickly. Such a fast development and especially the appearance of the Internet influenced many casual activities to be performed in virtual space. When Internet was applied for commerce, electronic trade became very important source of revenue in many countries. One of the legal issues Internet has raised is an issue of protection of electronic trade consumers' rights. Consumer is a weaker party of a contract, because consumer contracts are usually made by the way of accession, where a seller offers contract terms and conditions and a consumer can't even negotiate about them. Moreover, consumers who enter into an agreement by electronic means are even more vulnerable because they can see their commodities and evaluate their quality, appropriateness only when they have already entered into the agreement. So virtual space is a space where violations of consumer rights are quite usual. Such violations reduce consumers' confidence in electronic trade and influence consumers not to use it. As the development of electronic market is one of the most important fields of European Union, Lithuania, as it is a member of EU, must secure electronic trade consumers' rights so that it would develop as quickly as possible.

The leading country in electronic market is the United States of America. This country should be taken as an example of good regulation and many other states should follow it. Because of this reason the situation of electronic trade consumers' protection in Lithuania will be compared to situation of USA. Furthermore, as laws of EU are also binding to Lithuania, the legal framework of EU will also be reviewed. So by comparing the situation of protection of electronic trade consumers' rights in Lithuania, as a member of EU, and the United States of America, this paper will try to answer a question: are the rights of electronic trade consumer in Lithuania properly secured?

While trying to answer this question, these tasks are raised:

1. to find out the reasons why should a special protection be given to consumers, to analyze the definitions of consumer and electronic trade in Lithuania, EU and USA and to compare them;
2. to find out what are the general obligations to the electronic trade sellers in Lithuania and USA and to compare them;
3. to make the analysis of protection of separate electronic trade consumers' rights. Firstly, to find out if there is secured a consumer right to enter into the electronic agreements (to disclose the topic of electronic signature). Secondly, paper will try

to analyze the situation of e-trade consumers' privacy protection in Lithuania, EU and USA and to compare it.

4. to find out if Lithuania and USA safeguard electronic trade consumers' right to solve a dispute between consumer and seller in quasi-judicial way: to ascertain if there are institutions which protect consumers rights, have an authority to hear a case and can make a decision which is binding for e-trade seller.
5. to analyze if there are clear rules applied in states to decide the jurisdiction of disputes arising from international electronic contracts.
6. to make conclusions and recommendations.

This paper consists of three main chapters, which are divided into smaller sections. The first chapter analyzes the reasons, why a state should violate a principle of freedom of contract and provide an additional protection for a consumer. Also the definitions of consumer and electronic commerce in Lithuania and the United States of America are introduced and compared in the first chapter. Finally, the first chapter provides the general obligations for internet salesmen in both states and compares them. The second chapter is intended for analysis of separate electronic trade consumers' rights protection. The first right analyzed in paper is a right to enter into the agreement by electronic means. This right is very important, because electronic trade is impossible without it. This right in the paper is represented through an issue of electronic signature regulation, because it's inseparable part of this right. The second section of second chapter analyses consumers' right to privacy. It was found out, that the USA and Lithuania regulate this question in two completely different ways: the USA uses self-regulation method while Lithuania and all the other EU countries use regulative approach. Neither of these methods is ideal for perfect protection of consumers' rights, so the paper offers a mixed method. Finally, the last chapter analyses the ways of solving a dispute between e-trade consumer and businessmen. Firstly the quasi-judicial institutions and their rights in consumers' rights advocating are explored. Secondly, an issue of jurisdiction of international electronic trade contract dispute is explained. In order to better understand the application of existing rules, a hypothetical situation of international e-trade contract dispute jurisdiction selection is illustrated. This paper ends in conclusions and recommendations, which states that Lithuania protects the rights of electronic commerce consumers sufficiently, but in order the protection would be perfect, some alterations of laws are recommended. First of all, a law regulating e-signature should give an opportunity to make contracts, which are required to be notarized, by electronic means as it is done in the USA. Also, as it is mentioned above, the method of regulating privacy protection should be changed so that it would not threaten business so much. Finally, a rule of finding out a jurisdiction of a case, which is applied in the USA, should be legitimated so that consumers could more easily decide where they can sue.

IVADAS

Spartus technologijų vystymasis įtakojo įvairiausių kasdienių veiklų perkėlimą į virtualią erdvę. XX amžiaus dešimtajame dešimtmetyje itin išplito internetas, išskeldamas į viešumą begalę įvairiausių klausimų, tarp jų ir vartotojų teisių bei jų apsaugos užtikrinimo srityje. Pritaikius internetą komercijai, elektroninė prekyba greitai tapo labai svarbiu pajamų šaltiniu ne tik Jungtinėse Amerikos Valstijose, kaip šioje srityje lyderiaujančioje valstybėje, bet ir visame pasaulyje.¹ Nors Lietuvoje internetinė prekyba dar nėra labai populiarė, šiuo pirkimo būdu besinaudojančių žmonių kiekvienais metais daugėja.² Kadangi internetas yra palyginti naujas dalykas, teisės aktai, reguliuojantys vartotojų teises elektroninėje erdvėje, daugelyje valstybių atsiliko nuo elektroninės komercijos vystymosi tempų.

Temos aktualumas ir darbo problema. Tinkamas elektroninės prekybos vartotojų teisių gynimas yra svarbus dėl kelių priežasčių. Visų pirma, visiems vartotojams turi būti užtikrinama papildoma apsauga, kadangi jie yra silpnesnioji sutarties šalis, paprastai neturinti galimybės derėtis dėl pardavėjo pateiktų sutarties sąlygų. Elektroninės prekybos vartotojai yra dar labiau pažeidžiami, kadangi prieš įsigyjant jie negali prekių apžiūrėti, patikrinti ar kitokiu būdu įvertinti jų kokybės. Be to šiuolaikinės technologijos leidžia internetinių tinklalapių valdytojams stebėti vartotojų elgesį internete ir kaupti apie juos informaciją, taip pažeidžiant vartotojo teisę į privatumą. Dėl šių priežasčių elektroninės prekybos pardavėjui turi būti nustatyta papildomų reikalavimų, padedančių ginti vartotojų teises. Tačiau per griežtas verslininkų ribojimas gali sukelti priešingą efektą, t.y. stabdyti elektroninės prekybos vystymąsi bei tokiu būdu pažeisti vartotojų teisę apskritai sudaryti sutartis elektroninėmis priemonėmis. Taigi valstybė privalo surasti kompromisą tarp elektroninės prekybos vartotojų ir verslininkų interesų.

Jungtinės Amerikos Valstijos neabejotinai yra viena lyderiaujančių valstybių elektroninės prekybos išsivystymo ir paplitimo šalyje srityje. Gerai pasaulyje žinomi internetinės prekybos tinklalapiai *Amazon*, *e-Bay*, *Yahoo* yra valdomi Jungtinių Amerikos Valstijų kompanijų ir neša milijoninius pelnus.³ Neabejotinai Jungtinės Amerikos Valstijos yra valstybė, į kurią elektroninės prekybos srityje turėtų lygiuotis daugelis pasaulio šalių. Dėl šios priežasties Lietuvos situacija elektroninės prekybos vartotojų teisių užtikrinimo srityje bus lyginama su Jungtinių Amerikos Valstijų situacija. Be to, kadangi Lietuva yra Europos Sąjungos (ES) narė ir ją varžo ES lygiu priimti teisės aktai, bus nagrinėjama ir ES teisinė bazė. Atliekant elektroninės prekybos vartotojų

¹ Richard Raysman, *Emerging Technologies & the Law: Forms & Analysis* (New York: Law Journal Press, 2002).

² Žr. Priedą Nr. 1, Priedą Nr.2, Priedą Nr.3.

³ *eBay Inc. Report Strong First Quarter 2011 Results*; <<http://www.ebayinc.com/page/news#20110427007093>> [aplankyta 2011-02-03].

teisių apsaugos užtikrinimo situacijos Lietuvoje, kaip Europos Sąjungos narėje, ir Jungtinėse Amerikos Valstijose lyginamąją analizę, bus siekiama atsakyti į klausimą: ar Lietuvoje tinkamai užtikrinta elektroninės prekybos vartotojų teisių apsauga?

Darbo objektas: elektroninės prekybos vartotojų teisės bei jų užtikrinimo būdai Lietuvoje, Europos Sąjungoje ir Jungtinėse Amerikos Valstijose.

Darbo tikslas: išsiaiškinti, ar Lietuvoje yra užtikrinta elektroninės prekybos vartotojų teisių apsauga.

Siekiant minėto tikslo, yra iškelti tokie uždaviniai:

1. atsakyti į klausimą, kodėl vartotojams turi būti teikiama papildoma apsauga bei apibrėžti pagrindines sąvokas, t.y. išsiaiškinti vartotojo bei elektroninės prekybos apibrėžimus Lietuvoje ir Jungtinėse Amerikos Valstijose ir juos palyginti;

2. išnagrinėti, kokios yra verslininko, užsiimančio elektronine prekyba, bendrojo pobūdžio pareigos Lietuvoje ir Jungtinėse Amerikos Valstijose, jas palyginti;

3. atliekant atskirų elektroninės prekybos vartotojų teisių užtikrinimo analizę išsiaiškinti, ar Lietuvoje ir JAV yra užtikrinama teisė vartotojams sudaryti sutartis elektroniniu būdu: išnagrinėti elektroninio parašo problematiką;

4. atliekant atskirų elektroninės prekybos vartotojų teisių užtikrinimo analizę išsiaiškinti, ar pasirinktose valstybėse yra užtikrinama vartotojų teisė į privatumą, palyginti šių valstybių situaciją;

5. išsiaiškinti, ar nagrinėjamose valstybėse yra užtikrinama elektroninės prekybos vartotojų teisė spręsti ginčus, kylančius iš elektroninių vartojimo sutarčių, neteisimine tvarka;

6. išsiaiškinti, ar nagrinėjamose valstybėse yra užtikrinama elektroninės prekybos vartotojų teisė spręsti ginčus, kylančius iš elektroninių vartojimo sutarčių, teismo keliu: išnagrinėti teismo jurisdikcijos problematiką;

7. pateikti išvadas bei rekomendacijas;

Darbe yra keliamos tokios hipotezės:

1. Lietuvoje ne visos elektroninės prekybos vartotojų teisės lyginant su Jungtinių Amerikos Valstijų situacija yra užtikrinamos.

2. Pritaikius Jungtinių Amerikos Valstijų nustatytus vartotojų teisių užtikrinimo modelius, Lietuvoje vartotojų teisių apsauga būtų užtikrinta.

Darbo metodai. Siekiant įgyvendinti užsibrėžtus uždavinius ir patvirtinti arba paneigti iškeltas hipotezes, darbe bus panaudoti įvairūs teoriniai ir empiriniai darbo metodai. Mokslinės literatūros, teisės aktų, teismų praktikos ir kitų teisės šaltinių analizės ir sisteminimo metodas buvo naudojamas siekiant iš gausybės mokslinės literatūros, teisės aktų ir teismų praktikos išskirti svarbiausius

klausimų reguliavimo problematiką pasirinktose valstybėse ir ją susisteminti. Taikant istorinį metodą buvo apžvelgta vartotojų teisių apsaugos vystymosi raida. Plačiai darbe naudojamas lyginamasis metodas leido išanalizuoti Lietuvos, Europos Sąjungos ir Jungtinių Amerikos Valstijų situaciją elektroninės prekybos vartotojų teisių užtikrinimo srityje bei ją palyginti, atskleisti privalumus ir trūkumus. Aiškinamasis metodas buvo taikomas aiškinant įvairių įstatymų normų prasmę, taikymo galimybes. Apibendrinimo metodas darbe buvo pasitelktas išanalizuotai medžiagai apibendrinti, išvadoms bei rekomendacijoms formuluoti.

Darbo struktūra. Darbą sudaro trys pagrindiniai skyriai, kurie yra suskirstyti į poskyrius ir skirsnius. Pirmajame darbo skyriuje yra analizuojamos priežastys, lemiančios papildomos apsaugos vartotojams nustatymo poreikį, nagrinėjamos ir lyginamos vartotojo ir elektroninės prekybos sąvokos Jungtinėse Amerikos Valstijose, Europos Sąjungoje ir Lietuvoje bei aiškinamasi, kokios yra nustatytos bendrojo pobūdžio pareigos elektroninės prekybos pardavėjui. Antrasis skyrius yra skirtas atskirų elektroninės prekybos vartotojų teisių gynimo analizei. Jame nagrinėjama teisė sudaryti sutartis elektroniniu būdu bei atskleidžiama su tuo susijusi elektroninio parašo problematika, atliekamas situacijos valstybėse palyginimas. Antrajame poskyriuje analizuojama, kaip nagrinėjamose valstybėse yra užtikrinama elektroninės prekybos vartotojų teisė į privatumą, bei bandoma sukurti naują, efektyvesnį privatumo užtikrinimo modelį. Galiausiai trečiajame darbo skyriuje nagrinėjama, kaip elektroninės prekybos vartotojų teisės yra užtikrinamos vykdymo stadijoje. Visų pirma analizuojama, ar vartotojų teisės yra pakankamai ginamos sprendžiant ginčus neteismine tvarka. Antrajame poskyriuje yra analizuojama ginčų, kylančių iš tarptautinių elektroninių sutarčių, teisingumo problematika. Galiausiai darbe pateikiamos išvados bei rekomendacijos.

1. VARTOTOJAS ELEKTRONINĖS PREKYBOS KONTEKSTE

Vartotojo institutas civilinėje teisėje atsirado siekiant įgyvendinti silpnosios sutarties šalies gynimo sutartiniuose santykiuose principą. Šis principas reiškia, kad susiklosčius aplinkybėms, kai dėl tam tikrų priežasčių viena sutarties šalis yra kur kas stipresnė kitos atžvilgiu, įstatymų leidėjas priima taisykles, kuriomis remiantis silpnesnioji sutarties šalis yra ginama.⁴ Vartotojams daugelyje pasaulio valstybių yra suteikiama tokia įstatymų numatyta apsauga, kadangi jie yra labiau pažeidžiama sutarties šalis. Tuo tarpu elektroninės prekybos vartotojas yra dar labiau pažeidžiamas, kadangi jis neturi galimybių tiesiogiai ir realiai bendrauti su pardavėju, prieš įsigydamas negali pamatyti ir įvertinti prekių ar paslaugų kokybės.

1.1. Papildomos apsaugos vartotojams teikimo priežastys

Vienas pagrindinių civilinės teisės principų yra sutarties laisvės principas, įtvirtintas LR Civilinio Kodekso 6.156 straipsnyje.⁵ Šis principas reiškia civilinių teisinių santykių subjektų teisę laisvai apsispręsti, sudaryti sutartį ar ne, su kuo sudaryti sutartį, savarankiškai spręsti dėl sutarties turinio (laisvai pasirinkti sutarties sąlygas) ir formos, išskyrus atvejus, kai tai nustato imperatyvios teisės aktų normos, arba kai tam konkrečių sąlygų reikalauja sąžiningumo, protingumo, teisingumo principai, viešoji tvarka ar gera moralė.⁶ Taigi iš esmės sutarties šalys gali susitarti dėl bet kokių sutarties sąlygų, jei nėra konkretaus teisės aktų reikalavimo, ir jei abi šalys su tomis sąlygomis sutinka. Tačiau neretai sutartinių teisinių santykių šalių padėtis dėl objektyvių priežasčių (profesinis statusas, patirtis, informacija, materialinė padėtis, specialių žinių stoka ir t.t.) yra nelygiavertė.

LAT Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija 2008 m. gruodžio 1 d. nutartyje civilinėje byloje 3K-3-579/2008 pažymėjo, kad „[j]eigu kuris nors šių [civilinių teisinių] santykių subjektas dominuoja kito atžvilgiu, gali kilti abejonių dėl sutarties šalių lygybės nustatant sutarties sąlygas, išskyrus atvejus, kai šios sąlygos nustatytos imperatyviosios teisės normų“⁷. Siekiant apginti silpnosios šalies teises, sutarties laisvės principas gali būti ribojamas įstatymo. Vienas iš tokio ribojimo pavyzdžių – vartojimo sutarties institutas.

⁴ *Vartotojų teisių apsauga vartojimo sutartiniuose santykiuose: teisinio reguliavimo ir teismų praktikos apžvalga*, Lietuvos Aukščiausiasis teismas (2009 03 29, Nr. 30).

⁵ LR Civilinis kodeksas (2000 07 18, Nr. VIII-1864), 6.156 str.

⁶ Žr. išnašą 4: *Vartotojų teisių apsauga vartojimo sutartiniuose santykiuose: teisinio reguliavimo ir teismų praktikos apžvalga*.

⁷ *UAB Tele2 p. IĮ Rogrinta*, LR Aukščiausiasis teismas (2008, Nr. 3K-3-579/2008).

Vartojimo sutartys paprastai sudaromos prisijungimo būdu, kai yra naudojamos standartinės, individualiai neaptariamoms, sutarčių sąlygos, todėl vartotojas neturi galimybių dėl jų derėtis. Dėl šios priežasties vartojimo sutartyse viena šalis, t.y. fizinis asmuo, perkantis prekes ar paslaugas savo asmeniniams poreikiams, yra akivaizdžiai silpnesnė nei kita tokios sutarties šalis – verslininkas, užsiimantis tokių prekių ar paslaugų pardavimu. Šios aplinkybės lemia, kad vartojimo sutarčių atveju negalima remtis vien sutarties laisvės principu, kadangi yra būtina užtikrinti bent minimalią vartotojų teisių apsaugą.⁸ Taigi valstybė šiuo pagrindu įgyja teisę įsikišti į privačius sutartinius teisinius santykius ir, ribojant sutarties laisvės principą, nustatyti atskirą vartojimo sutartims taikomą reguliavimą, ginantį vartotoją. Dar didesnė apsauga turi būti suteikta vartotojams, įsigyjantiems prekes ar paslaugas nuotolinio ryšio priemonėmis.

Vartotojui įsigyjant prekes naudojant nuotolinio ryšio priemones, prarandama galimybė perkamą produktą apžiūrėti, jį įvertinti, galbūt pasimatuoti, nustatyti esamus trūkumus bei atlikti visus kitus veiksmus, kurie padėtų įsitikinti prekės kokybiškumu ir apsispręsti, ar verta įsigyti prekę, ar ne. Tai yra viena iš priežasčių, dėl ko elektroninės prekybos vartotojui būtina suteikti papildomą, dar didesnę apsaugą nei paprastam vartotojui. Kita priežastis yra ta, kad elektroninės prekybos, ypač tarpvalstybinės, skatinimas yra viena iš prioritetinių Europos Sąjungos sričių.

2009 m. Europos Sąjungos Komisijos užsakymu buvo atliktas nepriklausomas išsamus tyrimas, kuriuo buvo siekiama išsiaiškinti pagrindines tarpvalstybinės elektroninės prekybos problemas. 2009 m. spalio 22 d. paskelbtoje ataskaitoje buvo įvardintos kliūtys, kurios stabdo elektroninės komercijos vystymąsi ir kurias yra būtina panaikinti. Viena iš tokių kliūčių - per mažas vartotojų pasitikėjimas.⁹ Už informacinę visuomenę ir žiniasklaidą atsakinga Europos Sąjungos Komisijos narė V. Reding savo žodžiais patvirtino, koks reikšmingas Europos Sąjungai yra elektroninės prekybos skatinimas: „[s]kaitmeninė bendroji rinka Europai labai svarbi. Kol nepanaikinsime visų interneto sandorių kliūčių, kylančių ir galutiniams vartotojams, tol tikrosios skaitmeninės ekonomikos nesukursime. Tai turėtų būti vienas svarbiausių visų politikos iniciatyvų, kuriomis siekiama atgaivinti bendrosios rinkos idėją, tikslas“.¹⁰ Elektroninės prekybos vartotojams užtikrinus jų teisių apsaugą, neabejotinai stiprėtų jų pasitikėjimas elektronine komercija, o tai įtakotų asmenų, besinaudojančių elektroninės prekybos paslaugomis, skaičiaus didėjimą. Taigi elektroninės prekybos vartotojų teisių užtikrinimas yra elektroninės komercijos plėtros prielaida.

⁸ Žr. išnašą 4: *Vartotojų teisių apsauga vartojimo sutartiniuose santykiuose: teisinio reguliavimo ir teismų praktikos apžvalga*.

⁹ *Tarpvalstybinės elektroninės prekybos kliūčių šalinimas. Dažniausiai užduodami klausimai* (2009); <<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/09/475&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>> [aplankyta 2011 01 20].

¹⁰ *Vartotojų reikalai. Naujojo ES tyrimo duomenimis, atsisakoma vykdyti 60% tarpvalstybinės e. prekybos užsakymų* (2009 10 23);

<http://www.vvtat.lt/popup2.php?ru=bS9tX2FydGJlbGUvZmlsZXMvdI9hcnRpY2xlX3ByaW50LnBocA==&tmpl_name=m_article_print_view&article_id=519> [aplankyta 2011 01 12].

Apibendrinant galima teigti, kad vartotojams papildoma apsauga turi būti suteikta dėl kelių priežasčių. Visų pirma, vartojimo sutartys paprastai yra sudaromos prisijungimo būdu, kur vartotojas yra silpnesnioji šalis, negalinti keisti ar derėtis dėl sutarties sąlygų. Antra, elektroninės prekybos vartotojams teikiama apsauga didintų tokių vartotojų pasitikėjimą elektronine komercija, o tai skatintų juos naudotis šia paslauga. Tokiu būdu būtų skatinamas elektroninėms prekybos vystymasis, kas yra viena iš prioritetinių ES sričių.

1.2. Vartotojo ir elektroninės prekybos sąvokos Lietuvoje ir Jungtinėse Amerikos Valstijose

Vartotojo sąvoka pirmą kartą¹¹ buvo apibrėžta 1968 m. Briuselio konvencijoje dėl jurisdikcijos ir teismo sprendimų civilinėse ir komercinėse bylose vykdymo.¹² 13 Briuselio konvencijos straipsnis nurodo, kad vartotojas yra asmuo, sudarantis sutartį turint tikslą, kuris gali būti laikomas nesusijusiu su jo verslu ar profesija. Pagal šį apibrėžimą į vartotojo sąvoką turėtų patekti tiek fizinis, tiek ir juridinis asmuo, jei jo sudaroma sutartis nėra susijusi su verslu ar profesija.

Verta pažymėti, kad vartotojo sąvoka per keturiasdešimt metų iš esmės nepasikeitė, tačiau dabar Europos Sąjungos, tame tarpe ir Lietuvos, teisės aktuose aiškiai išskiriama, kad vartotoju gali būti laikomas tik fizinis asmuo. Tokiu būdu eliminuojama galimybė specialia vartotojų teisių apsauga pasinaudoti juridiniams asmenims. Lietuvos Respublikos Civilinio kodekso¹³ (toliau darbe - LR Civilinis kodeksas) 1.39 straipsnio 1 dalyje vartojimo sutartis apibrėžiama kaip „sutartis dėl prekių ar paslaugų įsigijimo, kurią fizinis asmuo (vartotojas) su prekių ar paslaugų pardavėju (tiekėju) sudaro su vartotojo verslu ar profesija nesusijusiu tikslu, t.y. vartotojo asmeniniams, šeimos, namų ūkio poreikiams tenkinti“.¹⁴ Analogiškai vartotojas apibūdinamas ir Lietuvos Respublikos vartotojų teisių apsaugos įstatyme¹⁵ (toliau darbe – LR Vartotojų teisių apsaugos įstatymas).¹⁶

Taigi apibendrinant galima išskirti tokius Lietuvos vartotojui privalomus bruožus:

- Tai yra fizinis asmuo;
- Perkantis prekes ar paslaugas iš verslininko (fizinio ar juridinio asmens, veikiančio verslo tikslais);

¹¹ Žr. išnašą 4: *Vartotojų teisių apsauga vartojimo sutartiniuose santykiuose: teisinio reguliavimo ir teismų praktikos apžvalga*.

¹² Convention on jurisdiction and the enforcement of judgments in civil and commercial matters (1968 09 27).

¹³ Žr. Išnašą 5: LR Civilinis kodeksas.

¹⁴ Ten pat, 1.39 str.

¹⁵ LR Vartotojų teisių apsaugos įstatymas (1994 11 10, Nr. I-657).

¹⁶ Šio įstatymo 2 straipsnyje vartotojas apibrėžiamas kaip fizinis asmuo, kuris pareiškia norą pirkti, perka ir naudoja prekę ar paslaugą savo asmeniniams ar namų ūkio poreikiams, o vartojimo sutartis – prekių ar paslaugų įsigijimo sutartis, su pardavėju ar paslaugų teikėju sudaroma su vartotojo verslu ar profesija nesusijusiu tikslu, t.y. vartotojo asmeniniams, šeimos, namų ūkio poreikiams tenkinti.

- Prekes ar paslaugas vartotojas įsigyja ne savo darbo, profesijos ar prekybos tikslais, bet asmeniniams, šeimos, namų ūkio poreikiams tenkinti.

Jungtinėse Amerikos Valstijose vartotojų apsaugos aktai yra priimti valstijų lygmeniu, todėl vartotojo sąvoką apibrėžiančios nuostatos kiekvienoje valstijoje gali šiek tiek skirtis. Pavyzdžiui, Ilinojaus valstijos Vartotojų Apgaulės ir Klaidinančios Prekybos Praktikos Aktas nedaro skirtumo tarp fizinio asmens ir verslininko, vartotoją apibrėžiant kaip „bet kurį asmenį, kuris perka arba įsipareigoja pirkti prekę ne perpardavimui kaip įprastai jo verslo veiklai, tačiau naudoti pačiam ar jo namų ūkio nariui“.¹⁷ Asmuo šiame akte apibrėžiamas kaip bet kuris fizinis asmuo arba jo teisėtas atstovas, bendrija, vietinė ar užsienio bendrovė, kompanija, prekybininkas ir t.t.¹⁸ Tuo tarpu Džordžijos valstijoje vartotoju pripažįstamas tik fizinis asmuo.¹⁹ Merilendo valstijos vartotojų apsaugos akte vartotojo sąvoka apibrėžta kaip „esamo ar galimo pirkėjo, nuomininko ar vartojimo prekių, vartojimo paslaugų, vartojimo nekilnojamojo turto ar vartojimo kredito gavėjo“.²⁰ Nors vartotojo samprata valstijose ir skiriasi, visos valstijos, rengdamos savo įstatymus dėl vartotojų teisių apsaugos, rėmėsi vienu iš šių federalinių teisės aktų: Federalinės Prekybos Komisijos Aktu,²¹ Vieningu Vartotojų Pardavimų Praktikos Aktu²² arba Vieningu Klaidinančios Prekybos Praktikos Aktu.²³ Kadangi yra trys pagrindiniai valstijų įstatymų modeliai, didelės vartotojo sąvokų įvairovės nėra. Be to yra tam tikrų bendrų argumentų, kuriais remiantis asmuo teisme gali įrodinėti, jog jis atitinka vartotojo apibrėžimą.

Vienas tokių argumentų yra susijęs su įstatymo tikslo aiškinimu. Visų valstijų aktų dėl vartotojų apsaugos tikslas yra tas pats – užkirsti kelią sukčiavimui ir apgalei vartojimo sutartyse. Todėl galimas argumentavimas, jog vartotojo sąvoka turi būti aiškinama liberaliai, kad būtų pasiektas minėtas tikslas. Toks liberalus aiškinamas išplečia valstijų įstatymų, reguliuojančių vartotojų apsaugos klausimus, reikšmę, nes jie gali būti taikomi ir bylose, kurios turi „įstatymo dvasią“ ar kuriose gali būti pasiektas įstatymu siektas tikslas.²⁴ Tačiau yra galimas ir priešingas argumentavimas.

Priešingas liberalaus aiškinimo argumentui yra argumentas, kad vartotojas turi pažodžiui atitikti apibrėžimą, įvardintą valstijos įstatyme bei valstijos teisės taikymo taisyklės, interpretuojančias tą įstatymą, ir tai turi būti daroma *case-by-case*²⁵ principu. Jei ieškovo pusė teisme pateikia argumentus už vartotojui nustatytos papildomos apsaugos taikymą ieškovui,

¹⁷ Autoriaus versta iš: Illinois Consumer Fraud and Deceptive Business Practices Act (2005, 815 ILCS 505), 505-1 str.

¹⁸ Illinois Consumer Fraud and Deceptive Business Practices Act, (2005, 815 ILCS 505) 505-1 str.

¹⁹ Michelle L. Evans, „Who is a "consumer" entitled to protection of state deceptive trade practice and consumer protection acts“, *American Law Reports*, Vol. 63 (1998).

²⁰ Maryland Consumer Protection Act (1974), 13-101 str.

²¹ Angl. Federal Trade Commission Act.

²² Angl. Uniform Consumer Sales Practice Act

²³ Angl. Uniform Deceptive Trade Practices Act.

²⁴ Žr. išnašą 19: Michelle L. Evans.

²⁵ Kiekvienu konkrečiu atveju, kiekvienoje byloje atskirai.

atsakovas gali gintis įrodinėdamas, kad ieškovas nėra vartotojas pagal valstijos įstatyme pateiktą sąvokos apibrėžimą. Dažniausiai tai daroma teigiant, kad įstatymas turi būti aiškinamas griežtai, t.y. kad reikia vadovautis tiksliai parašytu tekstu, netaikant jokio interpretavimo. Visgi tokia proceso eiga gali kisti, kadangi daugumos valstijų klaidinančios prekybos praktikos ir vartotojų apsaugos teisės aktuose yra numatytos vartotojo statuso išimtys.²⁶ Pavyzdžiui, Teksaso klaidinančios prekybos praktikos statute yra numatyta, kad ieškovo pusė neturi pareigos įrodyti, jog ieškovui turi būti taikoma vartotojui būdinga apsauga, jei atsakovas turi turto daugiau nei už 25 milijonus Jungtinių Amerikos Valstijų dolerių. Tokiu atveju įrodinėjimo pareiga pereina atsakovo pusei, kuris turi paneigti ieškovo kaip vartotojo statusą.²⁷

Taigi galima apibendrinti šiuos Lietuvos Respublikos ir Jungtinių Amerikos Valstijų panašumus ir skirtumus reglamentuojant vartotojo sąvoką.

1 lentelė. Vartotojo sąvokos Lietuvos Respublikoje ir Jungtinėse Amerikos Valstijose panašumai ir skirtumai.

Kriterijai	Lietuvos Respublika	Jungtinės Amerikos Valstijos
Vartotojo asmuo	Išimtinai tik fizinis asmuo	Kai kuriose valstijose tik fizinis asmuo, kai kuriose – gali būti ir juridiniai asmenys
Vartotojo perkamų prekių ar paslaugų vartojimo tikslas	Tik asmeniniams (ne verslo) poreikiams	Tik asmeniniams (ne verslo) poreikiams
Vartotojo perkamų prekių ar paslaugų pardavėjas	Verslininkas, veikiantis verslo tikslais	Vartotojo sąvokai neturi reikšmės
Tapimo vartotoju momentas	Išreiškus ketinimą įsigyti prekę ar paslaugą	Išreiškus ketinimą įsigyti prekę ar paslaugą

Kaip matyti iš pateiktos lentelės, Lietuvos ir Jungtinių Amerikos Valstijų vartotojo sąvokos apibrėžimuose yra tiek panašumų, tiek skirtumų. Kalbant apie skirtumus, labai svarbu pabrėžti, kad Jungtinėse Amerikos Valstijose vartotojo sąvokos apibrėžimo klausimas paliktas reguliuoti valstijų lygmeniu, todėl skirtingose valstijose vartotojas yra įvardijamas skirtingai. Kai kuriose valstijose vartotojams teikiama apsauga gali naudotis ne tik fiziniai, bet ir juridiniai asmenys, tuo tarpu Lietuvoje yra griežtai nustatyta, kad vartotojas yra išimtinai fizinis asmuo. Be to, Lietuvoje viena iš sąlygų, kurias išpildžius asmuo gali būti laikomas vartotoju, yra ta, kad jis prekes ar paslaugas turi įsigyti iš verslininko, tuo tarpu Jungtinėse Amerikos Valstijose ši sąlyga nėra keliami. Tačiau

²⁶ Tam, kad ieškinyus būtų atmetas, atsakovas tokią išimtį teismo turi prašyti taikyti.

²⁷ JAV byloje *Eckman v. Centennial Sav. Bank* (784 S.W.2d 672, 674, 1990) teismas laikė, kad atsakovas, norėdamas, kad būtų taikoma išimtis iš "vartotojo" sąvokos, apibrėžtos Teksaso įstatyme, turi pareigą įrodyti, kad konkrečiu atveju ši išimtis turi būti taikoma.

nustatyta ir panašumų: visų pirma, tiek Lietuvoje, tiek Jungtinėse Amerikos valstijose vartotojas prekes ar paslaugas turi įsigyti ne verslo, bet asmeniniams poreikiams tenkinti. Be to, abejose valstybėse vartotojams teikiama apsaugą asmuo įgyja nuo to momento, kai jis išreiškia valią prekes ar paslaugas įsigyti.²⁸ Kita sąvoka, kurią būtina išsiaiškinti, yra elektroninė komercija.²⁹

Elektroninė komercija skirtingų autorių yra apibrėžiama nevienodai, tačiau galima išskirti kelis pagrindinius apibrėžimus, besiskiriančius veiksmų, įtraukiamų į šią sąvoką, platumu. Vieni autorių elektroninės komercijos sąvoka apima visas finansines ir komercines transakcijas, kurios yra atliekamos elektroniniu būdu, įskaitant visas kreditinių/debetinių kortelių transakcijas. Tuo tarpu kiti autoriai šį apibrėžimą kur kas susiaurina, įvardindami, kad elektroninė komercija yra mažmeninė prekyba vartotojams, kurių atžvilgiu tiek sandoris, tiek apmokėjimas vyksta nuotoliniu būdu, pvz. internetu.³⁰

Internetinė enciklopedija pateikia tokį elektroninės komercijos apibrėžimą: „tai komercija verslas-vartotojui arba verslas-verslui, tvarkoma pasitelkiant Internetą ar kitus elektroninius tinklus“.³¹ Iš šio apibrėžimo matyti, kad elektroninė komercija skirstoma subjektų pagrindu į dvi rūšis, tačiau lieka neaiškus, kokio platumo yra šis apibrėžimas, kadangi žodis „komercija“ yra paliekamas neapibrėžtas.

Jungtinių Amerikos Valstijų Surašymo Biuras³² elektroninę komerciją apibrėžia kaip prekių ir paslaugų pardavimą *online* režimu, kai *online* apima interneto, intraneto, ekstraneto ir nuosavų tinklų naudojimą siekiant paleisti tokias sistemas kaip Elektroninis Duomenų Apsikeitimas.³³ Kiti apibrėžimai apima tik transakcijas, kurios naudoja atviras (paprastai paremtas internetu) sistemas, neįskaitant nuosavų tinklų elektroninių sistemų. Pažymėtina, kad elektroninė komercija apima tiek verslas-verslui, tiek verslas-vartotojui sistemas.³⁴ Europos Sąjungoje elektroninė komercija suvokiama kur kas plačiau.

Europos Komisijos iniciatyvoje dėl elektroninės komercijos³⁵ nurodoma, kad elektroninė komercija, paremta elektroniniu duomenų apdorojimu ir persiuntimu, apima daugelį skirtingų veiklų, įskaitant elektroninę prekių ar paslaugų prekybą, *online* skaitmeninių duomenų pristatymą, elektroninį lėšų persiuntimą, elektroninę prekybą akcijomis, viešuosius pirkimus ir t.t. Iniciatyvoje

²⁸ Vartotojo išreikšta valia įsigyti prekę abejose valstybėse yra žinoma kaip ofertos akceptavimas. Yra laikoma, kad būtent nuo šio momento yra sudaryta sutartis.

²⁹ Kadangi daugelis autorių naudoja ne elektroninės prekybos, bet elektroninės komercijos sąvoką, ši sąvoka darbe ir bus apibrėžiama. Be to, toliau darbe elektroninės komercijos sąvoka bus naudojama kaip sinonimas elektroninės prekybos sąvokai.

³⁰ Mindaugas Civilka, *Elektroninės komercijos reguliavimas tarptautinėje ir ES teisėje* (Vilnius, 2001), p.5; <http://www.teisininkas.lt/konsp_pagrindinis.html> [aplankyta 2011 01 16].

³¹ Autoriaus versta iš *The free Dictionary*; <<http://encyclopedia2.thefreedictionary.com/E+commerce>> [aplankyta 2011 01 15].

³² Angl. U.S. Census Bureau; <<http://www.census.gov/>> [aplankyta 2011 02 02].

³³ Angl. Electronic Data Interchange (EDI).

³⁴ U.S. Census Bureau; <<http://www.nsf.gov/statistics/seind02/c8/c8s2.htm>> [aplankyta 2011 02 02].

³⁵ A European Initiative in Electronic Commerce; <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:1997:0157:FIN:EN:PDF>> [aplankyta 2011 01 12].

išskiriamos dvi pagrindinės elektroninės komercijos rūšys: netiesioginė, kuri apima materialių prekių užsakymą elektroniniu būdu, kai tokios prekės pristatomos pasitelkiant tradicines priemones, tokias kaip pašto kurjeriai, bei tiesioginė, kurią galima apibūdinti kaip nematerialių prekių užsakymą elektroniniu būdu, kai fiziškai apskritai nėra kontaktuojama, o prekė (tokia kaip programinė įranga, elektroninė knyga) pristatoma internetu.³⁶ Lietuvos teisės aktai nustato siauresnę elektroninės komercijos sampratą.

Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymo Nr. 258 „Dėl daiktų pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartys sudaromos naudojant ryšio priemones, taisyklių patvirtinimo“ (toliau darbe – LR ūkio ministro daiktų pardavimo ir teikimo, kai sutartys sudaromos naudojant ryšio priemones, taisyklės) 2 straipsnyje pateikiamas elektroninės prekybos apibrėžimas, kuris skamba taip: „elektroninė prekyba tai prekybinės veiklos būdas, kai sutartys sudaromos, o esant reikalui - ir vykdomos, naudojant informacines technologijas bei priemones kompiuterių tinklais keičiantis elektroniniais duomenų pranešimais“³⁷.

Galima daryti išvadą, kad tiek Jungtinių Amerikos Valstijų, tiek Lietuvos teisės aktai elektroninę komerciją apibrėžia labai panašiai. Elektroninės komercijos sąvoka nagrinėjamose valstybėse atitinka antrąjį, t.y. siauresnįjį, apibrėžimą, kadangi elektroninė komercija abejose šalyse įvardijama kaip tam tikras prekybos būdas. Tuo tarpu Europos Sąjungos lygmeniu elektroninė komercija suvokiama plačiau, apima daugelį skirtingų veiklų, įskaitant ir įvairias komercines, finansines transakcijas.

1.3. Bendrojo pobūdžio³⁸ elektroninės prekybos pardavėjo pareigos

Kalbant apie verslininko, prekiaujančio internetu, pareigas svarbi sąvoka yra „tinklo etiketas“.³⁹ Tai taisyklės ir papročiai, susiformavę ir išsivystę internete. Tinklo etiketo taisyklės buvo ypatingai reikšmingos tik pradėjus vystyti interneto komercinimui, kai dar nebuvo (arba buvo labai mažai) teisės aktų, reguliuojančių šį klausimą. Visgi tinklo etiketas lieka svarbus ir šiomis dienomis, kadangi tai yra elgesio gairės *online* prekybininkams. Tinklo etiketas apima labai daug taisyklių, pradedant nuo tokių kaip draudimas perduoti slaptažodį tretiesiems asmenims, taisyklė, pagal kurią viso teksto rašymas didžiosiomis raidėmis laikomas tolygiu šaukimui realiame gyvenime, ir baigiant tokiomis taisyklėmis kaip draudimas išsiuntinėti informaciją visiems

³⁶ Ten pat. P. 4.

³⁷ Dėl daiktų pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartys sudaromos naudojant ryšio priemones, taisyklių patvirtinimo, LR ūkio ministro įsakymas (2001 12 17, Nr. 258).

³⁸ Bendrojo pobūdžio pareigomis darbe laikoma: pardavėjo pirkėjui privaloma teikti informacija, reikalingi gauti sutikimai, terminai prekių pristatymui, apkeitimui ar grąžinimui bei kitos susijusios pareigos.

³⁹ Angl. „netiquette“ – the etiquette on the Internet (etiketas internete, tinklo etiketas).

kontaktiniams asmenims⁴⁰ bei draudimas akademinius tinklalapius naudoti komerciniams tikslams.⁴¹

Daugelis Jungtinių Amerikos autorių⁴² pateikia patarimus, kuriais turėtų vadovautis verslininkas, užsiimantis elektronine prekyba, norėdamas nepažeisti tinklo etiketo taisyklių. Visų pirma *online* prekybininkas turi pareigą skaityti elektroninius laiškus ir į juos atsakyti bei su tuo susijusią pareigą užtikrinti, kad jo elektroninio pašto dėžutė būtų visada veikianti ir pasiekiamą. Antra, verslininkas turi užtikrinti, kad jo tinklalapis būtų apsaugotas nuo virtualių įsilaužėlių ir internetinio vandalizmo, kad nebūtų pažeistas internetinio puslapio vientisumas. Šiuo tikslu verslininkas turi kuo dažniau atlikti patikrinimus: periodiškai siųsti sau elektroninius laiškus, kad išsiaiškintų, ar jo pašto dėžutė tikrai veikia tinkamai ir laišakai yra gaunami nedelsiant; tikrinti informaciją apie save ir apie jo siūlomus produktus, įvesdamas savo bei produktų pavadinimus į įvairius paieškos paslaugas teikiančius tinklalapius (kad įsitikintų, jog nėra sukurtų apsišaukėlių tinklalapių kompanijos vardu); užtikrinti, kad jo tinklalapyje būtų įdiegta ir veiktų apsauga nuo kompiuterinių virusų. Trečia, tinklalapio savininkas turėtų reguliariai išsaugoti svetainės informaciją, kad jai nustojus veikti, būtų patirta kuo mažesnė žala. Ketvirta, prekybininkai, kurie užsakymus priima internetu, turėtų informuoti savo klientus apie jų užsakymų privatumo apsaugos lygį. Tai ypatingai svarbu, jei klientas pateikia kreditinės kortelės numerį ar užsako „jautrias“ prekes, tokias kaip nėštumo ar AIDS testas. Taip pat klientui privalo būti suteikiama informacija apie jo duomenų kaupimą bei ši informacija turi būti apsaugota nuo trečiųjų asmenų. Penkta, prekybininkas turėtų arba išsiųsti klientui, užsakiusiam prekę ar paslaugą, patvirtinimą apie užsakymo gavimą, arba užsakymo metu nurodyti, jog toks patvirtinimas nebus siunčiamas.⁴³ Šios rekomendacijos nėra privalomos, tačiau JAV yra ir tikslų, teisės aktais įtvirtintų taisyklių, nustatančių verslininko pareigas.

Elektroninių Parašų Globalioje ir Nacionalinėje Komercijoje Akte,⁴⁴ JAV Kongreso priimtame 2000 m., yra įtvirtinta „vartotojo sutikimo“ taisyklė. Pagal šią taisyklę yra nustatyti papildomi reikalavimai verslininkams, norintiems naudoti elektroninius įrašus ar parašus sutartyse, sudaromose su vartotojais. Tokie verslininkai privalo iš vartotojų gauti sutikimą, patvirtinantį, kad jie sutinka tam tikrą informaciją gauti elektroniniu būdu. Ši informacija apima bet kokią

⁴⁰ Angl. Spamming.

⁴¹ Ian C. Ballon, „*E-Commerce and Internet Law: treatise with forms* (Thomson/West, 2009).

⁴² Plačiau žr. Arlene H. Rinaldi, *The Net: User Guidelines and Netiquette* (1996), Gerard Van Der Leun, Thomas Mandel, *Rules of the Net* (1996).

⁴³ Efross A. Walter, „The Legal Architecture of Virtual Stores: World Wide Web Sites and the Uniform Commercial Code”, *San Diego Law Review*, 1263 (1997).

⁴⁴ Angl. Electronic Signatures in Global and National Commerce Act.

informaciją, kuriai valstijų ar federaliniai įstatymai yra nustatę privalomą rašytinę formą.⁴⁵ „Vartotojo sutikimo“ taisyklė skatina elektroninių įrašų ir parašų naudojimą tuo pat metu stiprindama vartotojų pasitikėjimą elektronine komercija.

Dar viena taisyklė, taikoma Jungtinėse Amerikos Valstijose, yra Federalinės Prekybos Komisijos Prekių Užsakymo Paštu ar Telefonu Taisyklė.⁴⁶ Šios taisyklės esmė yra ta, kad siūlantis įsigyti prekių pardavėjas turėtų prekes užsakančiam asmeniui nurodyti, per kiek laiko jos gali būti pristatytos. Jei toks terminas nenurodomas, taikomas bendras trisdešimties dienų terminas nuo užsakymo gavimo dienos. Jei priėmus kliento užsakymą paaiškėja, kad pardavėjas negali pristatyti prekių per nurodytą terminą, pardavėjas turi gauti pirkėjo sutikimą dėl užsakymo vėlavimo.⁴⁷ Negavus tokio sutikimo, pardavėjas privalo nedelsiant grąžinti pirkėjui jo sumokėtas sumas.⁴⁸

Prekių grąžinimo klausimai Jungtinėse Amerikos Valstijose paliekami reguliuoti patiems *online* prekybininkams. Jie tik privalo savo elektroninių parduotuvių tinklalapiuose pateikti prekių grąžinimo, pinigų grąžinimo ar prekių apkeitimo strategijas. Šios strategijos turi būti pateikiamos tokiu būdu, kad jos būtų laisvai prieinamos klientams dar iki sutarties sudarymo.⁴⁹ Elektroninės parduotuvės, taikančios prekių negrąžinimo strategiją, neprivalo atgal priimti prekių, nebent prekės yra ne tokios kaip buvo nurodyta arba yra su defektu. Tuo tarpu prekybininkai, kurie taiko prekių grąžinimo strategiją, gali nustatyti labai įvairų prekių grąžinimo terminą, kuris skirtingose parduotuvėse gali kisti nuo kelių dienų iki kelių mėnesių.⁵⁰

Nors Lietuvoje nėra teisės akto, konkrečiai reglamentuojančio tinklo etiketo klausimą, visgi galima teigti, kad šios taisyklės galioja ir šioje šalyje. LR Civiliniame kodekse yra įtvirtinta, jog nustatydami savo tarpusavio teises ir pareigas, „subjektai turi vadovautis teisingumo, protingumo ir sąžiningumo principais“.⁵¹ Be to Lietuvoje egzistuoja teisės aktai, ginantys vartotojų teisių apsaugą: Vartotojų teisių apsaugos įstatymas, Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymas, Daiktų pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartys sudaromos naudojant ryšio priemones, taisyklės ir kiti teisės aktai. Šių teisės aktų nustatytais teisėmis ir pareigomis yra įgyvendinami pagrindiniai tinklo etiketo principai.

⁴⁵ Federal Trade Commission Bureau of Consumer Protection, Department of Commerce National Telecommunications and Information Administration, *Electronic Signatures in Global and National Commerce Act: The Consumer Consent Provision in Section 101(c)(1)(C)(ii)(2001)*; <<http://www.ftc.gov/os/2001/06/esign7.htm>> [aplankyta 2011 02 16].

⁴⁶ Angl. Mail or Telephone Order Rule.

⁴⁷ Pažymėtina, kad kliento tylėjimas šiuo atveju privalo būti traktuojamas kaip atsisakymas sutikti.

⁴⁸ Federal Trade Commission Bureau of Consumer Protection, *Business Guide to the Mail and Telephone Order Merchandise Rule*; <<http://business.ftc.gov/documents/bus02-business-guide-mail-and-telephone-order-merchandise-rule>> [aplankyta 2011 02 10].

⁴⁹ Kendra Van Wagner, *Consumer Rights When Shopping Online*; <<http://www.2020site.org/n/consumer-rights-when-shopping-online.html>> [aplankyta 2011 02 03].

⁵⁰ *Avoiding Unhappy Returns – Returning Merchandise Bought Online or In The Store*; <http://www.michigan.gov/ag/0,1607,7-164-34739_20942-44683--,00.html> [aplankyta 2011 02 16].

⁵¹ Žr. išnašą 5: LR Civilinis kodeksas, 1.5 str.

Tikslios Lietuvoje veikiančio elektroninės prekybos verslininko pareigos iki sutarties sudarymo yra aiškiai išvardintos LR Civiliniame kodekse. Kodekso 6.366 straipsnyje nurodyta, jog iki sutarties, sudaromos naudojant ryšio priemones, sudarymo, pardavėjas privalo suteikti vartotojui informaciją apie save, apie siūlomą prekę ar paslaugą, jos kainą, pristatymo tvarką ir kainą, tvarką, kaip pirkėjas gali atsisakyti sutarties, kainą už naudojimąsi ryšio priemonėmis (jei ji skiriasi nuo įprastos), pasiūlymo galiojimo trukmę bei trumpiausią įmanomą sutarties terminą (jei sutartis sudaroma dėl nuolatinio prekių tiekimo).⁵² Daiktų pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartys sudaromos naudojant ryšio priemones, taisyklėse yra patikslinama, kad pardavėjas ar paslaugų teikėjas privalo pateikti tokius duomenis: savo pavadinimą, buveinės adresą, kontaktinius duomenis, informaciją, kur ir kam pirkėjas galės paduoti skundą, kur galės grąžinti netinkamos kokybės arba nepatikusius daiktus, įmonės kodą ar patento numerį ir jo registracijos vietą (jeigu pardavėjas yra fizinis asmuo), PVM mokėtojo kodą, jei pardavėjas yra PVM mokėtojas.⁵³ Ši informacija iki sutarties sudarymo arba, kai daiktai teikiami, iki jų įteikimo pirkėjui turi būti pateikta raštu.

Labai svarbi elektroninės prekybos vartotojo teisė, įtvirtinta Lietuvoje, yra vartotojo teisė atsisakyti sutarties. Vartotojas gali pasinaudoti šia teise per septynias darbo dienas nuo prekės pristatymo (prekių įsigijimo atveju) arba nuo sutarties sudarymo dienos (paslaugų įsigijimo atveju). Tačiau pažymėtina, jog šia teise elektroninės prekybos vartotojas pasinaudoti negali, jei jis pirkto garso ir vaizdo kūrinius ar kompiuterines programas ir pažeidė jų pakuotę, periodinius leidinius ar teisę dalyvauti loterijoje.⁵⁴

Dar viena elektroninės prekybos pardavėjams ir paslaugų teikėjams Lietuvoje nustatyta pareiga yra pareiga pateikti prekes ar paslaugas per 30 kalendorinių dienų nuo sutarties sudarymo dienos.⁵⁵ Europos Sąjungos direktyvoje 97/7/EB dėl vartotojų apsaugos, susijusios su nuotolinės prekybos sutartimis yra įtvirtinta nuostata, įpareigojanti pardavėją nedelsiant informuoti pirkėją ir per 30 kalendorinių grąžinti jo sumokėtus pinigus, jei pardavėjas negali pateikti užsakytų prekių ar paslaugų. Pažymėtina tai, kad ši taisyklė nėra perkelta į Lietuvos teisės aktus, tokiu būdu Lietuvoje yra susiaurintos elektroninės prekybos vartotojų teisės.⁵⁶ Kadangi ši direktyva yra minimalaus derinimo,⁵⁷ vartotojas, kurio teisės būtų pažeistos dėl šios direktyvos nuostatų neperkėlimo į nacionalinę teisę, galėtų kreiptis į teismą ir tiesiogiai remtis direktyvos nuostatomis, tačiau atsakovu turėtų būti traukiamas ne elektroninės prekybos pardavėjas, o valstybė, netinkamai įgyvendinusi

⁵² Ten pat, 6.366 str.

⁵³ Žr. išnašą 37: Dėl daiktų pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartys sudaromos naudojant ryšio priemones, taisyklių patvirtinimo.

⁵⁴ Žr. išnašą 5: LR Civilinis kodeksas.

⁵⁵ Ten pat.

⁵⁶ Vartotojų teisių apsauga vartojimo sutartiniuose santykiuose: teisinio reguliavimo ir teismų praktikos apžvalga II, Lietuvos Aukščiausiasis Teismas (2010 11 19, Nr AC-33-1).

⁵⁷ Direktyva 1997/7, 14 str.

direktyvą. Visgi kad būtų įmanomas tiesioginis direktyvos normų taikymas, privaloma išpildyti tam tikras sąlygas: visų pirma, direktyvos įgyvendinimo nacionalinėje teisėje terminas turi būti pasibaigęs ir valstybė turi būti neįgyvendinusi šios direktyvos arba įgyvendinusi ją netinkamai; antra, direktyvos nuostatos turi būti pakankamai aiškios ir besąlyginės; trečia, direktyva privalo suteikti asmeniui tam tikras teises. Nagrinėjamu atveju direktyvos 97/7/EB 15 straipsnyje yra numatyta, kad valstybės narės privalo įgyvendinti šią direktyvą per trejus metus. Kadangi ji buvo priimta 1997 m., terminas jos nuostatas perkelti į nacionalinę teisę yra suėjęs, taigi pirmoji sąlyga nagrinėjamu atveju yra išpildyta. Direktyvos 7 straipsnis numato, kad „[j]eigu tiekėjas nevykdo savo sutartinių įsipareigojimų, kadangi negali gauti vartotojo užsakytų prekių ar paslaugų, jis nedelsdamas apie tai informuoja vartotoją ir kuo greičiau, bet ne vėliau kaip per 30 dienų, grąžina vartotojui įmokėtas sumas.“⁵⁸ Ši nuostata neabejotinai yra pakankamai apibrėžta ir aiški, nors joje ir yra numatyta sąlyga, kad sutartiniai įsipareigojimai nevykdomi dėl to, kad pardavėjas negali gauti užsakytų prekių. Galiausiai, trečioji sąlyga taip pat yra išpildoma, kadangi direktyva aiškiai nustato asmenims teisę atgauti sumokėtas įmokas už negautas prekes per aiškiai apibrėžtą terminą.

Apibendrinant galima teigti, kad Jungtinėse Amerikos Valstijose verslininko, užsiimančio elektronine prekyba, bendrojo pobūdžio pareigų klausimas yra plačiai išvystytas. Šalyje yra paplitę rekomendacijos, numatančios kaip verslininkai turėtų vystyti savo veiklą, kokius patikrinimus turėtų atlikti, kaip turėtų organizuoti ir prižiūrėti savo elektroninės prekybos svetaines. Taip pat JAV egzistuoja ypatingos svarbos taisyklės, pvz. „vartotojo sutikimo“ taisyklė, prekių pristatymo terminai ir vartotojo teisė atgauti pinigus laiku nepristačius prekės. Visgi verta pabrėžti, kad JAV verslininkai yra ribojami minimaliai, neapsunkinant jų labai preciziškai reglamentuotomis taisyklėmis, tam tikrus klausimus paliekant reglamentuoti savose strategijose. Tuo tarpu Lietuvos teisės aktuose pardavėjo pareigų klausimas yra reglamentuotas labai detalai ir preciziškai. Šias pareigas nustato LR Civilinis kodeksas bei Daiktų pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartis sudaromos naudojant ryšio priemones, taisyklės. Daugelį nuostatų, susijusių su elektroninės prekybos pardavėjo pareigomis, Lietuva perkėlė į nacionalinę teisę įgyvendindama Europos Sąjungos teisės aktus – direktyvas. Tačiau būtina pabrėžti, kad yra direktyvų, kurios buvo perkeltos netinkamai. Visgi tai neatima iš vartotojų galimybės pasinaudoti ES teisės aktuose įtvirtinta vartotojų teisių apsauga, kadangi yra įmanomas tiesioginis tokių direktyvų taikymas. Tokiu atveju atsakovu būtų traukiama Lietuvos Respublika, taigi atsirastų galimybė valstybei patirti žalą. Dėl šios priežasties rekomenduotina LR Seimui ištaisyti direktyvų perkėlimo į nacionalinę teisę trūkumus bei tokiu būdu užtikrinti, kad prekybininkai įgyvendintų savo pareigas bei neturėtų galimybės išvengti atsakomybės. Taip pat rekomenduotina teisės aktus pataisyti taip, kad verslininkai nebūtų taip stipriai varžomi, kadangi tai gali būti kliūtis elektroninės komercijos plėtrai.

⁵⁸ Ten pat, 7 str.

2. ATSKIRŲ ELEKTRONINĖS PREKYBOS VARTOTOJŲ TEISIŲ GYNIMO ANALIZĖ

Be ankstesniame skyriuje aptartų bendrojo pobūdžio elektroninės prekybos pardavėjo pareigų, įtvirtinančių bendrąsias vartotojų teises, būtina atskirai išanalizuoti keletą esminių teisių, kurios privalo būti užtikrintos elektroninės prekybos vartotojams. Viena jų yra teisė sudaryti elektronines sutartis, kuri išplaukia iš civilinėje teisėje gerai žinomo sutarties laisvės principo. Ši teisė darbe bus nagrinėjama per elektroninio parašo instituto prizmę, kadangi jis yra neatsiejama sutarties sudarymo elektroniniu būdu dalis. Kita labai svarbi elektroninės prekybos vartotojų teisė yra teisė į privatumą, kadangi būtent interneto erdvėje ši teisė gali būti itin lengvai pažeidžiama.

2.1. Teisė sudaryti elektronines sutartis: elektroninio parašo problematika

Nuolat tobulėjant informacinėms technologijoms ir atsirandant vis palankesnėms sąlygoms bendrauti, keistis informacija, apsipirkti elektroninėmis priemonėmis, svarbi vartotojų teisė yra teisė sudaryti sutartis elektroniniu būdu. Ši teisė yra ribojama LR Civiliniame Kodekse įtvirtinta taisykle dėl sandorių formos privalomumo, kuri teigia, kad sandoriams, kurių suma viršija penkių tūkstančių litų sumą, yra privaloma rašytinė forma norint turėti galimybę remtis liudytojų parodymais ginčo atveju.⁵⁹ Adekvati taisyklė įtvirtinta ir Jungtinėse Amerikos Valstijose, kur Vieningas Komercinis Kodeksas⁶⁰ nustato pasirašymo parašu reikalavimą sutartims dėl prekių, kurių vertė viršija penkių tūkstančių JAV dolerių sumą, pardavimo.⁶¹ Be to, tam tikroms sandorių rūšims yra įstatymo numatyta notarinė forma, kas taip pat riboja šalių teisę sudaryti tokias sutartis per atstumą, t.y. pasitelkiant elektronines priemones. Tokie ribojimai gali pažeisti sutarties laisvės principą, kuris, kaip minėta, yra vienas esminių civilinės teisės principų.

Svarbu pabrėžti, kad nors internetas atvėrė galimybes sudaryti nepopierines sutartis ir globalizuoti komerciją, visgi elektroniniams sandoriams vis dar taikomi tradiciniai sutarčių teisės principai. Sutarčių teisė yra paremta idėja, kad sutartis negali būti įgyvendinama, jei jos šalys nedavė abipusio akivaizdaus sutikimo dėl sutarties sąlygų.⁶² Tradicinėse rašytinėse sutartyse ši reikalavimą išpildo asmens ranka rašytas parašas. Kyla klausimas, kaip šis sutikimo reikalavimas gali būti patikimai ir užtikrintai įgyvendintas elektroninėse sutartyse.

⁵⁹ Žr. išnašą 5: LR Civilinis kodeksas, 1.73 str.

⁶⁰ Angl. Uniform Commercial Code.

⁶¹ Uniform Commercial Code (1957), 2-201 str..

⁶² Žr. išnašą 1: Richard Raysman.

Taigi nagrinėjant elektroninių sutarčių sudarymo ir pripažinimo klausimus, susiduriama su nustatytos sutarčių formos bei šalių valios užtikrinimo problema. Institutas, kuris gali padėti išspręsti šias problemas yra elektroninis parašas. Elektroninis parašas yra ir svarbi priemonė šalims įsitikinti kitos šalies tapatybe, valios buvimu ir įrašo autentiškumu.

Pažymėtina, kad elektroninis parašas yra plati sąvoka, apimanti ir skaitmeninio parašo koncepciją. Bendrąja prasme elektroninis parašas yra apibrėžiamas kaip „technologija ar simbolis, pagrįstas elektroninėmis priemonėmis, kuris naudojamas ar priimtas vienos šalies turint tikslą save susieti su pasirašomu dokumentu ar autentifikuoti pastarąjį, tokiu būdu įgyvendinant visas ar dalį funkcijų, atliekamų ranka padaromu parašu.“⁶³ Šis terminas yra labai platus, todėl gali apimti netgi pasirašymą elektroniniam laiške ar nuskaitytą ranka rašytą parašą. Tuo tarpu skaitmeninis parašas yra elektroninio parašo rūšis, kuriam sukurti naudojama viešo ir privataus rakto technologija. Privatus raktas yra naudojamas dokumentą pasirašyti, o viešas raktas – jį patikrinti.⁶⁴

2.1.1. Elektroninis parašas Jungtinėse Amerikos Valstijose

Elektroninis parašas Jungtinių Amerikos Valstijų Vieningame Elektroninių Transakcijų Akte⁶⁵ yra apibrėžiamas kaip „elektroninis garsas, simbolis ar procesas, pridėtas ar logiškai susietas su įrašu ir atliktas ar priimtas asmens su tikslu pasirašyti įrašą“.⁶⁶ Šis apibrėžimas reikalauja tiek garso, simbolio ar proceso naudojimo ar priėmimo, teik ir valios pasirašyti įrašą. Taip pat šiame akte nustatoma svarbi taisyklė, jog įrašas, sutartis ar parašas negali būti nepripažįstami dėl fakto, kad jie yra elektroninės formos. Be to akte nurodoma, kad jei įstatymas tam tikrais atvejais reikalauja parašo, elektroninis parašas atitinka šį reikalavimą.⁶⁷ Visgi pažymėtina, kad valstijos kiekviena atskirai savo teisės aktais yra nustačiusios skirtingus reikalavimus elektroniniam parašui. Kai kuriose valstijose yra įtvirtintas elektroninio parašo suvokimas, analogiškas įtvirtintam Vieningame Elektroninių Transakcijų Akte, t.y. pasirinktas technologinio neutralumo principas, nenurodant elektroniniam parašui privalomos technologijos.⁶⁸ Tuo tarpu kitos valstijos pripažįsta tik skaitmeninį parašą, kuriam yra naudojama viešojo ir privataus rakto technologija.⁶⁹

Dar iki Vieningo Elektroninių Transakcijų Akto ir Elektroninių Parašų Globalioje ir Nacionalinėje Komerčio Akto⁷⁰ priėmimo JAV teismai susidūrė su sutarčių, paremtų elektroniniu parašu, pripažinimo klausimu. Pažymėtina, kad ne kartą teismas yra pripažinęs elektronines sutartis

⁶³ Žr. išnašą 30: Mindaugas Civilka.

⁶⁴ Ten pat.

⁶⁵ Angl. Uniform Electronic Transactions Act.

⁶⁶ Uniform Electronic Transactions Act (1999).

⁶⁷ Richard Raysman, Peter Brown, *Computer Law: Drafting and Negotiating Forms* (New York: Law Journal Press, 2004).

⁶⁸ Technologinio neutralumo principas yra įtvirtintas Luizianos, Arizonos, Maino, Niujorko, Kalifornijos ir kitose JAV valstijose.

⁶⁹ Skaitmeninio parašo reikalavimas nustatytas Masačusetso, Montanos, Nevados, Kolorado, Jutos ir kitose JAV valstijose.

⁷⁰ Angl. Electronic Signatures in Global and National Commerce Act.

dar nesant minėtų aktų, nustačius, kad asmuo, kurį siekiama įpareigoti pagal tokią sutartį, turėjo ketinimą ją patvirtinti.⁷¹ Tačiau apskritai elektroninių sutarčių pripažinimo klausimas JAV teismuose sukėlė nemažai diskusijų.

Elektroninės sutartys, sudaromos tarp pardavėjo ir pirkėjo internetu, yra labai paplitęs reiškinys elektroninėje prekyboje. Jungtinių Amerikos Valstijų teismai ilgą laiką nesutarė, ar pripažinti galiojančiomis tokias sutartis, kai pirkėjas su sąlygomis gali susipažinti tik sumokėjęs pirkinio kainą ar atlikęs kitus įpareigojančius veiksmus. Pavyzdžiui, *shrink-wrap* sutarčių atveju, pirkėjas su sutarties sąlygomis gali susipažinti tik gavęs prekę, kadangi sąlygos būna patalpintos siuntinyje. Paprastai Jungtinių Amerikos Valstijų teismai yra labiau linkę pripažinti *online* sutartis, jei yra įvykdytas bent vienas iš žemiau nurodytų veiksmų:

1. klientas turi išreikšti savo valią sudaryti sandorį atlikdamas tam tikrus patvirtinančius veiksmus dėl sutarties sąlygų, pvz. spustelėti „aš sutinku“ ikoną, esančią sutarties teksto pabaigoje arba patvirtinti kiekvieną sutarties sąlygą atskirai;⁷²
2. prieš panaudojant informaciją ar produktą klientai turi būti informuojami, jog jų panaudojimas reiškia įpareigojančių sąlygų įsigaliojimą;⁷³
3. vartotojui negali būti leidžiama naudoti informacijos ar produkto, jei jis nesutinka su sutarties sąlygomis;⁷⁴
4. jei sutarties sąlygos yra patalpintos atskirame interneto puslapyje, vartotojui privalo būti parodomas langas, kuriame patalpintos sąlygos arba kuriame yra nuoroda į puslapį, talpinantį šias sąlygas; priešingu atveju tokia nuoroda ir pastaba aiškiai turi būti patalpinta šalia informacijos apie siūlomą produktą;⁷⁵
5. vartotojai privalo turėti galimybę pasirinkti, ar sutikti, ar nesutikti su siūlomomis sąlygomis;

⁷¹ JAV byloje *Doherty v. Registry of Motor Vehicles* (No. 97CV0050, 1998) teismas elektroninį pranešimą, naudojamą Masačusetso valstijos policijos siekiant informuoti apie vairuotojo pažymėjimo sulaikymą, pripažino tolygiu pasirašytu pranešimu, kadangi ketinimas informuoti nurodo valios buvimą.

⁷² JAV byloje *Specht v. Netscape Communications Corp.* (306 F.3d 17, 2d Cir. 2002) teismas atsisakė pripažinti internetu sudarytą pirkimo-pardavimo sutartį, kadangi programinės įrangos galutinis vartotojas nebuvo priverstas peržiūrėti ir patvirtinti sutarties sąlygas prieš tą programinę įrangą parsisiunčiant iš pardavėjo internetinio puslapio, o pranešimas apie sutarties sąlygas buvo patalpintas puslapio apačioje, žemiau ekrane matomo vaizdo.

⁷³ JAV byloje *Brower v. Gateway 2000, Inc.* (676 N.Y.S.2d 569, 1998) teismas pripažino internetu sudarytą pirkimo-pardavimo sutartį, kurios sąlygos nurodė, kad prekių panaudojimas arba išlaikymas ilgiau nei 30 dienų, reiškia pirkėjo sutikimą su visomis sutarties sąlygomis.

⁷⁴ JAV byloje *Caspi v. Microsoft Network* (323 N.J. Super. 118, 732 A.2d 528, 1999) teismas pripažino online sutartį dėl interneto paslaugų teikimo ir atmetė ieškovų argumentus, kad jie nebuvo tinkamai įspėti apie forumo pasirinkimo sąlygą. Teismas pažymėjo, kad ieškovai iš atsakovo puslapio turėjo parsisiųsti programinę įrangą, kuri reikalavo sutikimo su sutarties sąlygomis. Iki to laiko jiems nebuvo suteikta galimybė naudotis atsakovo teikiamomis paslaugomis. JAV byloje *Stomp, Inc. v. NeatO, LLC* (61 F. Supp. 2d 1074, 1078, C.D. Cal. 1991) teismas pažymėjo, kad programinės įrangos gamintojas, parduodantis produktą internetu, gali naudoti interaktyvias sutartis, reikalaujančias klientą sutikti su forumo vietos pasirinkimo sąlyga, prieš leidžiant jam įsigyti bet kokį produktą.

⁷⁵ JAV byloje *Defontes v. Dell Computers Corp.* (R.I. Super. LEXIS 32,52 U.C.C. Rep. Serv. 2d 823, 2004) teismas konstatavo, kad pirkėjai nesutiko su sutarties sąlygomis, kadangi jos buvo patalpintos atskirame interneto puslapyje, kurio nuoroda buvo pateikta Dell tinklalapio apačioje. Toks sąlygų pateikimas buvo pripažintas nepakankamai išskirtinu ir ryškiu, kad būtų jos taptų privalomomis pirkėjams.

6. vartotojui turi būti suteikta galimybė lengvai atsispausdinti sutarties sąlygas.⁷⁶

Jungtinių Amerikos Valstijų teismai pripažįsta elektronines *click-wrap* sutartis⁷⁷, kurių atveju prieš sudarant sutartį, vartotojui yra pateikiamos sąlygos ir jis privalo kažkokiu būdu patvirtinti, kad su jomis sutinka. *Browse-wrap* sutartys yra tokios, kai pats vartotojo apsilankymas internetiniame tinklalapyje yra laikomas sutikimu su to tinklalapio nuostatomis (kurios paprastai būna pasiekiamos spustelėjus tinklalapyje patalpintą nuorodą) ir aiškiai išreikštas jo sutikimas nėra reikalaujamas⁷⁸. Kad šie susitarimai būtų pripažįstami Jungtinių Amerikos teismų, pranešimas, kad vartotojui, naudojančiam tinklalapį yra privalomos jo taikomos sąlygos, turi būti pateikiamas tokiu būdu, kad atkreiptų dėmesį, būtų pakankamai ryškus.⁷⁹ *Hines v. Overstock.com* byloje *online* prekybininko tinklalapis nepakankamai išskirtinai pateikė pastabą „Apsilankymas šiame tinklalapyje reiškia jūsų sutikimą su šiomis sąlygomis“, taip pat nereikalavo klientų sutikti su sąlygomis pirkimo metu, nepateikė jokio kito įspėjimo apie galiojančias sąlygas, todėl Niujorko teismas šias sąlygas laikė negaliojančiomis.⁸⁰ Taigi elektroninės sutartys JAV teismų pripažįstamos ne visuomet. Verta panagrinėti, ar JAV elektroniniu būdu galima sudaryti sutartis, kurioms įstatymas kelia specialius formos reikalavimus.

Kaip jau buvo minėta, JAV Vieningas Komercinis Kodeksas⁸¹ nustato rašytinės sutarties reikalavimą, jei jos suma viršija penkis tūkstančius JAV dolerių.⁸² Taip pat sutarčių tipus, kurios negali būti sudarytos žodžiu, įvardija JAV Apgaulių Statutas.⁸³ Tarp tokių sutarčių paprastai patenka sutartys, kurios sudarytos ilgesniam nei vienerių metų laikotarpiui, turtinių teisių į žemę perleidimo sutartys ir kitos sutartys. Apgaulių Statutas tokioms sutartims kelia rašytinės formos ir parašo būvimo reikalavimus.⁸⁴ Galimybes tokias sutartis sudaryti elektroniniu būdu įteisino federaliniai teisės aktai, reglamentuojantys elektroninio parašo bei elektroninio dokumento institutus.

2000 m. federaliniu lygmeniu priimtas Elektroninių Parašų Globalioje ir Nacionalinėje Komercijoje Aktas,⁸⁵ kuriuo siekiama įtvirtinti ir palengvinti elektroninio parašo naudojimą, atsakė

⁷⁶ Brent A. Olson, Lisa C. Thompson, *Business Law Deskbook*, (2010), ed. Arizona Practice Series, Vol. 9 & 9A (2010-2011).

⁷⁷ JAV byloje *Maria GUADAGNO v. E*TRADE BANK* (592 F. Supp. 2d 1263, C.D. Cal. 2008) teismas pripažino galiojančia arbitražo sąlyga, kuri buvo patalpinta *click-wrap* tipo sutartyje. Taip pat *click-wrap* sutartys buvo pripažintos galiojančiomis eilėje kitų bylų: *Jallali v. National Bd. of Osteopathic Medical Examiners, Inc.* (2009), *Smallwood v. NCsoft Corp.* (2010), *Forrest v. Verizon Communications, Inc.* (2002) ir kt.

⁷⁸ Kevin P. Cronin and Ronald N. Weikers, *Data Security and Privacy Law: Combating Cyberthreats* (Thomson/West, 2010).

⁷⁹ Kent D. Stuckey, *Internet and Online Law* (New York: Law Journal Press, 2003).

⁸⁰ JAV byla: *Hines v. Overstock.com*, WL 2876667 (E.D.N.Y., 2009).

⁸¹ Angl. Uniform Commercial Code.

⁸² Žr. išnašą 61: Uniform Commercial Code.

⁸³ Angl. Statute of Frauds.

⁸⁴ Žr. išnašą 79: Kent D. Stuckey.

⁸⁵ Angl. Electronic Signatures in Global and National Commerce Act.

į klausimą, kas atitinka parašo reikalavimą. Šiame akte įtvirtinta taisyklė, kad elektroniniams parašams turi būti suteikta tokia pati teisinė galia kaip ir ranka rašytiems parašams. Kas yra laikoma elektroniniu parašu palikta reguliuoti kiekvienai valstijai atskirai. Tuo tarpu atsakymas į klausimą, kokie dokumentai gali būti laikomi rašytiniais, yra pateiktas Vieningame Elektroninių Transakcijų Akte,⁸⁶ kuris, kaip minėta, įtvirtina taisyklę, kad įrašas, sutartis ar parašas negali būti nepripažįstami dėl fakto, kad jie yra elektroninės formos.⁸⁷

Elektroninių Parašų Globalioje ir Nacionalinėje Komercijoje Aktas yra taikomas vartojimo, komercinėms ir verslo sutartims, susijusioms su pardavimais, nuoma, mainais, licenzijų išdavimu ar kitu asmeninės nuosavybės ar paslaugų tvarkymu. Pagal šį aktą verslininkai teoriškai galėtų sudaryti multimilijoninius sandorius, o vartotojai galėtų gauti paskolas, įkeisti turtą, pirkti automobilius, viską atliekant vienu pelytės spustelėjimu. Žinoma, akte yra numatyta ir tam tikrų apribojimų, pvz. ankstesniame skyriuje minėta „vartotojo sutikimo“ taisyklė.⁸⁸ Be to akte įtvirtintas įpareigojimas užtikrinti, kad elektroninis dokumentas ateityje galėtų būti atkurtas. Taip pat nurodyta, kad „jei pagal galiojančius teisės aktus tam tikras dokumentas turi būti oficialiai paskelbtas, paliudytas, patvirtintas notarine forma ar jam reikalinga priesaika, asmens, įgalioto atlikti tokius veiksmus, parašas privalo būti prijungtas ar logiškai susietas su tuo dokumentu.“⁸⁹ Nekilnojamojo turto perleidimo sutartims daugelio valstijų teisės aktai nustato notarinės formos reikalavimą. Minėta nuostata yra labai svarbi, kadangi vadovaujantis ja, šalys galėtų sudaryti nekilnojamojo turto pirkimo-pardavimo sutartį elektroniniu paštu, jei abi šalys pasirašytų elektroniniu parašu, kurio tikrumą patikrintų notaras, pas kurį šalis turėtų būti sutarties pasirašymo metu. Valstijų teisės aktais reikalaujama svarbi informacija turėtų būti pridėta prie elektroninio laiško arba logiškai su juo susieta. Pavyzdžiui, turėtų būti pridėtas notaro patvirtinimas, kad pasirašantis asmuo buvo pas notarą, pateikė reikalaujamus identifikavimo dokumentus, prisiekė, kad jis yra būtent tas asmuo, kuris yra nurodytas elektroniniame laiške ir t.t.⁹⁰

Galima daryti išvadą, kad Jungtinėse Amerikos Valstijose, dar tuo metu, kai nebuvo elektronines sutartis ir elektroninius parašus įteisinančios teisinės bazės, teismai tokias sutartis pripažindavo nustatę, kad pirkėjas turėjo valią sutikti su jos sąlygomis, o pardavėjas pasirūpino, kad sutarties sąlygos pirkėjui būtų lengvai prieinamos bei ėmėsi visų priemonių, kad pirkėjas su tomis sąlygomis susipažintų. Priėmus Vieningą Elektroninių Transakcijų Aktą ir Elektroninių Parašų Globalioje ir Nacionalinėje Komercijoje Aktą Jungtinėse Amerikos Valstijose buvo ir įstatymiškai išspręstas klausimas, ar elektroninis parašas atitinka pasirašymo parašu reikalavimą ir ar

⁸⁶ Angl. Uniform Electronic Transactions Act.

⁸⁷ Žr. išnašą 67: Richard Raysman.

⁸⁸ Ten pat.

⁸⁹ Autoriaus versta iš: Electronic Signatures in Global and National Commerce Act (No. Public Law 106-229, 2000 06 30), Sec. 101 (g).

⁹⁰ Richard A. Lord, *Williston on Contracts* (4th edition, 1999).

elektroninis dokumentas tenkina rašytinio dokumento reikalavimą. Šie aktai įtvirtino elektroninio parašo institutą teisinėje bazėje, nustatydami, kad elektroninė sutartis ir elektroninis parašas negali būti nepripažįstami vien dėl to, jog jie yra sudaryti elektroninėmis priemonėmis. Tokiu būdu Jungtinėse Amerikos Valstijose yra užtikrinama vartotojų teisė sudaryti sutartis internetu, įsigyti prekių ar paslaugų, kurių kaina viršija Vieningame Komerciniame Kodekse nustatytą sumą, reikalaujančią rašytinės sutarties formos. Be to, JAV teisės aktai žengė didelį žingsnį į priekį, užtikrindami, kad vartotojai internetu galėtų sudaryti netgi sutartis, kurioms įstatymų yra reikalaujama notarinė forma.

2.1.2. Elektroninis parašas Lietuvoje

Elektroninis parašas LR Elektroninio parašo įstatyme (toliau darbe – Elektroninio parašo įstatymas) yra apibrėžiamas kaip „duomenys, kurie įterpiami, prijungiami ar logiškai susiejami su kitais duomenimis pastarųjų autentiškumui patvirtinti ir (ar) pasirašančiam asmeniui identifikuoti“.⁹¹ Šis apibrėžimas, kaip ir Jungtinių Amerikos Valstijų Vieningo Elektroninių Transakcijų Akto atveju, reikalauja tiek tam tikrų duomenų, tiek asmens valios patvirtinti dokumentą ar savo tapatybę. Minėtas apibrėžimas yra platus, įteisinantis tiek skaitmeninius parašus, tiek ir kitus, kuriems nėra reikalaujama konkreti technologija. Pažymėtina, kad Elektroninio parašo įstatymas buvo priimtas įgyvendinant Europos Sąjungos direktyvą 99/93/EB dėl Bendrijos elektroninių parašų reguliavimo sistemos. Nors teismų praktikos, susijusios su elektroninio parašo pripažinimo klausimu Lietuvoje nėra gausu, keletą nutarčių galima paminėti.

Lietuvos Aukščiausiasis Teismas 2003 m. vasario 11 d. byloje Nr. 2K-133/2003 elektroniniu parašu yra pripažinęs banko mokėjimo kortelės PIN kodą: „PIN kodas yra mokėjimo kortelės turėtojo elektroninis parašas – duomenų seka, įvedama į atsiskaitymo mokėjimo kortele terminalą ar bankomatą.“⁹² Taip pat teismas nutartyje pažymėjo, kad neteisėtai įgytos mokėjimo kortelės ir neteisėtai sužinoto jos PIN kodo panaudojimas yra tolygus prisistatymui už kitą asmenį, teisėtą kortelės turėtoją. Apmokėjimas už prekes pasinaudojus tokia neteisėtai įgyta kortele yra ne tų prekių pardavėjo, bet kortelės savininko apgavimas.⁹³ Kitoje byloje LAT nustatė teisės aiškinimo taisyklę, pagal kurią „tarp banko ir kortelės turėtojo kilus ginčui dėl PIN kodo (elektroninio parašo) panaudojimo įrodomosios reikšmės įrodymus apie konkrečius kortelės turėtojo veiksmus ar neveikimą, kurie patvirtintų PIN kodo (elektroninio parašo) panaudojimą su kortelės turėtojo žinia ar dėl jo neapdairumo ar nerūpestingumo, turi pateikti bankas.“⁹⁴ Be to, bankui kyla ir pareiga įrodyti, kad buvo panaudotas tikrasis PIN kodas. Ši taisyklė buvo išvesta aiškinant Elektroninio

⁹¹ LR Elektroninio parašo įstatymas (2000 07 11, Nr. VIII-1822), 2 str.

⁹² *Lietuvos Respublika p. Tomą Smelstorių*, Lietuvos Aukščiausiasis teismas (2003, Nr. 2K-133/2003).

⁹³ Ten pat.

⁹⁴ *Žydrūnas Šapalas p. AB „Lietuvos taupomasis bankas“* (2002, Nr. 3K-3-390/2002).

parašo įstatymo 8 str. 1 d, kurioje teigiama, kad „[s]augus elektroninis parašas, sukurtas saugia parašo formavimo įranga ir patvirtintas galiojančiu kvalifikuotu sertifikatu, elektroniniams duomenims turi tokią pat teisinę galią kaip ir parašas rašytiniuose dokumentuose ir yra leistinas kaip įrodinėjimo priemonė teisme.“⁹⁵ Aiškindamas šią nuostatą, teismas padarė išvadą, kad „originalaus elektroninio parašo panaudojimo faktas gali patvirtinti elektroninio parašo panaudojimą tik su jo turėtojo žinia ar dėl šio asmens neatsargumo tik tokiu atveju, kai tokio elektroninio parašo pagal esamą technikos lygį ir dėl jo suformavimo bei naudojimo saugumo reikalavimų iš esmės negalima atkurti be pasirašančio asmens žinios ar jo neatsargumo.“⁹⁶ Kadangi bankas yra institucija, išduodanti mokėjimo korteles bei jų PIN kodus ir privalanti užtikrinti tokių kortelių apsaugą nuo klastojimo, jam ir kyla pareiga įrodyti, jog kortelė buvo panaudota su jos savininko žinia. Elektroninių dokumentų ir elektroninio parašo pripažinimo klausimai yra reglamentuojami ir LR teisės aktuose.

LR Civiliniame kodekse nurodyta, kad „[r]ašytinės formos dokumentui prilyginami šalių pasirašyti dokumentai, perduoti telegrafinio, faksimilinio ryšio ar kitokiais telekomunikacijų galiniais įrenginiais, jeigu yra užtikrinta teksto apsauga ir galima identifikuoti parašą.“⁹⁷ Elektroninio parašo įstatyme nustatyta, kad saugus elektroninis parašas, sudarytas saugia parašo formavimo įranga ir paremtas kvalifikuotu sertifikatu (skaitmeninis parašas), turi ranka rašyto parašo galią ir gali būti naudojamas kaip įrodinėjimo priemonė teisme.⁹⁸ Pagal šią nuostatą būtų galima daryti išvadą, kad Lietuvoje pripažįstamas tik viešojo rakto technologija paremtas elektroninis parašas. Tačiau toliau įstatyme nurodoma, kad elektroninis parašas negali būti nepripažįstamas dėl to, kad jis yra elektroninis, kad nėra paremtas kvalifikuotu sertifikatu, kad nėra sukurtas saugia įranga.⁹⁹ Taigi jei elektroninis parašas nėra paremtas viešojo rakto technologija, jis vis tiek turi būti pripažįstamas ir turėti paprasto ranka rašyto parašo galią. Visgi dokumentui, patvirtintam tokiu parašu, išlieka LR Civiliniame kodekse nustatyti reikalavimai, t.y. turi būti užtikrinta teksto apsauga ir turi būti įmanoma identifikuoti parašą. Nors Lietuvos teismų praktikos šiais klausimais nėra, galima daryti išvadą, kad įrodomąją galią visuomet turės dokumentas, paremtas saugiu kvalifikuotu parašu. Paprastu elektroniniu parašu pasirašytas dokumentas tikriausiai būtų vertinamas kiekvienu konkrečiu atveju, aiškinantis, ar buvo užtikrinta tokio dokumento apsauga ir ar galima identifikuoti parašą. Taigi nors LR teisės aktais yra nustatyta plati elektroninio parašo samprata, apimanti ir paprastą elektroninį parašą, grindžiamą šalių laisve susitarti, šiandien

⁹⁵ Žr. išnašą 91: LR Elektroninio parašo įstatymas, 8 str.

⁹⁶ Žr. išnašą 94: Žydrūnas Šapalas p. AB „Lietuvos taupomasis bankas“.

⁹⁷ Žr. išnašą 5: LR Civilinis kodeksas, 1.73 str.

⁹⁸ Žr. išnašą 91: LR Elektroninio parašo įstatymas, 8 str. 1 d.

⁹⁹ Ten pat, 8 str. 2 d.

Lietuvoje elektroninio parašo plėtra remiasi išimtinai saugiu kvalifikuotu elektroniniu parašu, kuriam yra naudojama viešojo rakto technologija.¹⁰⁰

Šiuo metu Lietuvoje kvalifikuotus sertifikatus išduoda šie sertifikavimo paslaugų teikėjai: UAB „Skaitmeninio sertifikavimo centras“, VĮ „Registru centras“ ir Gyventojų registro tarnyba prie LR Vidaus reikalų ministerijos, UAB „Omnitel“ ir UAB „Bitė Lietuva“.¹⁰¹ Tačiau Lietuvos vartotojai gali naudotis ir užsienyje išduotais kvalifikuotais sertifikatais. Siekiant palengvinti tokių užsienio sertifikavimo paslaugų teikėjų identifikavimą ir nustatyti teikiamų paslaugų kokybę, Europos Komisija 2009 m. spalio 16 d. sprendimu 2009/767/EB įpareigojo ES valstybes nares nuo 2009 m. gruodžio 28 d. sudaryti ir skelbti sertifikavimo paslaugų teikėjų teikiamų patikimų paslaugų sąrašus. Vis daugiau valstybinių įstaigų priima dokumentus, pasirašytus kvalifikuotu elektroniniu parašu, įskaitant Viešųjų pirkimų tarnybą, Valstybinio socialinio draudimo fondo valdybą, Valstybinę mokesčių inspekciją, Muitinės departamentą ir kitas.¹⁰² Be to šalyje įsitvirtina ir verslo skatinamas mobilusis elektroninis parašas, paremtas mobiliojo telefono, tiksliau, SIM kortelės naudojimu. Tokioje kortelėje yra kaupiami duomenys apie jos savininką, leidžiantys asmenį identifikuoti. Mobilųjį elektroninį parašą Lietuvoje šiuo metu jau siūlo įsigyti dvi įmonės: UAB „Omnitel“¹⁰³ ir UAB „Bitė Lietuva“.¹⁰⁴ Tuo tarpu UAB „Tele2“ šią paslaugą pradės teikti dar šiais metais.¹⁰⁵ Taigi galima daryti išvadą, kad kvalifikuoto elektroninio parašo institutas Lietuvoje plinta, yra integruojamas į įvairių institucijų veiklą, žmonės yra skatinami jį naudoti.

Apibendrinant galima teigti, kad Lietuvoje elektroninio parašo institutas šalies teisinėje bazėje yra įtvirtintas plačiąja prasme, t.y. apima ne tik skaitmeninius, bet ir paprastus elektrinius parašus. Remiantis LR Elektroninio parašo įstatymo nuostatomis, galima daryti išvadą, kad saugus kvalifikuotas parašas visuomet turės įrodomąją galią, tuo tarpu paprastas elektroninis parašas bus analizuojamas kiekvienu konkrečiu atveju. Teismai turėtų aiškintis, ar dokumentas, pasirašytas paprastu elektroniniu parašu, išpildo LR Civiliniame kodekse nustatytus reikalavimus: teksto apsaugos ir parašo identifikavimo galimybės.

¹⁰⁰ Julija Kiršienė, Paulius Astromskis, „Sutarties laisvės ribos pasirašant vekselius elektroniniu parašu“, straipsnis mokslinių straipsnių rinkinyje: *Teisė į teisminę gynybą civilinio proceso reformos kontekste* (Mykolo Romerio universiteto Leidybos centras, 2010).

¹⁰¹ Valstybinė mokesčių inspekcija, *Elektroninis parašas*;

<http://deklaravimas.vmi.lt/lt/Apie/Bendroji_informacija/Elektroninis_parasas.aspx> [aplankyta 2011 02 10].

¹⁰² *Elektroninio parašo priežiūros institucijos Lietuvos Respublikos Elektroninio parašo įstatymo įgyvendinimo 2010 m. ataskaita*; <www.rtt.lt/download/14497/2008_epi_ataskaita.pdf> [aplankyta 2011 02 11].

¹⁰³ UAB „Omnitel“, *Mobilusis e. parašas*; <<http://www.omnitel.lt/eparasas>> [aplankyta 2011 02 10].

¹⁰⁴ UAB „Bitė Lietuva“, *Mobilusis elektroninis parašas*; <<http://www.bite.lt/lt/bc/esign>> [aplankyta 2011 02 11].

¹⁰⁵ UAB „Tele2“, *Elektroninis parašas*; <http://www.tele2.lt/verslui/paslaugos/e_parasas.html> [aplankyta 2011 02 10].

2.1.3. Jungtinių Amerikos Valstijų ir Lietuvos situacijos palyginimas

Lyginant Jungtinių Amerikos Valstijų ir Lietuvos situaciją elektroninio parašo reglamentavimo sityje, svarbu nepamiršti, jog JAV atstovauja bendrosios teisės valstybėms, o Lietuva yra kontinentinės teisės šalis.

Jungtinių Amerikos Valstijų teismai, nagrinėdami įvairių elektroninių sutarčių tipų pripažinimo klausimą, dar nesant tokias sutartis teisinėje sistemoje įtvirtinančių federalinių teisės aktų, rado būdų kaip jas pripažinti. Pripažinimo klausimas teismų buvo sprendžiamas sutarties šalies valios išreiškimo kontekste. Paprastai visuomet yra pripažįstami *click-wrap* tipo susitarimai, kurių atveju vartotojas, norintis patvirtinti sutartį, turi išreikšti savo valią spustelėdamas „aš sutinku“ ikoną ar patvirtindamas kiekvieną sąlygą atskirai. Tuo tarpu kad būtų pripažintos *browse-wrap* tipo elektroninės sutartys, internetinis tinklalapis turi įvykdyti keletą sąlygų: visų pirma, sąlygos privalo būti prieinamos kiekvienam tokioje svetainėje apsilankančiam vartotojui; antra, įspėjimas, jog vartotojas, naudodamasis šiuo tinklalapiu sutinka su visomis jo sąlygomis, turi būti pateiktas pakankamai aiškiai ir išskirtinai. Tokiu būdu ginamos ir tinklalapio valdytojo teisės, kadangi sutartys gali būti pripažįstamos, net jei pirkėjas jų sąlygų neperskaito (užtenka pakankamai atkreipiant dėmesį apie jas informuoti). Vėliau elektroninių sutarčių galiojimas buvo įtvirtintas ir federaliniais aktais. Lietuvoje teismų praktikos šiuo klausimu nėra, o teisinėje bazėje toks elektroninių sutarčių skirstymas nėra įtvirtintas. Tačiau LR Civiliniame kodekse yra nustatyta taisyklė, pagal kurią elektroninėmis priemonėmis perduoti dokumentai yra prilyginami rašytinės formos dokumentas, jei yra užtikrinta teksto apsauga ir galima identifikuoti parašą.

Kalbant apie elektroninio parašo reglamentavimą, Jungtinėse Amerikos Valstijose šį klausimą reguliuoja Elektroninių Parašų Globalioje ir Nacionalinėje Komercijoje Aktas. Remiantis šio akto nuostatomis, vartotojai turi galimybę elektroninėmis priemonėmis sudaryti bet kokio tipo sutartis, net ir tokias, kurioms įstatymo yra reikalaujama notarinė forma. Pažymėtina, kad elektroninio parašo sąvoką palikta reglamentuoti valstijų lygmeniu. Kai kurios valstijos pripažįsta tik viešojo rakto technologija paremtą elektroninį parašą (skaitmeninį parašą), kitose yra leidžiamas ir paprastas elektroninis parašas. Lietuvoje Elektroninio parašo įstatymu yra įtvirtintas paprastas elektroninis parašas. Saugus kvalifikuotas elektroninis parašas visuomet bus pripažįstamas, kadangi tai įtvirtinta įstatymu. Tačiau svarstant dokumento, patvirtinto paprastu elektroniniu parašu, galiojimą, teismas turėtų vertinti, ar toks dokumentas tenkina LR Civiliniame kodekse nustatytus reikalavimus, t.y. ar užtikrinta teksto apsauga ir ar įmanoma identifikuoti parašą. Taip pat pažymėtina, kad nors Lietuvoje yra įtvirtintas paprasto elektroninio parašo galiojimas, šiandien šalies elektroninio parašo plėtra remiasi išimtinai saugaus kvalifikuoto parašo koncepcija.

Taigi galima daryti išvadą, kad JAV vartotojų teisė sudaryti sutartis elektroninėmis priemonėmis yra užtikrinama. Ši teisė įtvirtinta tiek teismų praktikoje, tiek ir federaliniais teisės

aktais. Elektroninio parašo reglamentavimas yra išsamaus ir pritaikytas netgi pasirašyti sutartis, kurioms įstatymo reikalaujama notarinė forma. Lietuvos teisės aktuose ši galimybė nėra numatyta, tačiau elektroninis parašas taip pat yra reglamentuotas ir pripažįstamas. Šalyje vis plačiau naudojamas saugus kvalifikuotas elektroninis parašas valstybinėse institucijose, taip pat yra skatinamas jo naudojimas ir privačių asmenų tarpe. Todėl darytina išvada, kad ir Lietuvoje vartotojų teisė sudaryti sutartis elektroniniu būdu yra užtikrinta. Visgi rekomenduotina įtvirtinti ir teisę elektroniniu būdu sudaryti sutartis, kurioms įstatymo yra reikalaujama notarinė forma.

2.2. Elektroninės prekybos vartotojų teisė į privatumą

Vienas svarbiausių klausimų kalbant apie elektroninės prekybos vartotojų teisių apsaugą yra vartotojų privatumas. Daugelis internetinių svetainių kaupia didelius kiekius svarbios asmeninės informacijos apie savo klientus, tokios kaip jų kredito kortelių numeriai, adresai, telefono numeriai. Duomenis apie vartotojus internetinės svetainės renka *online* forumų, apklausų ar elektroninio pašto nuorodų pagalba. Tačiau taip pat šie duomenys gaunami ir nepastebimais būdais, t.y. neatskleistais elektroniniais informacijos rinkimo metodais, pvz. naudojant „slapukus“.¹⁰⁶ Visa ši informacija, kaupiama įmonių informacijos duomenų bazėse, gali būti parduota tretiesiems asmenims, kurių tikslas yra pasiekti tokius klientus. Verslininkai paprastai šias duomenų bazes vertina kaip eilinį įmonės turtą, kuris gali būti apyvartos objektas.¹⁰⁷ Be to nederėtų neįvertinti ir neteisėto priėjimo prie tokių duomenų galimybes. Tačiau kaupiami duomenys naudos turi ne tik verslininkams.

Informacijos kaupimas yra naudingas ir vartotojams. Paprastai duomenys apie vartotojus yra kaupiami bendraujant su jais. Tačiau naujausios technologijos įmonėms suteikia galimybę sekti vartotojų elgesį internete ir išsiaiškinti labiausiai lankomus tinklalapius, apsipirkimo įpročius, pažinti vartotojų pasirinkimus, teikiamą pirmenybę. Sukaupta informacija gali būti panaudota siekiant užtikrinti kuo efektyvesnį bendradarbiavimą. Ji verslininkams suteikia kur kas platesnes galimybes efektyviai individualiam vartotojui pritaikyti reklamą, pasiūlyti produktus ir paslaugas.¹⁰⁸ Vartotojas tokiu būdu gali gauti atrinktą informaciją apie jį dominančius produktus ar paslaugas bei netgi specialiai jam, pagal jo poreikius parengtus pasiūlymus. Dėl šių priežasčių vartotojų teisės į privatumą turi būti užtikrinamos tokiu būdu, kad verslininkų teisės rinkti informaciją nebūtų visiškai suvaržytos.

¹⁰⁶ Angl. „cookie“ - unikalus identifikuoja, patalpinamas vartotojo kompiuteryje ir siunčiantis informaciją šeimininko kompiuteriui. Slapukai gali vartotojo patogumui kaupti prisijungimo vardus, slaptažodžius ir preferencijas, tačiau taip pat gali būti panaudoti sekant vartotojo veiksmus, aplankyti internetinius puslapius, asmeninę informaciją. Carmen J. Sullivan, Nicolas J. Ketcha Jr., *Online Privacy of Consumer Personal Information* (1998); <http://ithandbook.ffiec.gov/media/resources/3271/fdi-fil-86-98_e_commerce_consumer_priv.pdf> [aplankyta 2011 02 02].

¹⁰⁷ Richard M. Jr. Marsh, „Legislation for Effective Self-Regulation: A New Approach to Protecting Personal Privacy on the Internet“, *Michigan Telecommunications and Technology Law Review*, (2009) Vol. 15, p. 544.

¹⁰⁸ Ya-Ching Lee, *Will self-regulation work in protecting online privacy?* (Pranešimas, pristatytas kasmetiniame Tarptautinių Komunikacijų Asociacijos susitikime, San Diegas, 2003).

Valstybės reguliuoja vartotojų privatumo klausimus elektroninėje erdvėje pasirenkant vieną iš dviejų metodų:

1. skatinant savireguliacijos požiūrį¹⁰⁹, kuris yra pagrįstas rinka (toliau darbe – liberalusis metodas), kaip Jungtinių Amerikos Valstijų atveju,
2. arba priimant išsamius duomenų apsaugą reglamentuojančius teisės aktus (toliau darbe – reguliuojamasis metodas), kaip Europos Sąjungos valstybių narių atveju.¹¹⁰

2.2.1. Liberalusis reguliavimo metodas

Jungtinių Amerikos Valstijų pasirinktas liberalusis privatumo klausimų reguliavimo metodas gali būti apibūdinamas kaip sprendimų priėmimo galios perleidimas tiems, kurie yra arčiausiai technologijų ir verslo, savanoriškas verslininkų savo elgesio suvaržymas.¹¹¹ Taigi išsamių, problemą reglamentuojančių teisės aktų šiuo atveju nėra, verslininkai turi galimybę patys nusistatyti taisykles. Ši taktika kai kurių autorių vertinama kaip geriausiai apsauganti ateities galimybes, kadangi asmenys, kuriems pavesta priimti sprendimus, yra nestokojantys patirties ir geriau supranta, kokios naujovės galimos, nei teisėjai ar įstatymų leidžiamoji valdžia.¹¹² Tačiau netgi pripažįstant, kad šis metodas yra geriausias verslo vystymosi atžvilgiu, lieka klausimas, ar jis pakankamai apsaugo asmeninį privatumą.

Jungtinių Amerikos Valstijų Federalinė Prekybos Komisija,¹¹³ siekdama, kad būtų užtikrinta kuo didesnė vartotojų teisės į privatumą apsauga, yra paskelbusi esminius sąžiningos informacijos praktikos¹¹⁴ (informacijos rinkimo ir panaudojimo) principus, skirtus įmonėms, *online* renkančioms privačią klientų informaciją:

1. pranešimo/suvokimo; tai esminis principas, reiškiantis, kad vartotojai turėtų būti iš anksto įspėjami apie tinklalapio taikomą informacijos praktiką. Kiti principai yra reikšmingi tik tuo atveju, jei vartotojas yra įspėtas apie verslininko naudojamą strategiją ir iš to kylančias vartotojo teises. Šis principas laikomas tinkamai įgyvendintu, jei vartotojui pateikiami duomenys apie: verslininką, renkantį duomenis; vietą, kur bus talpinami duomenys; potencialius surinktų duomenų gavėjus; informacijos prigimtį ir rinkimo būdus; būtinumą pateikti prašomus duomenis ir jų nepateikimo pasekmes; priemones, kurių imasi duomenų rinkėjas, kad užtikrintų jų konfidencialumą, vientisumą ir kokybę;

¹⁰⁹ Angl. Self-regulation approach.

¹¹⁰ Andrew J. Morris, Brian W. Smith, *E-Commerce: Financial Products And Services* (New York: Law Journal Press, 2004).

¹¹¹ Žr. išnašą 108: Ya-Ching Lee.

¹¹² Žr. išnašą 107: Richard M. Jr.Marsh, , p. 553.

¹¹³ Angl. Uniform Trade Commission.

¹¹⁴ Angl. Fair Information Practises.

2. pasirinkimo/sutikimo; šis principas reiškia galimybių pasirinkti, kaip surinkta privati informacija gali būti panaudota, vartotojui pateikimą. Tradiciškai yra žinomi du pasirinkimo/sutikimo režimo tipai: *opt-in* ir *opt-out*. *Opt-in* režimas reikalauja vartotojų patvirtinimo, leidžiančio rinkti ir/ar naudoti informaciją; tuo tarpu *opt-out* režimo atveju, priešingai, vartotojas turi nurodyti, kad jis neleidžia rinkti ir/ar naudoti jo privačių duomenų;

3. prieinamumo/dalyvavimo; šis principas įtvirtina vartotojui galimybę prieiti ir peržiūrėti apie jį surinktus duomenis bei, esant reikalui, ginčyti tų duomenų tikslumą ir baigtumą;

4. tikslumo/saugumo; kad būtų užtikrintas duomenų tikslumas, duomenų rinkėjas turi imtis tikslingų priemonių, tokių kaip tik patikimų šaltinių naudojimas, galimybių vartotojui prieiti prie duomenų suteikimas, pasenusių duomenų pašalinimas. Taip pat duomenų rinkėjas privalo imtis tiek administravimo, tiek techninių priemonių, kad duomenys būtų apsaugoti nuo praradimo, neteisėto priėjimo, sunaikinimo, panaudojimo ar atskleidimo.

5. įgyvendinimo/žalos atlyginimo; visi anksčiau minėti principai yra efektyvūs tik tuo atveju, jei yra juos įgyvendinantis mechanizmas.¹¹⁵

Internetiniai tinklalapiai yra skatinami nepažeisti šių principų, tačiau priversti jų laikytis Federalinė Prekybos Komisija galių neturi. Verslininkų pasirinktos privatumo strategijos, skelbiančios visišką skaidrumą, dažnai atskleidžia labai nedaug informacijos. Paprastai eiliniam vartotojui jas perskaityti ir, juo labiau, suprasti yra sunku, kadangi kalba neapsieina be techninių standartinių išsireiškimų, be to, kompanija beveik visada pasilieka sau teisę bet kada pakeisti vartotojų duomenų rinkimo ir naudojimo taisykles. Taigi jei klientas kiekvieno apsilankymo tinklalapyje metu iš naujo neperskaito strategijos - nežino, kokia informacija apie jį yra kaupiama. Be to, strategijose paprastai nenurodoma, kur surinkti duomenys bus naudojami.¹¹⁶ Dėl šių priešasčių apginti savo teisę į privatumą yra gan sunku. Kompanijai pažeidus savo pačios skelbiamą privatumo strategiją, JAV Federalinė Prekybos Komisija traktuoja tai kaip klaidinančią verslo praktiką ir atsakomybėn ją traukia pagal Federalinės Prekybos Komisijos Aktą. Tačiau tų, kurie privatumo strategijų nepublikuoja, patraukti atsakomybėn praktiškai neįmanoma.¹¹⁷ Dėl to yra labai svarbu įvairiais būdais skatinti verslininkus savo veikloje vadovautis privatumo strategijomis ir sąžiningais informacijos praktikos principais.

¹¹⁵ Federal Trade Commission, *Fair information practise principles*; <<http://www.ftc.gov/reports/privacy3/fairinfo.shtm>> [aplankyta 2011 02 06].

¹¹⁶ Ten pat, p. 554.

¹¹⁷ Žr. išnašą 110: Andrew J. Morris, Brian W. Smith.

Laikytis minėtų sąžiningos informacijos praktikos principų verslininkai skatinami ir *online* privatumo tvirtinimo programomis.¹¹⁸ Šios programos reikalauja verslininkų įgyvendinti ir naudoti sąžiningo informacijos rinkimo praktiką bei atlieka monitoringą. Viena tokių programų yra TRUSTe. Jei kompanija įgyvendina savo privatumo strategiją, kuri yra paremta sąžiningo informacijos rinkimo principais, TRUSTe leidžia jai savo tinklalapyje rodyti „patvirtinimo ženklą“.¹¹⁹ Tinklalapis, norintis tapti programos nariu ir įgyti „patvirtinimo ženklą“, privalo išpildyti savo privatumo strategijos reikalavimus bei informuoti vartotojus, kad jis yra TRUSTe programos narys.¹²⁰ Kilus ginčui, TRUSTe veikia kaip tarpininkas tarp tinklalapio ir vartotojo, o kilus būtinybei, TRUSTe gali panaikinti pasitikėjimo ženklą ir informuoti apie tokį tinklalapį atitinkamas institucijas. Visgi tokios programos yra savanoriškos, todėl negali užtikrinti visiškos vartotojų teisės į privatumą apsaugos.

Kaip jau buvo minėta, Jungtinės Amerikos Valstijos vartotojų privatumo klausimus reguliuoja skatinant verslininkų savireguliaciją. Privatumo teisė JAV vystėsi pagal tradicinį bendrosios teisės požiūrį, kuriame yra tik sektoriai, siauri federaliniai ir valstijų teisės aktai. Nei išsamiai reglamentuojančio šiuos klausimus federalinio teisės akto, nei bendrosios teisės taisyklės nėra.¹²¹ Visgi užkirsti kelią vartotojų privatumo pažeidimams bandyta pasitelkiant kai kuriuos iš esamų teisės aktų. Jungtinių Amerikos Valstijų Elektroninės Komunikacijos Privatumo Akte,¹²² priimtam 1968 m., numatytos bausmės už tyčinį prisijungimą duomenų įgijimą, iškraipymą ar trukdymą prisijungti prie įrangos, kuria teikiamos elektroninės komunikacijos paslaugos, neturint leidimo arba viršijant suteiktus įgaliojimus.¹²³ Šis aktas numato civilinę ir baudžiamąją atsakomybę už tyčinį priėjimą prie elektroninių komunikacijų, jų atskleidimą ar naudojimą, kas paveikia komerciją tarp valstijų ar tarptautiniu mastu. Elektroninės komunikacijos akte apibrėžiamos kaip bet kokios informacijos perleidimas tinklų ar elektromagnetinių sistemų pagalba.¹²⁴

Remiantis Elektroninės Komunikacijos Privatumo Akto nuostatomis, buvo bandyta užkirsti kelią *online* profiliavimui.¹²⁵ Tačiau Elektroninės Komunikacijos Privatumo Akte yra

¹¹⁸ Angl. Online privacy seal programs.

¹¹⁹ Žr. išnašą 110: Andrew J. Morris, Brian W. Smith.

¹²⁰ Svetlana Milina, „Advocating an Integrated Laissez-Faire Approach to Online Profiling Regulation”, *Cardozo Arts & Entertainment Law Journal*, 21 *Cardozo Arts & Ent LJ* 257 (2003).

¹²¹ Patrick J. Carome, Samir Jain & Neil M. Richards, *The Electronic Communications Privacy Act and Internet Privacy Litigations*;

<<http://www.medialaw.org/Template.cfm?Section=Archive7&Template=/ContentManagement/ContentDisplay.cfm&ContentID=1069>> [aplankyta 2011 02 06].

¹²² Angl. Electronic Communication Privacy Act.

¹²³ David Polin, „Proof of Liability for Violation of Privacy of Internet User, by Cookies or Other Means”, *American Jurisprudence Proof of Facts 3d*, (New York: Thomson Reuters, 2002).

¹²⁴ Electronic Communication Privacy Act (No. Public Law 99-508, 1986 10 21).

¹²⁵ *Online* profiliavimas pradamas, kai vartotojas apsilanko internetinėje svetainėje, kurios šeimininko kompiuteris patalpina vartotojo kompiuterio kietajame diske „slapuką“. Šis siunčia informaciją, leidžiančią sekti vartotojo puslapių peržiūras, apsilankymų laiką ir vietą, atsaką į reklamą, atgal į šeimininko kompiuterį. Tokiu būdu taip pat gali būti sekami vartotojo kompiuteriu atlikti pirkimai bei vykdytos paieškos. Dėl *online* profiliavimo asmeniui, ieškančiam

numatyta išimtis, pagal kurią asmuo gali įsiterpti į komunikaciją, jei yra gautas išankstinis vartotojo sutikimas. *DoubleClick* byloje¹²⁶ federalinis apygardos teismas pasisakė, kad vartotojai yra tinklalapiai, kurie reklamavosi per *DoubleClick*. Todėl jei jie sutinka dėl „slapukų“ naudojimo, reikalavimas dėl išankstinio vartotojo sutikimo yra išpildomas ir *DoubleClick* nėra atsakingas. Panašų sprendimą teismas priėmė ir *Intuit*¹²⁷ byloje, kur teismas pasisakė, kad kaip komunikacijos tarp savęs ir ieškovų šalis, tinklapis galėjo duoti sutikimą savo paties įsiterpimui į šią komunikaciją. 1999 m. *online* profiliavimo ir privatumo užtikrinimo problemai spręsti patys rinkos dalyviai suformavo organizaciją „Tinklo Reklamos Inicijatyva“.¹²⁸ Organizacijai priklauso apie 90 % didžiausių reklamavimosi internete kompanijų, o jos tikslas – vystyti savireguliacijos sistemą, skirtą *online* profiliavimu užsiimantiems tinklalapiams. „Tinklo Reklamos Inicijatyva“ užsiima tiek verslininkų ir individualių vartotojų švietimu apie duomenų privatumą, profiliavimą, internetinę reklamą ir t.t. Organizacija skatina sąžiningo informacijos rinkimo principus, didesnę apsaugą užtikrindama su asmens tapatybe susijusiems duomenims. Tokiu būdu yra pasiekiamas reikiamas lankstumas *online* profiliavimu užsiimančioms kompanijoms bei užtikrinama vartotojų privatumo apsauga.¹²⁹

Taigi liberaliojo privatumo užtikrinimo valdymo modelio atveju sprendimus, kokie duomenys gali būti renkami, kokiomis aplinkybėmis ir būdais jie bus naudojami bei kokiomis priemonėmis bus užtikrinta šių duomenų apsauga, priima patys verslininkai. Tai sudaro galimybes sparčiai vystyti verslui, tačiau vargiai apsaugo vartotojų teises į privatumą. Nors valdžios institucijos yra nustatę tam tikrus principus, kurie turi būti taikomi užtikrinant vartotojų privačios informacijos apsaugą, verslininkai gali nusistatyti savo individualias privatumo strategijas, ir tai Jungtinėse Amerikos Valstijose yra labai paplitęs reiškinys. Deja, tokios privatumo strategijos dažnai neįgyvendina Federalinės Prekybos Komisijos paskelbtų principų, todėl atsiranda galimybės pažeisti vartotojų teises į privatumą.

knogos ar informacijos apie vėžį internetu, draudimas galėtų kainuoti daugiau, kadangi kompanijos, galinčios sekti vartotojų *online* veiksmus, tokią informaciją galėtų parduoti draudimo kompanijoms.

¹²⁶ JAV byla: *DoubleClick Inc. Privacy Litigation* (154 F. Supp. 2d 497; 2001 U.S. Dist. LEXIS 3498). *DoubleClick* – korporacija, teikianti tikslinės reklamos internete paslaugas, veikianti kaip tarpininkas tarp priimančių interneto svetainių (kuriose yra talpinama reklama), ir svetainių, siekiančių patalpinti reklamas. Kompanija pažada savo klientams, kad parodys reklamą vartotojams, atitinkantiems klientų demografinį tikslą. *DoubleClick* klientams iš esmės naudinga dėl detalių interneto naudotojų profilių sudarymo ir jų panaudojimo tikslinei reklamai. Ieškovai kreipėsi į teismą pagal Elektroninės Komunikacijos Privatumo Aktą, ieškinyje nurodydami, kad *DoubleClick* renka jų asmeninę informaciją, tokią kaip vardai, elektroninio pašto adresai, namų ir darbo adresai. Teismo inicijatyva ieškiniai prieš *DoubleClick* buvo sujungti į grupinį ieškinį.

¹²⁷ JAV byla: *In re Intuit Privacy Litigation*, 138 F Supp. 2d 1272, 1274 (C.D. Calif. 2001).

¹²⁸ Angl. “Network Advertising Initiative”.

¹²⁹ Žr. išnašą 120: Svetlana Milina.

2.2.2. Reguliuojamasis metodas

Europos Sąjungoje, taip pat ir Lietuvoje, yra pasirinktas reguliuojamasis vartotojų privatumo klausimų reguliavimo metodas. Teisės aktais nustatant taisykles, yra suvienodinama taikomų privatumo strategijų praktika visoje valstybėje. Nors šis reguliavimo metodas daugelio mokslininkų yra palaikomas ir vertinamas labai palankiai, vargu ar jis gali užtikrinti vartotojų teisę į privatumą neslopinant elektroninės prekybos, kadangi teisės aktais paprastai nustatomas labai griežtas duomenų apsaugos reglamentavimas.¹³⁰

Vienas svarbiausių Europos Sąjungos teisės aktų, reglamentuojančių asmens duomenų privatumo klausimus, yra 1995 m. priimta direktyva 95/46/EB dėl asmens apsaugos tvarkant asmens duomenis ir dėl laisvo tokių duomenų judėjimo (toliau darbe – Duomenų apsaugos direktyva). Ši direktyva nustatė asmeninius duomenų apdorojimo standartus Europos Sąjungos viduje bei užkirto kelią Europos Sąjungoje veikiančioms bendrovėms persiųsti duomenis elektroniniu būdu už ES ribų, jei šie duomenys nėra tinkamai apsaugoti.¹³¹ Duomenų apsaugos direktyva įpareigojo valstybes nares priimti nacionalinius teisės aktus, reguliuojančius asmeninių duomenų apdorojimą. Asmeniniai duomenys šioje direktyvoje apibrėžiami kaip „bet kur[i] informacij[a], susijus[i] su asmeniu (duomenų subjektu), kurio tapatybė yra nustatyta arba gali būti nustatyta; asmuo, kurio tapatybė gali būti nustatyta, yra tas asmuo, kurio tapatybė gali būti nustatyta tiesiogiai ar netiesiogiai, ypač pasinaudojus nurodytu asmens identifikavimo kodu arba vienu ar keliais to asmens fizinei, fiziologinei, protinei, ekonominei, kultūrinei ar socialinei tapatybei būdingais veiksniais.“¹³² Kiekvienoje valstybėje narėje turi būti įsteigta nepriklausoma priežiūros institucija, prižiūrinti duomenų apsaugos lygį toje valstybėje, teikianti siūlymus vyriausybei apie administracines reguliavimo priemones bei pradėdanti teismo procesą, kai duomenų apsaugos reguliavimas buvo pažeistas.¹³³ Lietuvoje tokia institucija yra Valstybinė duomenų apsaugos inspekcija.¹³⁴ Elektroninės prekybos vartotojas skundą apie jo teisės į privačių duomenų apsaugą pažeidimą gali paduoti pasirinktinai: arba šiai institucijai, arba teismui. Valstybinė duomenų apsaugos inspekcija turi būti iš anksto informuota apie tai, kad duomenų valdytojas ruošiasi kaupti ir apdoroti duomenis.

Duomenų apsaugos direktyva yra įtvirtinti šie pagrindiniai principai:

1. asmeninė informacija negali būti renkama be vartotojo sutikimo;
2. vartotojas turi teisę peržiūrėti duomenis ir taisyti netikslumus;

¹³⁰ Žr. išnašą 107: Richard M. Jr. Marsh, p. 553.

¹³¹ Direktyva 1995/46.

¹³² Ten pat.

¹³³ Ten pat.

¹³⁴ Valstybinė duomenų apsaugos inspekcija; <<http://www.ada.lt/>> [aplankyta 2011 02 13].

3. verslininkai, apdorojantys duomenis, turi užregistruoti šią veiklą vyriausybėje;
4. asmeninė informacija negali būti perduodama be išreikšto vartotojo sutikimo.

Duomenų apsaugos direktyvą Lietuvoje įgyvendina Lietuvos Respublikos Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymas¹³⁵ (toliau darbe – Asmens duomenų apsaugos įstatymas). Jame yra nustatyta, jog asmens duomenys gali būti tvarkomi tik kai:

1. asmuo duoda tam sutikimą,
2. sutarties sudarymo bei vykdymo, kai viena šalis – duomenų subjektas, atveju,
3. įstatymai įpareigoja duomenų valdytoją tvarkyti asmeninius duomenis; ir kitais atvejais.¹³⁶

Nors šiame įstatyme nėra atskiro straipsnio, reguliuojančio vartotojų duomenų apsaugą, kai yra naudojamas internetu, galima daryti išvadą, kad jo nuostatos taikomos ir tokioje situacijoje. Sudarant elektroninę sutartį verslininkui leidžiama tvarkyti asmens duomenis, tačiau vadovaujantis įstatymo normomis galima spręsti, kad jei vartotojas tik apsilankė pardavėjo elektroninėje parduotuvėje, tačiau sutarties nusprendė nesudaryti, duomenų apie vartotoją be jo sutikimo verslininkas kaupti negali.¹³⁷ Tuo tarpu verslininkai dažnai naudoja vartotojų „sekimo“ priemones jau nuo apsilankymo momento jų svetainėje, tokias kaip „slapukai“. Taigi šiuo atveju verslininkas, tokiu būdu kaupiantis duomenis apie klientą, jau pažeistų Lietuvos teisės aktus. „Slapukų“ naudojimo problematika nagrinėjama ir Europos Sąjungos lygiu.

Europos Sąjungoje duomenų privatumo srityje „slapukai“ netrumpą laiką buvo dėmesio centre. Nagrinėjant „slapukų“ klausimą - svarbus teisės aktas yra Europos Parlamento ir Tarybos Direktyva 2002/58/EB dėl asmens duomenų tvarkymo ir privatumo apsaugos elektroninių ryšių sektoriuje¹³⁸ (toliau darbe - Privatumo ir elektroninių ryšių direktyva), kurioje sprendžiami vartotojų duomenų konfidencialumo, privatumo išsaugojimo klausimai. Dar 2001 m., Europos Parlamentas, peržiūrėjęs Komisijos jam pateiktą Privatumo ir elektroninių ryšių direktyvos projektą, nusprendė svarstyti stipriai pakeistą jo versiją, kurioje, norint naudoti „slapukus“, buvo reikalaujama gauti išankstinį vartotojo sutikimą. Visgi 2002 m. priimtose direktyvos nuostatomis buvo leidžiama naudoti „slapukus“ ar panašias priemones su sąlyga, kad vartotojai gaus aiškia ir išsamia

¹³⁵ LR Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymas (1996 06 11, Nr. I-1374).

¹³⁶ Ten pat, 5 str.

¹³⁷ Ten pat.

¹³⁸ Direktyva 2002/58.

informaciją apie tokio tipo technologijų naudojimą, bei kad jie bus informuoti apie teisę to atsisakyti.¹³⁹ Visgi tokio sureguliuojimo direktyva galiojo neilgai.

Šios taisyklės buvo pakeistos 2009 m., kai buvo priimta Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2009/136/EB, iš dalies keičianti Direktyvą 2002/22/EB dėl universaliųjų paslaugų ir paslaugų gavėjų teisių, susijusių su elektroninių ryšių tinklais ir paslaugomis, Direktyvą 2002/58/EB dėl asmens duomenų tvarkymo ir privatumo apsaugos elektroninių ryšių sektoriuje ir Reglamentą (EB) Nr. 2006/2004 dėl nacionalinių institucijų, atsakingų už vartotojų apsaugos teisės aktų vykdymą.¹⁴⁰ Šiuo teisės aktu informacijos kaupimas ar priėjimas prie jau sukauptos informacijos terminalo įrangoje yra leidžiamas tik tuo atveju, jei vartotojas, gavęs aiškia ir išsamią informaciją pagal duomenų apsaugos direktyvą (95/46/EB), davė tam sutikimą. Tačiau šiai taisyklei numatytos išimtys:

- kai informacijos kaupimas ar priėjimas prie jos yra vieninteliu tikslui – atlikti ryšių perdavimą elektroninių ryšių tinklais; arba
- kai informacijos kaupimas ar priėjimas prie jos yra būtinas informacinės visuomenės paslaugų, kurių paprašo vartotojas, tiekimui.¹⁴¹

Norint Europos Sąjungos valstybėse narėse naudoti „slapukus“, pirmiausia būtinas teisėtas tikslas. Taip pat direktyvos nuostatos reikalauja, kad vartotojui būtų suteikta teisė atsisakyti nuo jo asmeninių duomenų kaupimo. Siūlymo atsisakyti pateikimo metodai turi būti kiek įmanoma patogesni vartotojui: turi būti aiškiai informuota apie teisę atsisakyti, o ne reikalaujama, kad vartotojas pasirinktų *opt-in* režimą. Toks griežtas „slapukų“ naudojimo reglamentavimas sulaukia ir kritikos.

Pažymėtina, kad kai kurie mokslininkai Europos Sąjungą dėl tokio griežto elektroninės prekybos vartotojų privatumo apsaugos reguliavimo vertina kaip itin nepalankią aplinką verslui. David Laverty, Tarptautinės Tarybos Čikagoje advokatas, duodamas interviu žurnalistams, pažymėjo, jog „Europos Sąjunga privatumo ir duomenų apsaugos įstatymų kūrimo lyderė, ir kad verslininkai, norintys plėtoti verslą Europos Sąjungoje, turėtų gerai susipažinti, suprasti tų įstatymų reikšmę.“¹⁴² Anot David Laverty, Europos Sąjungos teisės, reglamentuojančios privatumo ir duomenų apsaugos klausimus išstudijavimas yra didelis namų darbas, ir įmonės, prieš pradėdamos verslą Europos Sąjungoje, turėtų gerai apsvarstyti, ar to imtis verta.¹⁴³

¹³⁹ Eduardo Ustaran, *New EU cookie rule - a practical way forward* (2010 01 22); <<http://www.ffw.com/publications/all/articles/new-eu-cookie-rule.aspx>> [aplankyta 2011 02 18].

¹⁴⁰ Direktyva 2009/136.

¹⁴¹ Ten pat.

¹⁴² Autoriaus versta iš: Ron Miller, *CRM, Privacy and Doing Business in the EU*; <<http://www.insidecrm.com/features/crm-privacy-business-eu-031708/>> [aplankyta 2011-02-10].

¹⁴³ Ron Miller, *CRM, Privacy and Doing Business in the EU*; <<http://www.insidecrm.com/features/crm-privacy-business-eu-031708/>> [aplankyta 2011-02-10].

Jei verslininkai, baimindamiesi griežtų įstatymų, reglamentuojančių elektroninės prekybos vartotojų privatumą, vengs vystyti savo verslą šioje teritorijoje, galima daryti išvadą, kad toks griežtas privatumo ir duomenų apsaugos reguliavimas, koks yra nustatytas Europos Sąjungoje, ir Lietuvoje, gali sukelti priešingą efektą: t.y. ne apginti vartotojų teises, bet jas pažeisti. Tokia išvada prieinama įvertinus aplinkybę, kad trečiųjų šalių verslininkai, užsiimantys elektronine prekyba, gali atsisakyti bendradarbiauti su Europos Sąjungos valstybių narių piliečiais, kadangi čia jiems keliamai itin aukšti reikalavimai. Tokiu būdu sumažėtų pasirinkimo galimybės, konkurencijos nebuvimas galėtų įtakoti ir produktų kainas.

2.2.4. Liberaliojo ir reguliuojamojo modelių derinys

Liberalusis metodas, kaip jau minėta, turi nemažai privalumų. Vienas didžiausių yra tas, kad sprendimus priima asmenys, dirbantys toje aplinkoje, todėl geriau išmanantys problemas bei galimus jų sprendimo būdus nei įstatymų leidžiamoji valdžia, kuri turi lemiamą reikšmę reguliuojamojo metodo taikymo atveju. Didžiausias liberaliojo metodo trūkumas – kad nėra užtikrinama, jog tie sprendimai būtų priimami bei kad priimti sprendimai būtų įgyvendinami. Tuo tarpu reguliuojamasis metodas gali stabdyti elektroninės komercijos plėtrą. Visų pirma, įmonės, užsiimančios elektronine prekyba, gali nenorėti pradėti verslo valstybėje, kurioje galioja aukšto lygio vartotojų privatumo apsauga, kadangi išsiaiškinti ir atitikti reikalaujamus standartus gali būti pakankamai sunki užduotis. Be to keliamų reikalavimų įgyvendinimas gali brangiai kainuoti. Jei įstatymais bus nustatyta per maža privatumo apsauga, tuomet tai gali pridaryti dar daugiau žalos. Tokiu būdu būtų apskritai užkirstas kelias privatumo apsaugos klausimams vystyti ir tobulinti. Visi tinklalapiai, atitinkantys įstatymo keliamus privatumo apsaugos reikalavimus, galėtų veikti ir nebūtų baudžiami, tuo tarpu vartotojai galbūt patirtų žalą. Šios problemos galėtų būti išspręstos, jei būtų suderinti liberalusis ir reguliuojamasis bei „patvirtinimo ženklo“ programos modeliai.

Sprendimų teisė iš verslininkų neturėtų būti atimta, kadangi, kaip minėta, jie geriausiai žino, kokios naujovės technologijų srityje yra galimos. Visgi turėtų įsikišti ir įstatymų leidžiamoji valdžia. Ji turėtų įtvirtinti sąžiningos informacijos kaupimo praktikos principų privalomumą visiems elektronine prekyba užsiimantiems verslininkams. Tokiu būdu verslininkai patys rengtų privatumo strategijas, tačiau juos varžytų principai, kurie, ne taip kaip Jungtinių Amerikos Valstijų atveju, būtų privalomi. Be to LR Vartotojų teisių apsaugos tarnybai turėtų būti pavesta principus atitinkančioms verslininkų sudarytoms privatumo strategijoms teikti „patvirtinimo ženklą“. Vartotojų teisių apsaugos tarnyba peržiūrėtų verslininkų sudarytas privatumo strategijas ir įvertintų, ar jos atitinka sąžiningos informacijos kaupimo praktikos principams. Įvertinusi, kad verslininko sudaryta strategija yra gera, tarnyba suteiktų tinklalapiui „patvirtinimo ženklą“. Tik tokį ženklą turintys tinklalapiai galėtų veikti ir rinkti informaciją. Taip pat Vartotojų teisių apsaugos tarnyba

atliktų ir monitoringo funkcijas. Jei būtų nustatyta, kad internetinė svetainė nesilaiko patvirtintos strategijos, tokios svetainės veikla būtų sustabdyta kol ji išspręs kilusias problemas. Esant labai stipriems pažeidimams, tinklalapiams būtų panaikintas „patvirtinimo ženklas“ ir jų veikla būtų nutraukta.

Naudojant „patvirtinimo ženklą“ vartotojai žinotų, kurių tinklalapių privatumo strategija atitinka sąžiningos informacijos praktikos principus. Taigi jiems nereiktų kiekvieno apsilankymo metu skaityti tokios svetainės strategijos, kadangi visi jos pakeitimai turėtų būti derinami su Vartotojų teisių apsaugos tarnyba. Jei tinklapis neturėtų „patvirtinimo ženklo“, vartotojas galėtų drąsiai daryti išvadą, kad toks puslapis veikia nelegaliai. Tokiu būdu būtų pasiektas kompromisas tarp vartotojų ir verslininkų interesų. Verslininkai galėtų patys kurti privatumo strategijas, o vartotojai būtų užtikrinti, kad tokia strategija atitinka sąžiningos informacijos praktikos principus.

3. ELEKTRONINĖS PREKYBOS VARTOTOJŲ TEISIŲ

ĮGYVENDINIMAS

Kad ir kaip teisės aktais, teismų praktika ar kitais būdais būtų siekiama užtikrinti vartotojų teisių apsaugą, turbūt neįmanoma išvengti situacijų, kai tarp sutartį sudariusių šalių kyla ginčas. Todėl kad būtų galima teigti, jog valstybėje elektroninės prekybos vartotojo teisės yra tikrai užtikrinamos, neužtenka išanalizuoti teisės aktų bei teismų praktika įtvirtintas elektroninės prekybos vartotojų teises. Būtina užtikrinti, kad kilus ginčui, vartotojui, besinaudojančiam internetinės prekybos paslaugomis, būtų suteiktos galimybės spręsti šį ginčą ne teismo keliu, o kilus būtinumui, ir teismine tvarka.

3.1. Ginčų, kylančių iš elektroninių vartojimo sutarčių, sprendimas neteismine tvarka

Kaip jau išsiaiškinta, vartotojas yra silpnesnioji sutarties šalies, kuriai turi būti teikiama papildoma apsauga. Kad būtų galima teigti, kad elektroninės prekybos vartotojo teisės valstybėje yra užtikrintos, būtina, kad toje valstybėje veiktų institucijos, atliekančios internetinių tinklalapių, užsiimančių elektronine prekyba, monitoringas, tarpininkaujančios tarp vartotojo ir verslininko, užsiimančio elektronine prekyba, bei atstovaujančios vartotojo interesus kilus ginčui dėl elektroninės vartojimo sutarties sąlygų vykdymo. Šios institucijos privalo veikti kaip kvaziteisminė institucija, sprendžianti ginčus ne teismine tvarka ir turinti teisę įpareigoti internetines svetaines atlikti tam tikrus veiksmus. Be to tokia institucija turėtų turėti galimybę atstovauti vartotojus teisme, ypač kai yra reiškiami grupiniai ieškiniai.

3.1.2. Ginčų sprendimas neteismine tvarka Jungtinėse Amerikos Valstijose

Jungtinėse Amerikos Valstijose yra nemažai federalinių institucijų, kurios užsiima vartotojų švietimu bei jų teisių apsauga, prižiūri verslininkų veiklą, tikrina į rinką išleidžiamų produktų kokybę. Šios institucijos gina ir vartotojų, besinaudojančių elektroninės prekybos paslaugomis, teises. Tokių institucijų pavyzdžiai yra Federalinė Prekybos Komisija,¹⁴⁴ Vartojimo Produktų Saugumo Komisija,¹⁴⁵ Vartotojų Finansinės Apsaugos Biuras¹⁴⁶ ir kitos institucijos. Be to,

¹⁴⁴ Angl. Federal Trade Commission.

¹⁴⁵ Angl. Consumer Product Safety Commission.

¹⁴⁶ Angl. Consumer Financial Protection Bureau.

valstijų lygiu taip pat veikia įvairūs Vartotojų Reikalų Departamentai,¹⁴⁷ kurie reguliuoja konkrečias pramonės šakas bei gina vartotojus, kurie naudoja tų pramonės šakų prekes ar paslaugas.¹⁴⁸

Internetu publikuojamame Meino valstijos informaciniame leidinyje nurodyta, kokių priemonių turi imtis elektroninės prekybos vartotojas, jei pardavėjas netinkamai vykdo sutartinius įsipareigojimus. Elektroninės prekybos vartotojas, laiku negavęs užsakytos prekės, gavęs ne tą prekę ar jai esant nekokybiškai, visų pirma turėtų kreiptis į pardavėją raštu ir paaiškinti situaciją nurodant savo pageidaujamą situacijos sprendimo būdą. Pardavėjui neatsiliepęs į pirkėjo skundą, vartotojas turėtų kreiptis pakartotinai, laiške informuojant verslininką apie rengimąsi kreiptis į valstijos vartotojus ginančias institucijas. Jei ir po šio pakartotinio kreipimosi iš prekybininko nesulaukiama atsakymo, rekomenduojama pirkėjams skundą pateikti valstijoje vartotojus ginančioms institucijoms, Meino valstijoje – Generalinei prokuratūrai ir Pašto inspektoriui.¹⁴⁹

Pagrindinė federalinė institucija, ginanti vartotojų teises yra Federalinė Prekybos Komisija. Federalinės Prekybos Komisijos Vartotojų Apsaugos Biuras saugo vartotojus nuo įvairių klaidinančių, apgaulingų, nesąžiningų verslo praktikų. Biuras atlieka tyrimus, kelia bylas kompanijoms ir asmenims, pažeidusiems įstatymą, užsiima vartotojų ir verslininkų švietimu apie jų teises ir pareigas. Taip pat ši institucija priima skundus dėl vartotojų apgaulės ir kitų pažeidimų bei perduoda juos įstatymą įgyvendinančioms agentūroms visoje valstybėje.¹⁵⁰

Federalinė Prekybos Komisija, siekdama apsaugoti elektroninės prekybos vartotojų teises, yra iškėlusি bylas ne vienam internetiniam tinklalapiui. Kaip jau minėta, ši institucija dažniausiai remiasi Federalinės Prekybos Komisijos Aktu, kuriame nustatyta klaidinančios verslo praktikos draudimo taisyklė. Be to Federalinė Prekybos Komisija atlieka ir kitų teisės aktų, tokių kaip Lygių Kredito Galimybių Akto,¹⁵¹ Vaikų Online Privatumo Apsaugos Akto,¹⁵² Teisingo Skolinimo Akto¹⁵³ ir kitų aktų, priežiūrą. Yra galimas administracinis ir teisminis vartotojų teisių įgyvendinimo procesai.¹⁵⁴

Administracinio proceso atveju kilus įtarimui, kad verslininkas pažeidžia įstatymą, Federalinė Prekybos Komisija pareiškia jam kaltinimus. Jei verslininkas sutinka su kaltinimais ir atsisako teisių peržiūrėti bylą teisme, gali būti pasirašomas sutikimo susitarimas. Nesutikimo su kaltinimais atveju, bylą peržiūri administracinės teisės teisėjas vadovaudamasis Federalinės

¹⁴⁷ Angl. Consumer Affairs Departments.

¹⁴⁸ Law blog, *Consumer rights*; <<http://lawyers-law.com/consumer-rights/>> [aplankyta 2011 03 11].

¹⁴⁹ *Consumer Rights When You Order By Mail, Telephone Or Internet*; <<http://www.maine.gov/tools/whatsnew/attach.php?id=27931&an=1>> [aplankyta 2011 03 09].

¹⁵⁰ Federal Trade Commission, *About the Bureau of Consumer Protection*; <<http://www.ftc.gov/bcp/about.shtm>> [aplankyta 2011 03 19].

¹⁵¹ Angl. Equal Credit Opportunity Act.

¹⁵² Angl. Children's Online Privacy Protection Act.

¹⁵³ Angl. Truth in Lending Act.

¹⁵⁴ Federal Trade Commission, *A Brief Overview of the Federal Trade Commission's Investigative and Law Enforcement Authority*; <<http://www.ftc.gov/ogc/brfovrw.shtm>> [aplankyta 2011 03 10].

Prekybos Komisijos Praktikos Taisyklėmis.¹⁵⁵ Teisėjas priima pirminį sprendimą, kurį abi šalys gali apskųsti. Apskundimo atveju bylą peržiūri Federalinė Prekybos Komisija ir priima galutinį sprendimą, kurį atsakovas gali apskųsti bet kuriam apeliaciniam teismui, kuriam ši byla yra teisinga. Tolesnis apskundimas galimas JAV Aukščiausiajam Teismui. Siekiant kad verslininkas, savo neteisėtais veiksmais padaręs žalą vartotojui ją kompensuotų, Federalinė Prekybos Komisija turi vis tiek kreiptis į teismą ir įrodyti, jog protingas žmogus būtų žinojęs, kad elgesys yra negarbingas ir nesąžiningas.¹⁵⁶

Teisminio proceso atveju Federalinė Prekybos Komisija gali kreiptis tiesiai į teismą, praleisdama aukščiau aprašytas administracines procedūras, ir prašyti uždrausti priešingą įstatymui elgesį. Teismas gali priimti sprendimą tokį elgesį uždrausti laikinai arba pastoviai. Pastovus teismo sprendimas gali būti priimtas dėl monopolijų draudimo pažeidimų, grąžinimo į pirminę padėtį esant neteisėtam praturtėjimui, restitucijos vartotojų patirtos žalos taikymo ir kitais konkrečiais atvejais.

Federalinės Prekybos Komisijos internetiniame tinklalapyje yra galimybė vartotojams pateikti skundą bei pranešti apie nesąžiningą, apgaulingą, klaidinančią verslininkų veiklą. Elektroninio skundo galimybė užtikrina galimybę vartotojams nepatiriant išlaidų ir greitai siekti savo teisių įgyvendinimo.

Taigi Jungtinėse Amerikos Valstijose institucijos, ginančios vartotojų teisių apsaugą, veikia tiek valstijų, tiek federaliniu lygmeniu. Pagrindinė federalinė vartotojus ginanti institucija yra Federalinė Prekybos institucija, kuriai yra suteiktos teisės prižiūrėti ne vieno teisės akto vykdymą, priimti ir tirti skundus, esant reikalui pateikti kaltinimus, nagrinėti bylas, kreiptis į teismą dėl nesąžiningos ir apgaulingos veiklos sustabdymo. Be to vartotojai turi teisę kreiptis į bet kurią vartotojų teises ginančią konkrečioje valstijoje veikiančią instituciją. Todėl galima teikti, kad Jungtinėse Amerikos Valstijose elektroninės prekybos vartotojų teisė į neteisminį ginčų nagrinėjimo būdą yra užtikrinta.

3.1.2. Ginčų sprendimas neteisimine tvarka Lietuvoje

LR Vartotojų teisių apsaugos įstatyme yra numatyta, kad vartotojų teisių apsaugos institucinę sistemą Lietuvoje sudaro valstybės ir savivaldybių institucijos ir vartotojų asociacijos. Pagrindinė institucija, ginanti vartotojų teisių apsaugą Lietuvoje yra Valstybinė Vartotojų teisių apsaugos tarnyba. LR Vartotojų teisių apsaugos įstatyme numatyta, kad Vartotojų teisių apsaugos tarnyba gina vartotojų teisių apsaugą, koordinuoja kitų institucijų, užsiimančių vartotojų teisių apsauga, veiklą, priima ir derina teisės aktus, reikalingus vartotojų teisėms apsaugoti, kontroliuoja

¹⁵⁵ Angl. Federal Trade Commission Rules of Practice.

¹⁵⁶ Žr. išnašą 154: Federal Trade Commission.

vartojimo sutarčių sąlygas bei ginčija nesąžiningas sąlygas, užsiima vartotojų švietimu bei atlieka kitas įstatyme numatytas funkcijas.¹⁵⁷

LR Vartotojų teisių apsaugos įstatyme nurodyta, kad vartotojas, kuris mano, kad jo teisės yra pažeistos, pirmiausiai turi kreiptis į prekės ar paslaugos pardavėją ir raštu išdėstyti savo reikalavimus. Pardavėjui, gavusiam tokį vartotojo prašymą, yra nustatyta pareiga per 10 dienų pateikti atsakymą. Jei pardavėjas tokiame atsakyme atsisako vykdyti pirkėjo prašymus, o vartotojas vis tiek mano, kad jo teisės buvo pažeistos, jis turi teisę kreiptis į atitinkamą vartotojų teises ginančią instituciją. Ši per 20 dienų privalo išnagrinėti vartotojo skundą ir, nustačius, kad pažeidimas buvo, pateikti siūlymą pardavėjui tenkinti vartotojo keliamus reikalavimus. Jei verslininkas tokio pasiūlymo netenkina, skundą nagrinėjusi institucija privalo apie tai pranešti Vartotojų teisių apsaugos tarnybai, kuri toliau sprendžia šį klausimą.¹⁵⁸

Vartotojų teisių apsaugos tarnybos internetiniame tinklalapyje¹⁵⁹ yra nurodoma, kad kilus ginčui tarp vartotojo ir pardavėjo dėl ne maisto produkto kokybės, turi būti kreipiamasi į Valstybinę ne maisto produktų inspekciją prie Ūkio ministerijos dėl prekės kokybės įvertinimo, o dėl maisto produkto kokybės – atitinkamai į Valstybinę maisto ir veterinarijos tarnybą. Pažymėtina, kad Vartotojų teisių apsaugos tarnybos internetiniame tinklalapyje yra galimybė vartotojams pateikti elektroninį skundą ar klausimą, kas užtikrina vartotojų teisę greitai ir nepatiriant papildomų išlaidų ginti savo teises ir sužinoti reikiamą informaciją.

Remiantis Vartotojų teisių apsaugos tarnybos 2010 metų IV-ojo ketvirčio asmenų prašymų analizės ataskaitos duomenimis, 2010 m. paskutiniaisiais mėnesiais buvo gauta kur kas daugiau vartotojų skundų dėl elektroninės prekybos. Daugiausiai elektroninės prekybos vartotojai kreipėsi dėl „internetinėse svetainėse vykdomos neteisėtos komercinės veiklos, taip pat dėl sutartinių įsipareigojimų nevykdymo nepristatant prekių, įsigytų internetu, negrąžinant pinigų už prekes ir kitais su prekyba, kai sutartys sudaromos naudojant ryšio priemones, klausimais“.¹⁶⁰ Tai gali rodyti, kad arba daugiau vartotojų pradėjo naudotis elektroninės prekybos paslaugomis, arba daugiau vartotojų aktyviai pradėjo ginti savo teises, arba tai, kad daugiau verslininkų neįgyvendina elektroninės prekybos vartotojų teisių apsaugos.

Europos Sąjungos mastu veikia Europos vartotojų centras, kuris padeda spręsti elektroninės prekybos vartotojų problemas, įsigijus prekę ar paslaugą iš kitos ES valstybės narės. Europos vartotojų centrai veikia visose ES valstybėse narėse bei Norvegijoje ir Islandijoje ir kartu sudaro Europos vartotojų centro bendradarbiavimo tinklą.¹⁶¹ Pažymėtina, kad Europos vartotojų

¹⁵⁷ Žr. išnašą 15: LR Vartotojų teisių apsaugos įstatymas, 12 str.

¹⁵⁸ Ten pat, 21 str.

¹⁵⁹ LR Vartotojų teisių apsaugos tarnybos internetinis tinklalapis: <<http://www.vvtat.lt/>> [aplankyta 2011 03 07].

¹⁶⁰ Vartotojų teisių apsaugos tarnyba, *2010 metų IV ketvirčio asmenų prašymų analizės ataskaita* (Vilnius, 2011 01 18, Nr. 3-18), p. 14-15.

¹⁶¹ Europos vartotojų centras, *Apie mus*; <<http://www.ecc.lt/index.php?4060325862>> [aplankyta 2011 03 12].

centro internetinė svetainė taip pat suteikia galimybę vartotojams pateikti elektroninį skundą ar užklausą elektroniniu būdu.

Taigi galima daryti išvadą, kad Lietuvoje elektroninės prekybos vartotojų teisė gintis neteisminiu būdu yra užtikrinta, kadangi veikia ne viena institucija, užsiimanti vartotojų teisių gynimu. Pagrindinė tokia institucija yra Valstybinė Vartotojų teisių apsaugos tarnyba, kuri koordinuoja visų kitų institucijų veiklą bei veikia kaip kvaziteisminė institucija sprendžiant vartotojų ir verslininkų ginčus. Be to Lietuvoje veikia Europos vartotojų centras, kuris padeda spręsti ginčus, kilusius vartotojams įsigijus prekę iš kitos Europos Sąjungos narės.

3.2. Ginčų, kylančių iš elektroninių vartojimo sutarčių, sprendimas teismine tvarka: bylos teisingumo problematika

Tinkamai nustatyti bylos teisingumą yra vienas svarbiausių klausimų nagrinėjant vartotojų teisių gynimo problematiką¹⁶², kadangi nepaisant to, kad vartotojams teisės yra nustatytos teisės aktais, praktikoje jas įgyvendinti dažnai gali tekti teismo keliu. Internetas pasižymi neapčiuopiamumu erdvėje ir teritorijoje. Išaiškėjus, jog bylą dėl vartotojų teisių kompetentingas nagrinėti konkrečios valstybės teismas, vartotojų teisės gali likti apskritai neapgintos, kadangi kelionės išlaidos, kalbos barjerai, kitos valstybės teisinės sistemos neišmanymas gali atgrasyti vartotojus apskritai kreiptis į teismą, t.y. ginti jiems garantuojamas teises.¹⁶³ Todėl internetiniams vartotojų ginčams (ginčams iš sutarčių, sudarytu internetu) spręsti tradicinės jurisdikcijos nustatymo taisyklės nebetinka.¹⁶⁴

Visų pirma reikia pažymėti, kad bylos teisingumo nustatymo pagrindinė taisyklė yra jog byla teisinga teismui, kuris yra traukiamo atsakomybės asmens nuolatinės gyvenamosios vietos, rezidencijos, buveinės valstybėje. Taigi jei atsakovas traukiamas atsakomybės teisme, esančiame jo rezidencijos valstybėje, problemų nekyla.

Nagrinėjant elektroninės prekybos vartotojų teisių problematiką, reikia turėti omenyje, jog elektroninės prekybos vartotojai pakankamai dažnai naudojami užsienio svetainių teikiamomis paslaugomis. Todėl siekiant apginti vartotojo interesus, įstatymo leidėjas turi sukurti galimybes atsakovą patraukti atsakomybės kitoje nei jo nuolatinės gyvenamosios vietos valstybėje.

3.2.1. Internetinių ginčų teisingumas taikant JAV taisykles

Jungtinėse Amerikos Valstijose teisingumas *in personam* yra dviejų rūšių: bendroji arba specifinė. Bendroji jurisdikcija prieš atsakovą, kuris nėra forumo valstijos nuolatinis gyventojas, pripažįstama tik tokiu atveju, „kai tarp forumo valstijos ir atsakovo yra nusistovėję tokie pastovūs ir

¹⁶² Šiame poskyriuje daroma prielaida, kad šalys nėra susitarę dėl ginčo teisingumo.

¹⁶³ Žr. išnašą 30: Mindaugas Civilka.

¹⁶⁴ Ten pat.

sistemiški ryšiai, kad valstija gali nustatyti personalinę jurisdikciją, net jei ieškinys nėra susijęs su atsakovo ryšiais su ta valstija.¹⁶⁵ Jei tokių stiprių ryšių nenustatoma, teismas aiškinasi, ar galima pripažinti specifinę jurisdikciją. Siekdamas išsiaiškinti, ar byla, kurioje atsakovu traukiamas asmuo, nesantis to teismo buvimo vietos rezidentu, yra teisinga tam teismui pagal specifinę jurisdikciją, teismas taiko dviejų pakopų testą¹⁶⁶:

1. pirmiausia teismas privalo išsiaiškinti, ar tos valstijos „ilgų rankų“ statusas¹⁶⁷ suteikia teisę teismui nagrinėti bylą; kiekvienoje valstijoje „ilgų rankų“ statutai teismams suteikia skirtingas galias¹⁶⁸;
2. išsiaiškinus, kad „ilgų rankų“ statusas leidžia teismui nagrinėti bylą, sprendžiamas klausimas, ar teismas, nagrinėdamas bylą, nepažeistų Sąžiningo Proceso Sąlygos¹⁶⁹, įtvirtintos Jungtinių Amerikos valstijų Konstitucijos 14-oje Pataisoje. Pagal Sąžiningo Proceso Sąlygą, atsakovas negali būti patrauktas atsakomybėn valstijoje, jei nenustatyta atsakovo pakankamų minimalių ryšių su ta valstija; taip pat atsakovo elgesys ir ryšiai su forumo valstija turi būti tokie, kad jis galėtų tikėtis, kad gali būti patrauktas atsakomybėn toje valstijoje.¹⁷⁰

Paprastai JAV teismai laiko, kad sąžiningam procesui užtikrinti ryšiai su valstija yra pakankami tik jei atsakovas, nesantis rezidentu, tikslingai gauna naudą iš buvimo arba verslo vykdymo vietos valstijoje.¹⁷¹ Minimalūs ryšiai yra pakankami, jei atsakovas tikslingai nukreipia savo veiksmus į tą valstiją. Produkto paleidimas į rinką, nedarant nieko daugiau, paprastai nėra laikomas tikslingai nukreiptais veiksmais. Tačiau reklamavimasis forumo valstijoje gali būti pripažintas išpildančiu tikslingo naudos gavimo reikalavimą, jei bus įrodyta, kad atsakovas siekė įsitvirtinti rinkoje. Visgi net jei minimalių ryšių testas išlaikomas, teismas bylos imsis tik tuo atveju, jei tai yra sąžininga, teisinga ir tikslinga. Sprendžiant tikslingumo klausimą, teismai atsižvelgia į atsakovui tenkančią našta, valstijos interesą, ieškovo interesą.¹⁷²

Siekiant aiškiau nustatyti internetinių sandorių teisingumą, Jungtinių Amerikos Valstijų teismų praktikoje yra nusistovėjęs internetinių svetainių skirstymas į 3 grupes¹⁷³:

¹⁶⁵ Pažymėtina, kad nei vienoje byloje nebuvo pripažinta, jog internetiniai kontaktai sukurtų bendrąją jurisdikciją. Autoriaus versta iš: JAV bylos *Bird v. Parsons*, 289 F.3d 865, 2002 FED App. 0177P (6th Cir. 2002).

¹⁶⁶ Šis testas taikytas JAV byloje *Bird v. Parsons* (2002).

¹⁶⁷ Angl. „Long-arm“ Statute. Kadangi JAV Konstitucija riboja valstijų galimybes pripažinti jurisdikciją, šie statutai yra vienintelė valstijų teismų galimybė nagrinėti bylas, kuriose atsakovas yra užsienio pilietis.

¹⁶⁸ Plačiausios galios teismams suteiktos Arizonos valstijoje. Kitose valstijose, pvz. Niujorko, jurisdikcija dėl atsakovo, kurio nuolatinė gyvenamoji vieta yra už valstijos ribų, teismui suteikiama tik ribotomis aplinkybėmis.

¹⁶⁹ Angl. Due Process Clause.

¹⁷⁰ Warren B. Chik, „U.S. Jurisdictional Rules of Adjudication over Business Conducted via the Internet – Guidelines and a Checklist for the E-commerce Merchant“, *Tulane Journal of International and Comparative Law*, Vol. 3 (2002).

¹⁷¹ Jeffrey P. Cunard, Jennifer B. Coplan, George Vradenburg, „Selected Topics in Internet and E-Commerce Law“, (2000) 627 PLI/Pat 381, p. 464-465.

¹⁷² Mark S. Kende „The issues of e-mail privacy and cyberspace personal jurisdiction: what clients need to know about two practical constitutional questions regarding the internet“, *Montana Law Review* (2002).

¹⁷³ Šis skirstymas yra žinomas kaip „slankiosios skalės testas“ (angl. „Sliding scale test“).

1. pasyvios;
2. kuriose yra sąveikos tarp prekybininko ir naudotojo galimybė;
3. aktyvios (aukšto lygio interaktyvumo bei faktinio verslo vykdymo).¹⁷⁴

Pasyvios svetainės yra tos, kuriose yra tik reklamuojamasi arba suteikiama informacija; šiuo atveju teisingumo valstijoje, kurioje veikia tokia svetainė, prieš atsakovą, kuris joje reklamujasi ar teikia informaciją, nebus.¹⁷⁵

Antros grupės svetainių atveju, būtina analizuoti kiekvieną situaciją konkrečiai, kadangi vietos teisingumo buvimas priklauso nuo to, kokio lygio yra informacijos mainų galimybės. Kuo jos didesnės – tuo labiau tikėtina, kad teismas pripažins jurisdikciją. *Scherr v. Abrahams* byloje teismas jurisdikcijos nenustatė, kadangi atsakovo tinklalapis tik skelbė elektroninio pašto adresą, kuriuo galima susisiekti su atsakovu dėl elektroninio žurnalo įsigijimo.¹⁷⁶

Galiausiai aktyvių svetainių atveju jurisdikcija praktiškai garantuota. Nustačius, kad atsakovas nukreipė ir vykdė komercinę veiklą forumo valstijoje, teismas pripažins jurisdikciją.¹⁷⁷ Visgi atsakovas turi galimybę ginčyti jurisdikciją remdamasis aukščiau minėtos Sąžiningo Proceso Sąlygos neišpildymu, t.y. gali įrodinėti, kad nebuvo minimalių kontaktų su forumo valstija, tikslingo naudos gavimo ir veiklos nukreipimo bei kad teismui nėra tikslinga nagrinėti bylą.¹⁷⁸ Be to, ieškovas turi įrodyti svetainės aktyvumo faktą, t.y. turi įrodyti kad:

1. ryšių / kontaktų pobūdis yra toks, kuris įrodo, kad siekiama pasiekti visus interneto vartotojus; ir
2. ryšių / kontaktų kiekis
3. liudija apie tikslingą naudos gavimą iš veiksmų, vykdomų forumo valstijoje, kuri įrodo faktas, kad perduota informacija buvo aiškiai siekiama reklamuoti atsakovą forumo valstybėje (ar netgi pasauliniu mastu); ir
4. nagrinėti bylą forumo valstybėje yra sąžininga, teisinga ir tikslinga; arba
5. forumo valstybėje atsakovo veiksmai buvo esminiai ir tęstiniai.¹⁷⁹

Šis testas, taikomas norint išsiaiškinti, ar aktyvus yra tinklalapis, kitaip gali būti vadinamas „slankiosios skalės“ standartu, pagal kurį jurisdikcijos pripažinimo tikimybė yra tiesiogiai proporcinga komercinės veiklos pobūdžiui ir kokybei. Vienoje pusėje yra atvejai, kai atsakovas

¹⁷⁴ Toks internetinių svetainių skirstymas pirmą kartą buvo atliktas JAV byloje *Zippo Mfg. Co. v. Zippo Dot Com*, 952 F. Supp. 1119, 1124 (W.D. Pa. 1997).

¹⁷⁵ JAV byloje *Pheasant Run, Inc. V. Moyse* (WL 58562, N.D. III. 1999) ir *Bensusan Restaurant Corp. V. King* (126 F.3d 25, 44 U.S.P.Q.2d (BNA) 1051 (2nd Cir. 1997)) teismai nepripažino personalinio teisingumo prieš atsakovus, kurie valdė pasyvias svetaines.

¹⁷⁶ JAV byla *Scherr v. Abrahams* 97 C5453 WL 299678 (N.D. III. 1998).

¹⁷⁷ JAV byla *CompuServe, Inc. v. Patterson*, 89 F.3d 1257 (6th Cir. 1996).

¹⁷⁸ Žr. išnašą 170: Warren B. Chik.

¹⁷⁹ Šis testas naudotas JAV byloje: *GTE New Media Services, Inc. V. BellSouth Corp.* 199 F.3d 1343 (D.C. Cir. 2000), *Cybersell, Inc. v. Cybersell, Inc.* 130 F.3d 414 (9th Cir. 1997).

vykdo verslą internetu (aktyvi svetainė) – tokiu atveju jurisdikcija yra pripažįstama. Kitoje skalės pusėje yra atvejai, kai atsakovas tiesiog patalpina informaciją tinklalapyje, kuri yra prieinama besidomintiems asmenims (pasyvi svetainė) – šiuo atveju teisingumas valstijoje, kurioje veikia svetainė, nebus pripažįstamas. Skalės viduryje yra interaktyvios svetainės, kurios suteikia informacijos mainų galimybę – jurisdikcijos buvimas valstijoje priklausys nuo svetainės interaktyvumo lygio.¹⁸⁰

Verta pažymėti, kad Jungtinės Amerikos Valstijos nėra jokios tarptautinės sutarties dėl jurisdikcijos dalyvė, todėl teismai ten turi labai plačias galias sprendžiant klausimą, ar byla yra teisinga tam teismui, kai atsakovas yra užsienietis. Anot Warren B. Chik, galima netgi teigti, jog „bet kurios Jungtinių Amerikos Valstijų valstijos teismai gali pripažinti jurisdikciją prieš atsakovus iš viso pasaulio, remiantis vien internetiniais ryšiais su ta valstija.“¹⁸¹ Tuo tarpu kontinentinės teisės valstybėse, tame tarpe ir Lietuvoje, teismai turi kur kas siauresnes galias.

3.2.2. Internetinių ginčų teisingumas taikant Lietuvos taisykles

Nagrinėjant jurisdikcijos klausimus Lietuvos atveju, pirmiausia verta atkreipti dėmesį, jog Lietuvos Respublikos Civilinio Proceso kodekso¹⁸² (toliau darbe – LR Civilio Proceso kodeksas) 30 straipsnyje įtvirtinta nuostata, jog „ieškiny s dėl vartojimo sutarčių gali būti pareiškiamas pagal vartotojo gyvenamąją vietą“. Ši nuostata mums svarbi svarstant teisingumo klausimą šalies vidaus teismuose, kai tiek vartotojas, tiek verslininkas, užsiimantis prekyba elektroninėje erdvėje, yra įsikūrę Lietuvoje. Kitoje šio straipsnio dalyje teigiama, kad „[i]eškiny atsakovui, neturinčiam Lietuvos Respublikoje gyvenamosios vietos, gali būti pareiškiamas pagal jo turto būvimo vietą arba pagal paskutinę žinomą jo gyvenamąją vietą Lietuvos Respublikoje“.¹⁸³ Ši nuostata suteikia galimybę Lietuvoje atsakovu patraukti ir asmenį, kuris nėra Lietuvos rezidentas, tačiau toks asmuo arba turi turėti Lietuvoje turto, arba praeityje būti nuolat gyvenęs Lietuvoje. Pažymėtina, jog Lietuvai, kaip Europos Sąjungos narei, yra taikomas 2000 m. gruodžio 22 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 44/2001 dėl jurisdikcijos ir teismo sprendimų civilinėse ir komercinėse bylose pripažinimo ir vykdymo¹⁸⁴ (toliau darbe – Briuselio I reglamentas).

Situacijų, kurioms būdingas tarptautinis elementas, jurisdikcijos problemai spręsti pasitelkiamas Briuselio I reglamentas, kuris yra tiesiogiai taikomas teisės aktas, todėl veikia visa apimtimi. 5-ame reglamento straipsnyje nustatytos išimtys iš bendros taisyklės, kad asmenys, kurių nuolatinė gyvenamoji vieta yra vienoje iš valstybių narių, gali būti traukiami atsakomybėn tik tos

¹⁸⁰ Stephanie A. Waxler, „Personal Jurisdiction Issues and the Internet“, *Loyola Consumer Law Review*, 13 Loy. Consumer L. Rev. 188 (2001).

¹⁸¹ Žr. išnašą 170: Warren B. Chik.

¹⁸² LR Civilinio Proceso kodeksas (2000 07 18, Nr. VIII-1864), 30 str.

¹⁸³ Ten pat.

¹⁸⁴ Reglamentas 44/2001.

valstybės narės teismuose. Šio straipsnio 1-oje dalyje nustatyta, kad asmeniui byla gali būti iškelta kitoje valstybėje narėje nei yra jo nuolatinė gyvenamoji vieta, jei tokia byla yra dėl sutartinių ginčų. Tokiu atveju byla gali būti keliama pagal sutartinės prievolės įvykdymo vietą.¹⁸⁵ Pagal šią nuostatą būtų galima daryti išvadą, kad elektroninės prekybos vartotojas, užsisakęs prekių internetu iš užsienio įmonės, galėtų pardavėją patraukti atsakomybėn savo gyvenamosios vietos teismuose, jei ten pagal sutartį turėtų būti vykdoma sutartinė prievolė, t.y. pristatomos prekės. Tačiau taip nėra. Vartojimo sutartims šis straipsnis netaikomas, kadangi tokio tipo sutartys yra reglamentuojamos atskirame reglamento skirsnyje. Tik tokiu atveju, jei vartotojų sutartims nustatytos specialiosios taisyklės konkrečiai situacijai negalėtų būti taikomos, reglamento 5 straipsnis galėtų būti pritaikytas ir vartojimo sutarčiai.¹⁸⁶

Specialiosios taisyklės vartojimo sutartims nustatytos reglamento 15 straipsnyje. Tačiau jos taikomos tik prekių pirkimo išsimokėtinai atveju, sutarties dėl paskolos bei visais atvejais, kai sutartis sudaroma su asmeniu, kuris vykdo komercinę ar profesinę veiklą vartotojo nuolatinės gyvenamosios vietos valstybėje narėje ar kitoku būdu tokią veiklą susieja su ta valstybe nare ir vartojimo sutartis gali būti priskiriama tokios veiklos sričiai. Ginčams, kilusiems iš tokių vartojimo sutarčių spręsti atsakovas (verslininkas) gali būti paduotas į jo nuolatinės buveinės, atstovybės ar filialo valstybės teismą arba į vartotojo nuolatinės gyvenamosios vietos kompetentingą teismą, teisę pasirinkti paliekant vartotojui.¹⁸⁷ Elektroninės prekybos vartojimo sutarčių teisingumui nustatyti yra svarbu išsiaiškinti, kokiais kriterijais remiantis galima nustatyti, kad internetinio tinklalapio veikla yra *susijusi* su kita valstybe nare.

Kriterijus, kuriais vadovaujantis galima išsiaiškinti, ar konkreti interneto svetainė yra susijusi su kita valstybe, yra išanalizavęs Mindaugas Civilka. Serverio fizinė buvimo vieta bylos teisingumo vietos nustatymui reikšmės neturi, kadangi jis nebūtinai priklauso pardavėjui ar yra jo valdomas.¹⁸⁸ Tuo tarpu svetainės arba jos konkretaus tinklalapio nukreipimas turi esminę reikšmę. Anot M. Civilkos, kriterijai, kurie turi reikšmės nustatant, į kokią valstybę nukreipta svetainė, yra jos domeno vardas, laiko tarpas, kurį svetainė jį naudoja, svetainės išvaizda ir dizainas, naudojama kalba, galiausiai – valiuta.¹⁸⁹ Visgi nei vieno šių kriterijų Briuselio I reglamente įvardinto nėra, todėl lieka neaišku, ar elektroninės prekybos vartotojas, užsisakęs prekę iš kitoje valstybėje esančio internetinio tinklalapio, galėtų tokiam tinklalapiui bylą kelti savo nuolatinės gyvenamosios vietos teisme. Lieka neaiškumas, ar tokios valstybės teismas pripažintų jurisdikciją ir imtųsi nagrinėti bylą.

¹⁸⁵ Žr. išnašą 184: reglamentas, 5 str.

¹⁸⁶ Žr. išnašą 30: Mindaugas Civilka.

¹⁸⁷ Žr. išnašą 184: reglamentas.

¹⁸⁸ Žr. išnašą 30: Mindaugas Civilka.

¹⁸⁹ Mindaugas Civilka, „Jurisdikcijos kolizijos internete“, *Teisė*, Nr. 43.

Briuselio I reglamentu siekta užtikrinti, kad speciali vartotojų apsauga dėl jurisdikcijos galėtų būti taikoma sutartims, sudarytoms tinklalapiuose, kurie yra pasiekiami vartotojo nuolatinės gyvenamosios vietos valstybėje. Kaip reglamento trūkumą M. Civilka įvardija tinklalapių skirstymo į aktyvius, interaktyvius ir pasyvius nebuvimą.¹⁹⁰ Esant tokiam skirstymui būtų kur kas lengviau nustatyti, ar tinklalapis yra susijęs su konkrečia valstybe.

3.2.3. Hipotetinio internetinio ginčo teisingumo nustatymo analizė

Kad būtų lengviau suvokti elektroninės prekybos teisingumo nustatymo problematiką, bus pasitelkiama hipotetinė tarptautinio internetinės prekybos ginčo situacija bei bandoma nustatyti tokio ginčo teisingumą taikant Lietuvoje galiojančius teisės aktus. Išsiaiškinus kylančias problemas, būtina pabandyti jas spręsti pritaikant JAV paplitusį aktyvių/pasyvių svetainių testą. Tokiu būdu bus siekiama išsiaiškinti, ar JAV modelis padėtų išspręsti problemas, su kuriomis susiduriama Lietuvoje. Hipotetinė situacija: Lietuvos nuolatinis gyventojas įsigijo prekių internetu iš svetainės, registruotos Vokietijoje, kuri naudojasi serveriu, esančiu Turkijoje, o prekės buvo siųstos iš Kinijos.

Siekiant nustatyti, kurios valstybės teismams būtų teisinga byla dėl ginčo, kilusio tokioje situacijoje, visų pirma reikia išsiaiškinti, ar šiuo atveju bus taikomas Briuselio I reglamentas. Pažymėtina, kad šis reglamentas taikomas tik kai šalys yra ES valstybės narės. Kaip matyti iš pateiktos situacijos, dvi dalyvaujančios valstybės nėra ES narės (serveris – Turkijoje, prekės siųstos iš Kinijos). Kadangi vadovaujantis aukščiau nurodytais kriterijais nustatant teisingumo klausimus serverio lokacija nėra svarbi, o vieta, iš kur siunčiamos prekės, taip pat neturi esminės reikšmės (svarbi yra paties verslininko atstovybės, filialo ar nuolatinės buveinės vieta), galima teigti, kad Briuselio I reglamentas šioje situacijoje yra taikomas.

Sekantis analizės žingsnis apima klausimą, ar šiai situacijai gali būti taikomos Briuselio I reglamente vartojimo sutartims nustatytos specialiosios taisyklės. Kaip minėta, kad jas būtų galima taikyti, vartotojas turi sudaryti sutartį su verslininku dėl prekių pirkimo išsimokėtinai, paskolos suteikimo. Taip pat specialiosios taisyklės gali būti taikomos kai asmuo, su kuriuo sudaroma sutartis, vykdo tiesioginę veiklą ar tokia veikla yra susijusi su vartotojo nuolatinės gyvenamosios vietos valstybe, ir ta sutartis yra būtent dėl tokios veiklos. Pagal pateiktą situaciją pirmosios dvi sąlygos negali būti pritaikytos. Be to, negalima ir teigti, kad Vokietijos tinklalapis vykdo veiklą Lietuvoje. Todėl reikia išanalizuoti, ar galima būtų teigti, jog svetainės, įregistruotos Vokietijoje, veikla (suteikta galimybė užsisakyti prekių) yra susijusi su Lietuva. Šioje studijoje bus taikomi M. Civilkos įvardinti kriterijai. Yra du galimi atsakymai, priklausantys nuo to, koks yra svetainės domenai, kaip svetainė vizualiai atrodo, kokia kalba yra galima svetainėje.

¹⁹⁰ Ten pat.

Jei svetainė, iš kurios hipotetinis pirkėjas (Lietuvos nuolatinis gyventojas) įsigijo prekių, naudoja domeną, kurio vardas baigiasi .com, .eu., .net, galima būtų daryti prielaidą, jog svetainė orientuota ne tik į Vokietijos vartotojus. Šią prielaidą taip pat sustiprintų tokie faktai kaip kalbos pasirinkimo galimybė (galimybė „naršyti“ ne tik vokiečių, bet ir anglų ar lietuvių kalba), jei svetainėje pavaizduotos visų Europos Sąjungos, tame tarpe ir Lietuvos, ar dar daugiau valstybių vėliavos. Tokiu atveju būtų galima teigti, jog svetainė yra orientuota į visos Europos Sąjungos valstybių narių, tame tarpe ir Lietuvos, ar netgi valstybių, nepriklausančių Europos Sąjungai, vartotojus. Hipotetinis pirkėjas šiuo atveju galėtų iškelti bylą tokiai svetainei Lietuvos Respublikos kompetentingame teisme.

Tokios išvados nebūtų galima padaryti, jei svetainė naudotų domeną, besibaigiantį .de, joje nebūtų kalbos pasirinkimo galimybės (hipotetinis pirkėjas, mokantis vokiečių kalbą, prekes būtų užsisakęs šia kalba), svetainėje būtų pavaizduoti nacionaliniai Vokietijos ar regioniniai tam tikros jos žemės atributai. Esant tokiai situacijai kiltų sunkumų siekiant išsiaiškinti, ar tokios svetainės valdytojas galėtų būti paduotas į teismą, esantį Lietuvoje. Pažymėtina, kad visgi hipotetiniam pirkėjui buvo suteikta galimybė įsigyti prekių siunčiantis jas į Lietuvą. Todėl šiame žingsnyje galima pabandyti pritaikyti JAV praktiką ir pažiūrėti, ar ji padėtų išspręsti klausimus šioje situacijoje. Taikant JAV galiojantį svetainės aktyvumo/pasyvumo testą, reikėtų nustatyti, kuriai svetainių grupei būtų priskiriama mūsų situacijos hipotetinė svetainė. Į šį klausimą atsakyti nebūtų sunku: kadangi yra įmanoma iš svetainės tiesiogiai užsisakyti prekių, svetainė priskirtina aktyvių svetainių grupei. Šį faktą ieškovui pagrįsti būtų nesunku, kaip ir tikslingumą nagrinėti bylą būtent Lietuvos teisme (vartotojo, kaip silpnesniosios šalies teisių gynimas). Aktyvi svetainė gali būti traukiama atsakomybėn ne tik jos registracijos vietoje, bet ir toje valstybėje, į kurią jos veikla yra nukreipta.¹⁹¹ Dėl šios priežasties hipotetinei Vokietijos svetainei byla galėtų būti iškelta ir Lietuvoje. Taikant JAV taisyklę, būtų labiau ginamos elektroninės prekybos vartotojo teisės, kadangi jis internetinei parduotuvei visada galėtų iškelti bylą savo nuolatinės gyvenamosios vietos valstybėje narėje.

Pažymėtina, kad Europos Teisingumo Teismas 2010 m. gruodžio 7 d. didžiosios kolegijos sprendime yra nagrinėjęs interneto svetainės vykdomos veiklos *susiejimo* su kita valstybe nare nei ji yra registruota, klausimą. Byloje konstatuota, kad tam, kad byla būtų teisinga tokios valstybės narės teismui, vien fakto, kad svetainė toje valstybėje yra pasiekama, nepakanka. Teismas nurodė, kad norint išsiaiškinti, ar tokio tinklalapio veikla yra *susijusi* su vartotojo nuolatinės gyvenamosios vietos valstybe, „reikia patikrinti, ar prieš galimą sutarties su vartotoju sudarymą iš šių interneto svetainių ir bendros prekybininko veiklos matyti, jog jis planavo sudaryti prekybos sandorius su

¹⁹¹ Bylos, kuriose jurisdikcija pripažinta, nes tinklalapiai buvo komerciniai, leidžiantys atlikti užsakymus ir elektroniniu paštu pateikti klausimus: *CompuServe v. Patterson*, 89 F.3d 1257, 39 U.S.P.Q.2d (BNA) 1502 (6th Cir. 1996), *ISI Brands, Inc. v. KCC International, Inc.*, 458 F. Supp. 2d 81, 88-89 (E.D.N.Y. 2006)

vartotojais, turinčiais nuolatinę gyvenamąją vietą vienoje valstybėje narėje ar keliose valstybėse narėse, įskaitant tą, kurios teritorijoje šis vartotojas turi savo nuolatinę gyvenamąją vietą, ir net ketino sudarinėti sutartis su šiais vartotojais.¹⁹² Taip pat teismas nurodė nebaigtinį sąrašą aplinkybių, kurioms esant galėtų būti įrodytas *susiejimas*. Tarp tokių aplinkybių yra tarptautinis veiklos pobūdis, kitos kalbos ir valiutos, nei paprastai naudojama valstybėje narėje, kurioje yra įsisteigęs prekybininkas, vartojimas, aukščiausio lygio domeno naudojimas ir kt.¹⁹³ Visgi pažymėtina, kad šis sprendimas neišsprendė nustatytų neaiškumų. Nors hipotetinėje situacijoje buvo remtasi šiais kriterijais, tiksliai ir konkrečiai bylos teisingumo nustatyti nepavyko. Kur kas aiškesnė situacija būtų naudojant tinklalapių aktyvumo/pasyvumo testą.

Apibendrinant galima teigti, jog Lietuvoje ir Jungtinėse Amerikos Valstijose klausimas dėl elektroninių sutarčių teisingumo sprendžiamas visiškai skirtingu būdu. Lietuvoje, kontinentinės teisės valstybėje, šis klausimas pakankamai išsamiai yra reglamentuotas nacionalinių ir Europos Sąjungos teisės aktų, tačiau visgi kai kuriais atvejais lieka neaiškumų, ar galima taikyti vartotojų apsaugą įtvirtinančias specialiąsias taisykles. Kadangi teismų praktikos elektroninės komercijos srityje nei Lietuvoje, nei Europos Sąjungoje praktiškai nėra, taip ir lieka neaišku, kaip teismas tokioje situacijoje pasielgtų. Tuo tarpu Jungtinėse Amerikos Valstijose teisės aktų, taikomų siekiant nustatyti elektroninių sandorių jurisdikciją nėra daug, juo labiau, kad JAV nėra prisijungusios prie nei vienos tarptautinės sutarties dėl jurisdikcijos ir teismo sprendimų pripažinimo bei vykdymo. Jungtinėse Amerikos Valstijose, kaip bendrosios teisės valstybėje, labai svarbi teismų jurisprudencija. Elektroninės prekybos ir vartotojų, sudariusių sandorius internetu, apsaugos klausimais Jungtinių Amerikos Valstijų teismai yra nustatę konkrečius testus, kurie atliekami kiekvienu individualiu atveju. Šioje valstybėje, išsiaiškinus teismų praktiką, yra paprasčiau nuspręsti, ar pasirinkta forumo valstybė yra tinkama. Pritaikius minėtus testus Lietuvoje, būtų išvengta neaiškumų dėl jurisdikcijos klausimo tam tikrais atvejais, tokiais kaip pvz. darbe nagrinėtos hipotetinės situacijos atveju.

¹⁹² Sąjungtos bylos C-585/08 *Peter Pammer p. Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG* ir C-144/09 *Hotel Alpenhof GesmbH p. Oliver Heller* [2010] ETP 2010.

¹⁹³ Ten pat.

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

1. Vartotojų teisėms valstybė turi suteikti papildomą apsaugą, kadangi vartotojai yra silpnesnioji sutarties, paprastai sudaromos prisijungimo būdu, šalis. Įsigyjant prekes ar paslaugas internetu, vartotojas neturi galimybės jų apžiūrėti, įvertinti kokybės bei atitikimo vartotojo keliamiems reikalavimams. Kadangi elektroninės komercijos skatinimas yra viena prioritetinių Europos Sąjungos sričių, o vartotojų teisių užtikrinimas yra prielaida jai sparčiau vystytis, Lietuvoje elektroninės prekybos vartotojų teisių apsaugai turėtų būti skiriamas ypatingas dėmesys.

2. Vartotojo sąvoka Jungtinėse Amerikos Valstijose ir Lietuvoje yra suvokiama panašiai: abejuose valstybėse yra nustatytas reikalavimas, kad vartotojo įsigyjamos prekės ar paslaugos turi būti skirtos asmeniniams poreikiams tenkinti, vartotojo statusą asmuo įgyja pareiškęs norą pirkti (akceptavus ofertą). Tačiau esti ir skirtumų. Pažymėtina, kad Jungtinėse Amerikos Valstijose šis klausimas reguliuojamas valstijų lygmeniu, todėl skirtingose valstijose vartotojas yra suvokiamas šiek tiek skirtingai. Kai kuriose JAV valstijose, priešingai nei Lietuvoje, vartotoju gali tapti ne tik fizinis, bet ir juridinis asmuo, jei prekes ar paslaugas jis įsigyja ne perpardavimui. Taip pat JAV paprastai nėra nustatyta taisyklė, kad pardavėjas privalo būti verslininkas, užsiimantis prekyba. Elektroninės komercijos sąvoka abejuose valstybėse suvokiama labai panašiai, esminių skirtumų nenustatyta.

3. Jungtinėse Amerikos Valstijose atskirais teisės aktais yra nustatytos bendrojo pobūdžio pareigos elektronine prekyba užsiimantiems verslininkams, tačiau jų veiksmams suteikta nemažai laisvės, kai kuriuos klausimus paliekant sureguliuoti jiems patiems savose strategijose. Tuo tarpu Lietuvoje tokių pareigų yra daug, jos yra reglamentuojamos labai smulkiai ir preciziškai. Visgi neišvengta klaidų perkeliant Europos Sąjungos direktyvas į nacionalinę teisę. Viena tokių klaidų yra pinigų, vartotojo sumokėtų už prekę, grąžinimo tvarkos, nereglamentavimas. Pažymėtina, kad vartotojas, dėl tokio nereglamentavimo patyręs žalą, turėtų galimybę kreiptis į teismą atsakovu traukiant Lietuvos Respubliką. Dėl šios priežasties Lietuvos Respublikos Seimui yra rekomenduotina ištaisyti šią klaidą, kad valstybei neatsirastų galimybių patirti nuostolių.

4. Viena svarbiausių elektroninės prekybos vartotojų teisių taip sparčiai vystantis technologijoms yra teisė sudaryti sutartis internetu. Ši teisė yra įtvirtinta per vieną svarbiausių principų civilinėje teisėje – sutarties laisvės principą, kuris leidžia šalims susitarti dėl sutarties turinio ir formos. Teisė sudaryti elektronines sutartis neatsiejama nuo elektroninio parašo instituto, kuris yra priemonė įsitikinti šalies valia ir teksto autentiškumu (sutarčių teisės nustatytais būtinomis sutarties galiojimo sąlygomis). Jungtinėse Amerikos valstijose federaliniais teisės aktais yra nustatyta, kad elektroninis dokumentas ir elektroninis parašas privalo būti pripažįstami, o

elektroninio parašo sąvoka paliekama reglamentuoti valstijų lygmeniu. Dėl šios priežasties kai kuriose valstijose yra pripažįstamas bet koks elektroninis parašas, kitose – tik saugus kvalifikuotas (skaitmeninis). Lietuvoje įstatymas įteisina paprasto elektroninio parašo pripažinimą. Tačiau kad būtų galima kaip įrodymu remtis dokumentu, pasirašytu paprastu elektroniniu parašu, privalo būti užtikrinta teksto apsauga ir galimybė tokį parašą identifikuoti. Išnagrinėjus elektroninio parašo reglamentavimą šalyse ir jį palyginus, darytina išvada, kad Lietuvoje ši teisė yra užtikrinama, tačiau dar yra kur tobulėti. Būtų tikslinga Lietuvoje įteisinti galimybę elektroniniu būdu sudaryti ir sutartis, kurioms įstatymas kelia notarinės formos reikalavimą.

5. Išnagrinėjus elektroninės prekybos vartotojų teisės į privatumą užtikrinimą Jungtinėse Amerikos Valstijose ir Lietuvoje, buvo išsiaiškinta, kad šis klausimas valstybėse reguliuojamas pasirinkus skirtingus metodus. Jungtinės Amerikos Valstijos remiasi liberaliuoju metodu, kuris leidžia verslininkams privatumo strategijas nustatyti patiems. Toks reguliavimas skatina verslo vystymąsi, tačiau ne visuomet užtikrina vartotojų teisės į privatumą. Lietuvos pasirinktas reguliavimo metodas – reguliuojamasis – užtikrina labai aukšto lygio vartotojų privatumo apsaugą, tačiau gali stabdyti verslo vystymąsi. Dėl šių priežasčių rekomenduotina privatumo klausimus reguliuoti suderinus liberalųjį ir reguliuojamąjį metodus. Tokiu atveju valstybė turėtų nustatyti privalomus sąžiningo informacijos rinkimo principus bei pavesti vartotojus ginančioms institucijoms atlikti verslininkų privatumo strategijų patikrinimą bei monitoringą.

6. Tiek Jungtinėse Amerikos Valstijose, tiek Lietuvoje veikia institucijos, užsiimančios vartotojų teisių gynimu bei sprendžiančios ginčus tarp vartotojų ir verslininkų neteisminė tvarka. Šios institucijos yra lengvai pasiekiamos, jų internetiniuose tinklalapiuose yra suteikta galimybė pateikti skundus ar klausimus elektroniniu būdu. Dėl šios priežasties konstatuotina, kad elektroninės prekybos vartotojų teisė spręsti ginčus, kilusius iš elektroninių vartojimo sutarčių, Lietuvoje yra užtikrinta.

7. Elektroninės prekybos vartotojų teisė iš elektroninės vartojimo sutarties kilusį ginčą spręsti teismine tvarka darbe nagrinėta per teisingumo nustatymo analizę. JAV teismai, siekdami išsiaiškinti, ar byla teisinga teismui, esančiam kitoje nei atsakovo nuolatinė gyvenamoji vieta, valstybėje, naudoja internetinės svetainės aktyvumo/pasyvumo testą. Tuo tarpu Lietuvoje ginčų, kylančių iš tarptautinių elektroninių vartojimo sutarčių, teisingumui nustatyti yra taikomas Briuselio I reglamentas. Pagal šį reglamentą vartotojams yra taikomos specialiosios teisingumo nustatymo taisyklės. Pritaikius šias taisykles bylą atsakovui (t.y. verslininkui) galima iškelti vartotojo nuolatinės gyvenamosios vietos teisme, tačiau tokio verslininko veikla turi būti susijusi su vartotojo nuolatinės gyvenamosios vietos valstybe. Kaip nuspręsti, ar užsienio valstybės tinklalapio veikla yra susijusi su konkrečia valstybe, bandyta išsiaiškinti analizuojant hipotetinį ginčą. Padaryta išvada, kad Briuselio I nustatytų taisyklių šiam klausimui išspręsti nepakanka. Todėl

rekomenduotina įteisinti JAV taikomą tinklalapio aktyvumo/pasyvumo taisyklę. Pritaikius šią taisyklę, neaiškumų dėl tarptautinių elektroninių vartojimo sutarčių bylų teisingumo neliktų.

8. Apibendrinant visas darbe padarytas išvadas, konstatuotina, kad Lietuvoje elektroninės prekybos vartotojų teisių apsauga yra užtikrinama. Tačiau kai kuriose srityse, siekiant įtvirtinti dar aukštesnio lygio apsaugą, tikslinga būtų atlikti pakeitimų. Visų pirma rekomenduotina įtvirtinti sutarčių, kurioms įstatymo reikalaujama notarinė forma, sudarymo elektroniniu būdu galimybę. Elektroninės prekybos vartotojų teisės į privatumą užtikrinimo srityje rekomenduojama pasirinktą reguliuojamąjį metodą pakeisti darbe aprašytu reguliuojamojo ir liberaliojo metodų deriniu. Galiausiai rekomenduotina bylos teisingumo nustatymo srityje įtvirtinti JAV taikomą tinklalapių aktyvumo/pasyvumo taisyklę.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

Knygos

1. Ballon, C. Ian. *E-Commerce and Internet Law: treatise with forms*. Thomson/West, 2009.
2. Cronin, P Kevin, Weikers, N. Ronald. *Data Security and Privacy Law: Combating Cyberthreats*. Thomson/West, 2010.
3. Kiršienė, Julija ir Astromskis, Paulius. „Sutarties laisvės ribos pasirašant vekselius elektroniniu parašu“. Straipsnis mokslinių straipsnių rinkinyje: *Teisė į teisminę gynybą civilinio proceso reformos kontekste* (Mykolo Romerio universiteto Leidybos centras, 2010).
4. Lord, A. Richard. *Williston on Contracts*. 4th ed., 1999.
5. Morris, J. Andrew, Smith, Brian W. *E-Commerce: Financial Products and Services*. New York: Law Journal Press, 2004.
6. Olson, A. Brent, Thompson, C. Lisa. *Business Law Deskbook*. 2010.
7. Raysman, Richard. *Emerging Technologies & the Law: Forms & Analysis*. New York: Law Journal Press, 2002.
8. Raysman, Richard, Brown, Peter. *Computer Law: Drafting and Negotiating Forms*. New York: Law Journal Press, 2004.
9. Stuckey, D. Kent. *Internet and Online Law*. New York: Law Journal Press, 2003.

Periodiniai leidiniai

1. Chik B. Warren. „U.S. Jurisdictional Rules of Adjudication over Business Conducted via the Internet – Guidelines and a Checklist for the E-commerce Merchant“. *Tulane Journal of International and Comparative Law*, Vol. 3 (2008).
2. Civilka, Mindaugas. „Jurisdikcijos kolizijos internete“. *Teisė*, Nr. 43.
3. Evans, L. Michelle. „Who is a "consumer" entitled to protection of state deceptive trade practice and consumer protection acts“. *American Law Reports*, Vol. 63 (1998).
4. Kende, S. Mark. “The issues of e-mail privacy and cyberspace personal jurisdiction: what clients need to know about two practical constitutional questions regarding the internet”. *Montana Law Review*, Vol. 63 (2002).
5. Marsh, Jr. Richard M.. „Legislation for Effective Self-Regulation: A New Approach to Protecting Personal Privacy on the Internet”. *Michigan Telecommunications and Technology Law Review*, Vol. 15 (2009).
6. Milina, Svetlana. „Advocating an Integrated Laissez-Faire Approach to Online Profiling Regulation”. *Cardozo Arts & Entertainment Law Journal*, Vol. 21 257 (2003).
7. Polin, David. “Proof of Liability for Violation of Privacy of Internet User, by Cookies or Other Means”. *American Jurisprudence Proof of Facts*, 3d (2002).
8. Walter, A. Efron. „The Legal Architecture of Virtual Stores: World Wide Web Sites and the Uniform Commercial Code”. *San Diego Law Review*, 1263 (1997).
9. Waxler A. Stephanie. „Personal Jurisdiction Issues and the Internet”. *Loyola Consumer Law Review*, Vol. 13 (2001).

Teises aktai

Lietuvos Respublikos teisės aktai

1. LR Civilinis kodeksas (2000 07 18, Nr. VIII-1864).
2. LR Civilinio Proceso kodeksas (2000 07 18, Nr. VIII-1864).
3. LR Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymas (1996 06 11, Nr. I-1374).
4. LR Elektroninio parašo įstatymas (2000 07 11, Nr. VIII-1822).

5. LR Vartotojų teisių apsaugos įstatymas (1994 11 10, Nr. I-657).
6. Dėl daiktų pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartys sudaromos naudojant ryšio priemones, taisyklių patvirtinimo, LR ūkio ministro įsakymas (2001 12 17, Nr. 258).

ES teisės aktai

1. Reglamentas 44/2001, OJ L 012, 2001, p. 1.
2. Direktyva 1997/7, OJ L 144, 1997, p. 19.
3. Direktyva 2002/58, OJ L 105, 2006, p. 54.
4. Direktyva 2009/136, OJ L 337, 2009, p. 11.

JAV teisės aktai

1. Electronic Communication Privacy Act (No. Public Law 99-508, 1986 10 21).
2. Electronic Signatures in Global and National Commerce Act (No. Public Law 106-229, 2000 06 30).
3. Uniform Electronic Transactions Act (1999).
4. Uniform Commercial Code (1957).
5. Illinois Consumer Fraud and Deceptive Business Practices Act, (2005, 815 ILCS 505)
6. Maryland Consumer Protection Act (1974).

Teismų praktika

1. JAV byla: *Bensusan Restaurant Corp. V. King* (126 F.3d 25, 44 U.S.P.Q.2d (BNA) 1051 (2nd Cir. 1997)).
2. JAV byla: *Bird v. Parsons*, 289 F.3d 865, 2002 FED App. 0177P (6th Cir. 2002).
3. JAV byla: *Brower v. Gateway 2000, Inc.* (676 N.Y.S.2d 569, 1998).
4. JAV byla: *Caspi v. Microsoft Network* (323 N.J. Super. 118, 732 A.2d 528, 1999).
5. JAV byla: *Doherty v. Registry of Motor Vehicles* (No. 97CV0050, 1998).
6. JAV byla *CompuServe, Inc. v. Patterson*, 89 F.3d 1257 (6th Cir. 1996).
7. JAV byla: *Defontes v. Dell Computers Corp.* (R.I. Super. LEXIS 32,52 U.C.C. Rep. Serv. 2d 823, 2004).
8. JAV byla: *DoubleClick Inc. Privacy Litigation* (154 F. Supp. 2d 497; 2001 U.S. Dist. LEXIS 3498).
9. JAV byla: *Eckman v. Centennial Sav. Bank* (784 S.W.2d 672, 674, 1990).
10. JAV byla: *Hines v. Overstock.com*, WL 2876667 (E.D.N.Y., 2009).
11. JAV byla: *In re Intuit Privacy Litigation*, 138 F Supp. 2d 1272, 1274 (C.D. Calif. 2001).
12. JAV byla: *ISI Brands, Inc. v. KCC International, Inc.*, 458 F. Supp. 2d 81, 88-89 (E.D.N.Y. 2006).
13. JAV byla: *Maria GUADAGNO v. E*TRADE BANK* (592 F. Supp. 2d 1263, C.D. Cal. 2008).
14. JAV byla: *Pheasant Run, Inc. V. Moyse* (WL 58562, N.D. III. 1999).
15. JAV byla: *Scherr v. Abrahams* 97 C5453 WL 299678 (N.D. III. 1998).
16. JAV byla: *Specht v. Netscape Communications Corp.* (306 F.3d 17, 2d Cir. 2002).
17. JAV byla: *Stomp, Inc. V. NeatO, LLC* (61 F. Supp. 2d 1074, 1078, C.D. Cal. 1991).
18. JAV byloje *Zippo Mfg. Co. v. Zippo Dot Com*, 952 F. Supp. 1119, 1124 (W.D. Pa. 1997).
19. *Lietuvos Respublika p. Tomą Smelstorių*, Lietuvos Aukščiausiasis teismas (2003, Nr. 2K-133/2003).
20. Sujungtos bylos: C-585/08 *Peter Pammer p. Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG* ir C-144/09 *Hotel Alpenhof GesmbH p. Oliver Heller* [2010] ETP 2010.
21. *UAB Tele2 p. IĮ Rogrinta*, LR Aukščiausiasis teismas (2008, Nr. 3K-3-579/2008).
22. *Vartotojų teisių apsauga vartojimo sutartiniuose santykiuose: teisinio reguliavimo ir teismų praktikos apžvalga*, Lietuvos Aukščiausiasis teismas (2009 03 29, Nr. 30).
23. *Vartotojų teisių apsauga vartojimo sutartiniuose santykiuose: teisinio reguliavimo ir teismų praktikos apžvalga II*, Lietuvos Aukščiausiasis Teismas (2010 11 19, Nr AC-33-1).

Žydrūnas Šapalas p. AB „Lietuvos taupomasis bankas“ (2002, Nr. 3K-3-390/2002).

Tekstai internete

1. A European Initiative in Electronic Commerce. <<http://lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:1997:0157:FIN:EN:PDF>> [aplankyta 2011 01 12].
2. *Avoiding Unhappy Returns – Returning Merchandise Bought Online or In The Store.* <http://www.michigan.gov/ag/0,1607,7-164-34739_20942-44683--,00.html> [aplankyta 2011 02 16].
3. Carome, Patrick J. ir Jain, Samir, Richards, M. Neil. *The Electronic Communications Privacy Act and Internet Privacy Litigations.* <<http://www.medialaw.org/Template.cfm?Section=Archive7&Template=/ContentManagement/ContentDisplay.cfm&ContentID=1069>> [aplankyta 2011 02 06].
4. Civilka, M. *Elektroninės komercijos reguliavimas tarptautinėje ir ES teisėje.* (Vilnius, 2001). <http://www.teisininkas.lt/konsp_pagrindinis.html> [aplankyta 2011 01 16].
5. *Consumer Rights When You Order By Mail, Telephone Or Internet;* <<http://www.maine.gov/tools/whatsnew/attach.php?id=27931&an=1>> [aplankyta 2011 03 09].
6. *eBay Inc. Report Strong First Quarter 2011 Results.* <<http://www.ebayinc.com/page/news#20110427007093>> [aplankyta 2011-02-03].
7. Europos vartotojų centras. *Apie mus.* <<http://www.ecc.lt/index.php?4060325862>> [aplankyta 2011 03 12].
8. *Elektroninio parašo priežiūros institucijos Lietuvos Respublikos Elektroninio parašo įstatymo įgyvendinimo 2010 m. ataskaita.* <www.rrt.lt/download/14497/2008_epi_ataskaita.pdf> [aplankyta 2011 02 11].
9. Federal Trade Commission. *About the Bureau of Consumer Protection.*
10. <<http://www.ftc.gov/bcp/about.shtm>> [aplankyta 2011 03 19].
11. Federal Trade Commission. *A Brief Overview of the Federal Trade Commission's Investigative and Law Enforcement Authority.* <<http://www.ftc.gov/ogc/brfovrw.shtm>> [aplankyta 2011 03 10].
12. Federal Trade Commission Bureau of Consumer Protection. *Business Guide to the Mail and Telephone Order Merchandise Rule.* <<http://business.ftc.gov/documents/bus02-business-guide-mail-and-telephone-order-merchandise-rule>> [aplankyta 2011 02 10].
13. Federal Trade Commission Bureau of Consumer Protection. *Electronic Signatures in Global and National Commerce Act: The Consumer Consent Provision in Section 101(c)(1)(C)(ii)(2001).* <<http://www.ftc.gov/os/2001/06/esign7.htm>> [aplankyta 2011 02 16].
14. Federal Trade Commission. *Fair information practise principles.* <<http://www.ftc.gov/reports/privacy3/fairinfo.shtm>> [aplankyta 2011 02 06].
15. Law blog. *Consumer rights.* <<http://lawyers-law.com/consumer-rights/>> [aplankyta 2011 03 11].
16. Miller, Ron. *CRM, Privacy and Doing Business in the EU.* <<http://www.insidecrm.com/features/crm-privacy-business-eu-031708/>> [aplankyta 2011-02-10].
17. Sullivan, J. Carmen, Ketcha, J. Nicolas Jr. *Online Privacy of Consumer Personal Information* (1998). <http://ithandbook.ffiec.gov/media/resources/3271/fdi-fil-86-98_e_commerce_consumer_priv.pdf> [aplankyta 2011 02 02].
18. *Tarpvalstybinės elektroninės prekybos klūčių šalinimas. Dažniausiai užduodami klausimai* (2009). <<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/09/475&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>> [aplankyta 2011 01 20].
19. *The free Dictionary.* <<http://encyclopedia2.thefreedictionary.com/E-+commerce>> [aplankyta 2011 01 15].

20. UAB „Bitė Lietuva“. *Mobilusis elektroninis parašas*. <<http://www.bite.lt/lt/bc/esign>> [aplankyta 2011 02 11].
21. UAB „Omnitel“. *Mobilusis e. parašas*. <<http://www.omnitel.lt/eparasas>> [aplankyta 2011 02 10].
22. UAB „Tele2“. *Elektroninis parašas*. <http://www.tele2.lt/verslui/paslaugos/e_parasas.html> [aplankyta 2011 02 10].
23. U.S. Census Bureau. <<http://www.nsf.gov/statistics/seind02/c8/c8s2.htm>> [aplankyta 2011-02-02].
24. Ustaran, Eduardo, *New EU cookie rule - a practical way forward* (2010 01 22); <<http://www.ffw.com/publications/all/articles/new-eu-cookie-rule.aspx>> [aplankyta 2011 02 18].
25. Valstybinė duomenų apsaugos inspekcija. <<http://www.ada.lt/>> [aplankyta 2011 02 13].
26. Valstybinė mokesčių inspekcija. *Elektroninis parašas*. <http://deklaravimas.vmi.lt/lt/Apie/Bendroji_informacija/Elektroninis_parasas.aspx> [aplankyta 2011 02 10].
27. *Vartotojų reikalai. Naujojo ES tyrimo duomenimis, atsisakoma vykdyti 60% tarpvalstybinės e. prekybos užsakymų* (2009 10 23). <http://www.vvtat.lt/popup2.php?ru=bS9tX2FydGljbGUvZmlsZXMvdl9hcnRpY2xlX3ByaW50LnBocA==&tmpl_name=m_article_print_view&article_id=519> [aplankyta 2011 01 12].
28. Wagner, Van Kendra. *Consumer Rights When Shopping Online*; <<http://www.2020site.org/n/consumer-rights-when-shopping-online.html>> [aplankyta 2011 02 03].

Nepublikuoti leidiniai

1. Lee, Ya-Ching. *Will self-regulation work in protecting online privacy?* Pranešimas, pristatytas kasmetiniame Tarptautinių Komunikacijų Asociacijos susitikime, San Diego, 2003.
2. *Vartotojų teisių apsaugos tarnyba. 2010 metų IV ketvirčio asmenų prašymų analizės ataskaita*. Vilnius, 2011.

16-74 m. amžiaus asmenys, kurie per paskutinius metus naudojosi e. prekyba asmeniniais tikslais, procentais

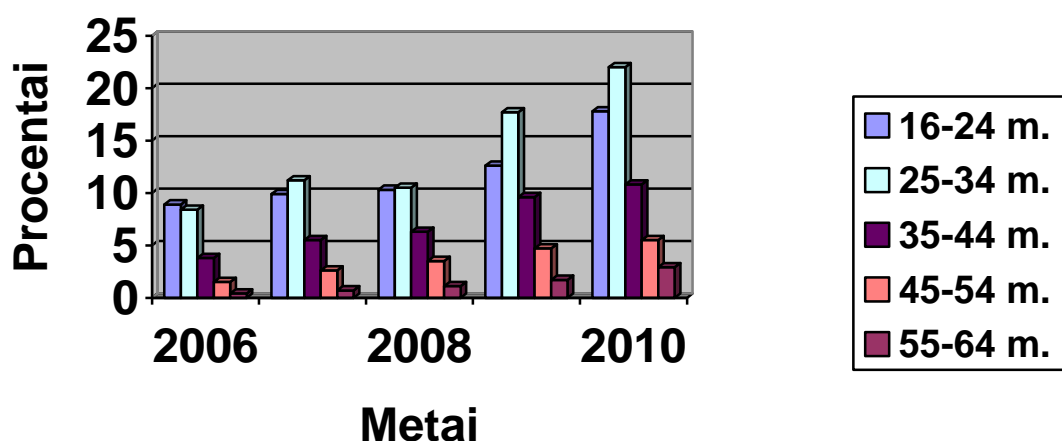


Diagrama rengta autorės, remiantis Lietuvos Respublikos Statistikos departamento duomenimis; <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280>>

Įmonės, per paskutinius metus naudojusios internetą e. prekybos tikslais, procentais

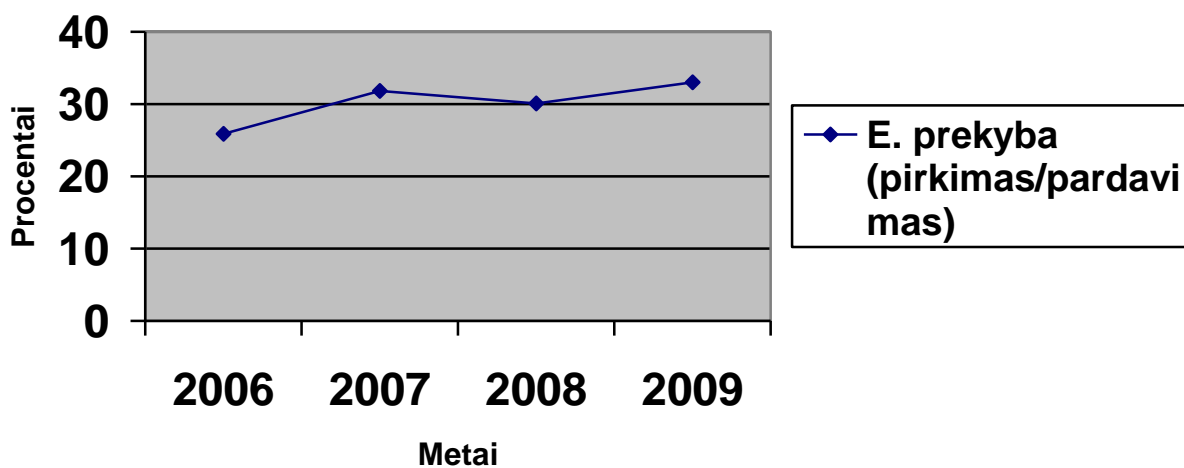


Diagrama rengta remiantis Lietuvos Respublikos Statistikos departamento duomenimis;
<<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280>>

16-74 m. amžiaus asmenys, kurie per paskutinius metus naudojosi e. prekyba asmeniniais tikslais

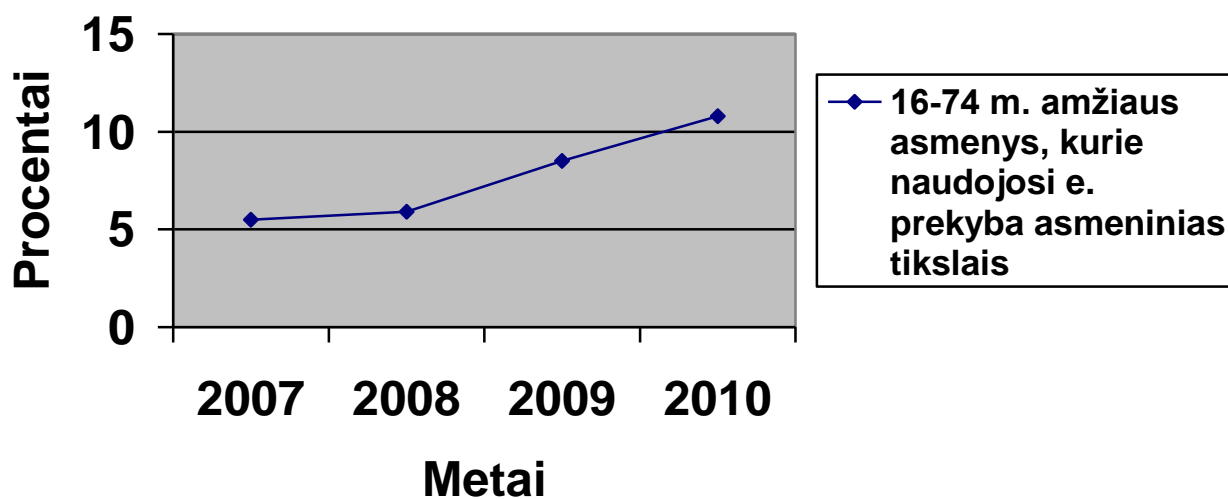


Diagrama rengta remiantis Lietuvos Respublikos Statistikos departamento duomenimis;
<<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280>>