

Vilniaus Universitetas

Filosofijos fakultetas

Informacijos visuomenės studijų centras

**VARTOTOJO APSAUGA ELEKTRONINĖS KOMERCIJOS
KONTEKSTE**

Vaidos Mačėnaitės

Informacijos visuomenės studijų
magistro darbas

Mokslinis vadovas: Dr. Zita Čeponytė

VILNIUS, 2006

TURINYS

IIVADAS.....	5
1. VARTOTOJŲ TEISIŲ REGULIAVIMAS.....	7
1.1. Istorinė raida.....	7
1.2. Vartotojų teisių gynimo institucijos ir organizacijos	10
2. VARTOTOJŲ TEISIŲ REGULIAVIMAS ELEKTRONINĖJE KOMERCIJOJE.....	12
2.1. Reglamentuojantys teisės aktai	12
2.2. Pagrindinės sąvokos ir principai	16
2.3. Elektroninė komercija Lietuvoje	22
3. SUTARTIES SUDARYMAS INTERNETE	28
3.1. Sutarties sudarymo internete ypatumai	28
3.2. Vartotojo teisė į informaciją sudarant sutartį	31
3.3. Vartotojų teisė į privatumą sudarant sutartis	35
3.4. Prekių pristatymas ir paslaugų teikimas.....	40
3.5. Teisė atsisakyti sutarties.....	41
4. KITI REIKALAVIMAI PARDUODANT PREKES IR PASLAUGAS INTERNETU	44
4.1. Nesąžiningos sutarčių sąlygos.....	44
4.2. Vartotojo teisė į saugias ir kokybiškas prekes bei paslaugas	47
4.3. Neteisminis vartotojų ir verslininkų ginčų nagrinėjimas	49
IŠVADOS	51
LITERATŪROS SĄRAŠAS.....	52

Paveikslų ir grafikų sąrašas:

1 pav. Elektroninės komercijos dalyvių ryšiai	18
2 pav. Elektroninės komercijos vertės grandinė	18
3 pav. Fiziniai asmenys kurie naudijosi internetu 2003- 2005m.	22
4 pav. Fiziniai asmenys, kurie naudojosi elektronine prekyba 2003- 2005m.....	23
5 pav. Įmonės, kurios pirko ir pardavinėjo prekes ir paslaugas internetu 2002- 2005m.	25
6 pav. Įmonės, turinčios internetą, kurios pirko ir pardavinėjo prekes ir paslaugas internetu 2002- 2005m.....	26
7 pav. Elektroninės sutarties sudarymo schema.....	29

Vartotojo apsauga elektroninės komercijos kontekste

Anotacija

Baigiamajame darbe nagrinėjama vartotojo apsauga elektroninės komercijos kontekste.

Analizuojami vartotojų apsaugos elektroninės komercijos kontekste pagrindiniai principai, nuostatos, reguliavimo elektroninės komercijos aplinkoje ypatumai bei pats elektroninės komercijos pagrindas- galimybė internete sudaryti teisiškai galiojančią sutarį. Taip pat aptariami Lietuvos ir ES teisės aktai siekiant išsiaiškinti jų naudingumą vartotojui ir pritaikymą Lietuvos teisinei sistemai. Analizuojama situacija Lietuvoje, tai kaip yra perkelti teisės aktai ir ginamos vartotojų teisės.

Darbo pabaigoje pateikiamos bendros išvados ir rekomendacijos.

E-commerce consumer protection

Summary

This final thesis analyses issues related with consumer protection in e-commerce.

In the context of consumer protection in e-commerce, the following issues have been touched upon, such as key principles, special regulations of security issues management in electronic environment, and the essence of electronic commerce – ability to conclude legally valid agreements on the internet. Lithuanian and EU legal instruments are also discussed in order to assess their value, sufficiency in law and their adaptability to Lithuania legal system. The thesis provides a situation analysis of how Lithuania ensures enforcement of the existing legal instruments and what actions have been taken to protect the rights of the consumers.

The thesis ends with general conclusions and recommendations.

IVADAS

Paskutinės kelios praeito šimtmečio dekados pasaulį sudrebino informacijos ir su ja susijusių procesų banga, kuri iššaukė informacinės visuomenės formavimąsi. Toks globalus reiškinys, kuomet beveik visos pasaulio valstybės vysto savo visuomenės transformavimo į naujo tipo visuomenę politiką, gali būti vadinamas *pasauliniu informacinės visuomenės kūrimu (Kompleksinė Y. Masuda'os informacijos visuomenės samprata.)*. XX – XXI amžiuje informacijai yra skiriamas ypatingas dėmesys, gal todėl šis laikotarpis dar yra vadinamas informacijos arba informacinių technologijų amžiumi. Šį procesą lemia naujos technologijos ir jų sukeltos globalinės inovacijos, kurios tiesiogiai įtakoja tiek individų, tiek pačios visuomenės ir galiausiai pačios valstybės ateities perspektyvas. Šiuolaikinė visuomenė tampa nebeįsivaizduojama be modernių informacijos apdorojimo, kaupimo ir perdavimo priemonių.

Įvykus šiam lūžiui ir išpopuliarėjus internetui, kibernetinė erdvė pasidarė natūralia komercinės veiklos aplinka. Daugelis įvairių kompanijų ir įmonių pradėjo siūlyti ir pardavinėti savo prekes bei paslaugas internetu, taigi, beveik visos komercinės veiklos rūšys sėkmingai pradėtos vystyti ir naujoje erdvėje. Taip formuojasi ir vis didesnę reikšmę įgauna elektroninė komercija.

Galima teigti, kad šiuo metu šios komercijos plėtra perėjo į antrą etapą, tai yra, komercija, kai informacinės technologijos naudojamos sudarant sandorius tarp verslo subjektų uždarose asmenų grupėse išankstiniu susitarimu, išauga į masinį verslą kuriame ryšio priemonės suteikia galimybes verslo subjektams pateikti savo prekes ar paslaugas neapibrėžtam masinių naudotojų spektrui, nepriklausomai nuo jų buvimo vietos. Ypač didelę reikšmę viešai pastebimai naujosios ekonomikos plėtrai turi informacinėmis technologijomis pateikiami produktai, skirti vartotojams, t.y. fiziniams asmenims, naudojantiems prekes ar paslaugas šeimos, asmeniniams ar namų ūkio reikmėms. Aišku, kad palyginus su pradiniu informacinių technologijų panaudojimu komercijai, ryšiai tarp komercijos subjektų- (pardavėjų, ar paslaugų teikėjų, bei vartotojų tampa mažiau tamprūs, subjektai turi mažiau informacijos vieni apie kitus, dėl subjektų masiškumo jie

yra sunkiau kontroliuojami. Šios priežastys lemia pasitikėjimo elektronine komercija trūkumą, kuris trukdo greitesnei ir efektyvesnei masinės elektroninės komercijos plėtrai.

Taip labai svarbus šiame kontekste tampa ir vartotojų apsaugos klausimas. Paprastame versle vartotojų teisės pradėtos ginti šeštame-septintame dešimtmetyje (Europoje) kai daugelis šalių patvirtino teisės aktus reglamentuojančius jų apsaugą, tuo tarpu elektroninėje komercijoje tai užtikrinti sudėtingiau, nes elektroninė komercija pasižymi daugeliu specifinių savybių tokių kaip globalumas, reguliavimo tarptautiškumas, tamprių, kontaktų stoka, masiškumas.

Informacija, susijusi su asmens privačiu gyvenimu, naujosios ekonomikos kontekste tampa preke, turinčia didelę komercinę vertę. Suvokiant tokios asmeninės informacijos vertę, nenuostabu, kodėl dauguma komercinių subjektų linkę nepaisyti reikalavimo gerbti žmogaus teisės į privatumą. [28]

Darbe keliami šie uždaviniai:

- Išanalizuoti vartotojų apsaugos elektroninės komercijos kontekste pagrindinius principus, nuostatas ir reguliavimo elektroninės komercijos aplinkoje ypatumus.
- Išnagrinėti šiuo metu Lietuvoje galiojančius (ir anksčiau galiojusius) teisės aktus, ginančius vartotojų teises, taip pat lyginant juos su ES teisės aktais bei direktyvomis, siekiant įvertinti jų naudingumą vartotojui ir pritaikymą Lietuvai;
- Iširti kaip yra taikomi esami teisės aktai ir ginamos vartotojų teisės Lietuvoje.

Darbe naudojami metodai:

- dokumentų analizės metodas (darbe analizuojama specialioji teisinė literatūra bei galiojantys teisės aktai);
- lyginamasis metodas (darbe lyginami Europos sąjungos bei Lietuvos patirtis bei teisės aktai);
- loginis metodas, kuris bus reikalingas atskleidžiant šio darbo tyrimo tikslą, aiškinant teisės normų turinį bei pateikiant apibendrinimus ir išvadas;

1. VARTOTOJŲ TEISIŲ REGULIAVIMAS

1.1. Istorinė raida

Būtinybė ginti vartotojų teises Europoje iškilo šeštame-septintame dešimtmetyje. Ir nors Romos sutartyje (1957 m. *Europos bendrijos steigimo sutartis, Roma (The Treaty establishing the European Economic Community (EEC))*) šis reguliavimas dar nebuvo įtvirtintas per Paryžiaus viršunių susitikimo 1974 metais gruodžio mėnesį Paryžiuje, Bendrijos valstybių ir vyriausybių vadovai pirmą kartą sutarė, kad būtina imtis politinių priemonių šioje srityje. Po šio susitikimo komisija pristatė programą ginančią vartotojų teises, joje buvo įtvirtintos pagrindinės vartotojų teisės:

- Teisė į sveikatos apsaugą ir saugumą;
- Teisė į ekonominių interesų apsaugą;
- Teisė į žalos atlyginimą;
- Teisė į informaciją ir švietimą;
- Teisė į atstovavimą;

Programa pabrėžė ir įtvirtino sektorinį vartotojų teisių reguliavimo principą specifinėse Europos Sąjungos reguliavimo srityse kaip ekonomikos, žemės ūkio, aplinkos, transporto ir energijos politikoje. Kita programos dalis įtvirtino būtinybę sureguliuoti bendruosius vartotojų apsaugos principus bei teises, kaip klaidinanti reklama, nesąžiningos sutarčių sąlygos, prekių žymėjimas ir pan.

1992 m. vasario 7 d. Maastrichto sutartimi vartotojų apsaugos politika buvo įtvirtinta kaip viena iš svarbiausių tikslų Europos Sąjungoje. Pagrindiniai sutarties principai teigia, kad bendrija turi prisidėti prie vartotojo apsaugos stiprinimo, taip pat įtvirtino pagrindines vartotojų apsaugos teisinio reguliavimo ribas. Šios sutarties įgyvendinimas lėmė įvairių Žaliųjų knygų (finansinių paslaugų, maisto teisės, vartotojiškų prekių pardavimo ir garantijų srityse) bei kitų iniciatyvų (nuotolinės prekybos (*distance*) sutarčių, lyginamosios reklamos ir tarptautinių (*cross-border*) pervedimų srityse) priėmimą.

1996-1998 metais Europos Komisija nustatė prioritetus šiose srityse:

- finansinės paslaugos, esminės komunalinės paslaugos ir maisto produktai (vartotojiškas kreditas, atsiskaitymo priemonės, vartotojų sveikata);
- vartotojų švietimas, skatinant informacinės visuomenės vystymąsi;
- pagalba rytų Europos ir besivystančioms valstybėms sukurti į vartotojus orientuotą politiką.

1999 - 2001 metais buvo priimtas veiksmų planas (*Council Resolution of 28 June 1999 on Community consumer policy 1999 to 2001, O.J. C 206, 21/07/1999 p. 0001-0003*), kuriame buvo įtvirtintos šios pagrindinės Europos Sąjungos veiklos kryptys vartotojų apsaugos srityje:

- sveikatos ir saugumo, ekonominių ir teisinių interesų srityje - produktų ir paslaugų sauga, vartotojų veiklos ir interesų tyrimas, rinkos skaidrumas ypatingai informacinės visuomenės, elektroninės komercijos, nuotolinių sutarčių, finansinių paslaugų sferoje, efektyvus žalos atlyginimas;
- efektyvesnio teisių įgyvendinimo suteikimas vartotojui – vartotojų organizacijų stiprinimas, vartotojų švietimas, dialogo tarp vartotojų ir verslo bei savanoriškų sutarčių tarp jų skatinimas, vartotojų atstovavimo efektyvumo skatinimas;
- integracijos – užtikrinimas, kad vartotojų apsaugai skirtas reguliavimas yra tinkamai suprantamas ir vykdomas;
- tarptautiniuose santykiuose – skirti didesnę dėmesį dvišaliams bei daugiašaliams susitarimams, susijusiems su vartotojų ekonomiais ir teisiniais interesais.

2002-2006 m. ES vartotojų politikos strategijoje (*Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions - Consumer Policy Strategy 2002-2006//COM(2002) 208 final*) konstatuojama, kad ES vartotojų politika, atsižvelgiant į Europos Bendrijos sutarties principus, turėtų:

- užtikrinti esminius sveikatos ir saugos standartus. Turi būti užtikrinta, kad rinkai pateikti gaminiai ir paslaugos būtų saugūs bei vartotojai turi būti apsaugoti nuo pardavėjų ir paslaugų teikėjų piktnaudžiavimo;

- įgalinti vartotojus suprasti su jais susijusias strategijas ir prisidėti prie šių strategijų;
- sukurti vieningą bendrą aplinką, užtikrinančią, kad vartotojai, nepaisydami valstybių sienų, galėtų saugiai pirkti visoje Europoje;
- užtikrinti, kad vartotojų problemos būtų sistemingai įtraukiamos į visas susijusias ES politikos sritis nuo aplinkos apsaugos ir transporto iki finansinių paslaugų ir žemės ūkio.

Šiuo metu Europos Sąjungos direktyvos vartotojų teisių gynimo srityje apima dvi pagrindines kategorijas: "bendrai taikomas direktyvas ir direktyvas, įtvirtinančias vartotojų teisių apsaugą specifiniuose sektoriuose arba specialius pardavimo metodus" (*Green paper on European Union Consumer Protection, Brussels, 2.10.2002, COM (2001) 531 final*). Bendrosios direktyvos yra: direktyva dėl lyginamosios reklamos, direktyva dėl kainų nurodymo ant vartotojams siūlomų produktų, direktyva dėl nesąžiningų sąlygų sutartyse su vartotojais, direktyva dėl atsakomybės už nesaugius produktus bei kiti teisės aktai. Pardavimo metodus įtvirtinančios taisyklės: direktyvos dėl maisto produktų, medicinos produktų, direktyva skirta apsaugoti vartotojui ir kitos.

Nors Lietuvoje iki nepriklausomybės atkūrimo vartotojų teisių apsauga nebuvo išskiriama į atskirą sritį, dabar tai jau tapo svarbia teisinio reguliavimo sfera. 1994 m. lapkričio 10 d. buvo priimtas Lietuvos Respublikos vartotojų teisių gynimo įstatymas. Šis įstatymas nustatė vartotojų teises, taip pat reglamentavo vartotojų ir prekių pardavėjų, gamintojų bei paslaugų teikėjų santykius [2], Tačiau šiame įstatyme dar nebuvo numatyta atsakomybė už įstatymo nuostatų nesilaikymą. Iki įsigaliojant šiam įstatymui, vartotojų teises bendrai reglamentavo Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas, administracinės teisės normos, Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymas).

Lietuvai integruojantis į ES, į Lietuvos teisinę sistemą buvo perkelti ES teisės aktai, susiję su vartotojų apsauga. 2000 m. buvo parengtas naujo Vartotojų teisių gynimo įstatymo projektas, kuris įsigaliojo 2001 m. sausio 1 d. - taip pat nemažą dalį su vartotojų apsauga susijusių normų įtvirtina ir 2000 m. liepos 18 dienos įstatymu patvirtinto Lietuvos Respublikos civilinio kodekso šeštoji knyga. Minėtas kodeksas reglamentuoja vartojimo

sutartis: sudaromas ryšio priemonėmis, vartojimo kredito ir kt. Lietuvai integruojantis į ES, buvo išleista ir daug kitų vartotojų teises ginančių įstatymų pvz.: Lietuvos Respublikos produktų saugos įstatymas, Lietuvos Respublikos maisto įstatymas, Lietuvos Respublikos geriamo vandens įstatymas, Lietuvos Respublikos draudimo įstatymas ir kiti.

Šiuo metu Lietuva turi nusistačiusi ir savo vartotojų apsaugos prioritetus. 2003 m. lapkričio 11 d. priimtu Lietuvos Respublikos vyriausybės nutarimu buvo patvirtinta “Valstybinė vartotojų teisių apsaugos strategija” ir išskelti tikslai bei uždaviniai 2003 – 2006 metams. Dokumentas nurodo, kad vartotojų apsauga turi būti vykdoma šiomis kryptimis:

- maisto produktų sauga;
- ne maisto prekių ir paslaugų sauga ir kokybė;
- ekonominių interesų gynimas.

Tuo pačiu nutarimu buvo patvirtinta ir “Lietuvos nacionalinė vartotojų švietimo programa”, kurios prioritetinės kryptys yra:

- vartotojų švietimo sistemos kūrimas;
- vartotojų ugdymas;
- vartotojų informavimas ir konsultavimas. [31]

1.2. Vartotojų teisių gynimo institucijos ir organizacijos

Lietuvos Respublikos vartotojų teisių gynimo įstatymas nustato, kad vartotojas turi teisę kreiptis į valstybės, savivaldybių, institucijas ir įstaigas, visuomeninės vartotojų teisių gynimo asociacijas dėl pažeistų teisių gynimo.

Vartotojų teisių gynimo institucijos paprastai yra valstybės įsteigtos vartotojų gynimo institucijos ir teismai. Vartotojų teisių gynimo asociacijos - nevyriausybinės, pačių vartotojų įsteigtos organizacijos, jų asociacijos.

Lietuvoje pagrindinės valstybinės vartotojų teisių gynimo institucijos yra:

- Nacionalinė vartotojų teisių apsaugos taryba prie Teisingumo ministerijos,
- Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės;
- Valstybinė ne maisto produktų inspekcija prie Ūkio ministerijos.

Šios institucijos priima ir tiria vartotojų skundus, gali priimti sprendimus, perduoti nagrinėti teismui.

Lietuvoje šiuo metu yra apie penkiolika pastoviai veikiančių ir vartotojų teises ginančių asociacijų:

- Lietuvos nacionalinė vartotojų federacija;
- Lietuvos vartotojų asociacija;
- Alytaus vartotojų organizacija;
- Vakarų Lietuvos vartotojų federacija;
- Lietuvos vartotojų institutas;
- Vartotojų teisių gynimo centras;
- Lietuvos vartotojų sąjunga,
- Šiaulių vartotojų federacija;
- Nacionalinė vartotojų konfederacija;
- VO "Atviras kodas Lietuvai";
- Kauno pilietinės bendruomenės centras "Dainava";
- asociacija "Vartotojų forumas"
- ir kitos.

Šios organizacijos turi teisę tikrinti prekių ir paslaugų kokybę savo laboratorijose, teikti valstybės ir savivaldybių institucijoms pasiūlymus, vartotojų prašymu pareikšti ieškinius teisme.

Praeitų metų liepos 15 d. Lietuvos Respublikos Vyriausybei priėmus nutarimą "Dėl finansinės paramos vartotojų teises ginančioms asociacijoms teikimo taisyklės" ir patvirtinus "Finansinės paramos vartotojų teises ginančioms asociacijoms teikimo taisyklės", valstybė finansiškai remia vartotojų teises ginančias organizacijas.

Europos mastu šiuo metu veikia:

- Europos vartotojų asociacija (AEC);
- Europos Vartotojų atstovavimo standartizavimo procese asociacija (ANEC)
- Europos vartotojų organizacija (*The European Consumers Organisation*)

Tarptautiniu mastu aktyviausiai veikia:

Consumers International organizacija

2. VARTOTOJŲ TEISIŲ REGULIAVIMAS ELEKTRONINĖJE KOMERCIJOJE

2.1. Reglamentuojantys teisės aktai

Elektroninių ryšio priemonių plėtra Europoje ir naujo komercijos stiliaus išsivystymas sąlygojo nepaprastą komercinių galimybių vartotojams išsiplėtimą. Tuo pačiu vartotojams tapo svarbu žinoti, kad nepriklausomai nuo sutarties sudarymo būdo, jų teisės bus tinkamai apgintos. Dėl šios srities ypatumų bei naujo santykių pobūdžio, bendrasis vartotojų teisių reglamentavimas Europos Sąjungoje buvo pripažintas nepakankamu, todėl nutarta sukurti specialias tik šiai sričiai taikytinas teisės normas.

Vienas iš svarbiausių principų - įtvirtintas Europos Sąjungos 1997 metais išleistoje Elektroninės komercijos iniciatyvoje (*A European Initiative in Electronic Commerce, Brussels, Communication to the European Parliament, the Council, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions COM(97)157*). Šis dokumentas teigė, kad vartotojų saugumas elektroninėje komercijoje turi būti pasiektas reguliavimo sistemos, atitinkančios naujausius vartotojų poreikius, pagalba. Todėl Europos Sąjungoje buvo pasirinktas bendrasis reguliavimo metodas, paliekant bendrus vartotojų reguliavimo teisės aktus bei priimant specialiuosius teisės aktus, pritaikytus vartotojų apsaugai elektroninės komercijos srityje, laikantis ekvivalentiškumo principo, reikalaujančio vartotojų teises vertinti taip pat ir įprastuose, ir informacinių technologijų sukuriamuose santykiuose.

1999 m. sausio 19 d. buvo priimta rezoliucija informacinės visuomenės vartotojų aspektu (*Council Resolution of 19 January 1999 on the Consumer Dimension of the Information Society, O.J. C 023, 28/01/1999 p. 0001-0003*). Rezoliucija įtvirtino, kad nors informacinės visuomenės plėtra sukuria vartotojams daug privalumų, bet ji taip pat sukuria naujas komercines situacijas, kurios yra jiems nepažįstamos ir kur jų interesai gali atsidurti pavojuje. Rezoliucija išskiria, kad vartotojams labiausiai rūpi šie klausimai:

- prieinamumas kainos ir techninių galimybių prasme;
- patogumas naudotis technine ir programine įranga ir įgūdžiai būtini ja naudotis;
- skaidrumas apimant informacijos kiekybę ir kokybę;
- sąžininga rinkodara, pasiūlymai ir sutarčių sąlygos;
- vaikų nuo netinkamo turinio apsauga;

- mokėjimo sistemų saugumas, apimant ir elektroninį parašą;
- kokios teisės taisyklės yra taikytinos vartotojų operacijoms naujoje aplinkoje, kurios susijusios su teises pasirinkimu ir egzistuojančių nuostatų taikymu;
- prevencinės (*responsibility*) ir prievolinės (*liability*) atsakomybės paskirstymas;
- privatumas ir asmens duomenų apsauga;
- galimybė pasinaudoti efektyviomis žalos atlyginimo ir ginčų sprendimo sistemomis;
- informacinės technologijos kaip įrankis informavimui ir švietimui.

Rezoliucija įtvirtina, kad dalyvavimui informacinėje visuomenėje svarbiausias yra vartotojų pasitikėjimas. Siekiant užtikrinti vartotojų pasitikėjimą rezoliucija išskiria šiuos pagrindinius aspektus:

- skaidrumas ir teisė gauti pakankamą ir patikimą informaciją iki ir kur įmanoma po operacijos atlikimo, ypač informaciją įrodančią tiekėjo tapatybę ir informaciją būtiną įrodyti kiekvieną įvykusios operacijos autentiškumą;
- nediskriminavimas įsigyjant produktus ir paslaugas, ir pažeidžiamų vartotojų poreikių apsvaistymas;
- vartotojų apsauga nuo nepageidaujamos, klaidinančios ir nesąžiningos rinkodaros, apimant reklamą ir pagalbą vartotojams atrinkti turinį ryšio sistemose, suteikiant patikimas priemones;
- vartotojų ekonominių interesų apsauga atsižvelgiant į tinkamą atsakomybės ir rizikos padalijimą, kas ypač įtakoja tiekėjo atsakomybę, pasirenkant elektronines priemones prekybai ir ypač apimant sąlygas, būtinas vartotojui priimti gerai apsvaistytus sprendimus;
- vartotojo sveikatos, saugumo ir privatumo, apimant apsaugą nuo neteisėtos asmeninės informacijos panaudojimo;
- vartotojų informavimas ir švietimas įgalinantis juos išvystyti tinkamus įgudžius;
- vartotojų konsultavimas įdiegiant naujas strategijas ir reguliavimo mechanizmus;
- vartotojų interesų atstovavimas atitinkamose monitoringo ir priežiūros institucijose.

Šios rezoliucijos pagrindu buvo priimta nemažai teisės aktų. Svarbiausias vartotojų apsaugos elektroninėje komercijoje ES teisės aktas yra direktyva 97/7/EB Dėl vartotojų teisių apsaugos nuotolinės prekybos sutarčių atžvilgiu (*Directive 97/7/EC of the European Parliament*

and of the Council of 20 May 1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts, O.J.L144, 04/06/1997 p0019-0027). Ši direktyva buvo priimta atsižvelgiant į 1992 m. gegužės 20 d. Komisijos teikimą (- *Proposal for a COUNCIL DIRECTIVE on the protection of customers in respect of contracts negotiated at a distance (distance selling)*, O.J.C156 23-JUN-92 014) 1992 m. lapkričio 25 d. Ekonomikos ir socialinių reikalų komiteto nuomonę (*OPINION OF THE ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE ON THE PROPOSAL FOR A Council Directive on the protection on consumers in respect of contracts negotiated at a distance (distance selling)*, O.J. C019 25-JAN-93 111), bei ES sutartį. Taip pat labai svarbūs ir bei jos 2002m. (*Directive 2002/65/EC of the European Parliament and the Council of 23 September 2002 concerning the distance marketing of consumer financial services OJ L 271, 09.10.2002*) ir 2005m. (*Directive 2005/29/EC of the European Parliament and the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directive 97/7EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council ("Unfair Commercial Practices Directive")*, OJ L 149/22, 11.6.2005). Ši direktyva bei jos pakeitimai įtvirtina pagrindines nuotolinių sutarčių sudarymo bei jas sudarančių vartotojų apsaugos nuostatas ir reikalavimus.

Kitas ES teisės aktas, nagrinėjantis elektroninę komerciją ir jos ypatumus, o tuo pačiu ir iš dalies vartotojų apsaugą yra direktyva 2000/31/EC Dėl tam tikrų informacinės visuomenės paslaugų teisinių aspektų ("Elektroninės komercijos direktyva") (*Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ("Directive on electronic commerce")*). Šios direktyvos pagrindinis tikslas – laisvo informacinės visuomenės paslaugų - judėjimo tarp ES valstybių narių užtikrinimas bei informacinės visuomenės paslaugų teikėjų atsakomybės nustatymas.

Finansinių paslaugų teikimą vartotojams ryšio priemonių pagalba reglamentuoja speciali Direktyva 2002/65/EB dėl nuotolinės prekybos vartotojamsskirtomis finansinėmis paslaugomis, ir iš dalies pakeičianti Taybos direktyvą 90/619/EEB bei Direktyvas 97/7/EB ir 98/27/EB.

Nagrinėjant vartotojo apsaugą labai svarbi ir Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 95/46/EB dėl asmenų apsaugos tvarkant asmens duomenis ir dėl laisvo tokių duomenų judėjimo. Šia direktyva siekiama dviejų tikslų:

- apsaugoti fizinių asmenų privatumo teisę
- nevaržyti ir nedrausti laisvo asmens duomenų judėjimo tarp valstybių narių dėl priešasčių susijusių su asmens duomenų apsauga. [25]

Lietuvos Respublikoje reikėtų išskirti jau minėtą Lietuvos Respublikos vartotojų teisių gynimo įstatymą, bei jo šeštąjį skirsnį "Prekių pardavimas ir paslaugų teikimas pagal sutartis, sudaromas naudojant ryšio priemones", taip pat šio įstatymo, Lietuvos Respublikos civilinio kodekso 6.366 straipsnio ("Daiktų pardavimas pagal sutartis, sudaromas naudojant ryšio priemones") bei Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2000 m. gruodžio 27 d. nutarimo Nr. 1506 "Dėl Lietuvos Respublikos civilinio kodekso įgyvendinimo priemonių plano patvirtinimo" pagrindu 2001 m. rugpjūčio 17 d. priimta Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymą Nr. 258 "Dėl daiktų pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartys sudaromos naudojant ryšio priemones, taisyklių patvirtinimo". Nors aukščiau minėti teisės aktai buvo priimti įgyvendinant ES nuotolinių sutarčių direktyvos 97/7/EB nuostatas, netikslus vertimas salygojo kai kurių direktyvos normų iškraipymą.

Paminėtina tai, kad 2001 m. buvo parengtas Lietuvos Respublikos elektroninės prekybos įstatymas. Tačiau diskutuojant dėl jo reikalingumo buvo iškelta idėja, kad projekte išdėstyta norma galima būtų tiesiog inkorporuoti į kitus įstatymus ir elektroninės prekybos įstatymas nebuvo priimtas.

2001m. vasario 28 d. buvo priimtas Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas, kuriuo buvo patvirtinta Lietuvos nacionalinė informacinės visuomenės plėtros koncepcija – bendro pobūdžio, informacinės visuomenės plėtros tikslus bei uždavinius nustatantis teisės aktas. Koncepcijoje buvo išdėstyta požiūris į Lietuvos informacinės visuomenės plėtros reiškinius: suformuluoti tikslai ir uždaviniai, pateikti prioritetai, aprašyti laukiami rezultatai. Joje buvo atsižvelgta į Lietuvos specifines sąlygas ir elektroninės Europos politinės iniciatyvos keliamus svarbiausius tikslus - užtikrinti, kad procesas būtų socialiai patrauklus, skatintų vartotojų pasitikėjimą ir stiprintų socialinę sanglaudą.

2002 m. Balandžio 10 d. buvo patvirtintas Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymas "Dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų ypač elektroninės komercijos, teikimo vidaus rinkoje reglamento patvirtinimo". Šiuo įsakymu buvo iš esmės perkeltos ES Elektroninės komercijos direktyvos nuostatos. Tačiau dėl šio įsakymo vėl kilo diskusijos, vargu ar informacinės visuomenės kontekste galima išskirti "vidaus rinką", juk paslaugos tiekėjas gali būti įsisteigęs Lietuvoje arba teikti paslaugas už Lietuvos ribų. Nors be kitų pastabų, ši pastaba buvo nurodyta 2002 m. balandžio 5 d. Europos teisės departamento rašte Nr. 04-38-278 Ūkio ministerijai "Išvada dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teikimo vidaus rinkoje reglamento projekto atitikimo Europos Sąjungos teisei", projektas nebuvo ištaisytas. Taigi galima pastebėti, kad šis įsakymas, kaip ir nemažai kitų teisės aktų Lietuvoje, buvo priimtas gana skubotai siekiant bet kuriuo būdu įtvirtinti ES teisės normas, gerai neišsiaiškinus ir nepritaikius jų Lietuvai.

2.2. Pagrindinės sąvokos ir principai

Iki šiol nėra bendro ir visuotinai pripažinto elektroninės komercijos apibrėžimo. Dar visai neseniai elektroninė komercija reiškė ne daugiau kaip tradicinį apsikeitimą duomenimis - EDI (*Electronic Data Interchange*), tačiau per paskutinius metus interneto komercializacijos įtakoje, elektroninė komercija ėmė apėpti vis naujesnes technologijas. Ir nors įvairių šaltinių pateikiami apibrėžimai labai skiriasi, vis daugiau autorių elektroninę komerciją apriboja mažmenine prekyba vartotojams, kurių atžvilgiu sandoris ir mokėjimas vyksta atviruose tinkluose pvz.: internete.

Kalbant apie elektroninę komerciją svarbu apibrėžti ir kaip ši sąvoka yra suprantama ES ir Lietuvos teisės aktuose.

Europos Komisijos Elektroninės komercijos iniciatyvoje elektroninė komercija apibrėžiama kaip verslo vykdymas elektroniniu būdu. "Ji yra pagrįsta duomenų elektroniniu tvarkymu bei persiuntimu, apimant tekstą, garsą ir vaizdą. Ji apima skirtingą veiklą: elektroninę prekybą ir paslaugų teikimą, skaitmeninio turinio pristatymą, elektroninį lėšų persiuntimą, elektroninę prekybą vertybiniais popieriais, elektroninius važtaraščius

(konosamentus), komercinius aukcionus, bendrą dizainą ir inžineriją, internetinį tiekimą, viešuosius pirkimus, tiesioginę rinkodarą ir paslaugas po pirkimo sutarčių sudarymo. Ji apima ir produktus (pvz. vartotojiškas prekes, specializuotą medicininę įrangą ir paslaugas (pvz. informavimo paslaugas, finansines ir teises paslaugas); tradicinę veiklą (pvz. sveikatos apsaugą švietimą ir naujo pobūdžio veikla. (pvz. virtualias parduotuves)".

Vadovaujantis minėta iniciatyva galima išskirti dvi pagrindines elektroninės komercijos rūšis:

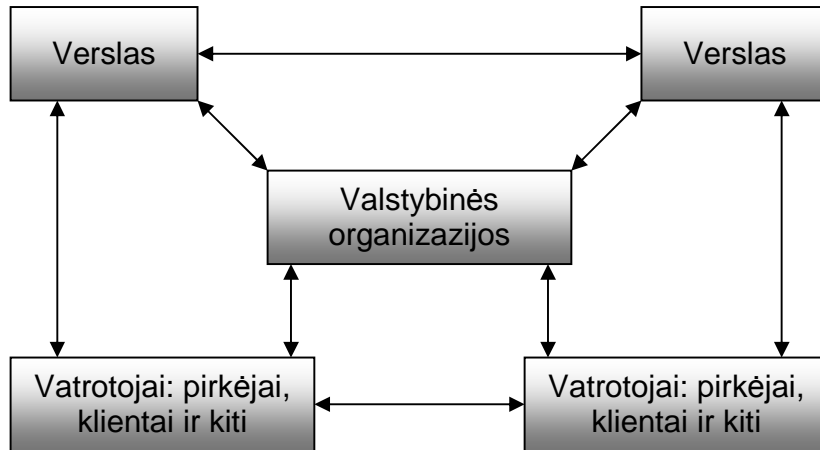
- netiesioginę elektroninę komerciją- kuri apima elektroninį apčiuopiamų (materialių prekių užsakymą, kuris gali būti pristatomas fiziškai naudojant tradicines priemones, kaip pašta, ar komercinius kurjerius;
- tiesioginę elektroninę komerciją - neapčiuopiamų (nematerialių) prekių ir paslaugų užsisakymą, apmokėjimą už jas ir pristatymą internetu, kaip kompiuterių, programinės įrangos, pramoginio turinio arba informacinių paslaugų globaliu mastu" [39]

Lietuvos Elektroninio verslo plėtros koncepcija apibrėžia, kad "E-komercija apima tokius procesus, kaip ryšiai su vartotojais, tiekėjais ir išoriniais partneriais, įskaitant pardavimus, marketingą užsakymų priėmimą pristatymą, vartotojų aptarnavimą, žaliavų pirkimą, tiekimą, atsiskaitymus".

Bendrajai prasme elektroninę komerciją galima būtų apibūdinti taip: "tai - komercinė veikla, susijusi su prekių ir paslaugų pirkimu-pardavimu ir kitomis verslo transakcijomis, kurių dalyviai yra nebūtinai toje pačioje fizinėje vietoje [...] ir todėl pasitelkia telekomunikacines priemones." [27]

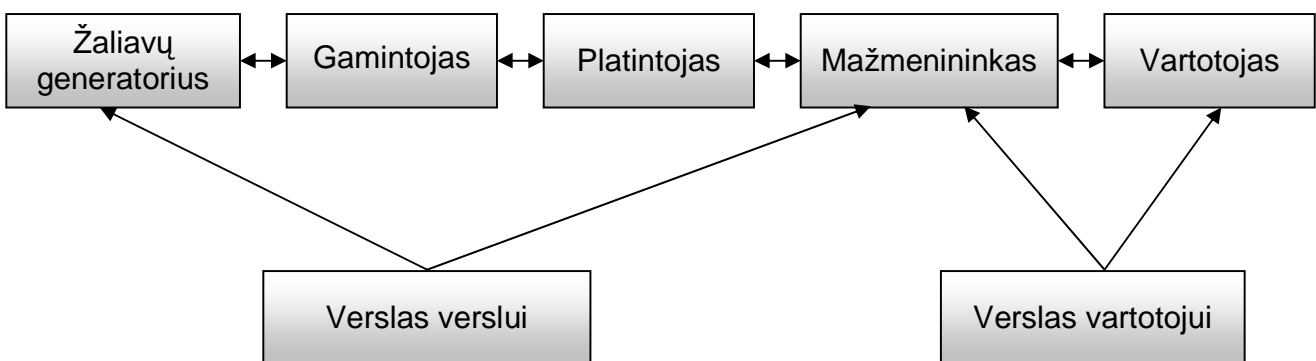
Elektroninę komerciją galima skirstyti į šias pagrindines kategorijas:

- b2b (verslas verslui - *business to business*);
- b2c (verslas vartotojui - *business to consumer*);
- b2pg (verslas valstybės institucijai - *business to public government*);
- c2c (vartotojas vartotojui - *consumer to consumer*);
- c2b (vartotojas verslui - *consumer to business*);
- c2pg (vartotojas valstybės institucijai - *consumer to public government*).



1 pav. Elektroninės komercijos dalyvių ryšiai

Šiame darbe nagrinėjama b2c (verslas vartotojui) kategorija, kadangi čia kaip tik ir atsiskleidžia pagrindinių vartotojų teisių apsaugos elektroninėje komercijoje reglamentavimo būtinybė. Be to, iš visų po to sekančių apibrėžimų matome jog vartotojas visur apibūdinamas tik kaip fizinis asmuo. Žinoma, įvardinta ir nagrinėjama kategorija yra tik nedidelė elektroninės komercijos dalis, bet būtent šioje vietoje iškyla vartotojo apsaugos problema.



2 pav. Elektroninės komercijos vertės grandinė

Vartotoją ES direktyva 97/7/EB Dėl vartotojų teisių apsaugos nuotolinės prekybos sutarčių atžvilgiu įvardija kaip bet koki fizinį asmenį, kurio veikla sutarčių, kurioms taikoma ši direktyva, atžvilgiu, nėra susijusi su jo užsiimama prekyba, verslu ar profesija.

Lietuvos Respublikos vartotojų teisių gynimo įstatymas įtvirtina, kad "vartotojas - fizinis asmuo, kuris pareiškia norą pirkti, perka ir naudoja prekę ar paslaugą savo asmeniniams ar namų ūkio poreikiams." Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas vartotoją apibrezia taip pat, tik patikslina, kad minėti poreikiai neturi būti susiję su fizinio asmens verslu ar profesija.

Bendrasis principas įtvirtina, kad vartotoju gali būti tik fizinis asmuo, kai jis įsigyja prekę ar paslaugą savo asmeniniam ar šeimos galutiniam vartojimui. Kadangi pripažįstama, kad juridiniai asmenys turi didesnę galimybę gintis savarankiškai, jie nėra laikomi vartotojais. Tačiau kai kuriose valstybėse vartotojais yra laikomi ir specifiniai juridiniai asmenys, nevykdantys komercinės veiklos ir nesiekiantys pelno, kaip religinės, visuomeninės organizacijos.

Apibendrinant galima teigti, kad kaip ir kitose srityse, taip ir elektroninėje komercijoje, sprendžiant ar asmuo pripažintinas vartotoju, teises aktai nurodo atsizvelgti i du dalykus:

- subjektą (tik fizinis asmuo);
- prekės ar paslaugos įsigijimo tikslą (asmeniniam ar šeimos galutiniam naudojimui).

Remiantis Europos tyrimų projekto elektroninės komercijos srityje ECLIP (*Electronic Commerce Legal Issues Platform*) 2000 m. ESPRIT projektas 27028 "Teisiniai Elektroninės komercijos aspektas - praktinis gidas smulkioms ir vidutinėms įmonėms" galima išskirti šiuos Europos Sąjungos doktrinoje įtvirtintus vartotojų apsaugos elektroninėje komercijoje principus:

Skaidrumą – kaip fundamentalų, ikisutartinių, ir sutartinių santykių principą. Šis principas turi būti taikomas verslu užsiimančiam asmeniui, jo veiklai, tiekėjo siūlomoms prekėms ir paslaugoms, sutarties sudarymui ir vykdymui. Šis principas pirmiausia turi būti įgyvendintas pateikiant informaciją, kuri privalo būti pateikta visa, aiškiai suvokiama ir aiškiomis ir suprantamomis priemonėmis, nenaudojant žargono ar neaiškios teisinės kalbos.

Tiekėjas turi sudaryti galimybę vartotojui susipažinti su kuo išsamesne informacija apie patį verslu užsiimanti asmenį bei jo vykdomą veiklą iš karto vartotojui aplankius jo internetinę svetainę. Joje turi būti pateikta išsami ir aiški informacija apie siūlomas prekes ir paslaugas. Be to, ši informacija turi būti prieinama vartotojui bet kurioje sutarties sudarymo stadijoje. Taip pat prieš

sudarant sutartį vartotojui turi būti suteikta teisė susipažinti su sutarties sąlygomis, tai gali būti padaryta vienu iš būdų:

pirmoji sistema - "nuorodos sakiny s be Internetines nuorodos" - šiuo atveju tiekėjas daro nuorodą į sutarties terminus ir siūlo vartotojui užsisakyti šią informaciją paštu arba elektroniniu paštu. Tokia nuoroda turėtų būti užsakymo formos apačioje paryškinta arba mirksinti;

antroji sistema - "nuorodos sistema su Internetine nuoroda" - leidžianti vartotojui sužinoti sutarties sąlygas automatiškai paspaudus ant Internetinės nuorodos;

trečioji sistema - "dialogo forma" - automatiškai leidžia vartotojui peržiūrėti sutarties sąlygas prieš ją sudarant. Įgyvendinama klausimų ir atsakymų forma ši sistema yra viena populiariausių. Ji leidžia įsitikinti, kad vartotojas susipažins su sąlygomis prieš sudarydamas sutartį.

Skaidrumo principas turi būti įgyvendinamas ir sudarius sutartį - pateikiant sutarties sudarymo patvirtinimo informaciją (informaciją apie atsisakymą, tiekėjo verslo vietą nusiskundimams siųsti, posutartines paslaugas, garantijas, sutarties nutraukimo sąlygas). Patvirtinimas turi būti atsiųstas elektroniniu paštu, iš pradžių patikrinus, kad vartotojui šis el. pašto adresas priklauso. Jei ne - kitomis patikimomis priemonėmis. Be patvirtinimo informacijos, vartotojui turėtų būti suteikta galimybė išsaugoti sutarties sudarymo procedūrą, bei jos turinį ateičiai.

Taip pat vartotojui turi būti suteikta informacija apie apmokėjimo sistemą, apsaugos lygį, susijusius papildomus mokesčius, kurie gali atsirasti vykdant apmokėjimą. Vartotojui taip pat turi būti pateikta smulki informacija apie tai, kaip sutartis bus vykdoma.

Sąžiningo verslo praktika – tai principas, įgyvendinamas iš esmės dviejose srityse: komercinėje komunikacijoje ir nuotolinėse sutartyse. Jis reiškia, kad tiekėjai, užsiimantys elektronine komercija, privalo atsižvelgti į vartotojų interesus ir vykdyti sąžiningą verslo ir marketingo praktiką nenaudoti nesažiningų sutarčių sąlygų, užtikrinti vartotojo privatumą ir duomenų apsaugą.

Visa komercinė komunikacija turi būti lengvai identifikuojama. Tiekėjas neturėtų siųsti vartotojui komercinės informacijos be vartotojo sutikimo. Jis taip pat privalo laikytis registrų arba sąrašų, kuriuose yra įtvirtinti vartotojai, nepageidaujantys gauti komercinę komunikaciją

elektroniniu paštu ar kitomis ryšio priemonėmis. Vartotojui turi būti sudaryta galimybė aiškiai atskirti sutarties sąlygas nuo marketingo ar reklamos.

Taip pat tiekėjas privalo pasiūlyti vartotojui teisę atsisakyti nuo sutarties sudarymo nemokamai ir nenurodant jokių priežasčių. Vienintelės išlaidos, kurių turi teisę reikalauti iš vartotojo tiekėjas yra prekės gražinimo išlaidas. Teisė atsisakyti nuo sutarties sudarymo turi galioti tiek, kiek numatyta nacionaliniuose įstatymuose bei ES direktyvose, bet ne mažiau nei 7 darbo dienas. Vartotojui norint atsisakyti sutarties jau sumokėjus kainą ji turi būti jam kompensuota per kuo trumpesnę laiko tarpą. Sutartis turi būti įvykdyta ne daugiau kaip per 30 dienų išskyrus jei šalys susitaria kitaip.

Vartotojo pasitikėjimas- abu - pirmiau įvardinti principai turi pasiekti vieną tikslą kad vartotojas jaustųsi patikimai pirkdamas prekes bei įsigydamas paslaugas elektroninėmis ryšio priemonėmis. Šis principas gali būti įgyvendinamas žymint tiekėjo internetinę svetainę (*site labeling*), alternatyviomis ginčų sprendimo priemonėmis bei kitomis priemonėmis. 1997 metų Komisijos Elektroninės komercijos iniciatyvoje vartotojų pasitikėjimas buvo suskirstytas į "technologinį", arba "hard" pasitikėjimą ir šiuo pagrindu atsirandanti "psichologinį pasitikėjimą". Iniciatyvoje teigiama, kad vartotojų pasitikėjimo turi siekti ne tik vyriausybės bet ir vartotojų organizacijos, kartu su verslu. Šiam tikslui galėtų pasitarnauti vis didesnėje ES valstybių dalyje ruošiami savireguliacijos principu pagrįsti elgesio kodeksai.

Internetinių svetainių žymėjimas. Tai technologijų ir audito procedūros, siekiančios įvertinti vartotojų lūkesčius, susijusius su elektronine komercija ir atitikimą šioms sąlygoms:

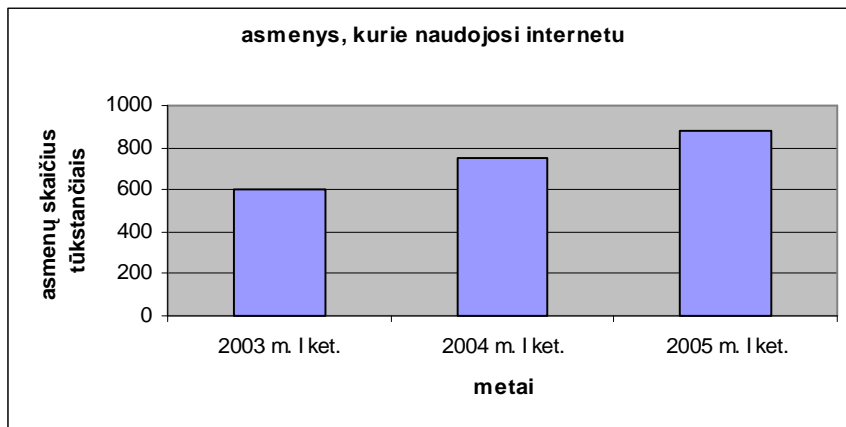
- kad tinkama informacija svetainėje yra prieinama;
- kad žyminti institucija atitinka nepriklausomumo ir ekspertų kriterijus;
- kad žymėjimui yra naudojami efektyvūs ir tinkami kriterijai;
- kad pagal nustatytus kriterijus yra atliekama efektyvi ir reguliari kontrolė.

Alternatyvios ginčų sprendimo priemonės. Šios priemonės gali būti susietos su internetinių svetainių žymėjimu (kaip neatitikimo kriterijams sankcija) arba nesusietos su žymėjimu. Bet kuriuo atveju, šiomis priemonėmis yra siekiama suteikti vartotojams greitą prieinamą ginčo sprendimą. Lietuvos alternatyvia ginčų sprendimo priemone galima būtų pripažinti vartotojų pažeistų teisių gynimą Nacionalinėje vartotojų teisių apsaugos taryboje.

2.3. Elektroninė komercija Lietuvoje

Nors lūžis naudojimosi internetu įvyko beveik prieš dešimtmetį, tyrimų šioje srityje pradžioje nebuvo vykdoma. Lietuvos statistikos departamentas e-prekybos tyrimus pradėjo 2003 m. (taigi duomenys nuo 2002 m.); apie IT (kompiuteriu, interneto) panaudojimą - nuo 2002 m. Tačiau remiantis ir šių metų duomenimis galima aiškiai daryti išvadas, kad naudojimas internetu ir elektronine prekyba kas metai vis didėja, taigi vartotojo apsaugos problema taip pat tampa vis aktualesnė.

Pagal pateikiamą statistiką, interneto naudojimas tarp fizinių asmenų išaugo:



3 pav. Fiziniai asmenys kurie naudojami internetu 2003- 2005m.

	16-74 m. amžiaus asmenys, kurie naudojami internetu	
	Tūkst.	Proc.
2003 m. I ket.	599	24
2004 m. I ket.	752	29
2005 m. I ket.	883	34

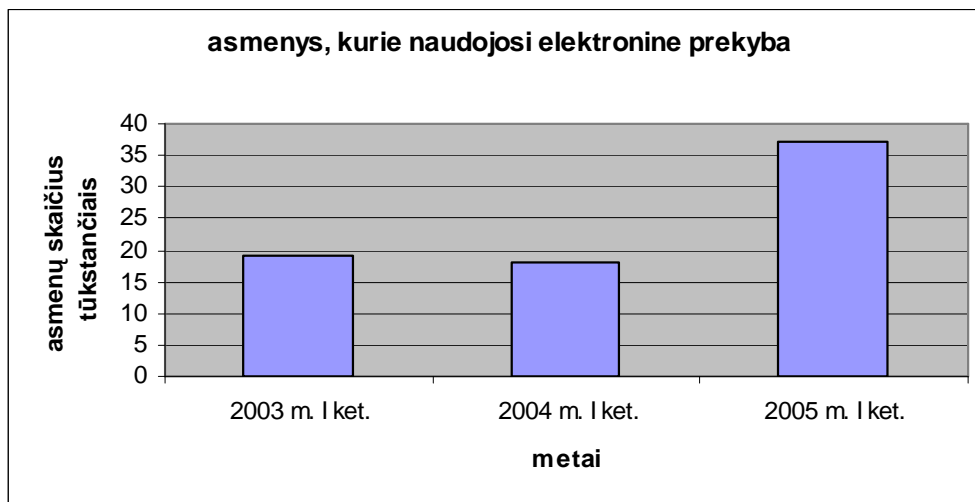
Matoma, kad paskutiniaisiais metais vartotojų skaičiaus augimas buvo stabilus ir apylygis.

Analizuojant duomenis nuo 2003m. iki 2004m. matome kad skaičiai pasikeitė nuo 599 000 iki 752 000; vartotojų skaičius išaugo 153 000 arba 126%.

Nuo 2004m iki 2005m.; nuo 752 000 iki 883 000, taigi vartotojų padaugėjo 131 000 arba 118%.

Analizuojant visą tiriamąjį laikotarpį nuo 2003m. iki 2005m., vartotojų skaičius išaugo 284 000 arba 148%.

Naudojimasis elektronine prekyba nors ir apima mažesnį skaičių asmenų, nei tie kurie naudojami internetu, taip pat išaugo:



4pav. Fiziniai asmenys, kurie naudojami elektronine prekyba 2003- 2005m.

	16-74 amžiaus asmenys, kurie naudojami elektronine prekyba	
	Tūkst.	Proc. (visi respondentai, kurie naudojami internetu =100)
2003 m. I ket.	19	3
2004 m. I ket.	18	2
2005 m. I ket.	37	4

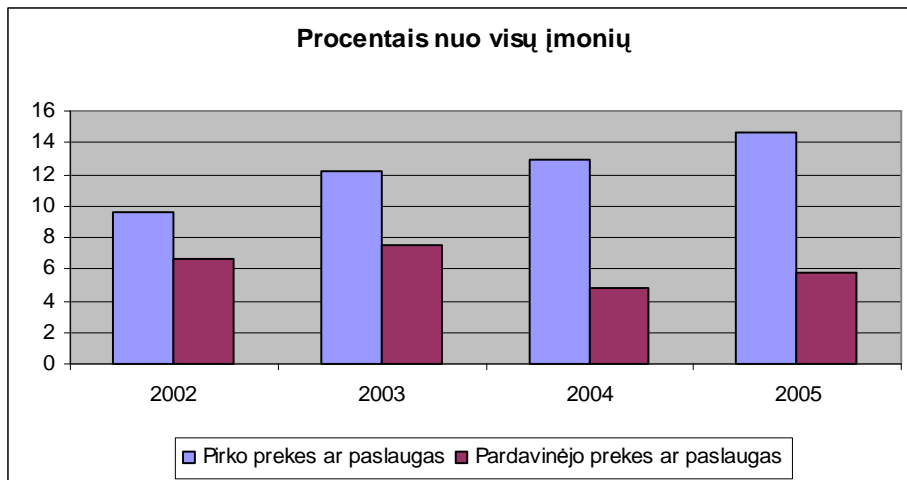
Lyginant 2003m. ir 2004m. duomenis vartotojų skaičius pakito nuo 19 000 iki 18 000, taigi sumažėjo 1 000 vartotojų, arba išliko 95% buvusio skaičiaus.

Nuo 2004m. iki 2005m. skaičius pakito nuo 18 000 iki 37 000, vartotojų skaičius padidėjo 19 000 arba 206%.

Per visą laikotarpį nuo 2003m. iki 2005m., vartotojų skaičius išaugo 18 000 arba 195%.

Nors lyginant 2003 ir 2004 metus matomas nedidelis sumažėjimas, tačiau 2005 metais pastebimas didelis šuolis. Taip atsitiko galbūt todėl kad nemažai įmonių pradėjo agresyvesnę politiką t.y. sudarė savo klientams tokias sąlygas kai pirkti bei užsisakyti paslaugas internetu jiems tapo pigiau ir naudingiau. Įmonėms tai žinoma sumažina administravimo kaštus, sutaupomi ir žmogiškieji resursai.

Nagrinėjant įmones kurios pirkė ir pardavinėjo prekes ir paslaugas internetu, pastebimos panašios tendencijos. Tiriamuoju laikotarpiu nuo 2002 iki 2005 m. (Lietuvos statistikos departamentas tyrimus apie IT (kompiuteriu, internetu) panaudojimą atlieka nuo 2002 m.) įmonių pirkimai ir naudojimas internetu taip pat augo, lygiai kaip ir tiriant fizinius asmenis, pastebimas kritimas 2004m..



2.1 pav. Įmonės, kurios pirko ir pardavinėjo prekes ir paslaugas internetu 2002-2005m.

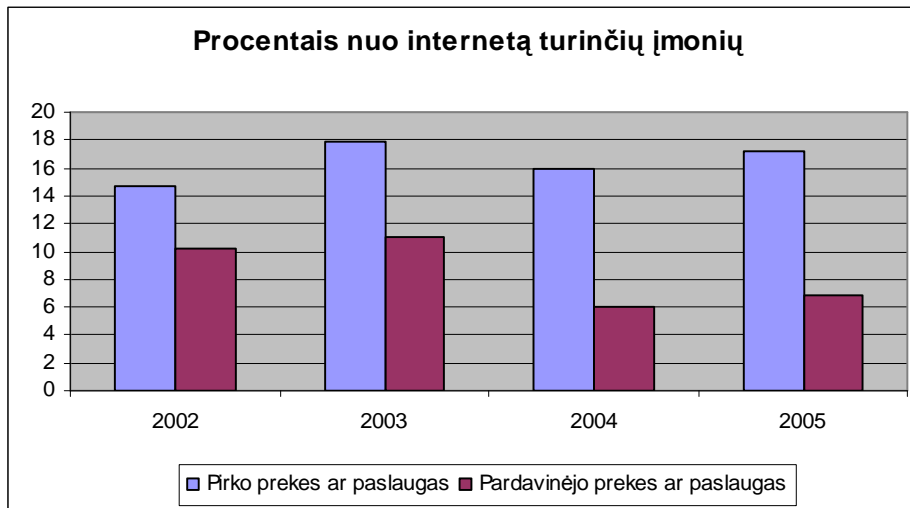
	2002	2003	2004	2005
Pirko prekes ar paslaugas	9,6	12,2	12,9	14,6
Pardavinėjo prekes ar paslaugas	6,7	7,5	4,8	5,8

Nagrinėjant įmones, kurios pačios naudojosi elektronine prekyba t.y. pirko prekes ir paslaugas nuo 2002m. iki 2005 m., pastebima didėjanti tendencija. Nuo 2002m. iki 2003m. naudojimas padidėjo 2,6%; nuo 2003m. iki 2004m. -0,7%; nuo 2004m. iki 2005 m. -1,7%.

Analizuojant įmones, kurios per tą patį laikotarpį, pačios pardavinėjo prekes ar paslaugas internetu, pastebima kad 2004m. tokių įmonių skaičius sumažėjo. Tai įtakoti galėjo vis dar egzistuojantis visuomenės nepasitikėjimas elektronine prekyba, keli tais metais nuskambėję skandalai šioje srityje, beje ir pačių žmonių besinaudojančių elektroninėmis paslaugomis skaičius tais metais buvo sumažėjęs.

Nuo 2002m. iki 2003m. įmonių prekiaujančių internetu skaičius padidėjo 0,8%, nuo 2003m. iki 2004m. sumažėjo 2,7%, o per paskutinius metus nuo 2004m. iki 2005m. vėl išaugo 1%.

Toliau pateikiami duomenys apie įmones turinčias internetą, jų pirkimo ir pardavimo rodiklius:



6pav. Įmonės, turinčios internetą, kurios pirko ir pardavinėjo prekes ir paslaugas internetu 2002- 2005m.

	2002	2003	2004	2005
Pirko prekes ar paslaugas	14,7	17,9	15,9	17,2
Pardavinėjo prekes ar paslaugas	10,2	11,0	6,0	6,8

Nagrinėjant įmones, kurios turi internetą, pastebima jog daugiau jų naudojami elektroninėmis paslaugomis. Daugiau įmonių ir pirkusių, ir pardavinėjusių prekes ir paslaugas internetu. Visgi, kaip ir visuose kituose rodikliuose yra reikšmingi 2004 m., tačiau jau kitais metais pastebima ta pati didėjimo tendencija.

Analizuojant įmones, kurios pirko prekes ar paslaugas internetu nuo 2002 m. iki 2005 m., matome kad nuo 2002m. iki 2003 m. įmonių padaugėjo 3,2%, nuo 2003m. iki 2004m. – sumažėjo 2% ir nuo 2004m. iki 2005m. vėl padaugėjo 1,3%.

Skaičius įmonių, kurios pačios pardavinėjo prekes ir paslaugas internetu nuo 2002m. iki 2003m. taip pat padidėjo 0,8 %, nuo 2003m. iki 2004m. sumažėjo 5%, o per paskutinius metus nuo 2004 m. iki 2005m. vėl išaugo 0,8%.

Apibendrinant galima teigti, kad elektroninės komercijos populiarumas vis didėja, vis daugiau fizinių asmenų ir įmonių renkasi šį būdą dėl paprastumo, greitumo ir prieinamumo.

3. SUTARTIES SUDARYMAS INTERNETE

3.1. Sutarties sudarymo internete ypatumai

Fundamentalus elektroninės komercijos vystymosi pagrindas- galimybė sudaryti teisiškai galiojančią ir įpareigojančią sutartį internete. Paprastai teisiškai įpareigojanti sutartis gali būti sudaryta žodžiu, raštu ar bet kokia kita forma, kuomet šalys galutinai išreiškia savo ketinimus.

ES Elektroninės komercijos direktyva 2000/31/EB nustato, kad valstybės narės privalo užtikrinti, kad jų teisinės sistemos leistų sudaryti sutartis elektroninėmis priemonėmis ir sutarčių sudarymo procesui taikomi reikalavimai nesukurtų kliūčių naudoti elektronines sutartis ir kad tokios sutartys neprarastų juridinės galios vien dėl to, jog buvo sudarytos elektroninėmis priemonėmis. Išimtyms leidžiamos tik šios direktyvos 9 straipsnio 2 dalyje nustatytoms sutarčių rūšims, tokioms kaip sutartims dėl nekilnojamojo turto, šeimos arba paveldėjimo teisės ir panašiai.

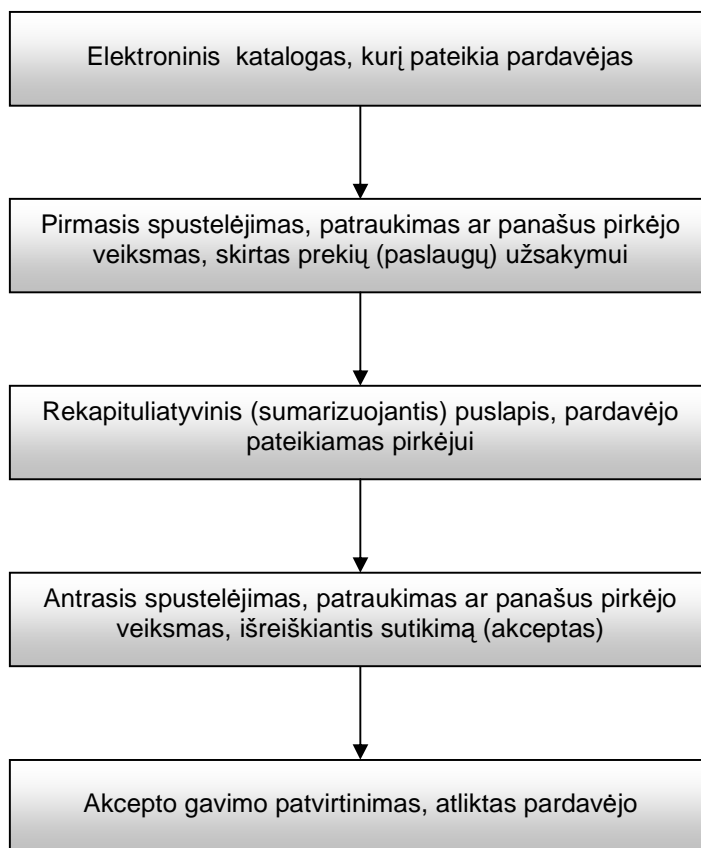
Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas įtvirtina, kad sandoriais laikomi asmenų veiksmai, kuriais siekiama sukurti, pakeisti arba panaikinti civilines teises ir pareigas. Be to, Civilinio kodeksas įtvirtina, kad vartotojų sandoriai gali būti sudaromi žodžiu, raštu ir konkludentiniais veiksmais, o sandoris, kuriam įstatymai nenustato konkrečios formos, laikomas sudarytu, jeigu iš asmens elgesio matyti jo valia sudaryti sandorį. Šios Civilinio kodekso nuostatos iš esmės leidžia šalims savo valia sudarinėti sutartis, nevaržant jų griežtomis sudarymo priemonėmis, būdais ar forma. Kodeksas įtvirtina technologinio neutralumo principą reiškianti tai, kad kontraktai, sudaryti kitomis nei tradicinės priemonės, teisinio statuso prasme negali būti diskriminuojami tradicinėmis priemonėmis sudarytų sandorių atžvilgiu. Vertinant sutartis, sudaromas elektroninėje komercijoje, jų priskyrimas konkrečioms minėtoms sandorių formoms tampa gana komplikuoatas. LR Civilinis kodeksas įtvirtina, kad rašytinės formos dokumentui prilyginami šalių pasirašyti dokumentai, perduoti telegrafinio, faksimilinio ryšio ar kitokiais telekomunikacijų įrenginiais, jeigu yra užtikrinta teksto apsauga ir galima identifikuoti parašą. Be šių reikalavimų civilinis kodeksas nustato, kad tokių sutarčių sudarymo atveju privalo būti pakankamai duomenų

sandorio šalims nustatyti. Nesant tokių duomenų šalys, kilus ginčui, negali remtis liudytojų parodymais sandorio faktui įrodyti. Taigi, vartotojimo sutartims, sudaromoms telekomunikacijų įrenginių pagalba, siekiant jų formą pripažinti rašytine, yra būtini šie reikalavimai:

- teksto apsaugos užtikrinimas;
- galimybė identifikuoti parašą;
- duomenys, leidžiantys identifikuoti šalis. [31]

Klasikiniu internetinių sutarčių sudarymo atveju, galima išskirti penkias stadijas. Šis procesas žinoma gali būti sutrumpintas (tačiau tik profesionalių pirkėjų atžvilgiu) arba prailgintas.

Minimali schema, kuria galima pavaizduoti elektroninių sutarčių sudarymą internetu:



7 pav. Elektroninės sutarties sudarymo schema

Vartotojų sudaromiems susitarimams elektroninėje aplinkoje, o konkrečiai, internete, yra gana svarbūs taip vadinami *Click-wrap* susitarimai. "Click-wrap" susitarimais dažniausiai vadinami susitarimai, sudaryti išskirtinai elektroninėje aplinkoje, tokioje kaip internetas, nustatantis šalių teises ir pareigas. Pavadinimas kilo iš fakto, kad tokių susitarimų sudarymui reikalingas pelės paspaudimas ant ekrane esančio paveiksliuko ("*Icon*") arba mygtuko ("*Button*"), išreiškiantis šalies valią prisiimti įsipareigojimus. Šie susitarimai dažniausiai yra sudaromi dviem būdais:

- įrašyti ir paspausti (*Type and Click*) - vartotojas, ketindamas sudaryti sutartį, turi į nurodytą langelį įrašyti "sutinku" ir po to paspausti paveiksliuką ar mygtuką patvirtinanti sutikimą su visomis sutarties sąlygomis;
- paspaudimas (*Icon Clicking*) - šiuo atveju vartotojas, ketindamas sudaryti sutartį, tiesiog peržiūri sutarties sąlygas ir paspaudžia paveikslėlį ar - mygtuką "aš sutinku", tuo išreišdamas savo valią prisiimti įsipareigojimus. [29]

Click-wrap sutarčių atveju pirkėjas (vartotojas) duoda sutikimą įsipareigoti sutarties sąlygoms, kurios yra nurodytos. Šiuo atveju nėra reikalingas nei rašytinis ar koks nors kitas dokumentas, nei pirkėjo parašas.

Lietuvos Respublikos Civilinio kodekso normų požiūriu, *click-wrap* susitarimus reikėtų priskirti prie sutarčių sudaromų pagal standartines sąlygas. Standartinėmis pagal kodeksą yra laikomos sąlygos, kurios bendram nevienkartiniam naudojimui iš anksto parengia viena šalis nederindama jų su kita šalimi ir kurios be derybų su kita šalimi taikomos sudaromose sutartyse. *Click-wrap* susitarimų vartotojų interesų apsaugos prasme yra labai svarbi nuostata, įtvirtinanti, standartinės sąlygos vartotojui yra privalomos tik tuo atveju, jei jam buvo sudaryta tinkama galimybė su tomis sąlygomis susipažinti.

Vartotojų sudaromų *click-wrap* sutarčių atveju yra svarbi ir kita LR Civilinio kodekso nuostata, nustatanti, kad negalioja netikėtos (siurprizinės) sutarčių standartinės sąlygos, t.y. tokios, kurių kita šalis negalėjo protingai tikėtis būsiant sutartyje - taip vadinama "raudonosios rankos taisyklė". Tokios sąlygos sudarant komercines sutartis turėtų būti išskirtos atkirai, pabrėžtos ir pan. Tačiau šios taisyklės taikymas susiduria su šiais sunkumais:

- nėra užtektina šias sąlygas pabrėžti, pabraukti svetainės puslapyje, kuriame įtvirtintos bendrosios sąlygos, jeigu tai yra puslapis, sandorio sudarymo procese nurodantis tik

į pagrindinius puslapius. Raudonosios sąlygos privalo būti įtvirtintos tuose puslapiuose, kuriuos yra būtina "praversti" sandorio sudarymo procese;

- jeigu nacionaliniai įstatymai reikalauja, kad tokios "raudonosios sąlygos" būtų ne tik atskirtos, bet ir dėl jų būtų susitarta atskirai, turi būti pridėtas specialus "priimu/sutinku" mygtukas

Pagal Lietuvos Respublikos Civilinį kodeksą prie tokios sutarties prisijungusi šalis turi teisę reikalauti ją nutraukti ar pakeisti, jei standartinės sąlygos nors ir neprieštaruja įstatymams, tačiau atima iš jos paprastai tokios rūšies sutarčių suteikiamas teisės ar galimybės, panaikina ar apriboja sutarties standartinės sąlygas parengusios šalies civilinę atsakomybę arba nustato sutarties šalių lygybės bei jų interesų pusiausvyros principus pažeidžiančias sąlygas, arba prieštaruja protingumo, sąžiningumo ar teisingumo kriterijams.

Apibendrinant išdėstyta, galima teigti, kad vartotojų sudaromoms sutartims elektroninėje komercijoje bei ofertos ir akcepto ryšio priemonėmis tinkamam išreiškimui Lietuvoje yra pakankamas, nors ir ne idealus, tačiau gana lankstus įstatyminis pagrindas. Kai kuriuos neaiškumus bei reguliavimo trūkumus gali padėti užpildyti ir šiuo metu dar visiškai negausi šioje srityje teismų praktika bei vartotojų organizacijų veikla.

3.2. Vartotojo teisė į informaciją sudarant sutartį

Tam, kad vartotojas galėtų pasirinkti tinkamiausią, kokybiškiausią prekę ar paslaugą už jam prieinamiausią kainą, reikalingas tikslus, aiškus ir nedviprasmiškas jo informavimas. *Vartotojas turi teisę gauti išsamią ir teisingą informaciją valstybine kalba apie prekių ir paslaugų įsigijimo sąlygas, jų kokybę, saugumą, vartojimo būdą (naudojimosi taisykles), garantijos ir keitimo laiką, prekių pirkimo (paslaugų teikimo) sutarties nutraukimo tvarką, taip pat kitą jam, kaip vartotojui, reikalingą informaciją.* [2]. Įvairūs tarptautiniai teisės aktai, ginantys vartotojų interesus elektroninėje komercijoje pateikia skirtingą informacijos, su kuria turi būti supažindintas vartotojas, pavyzdinį sąrašą. Pavyzdžiui, Ekonominio Bendradarbiavimo ir Plėtros Organizacijos (EBPO arba OECD) 1999 m. patvirtintų Gairių dėl vartotojų apsaugos elektroninės komercijos kontekste ir skyrius nurodo, kad turi būti pateikta:

- informacija apie paslaugos teikėją arba pardavėją;

- informacija apie prekes arba paslaugas;
- informacija apie sutartį;
- sutarties sudarymo patvirtinimo informacija.

ES nuotolinės prekybos sutarčių direktyva 97/7/EB bei jos pagrindu įtvirtintos nuostatos LR vartotojų teisių gynimo įstatyme, LR civiliniame kodekse, Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakyme Nr. 258 "Dėl daiktų pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartys sudaromos naudojant ryšio priemones, taisyklių patvirtinimo" išskiria vartotojo teisę į išankstinę informaciją ir teisę į raštišką tokios informacijos patvirtinimą (minėtas LR ūkio ministro įsakymas Nr. 258 įtvirtina ir vartotojų teisę į sutarties sudarymo patvirtinimą raštu).

Vartotojų teisę į informaciją prieš sudarant sutartis ryšio priemonėmis bei jos turinį reglamentuoja Lietuvos Respublikos vartotojų teisių gynimo įstatymas, Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymas Nr. 258 "Dėl daiktų pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartys sudaromos naudojant ryšio priemones, taisyklių patvirtinimo", Lietuvos Respublikos civilinio kodeksas. Visuose šiuose Lietuvos Respublikos teisės aktuose įtvirtintas išankstinės informacijos sąrašas bei kitos susijusios nuostatos yra harmonizuotos su ES nuotolinės prekybos sutarčių direktyva 97/7/EB.

Atsižvelgiant į šiuos teisės aktus, sąrašas turėtų būti:

- prieš sudarant bet kokią nuotolinės prekybos sutartį, vartotojui turi būti suteikti duomenys apie pardavėją arba paslaugą teikėją. ES nuotolinės prekybos sutarčių direktyva 97/7/EB įtvirtina, kad turi būti pateikta informacija apie tiekėjo tapatybę, o jei sudaroma sutartis reikalauja išankstinio apmokėjimo - ir tiekėjo adresas. Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymas Nr. 258 "Dėl daiktų pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartys sudaromos naudojant ryšio priemones, taisyklių patvirtinimo" sukonkretina, kad turi būti pateiktas pardavėjo ar paslaugų teikėjo pavadinimas, buveinė (adresas), duomenys, leidžiantys tiesiogiai susisiekti su pardavėju ar paslaugų teikėju, įmonės kodas arba patento numeris bei jo registracijos vieta, kai pardavėjas ar paslaugų teikėjas yra fizinis asmuo, pridėtinės vertės mokesčio (PVM) mokėtojo kodas, kai pardavėjas ar paslaugos teikėjas yra PVM mokėtojas.

Pardavėjo arba paslaugų teikėjo identifikavimas yra labai svarbus faktas vartotojų pasitikėjimo užtikrinimui elektroninėje aplinkoje, kadangi nežinant pardavėjo arba

paslaugų teikėjo vartotojai aiškiai vengia sudaryti sutartis bei priimti bet kokius įsipareigojimus. Praktikoje, esant neaiškiam arba netinkamam informavimui, vartotojui gali kilti klausimas, kur kreiptis esant skundai: į serverio savininką ar valdytoją, ar į elektroninės parduotuvės valdytoją arba savininką. Stambios internetinės parduotuvės savo svetaines talpina serveriuose ne vienoje valstybėje, todėl nesant informacijos, vartotojui gali kilti klausimas, į kurioje valstybėje esantį atstovą turi kreiptis;

- iki sutarties sudarymo pardavėjas ar paslaugų teikėjas privalo vartotojui pateikti informaciją apie daikto ar paslaugos pagrindines savybes;
- vartotojui turi būti pateikta informacija apie prekių ar paslaugų kainą ir jų pristatymo, mokėjimo ir sutarties vykdymo kainą;
- iki sutarties sudarymo, paslaugos teikėjas arba pardavėjas privalo vartotojui suteikti informaciją apie vartotojo teisę atsisakyti nuo sutarties;
- vartotojui iki sutarties sudarymo turi būti pateikta naudojimosi distancinio ryšio priemonėmis kaina, jei ji skaičiuojama kitaip negu įprasta;
- informacija apie pasiūlymo ar kainos galiojimo laikotarpį;
- informacija apie mažiausią sutarties trukmę, kai sudaroma sutartis dėl nuolatinio daiktų pirkimo ar paslaugų teikimo;
- Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymas Nr. 258 "Dėl daiktų pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartys sudaromos naudojant ryšio priemones, taisyklių patvirtinimo" įtvirtina reikalavimą pateikti duomenis apie papildomai siūlomus vartotojams daiktus bei paslaugas, nuolaidas, jų skyrimo tvarką.

Svarbu yra ir tai, kad visi minėti teisės aktai (tiek Lietuvos Respublikos, tiek ir ES) įtvirtina bendrą principą, kad aukščiau išdėstytos informacijos komercinis pobūdis turi būti išreikštas aiškiai ir suprantamai, atitikti naudojamų ryšio priemonių funkcijas, atsižvelgiant į šalių abipusio pasitikėjimo principą. Bendraujant telefonu, pardavėjas ar paslaugos teikėjas privalo aiškiai išdėstyti komercinį pokalbio tikslą pokalbio su vartotoju pradžioje. Ši nuostata leidžia kuo greičiau atsisakyti komunikavimo jei jis jo nepageidauja. Tai gali būti prilyginama "opt-in" ("išankstinio sutikimo") tiesioginės rinkodaros reguliavimo koncepcijai, kai bet kokiam komunikavimui yra reikalingas vartotojo išankstinis sutikimas.

ECLIP (*Electronic Commerce Legal Issues Platform*) ESPRIT atliktame Anne Salaun projekte 27028 "Vartotojų apsaugos klausimai", aiškinant aukščiau išdėstytą informacijos pateikimo principą, rekomenduojama uždrausti paslaugų teikėjams ar pardavėjams Internetinėje svetainėje išskirti tam tikras, jų nuomone svarbesnes sutarčių sąlygas ar informaciją išryškinti, pateikti patrauklesniu būdu, pavyzdžiui, pakeičiant spalvas, įdedant paveikslėlius ar panašiai, o kitą informaciją pateikti nemaloniū būdu, skatinant vartotojus atgrasinti nuo jų skaitymo. Techninės galimybės neturi leisti infrastruktūros paslaugų teikėjams paslėpti tam tikrą informaciją tuo klaidinant vartotojus ir siekiant kad jie neperskaitytų visos sutarties informacijos.

Dar daugiau, svarbu paminėti, kad tokia pirminė informacija turėtų būti prieinama kiekviename svetainės lankymo etape, kadangi labai dažnai informacija tampa nebeprieinama kai tik vartotojas "įsideda prekę į prekių krepšelį", nors prie šių sąlygų vartotojui yra svarbu sugrįžti ir vėliau. Todėl nuoroda arba paveikslėlis ("*Icon*") turėtų suteikti galimybę vartotojui sugrįžti prie visų sutarties sąlygų ir vėliau.

ES nuotolinės prekybos sutarčių direktyva 97/7/EB, o taip pat ir Lietuvos Respublikos vartotojų teisių gynimo įstatymas Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymas Nr. 258 "Dėl daiktų pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartys sudaromos naudojant ryšio priemones, taisyklių patvirtinimo" ir Lietuvos Respublikos Civilinio kodeksas, kad iki sutarties sudarymo, o kai daiktai tiekiami - ne vėliau kaip iki patiekiant daiktus, vartotojas turi gauti informaciją raštu (ES nuotolinės prekybos sutarčių direktyva 97/7/EB numato galimybę informaciją pateikti "kitokia jam prieinama ilgalaike forma") (nebent tokia informacija jau buvo pateikta vartotojui raštu iki sutarties sudarymo) apie:

- siūlomą daiktą ar paslaugą;
- pardavėją ar paslaugų teikėją (be kitos informacijos, svarbiausia, kur ir kam pirkėjas gali adresuoti savo skundą);
- pirkėjo teisę atsisakyti nuo sutarties;
- mokėjimo, prekių pristatymo ar paslaugų atlikimo tvarką, pardavėjo teikiamas daikto priežiūros paslaugas ir garantijas, jei jos suteikiamos;
- sutarties atsisakymo sąlygos, jei sutartis neterminuota arba sudaryta ilgesniam nei vienerių metų terminui.

Lietuvos Respublikos teisės aktai neįtvirtina galimybės pardavėjui ar paslaugų teikėjui pateikti minėtą informaciją "kitokia ilgalaike forma", o taip pat nėra išaiškinta ir termino "žodžiu" prasmė.

Tuo labiau, kad negalime tikėtis, kad pardavėjas ar paslaugų teikėjas kiekvieną kartą tokią informaciją turės pateikti ant popieriaus - tai gali būti padaryta elektroniniu paštu, faksu, vaizdo ar garso įrašu, kompiuteriniu diskeliu ir panašiai. Tačiau čia nereikia pamiršti ir pasyvios vartotojo rolės: paslaugų teikėjo ar pardavėjo pareiga įrodyti tokios informacijos pateikimą neleidžia jos tiesiog palikti vartotojui "atsispausdinti", parsisiųsti" ar panašiai.

Svarbu yra ir tai, kad tokia informacija turi būti pateikta iki sutarties sudarymo arba kai tiekiami daiktai - iki juos patiekiant (jeigu juos pateikia ne pardavėjo įgaliotas trečiasis asmuo). Įdomu yra tai, kad ši nuostata buvo tiesiogiai įtvirtinta iš ES nuotolinės prekybos sutarčių direktyvos 97/7/EB, o jos netikslus vertimas šiek tiek iškreipė prasmę, įtvirtindamas reikalavimą pateikti informaciją iki patiekiant daiktus jei juos "pateikia ne pardavėjo įgaliotas asmuo", o ne "prekes pristatant trečiosioms šalims", kaip nustatyta direktyvoje.

Paminėtina ir tai, kad Lietuvos Respublikos teisės aktai neįtvirtina direktyvoje numatytos išimties vienkartinėms paslaugoms, kurios teikiamos komunikacijų pagalba (dažniausiai Click-wrap kontraktai, skirti tam tikrai programinei įrangai "parsisiųsti" internete. Ši išimtis yra sąlygota pačių tinklo savybių - informacijos siuntimas aiškiai suponuotą uždelsimą tarp prekių ar paslaugų užsakymo ir pristatymo, o būtent sparta ir yra šiuo atveju labiausiai viliojantis tinklo privalumas.

3.3. Vartotojų teisė į privatumą sudarant sutartis

Internetu kaip globalaus tinklo ypatumai sąlygoja neretus vartotojų, sudarančių sutartis elektroninėje komercijoje, privatumo pažeidimus. Pažeidimai yra dažniausiai susiję su galimybėmis per labai trumpą laiko tarpą perduoti tretiesiems asmenims su vartotoju susijusią informaciją, piktnaudžiavimu tiesiogine rinkodara (*spamming*) bei plačiomis informacijos apie vartotoją rinkimo galimybėmis (*cooldes*). Vartotojų privatumo apsaugos užtikrinimo elektroninėje komercijoje klausimas yra jautrus dėl Internetu teisinio reguliavimo ypatumų: privalomojo pobūdžio valstybinio reguliavimo negalimumo. Todėl šioje srityje tampa vis populiariesni elgesio kodeksai arba taip vadinama savireguliacija bei jos pagrindu

įgyvendinamas Internetinių svetainių sertifikavimas bei patikimumo ženklai (trustmarks). Global Business Dialogue on Privacy išskiria, kad vartotojų pasitikėjimą elektroninėje komercijoje sąlygoja penki komponentai:

- alternatyvios ginčų sprendimo priemonės,
- virtualios erdvės etika ,
- internetiniai mokėjimai,
- asmens duomenų apsauga (privatumas),
- patikimumo ženklai (*trustmarks*).

Taigi vartotojų privatumas iš esmės yra apibūdinamas kaip duomenų apsauga, tačiau tuo pačiu jis yra susijęs ir su savireguliaciniais elgesio kodeksais, ir su patikimumo ženklų įdiegimu.

Kalbant apie valstybinį reguliavimą išskirtini šie pagrindiniai teisės aktai, reglamentuojantys asmens, o tuo pačiu ir vartotojo, duomenų apsaugą:

- ES direktyva 95/46/EB dėl asmenų apsaugos tvarkant asmens duomenis ir dėl laisvo tokių duomenų judėjimo;
- Europos Tarybos 1981 m. Konvencija dėl asmenų apsaugos ryšium su asmens duomenų automatizuotu tvarkymu (ETS Nr. 108);
- EPBO Gairės dėl privatumo ir tarptautinių asmens duomenų srautų apsaugos;
- Lietuvos Respublikos Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymas.

Pagrindiniai šiuose teisės aktuose įtvirtinti vartotojų asmens duomenų apsaugos principai yra šie:

- duomenų rinkimo apribojimo principas;
- duomenų kokybės principas;
- tikslo nustatymo principas;
- duomenų panaudojimo apribojimo principas;
- saugumo užtikrinimo principas;
- atvirumo principas;
- individualaus dalyvavimo principas;
- atskaitomybės principas;

Nors valstybinis reguliavimas asmens duomenų apsaugos srityje yra gana išsamus, elektroninės komercijos aplinkoje tampa vis populiariesni elgesio kodeksai arba savireguliacija, įtvirtinanti bendruosius elektroninės komercijos principus, o tuo pačiu ir teisėto vartotojų duomenų rinkimo, saugojimo bei panaudojimo taisykles. Paminėtina, kad Europos Komisija nuo 2001 m. gegužės mėnesio rengia Bendruosius elgesio kodeksų principus, kurių antrasis projektas jau yra paskelbtas Komisijos "E-pasitikėjimo forume" ("*E-confidenceforum*"). Šie principai iš esmės yra geriausios praktikos, įtvirtintos jau egzistuojančiuose kodeksuose, apibendrinimas. Galima tikėtis, kad šie principai greitu metu bus įtvirtinti Rekomendacijos teisės akto forma.

Kalbant apie elgesio kodeksų reglamentavimą Lietuvoje, reikėtų paminėti 2002 m. balandžio 10 d. Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymą "Dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teikimo vidaus rinkoje reglamento patvirtinimo", kuris reglamentuoja elgesio kodeksus. Šiuo įsakymu buvo iš esmės perkeltos ES Elektroninės komercijos direktyvos nuostatos dėl elgesio kodeksų skatinimo. 2002 m. balandžio 2 d. Europos teisės departamento rašte Nr. 04-38-278 Ūkio ministerijai "Išvada dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teikimo vidaus rinkoje reglamento projekto atitikimo Europos Sąjungos teisei" buvo nurodyta pastaba, kad perkeltant Elektroninės komercijos direktyvos nuostatas, būtina ne deklaruoti pačią elgesio kodeksų idėją (skatinti verslo, profesinės ir vartotojų asociacijas arba organizacijas, susijusias su informacinės visuomenės paslaugomis, rengti elgesio kodeksus ir derinti juos su Europos Sąjungos valstybių narių analogiškais elgesio kodeksais), o apibrėžti, kaip tai bus daroma.

Su elgesio kodeksais gana tampriai yra susijęs Internetinių svetainių sertifikavimas, arba patikimumo ženklų (*trustmarks*) joms suteikimas. Patikimumo ženklai kelia vartotojų pasitikėjimą pardavėju ar paslaugų teikėju, kadangi juos suteikiančios sertifikavimo įmonės, įvertinusios svetainės atitikimą tam tikroms taisyklėms (savo nustatytiems principams), elgesio kodeksams arba kitoms savireguliacijos normoms ir, nustačiusios, kad svetainė reikalavimus atitinka, suteikia jai patikimumo žymą, kuri yra "įdedama" svetainės lange. Vartotojų pasitikėjimas patikimumo žyma didinamas tiek tiesiogiai - suteikiama daugiau matomumo (pagal žymą įgalinama identifikuoti svetainę), daugiau skaidrumo, kas sąlygoja didesnę vartotojo pasitikėjimą sudarant elektronines sutartis - tiek ir netiesiogiai - įpareigojant svetainę

su žyma pateikti informaciją apie sertifikuotoją, įsipareigojimų žymai įvykdymą bei priėjimą prie sertifikuotojo audito rezultatų. Visi sertifikuotojai dažnai yra skirstomi į vartotojų įsteigtus (pvz.: WevTrader), vartotojų ir verslo įsteigtus (pvz.: TrustedShops, Trust UK, Case Trust (Singapore)) ir tik verslo įsteigtus (pvz.: LabelSite, CPA Webtrust, ClickSure). Kaip pavyzdys galėtų būti sertifikuotojas WebTrust, kuris vertindamas Internete svetainę vadovaujasi savo įtvirtintais principais ir, įvertinęs joje esančios informacijos atitikimą, suteikia svetainei žymą. Prie žymos yra pridama audito ataskaita, kuri privalo būti patalpinta svetainėje kartu su žyma. Žyma galioja, kol svetainė vadovaujasi WebTrust principais (kontrolė yra atliekama maždaug kas 3 mėnesius). Svarbu paminėti, kad sertifikuotojas neprisiima atsakomybės už pardavėjo ar paslaugų teikėjo prekių ar paslaugų kokybę, neatlygina vartotojams žalos, jis tik suteikia garantiją dėl svetainės informacijos atitikimo tam tikroms elgesio taisyklėms.

Nemaža problema vartotojų privatumo išsaugojimui Internete yra susijusi su tiesioginės rinkotyro piktnaudžiavimu: spammingu - neprašytais ir nepageidaujama elektroniniais pranešimais, kurie dažnai sukelia nemažai nemalonumų internete naudotojams. ES Elektroninės komercijos direktyva nereikalauja Valstybių narių pripažinti nepageidaujamos informacijos siuntimą neteisėta veikla. Jis įtvirtina taip vadinamą "opt-out" taisyklę, pagal kurią vartotojas, norėdamas negauti nepageidaujamos informacijos, turi imtis aktyvių veiksmų: todėl toks komunikavimas bus leidžiamas, jei nebus aiškaus vartotojo prieštaravimo. "Opt-out" taisyklę įtvirtina ir ES nuotolinių sutarčių direktyva 97/7/EB, Lietuvos Respublikos reklamos įstatymas, šią taisyklę nustatans ryšio priemonėms, neįtvirtintoms šių straipsnių pirmosiose dalyse. Tuo tarpu ES nuotolinių sutarčių direktyva 97/7/EB, Lietuvos Respublikos reklamos įstatymas, Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymo Nr. 258 "Dėl daiktų pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartys sudaromos naudojant ryšio priemones, taisyklių patvirtinimo", Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymo "Dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teikimo vidaus rinkoje reglamento patvirtinimo" skirtingoms ryšio priemonėms, daugiausia automatinėms, nereikalaujančioms žmogaus dalyvavimo, elektroniniam paštui ir kitoms yra taikoma griežtesnė - "opt-in" taisyklė, reikalaujanti išankstinio vartotojo sutikimo bet kokiam komerciniam komunikavimui tomis ryšio priemonėmis. Paminėtina, kad komercinio

komunikavimo reglamentavimas yra dvejopo pobūdžio: reklamos santykių prasme ir elektroninės komercijos prasme.

Nepageidaujamo komercinio komunikavimo klausimas buvo gana išsamiai išanalizuotas dvejose Lietuvos Aukščiausiojo teismo nutartyse. Nors abiejose nutartyse nebuvo padaryta išvada, ar ieškovo veiksmai gali būti kvalifikuojami kaip piktnaudžiavimas teise, arba nepageidaujamas komunikavimas, dėl įrodymų stygiaus, šis reiškinys buvo gana giliai išanalizuotas. Teismas nustatė, kad nepageidaujamomis žinutėmis yra nepagrįstai trikdoma informacijos gavėjų veikla, nepageidaujamų žinučių skaitymui gaišamas jas gaunančiųjų laikas, už tokios informacijos priėmimą tenka mokėti patiems gavėjams, nors šie tos informacijos neprašė ir nesiekė gauti, dėl didelio tinklų apkrovimo gali sutrikti kokybiškas informacijos perdavimas. Teismas taip pat pasiūlė asmenims, nepageidaujantiems gauti tokios informacijos, naudoti įvairius savigynos būdus (įdiegti žinučių automatinio ištrynimo sistemas, nenurodyti savo adreso ar reikalauti išbraukti adresą iš sąrašų, naudoti filtrus, tiesiogiai atsakyti siuntėjui, jog daugiau tokių žinučių nepageidaujama gauti, pasiūlyti sudaryti su informacijos siuntėju sutartį, jog informacija bus priimama už tam tikrą užmokestį ir pan.

Šiuolaikinės technologijos leidžia lengvai rinkti informaciją apie vartotojo naudojamą Internetu. Taip surenkant nemažai duomenų apie jo įpročius, gyvenimo būdą bei pomėgius, o vėliau suasmeninant tiesioginės rinkodaros priemonėms ar kitiems tikslams. Nors daugeliu atvejų tai gali suteikti vartotojams papildomų galimybių, pavyzdžiui gauti jam specialiai pritaikytas paslaugas, tačiau kita vertus tokiu būdu vartotojo asmens duomenys tampa žinomi plačiam subjektų ratui. Techninių priemonių pagalba informacija apie vartotojo duomenis gali būti renkama automatiškai, vartotojui to net nežinant, kaip yra taip vadinamų "cookies" arba "slapukų" atveju.

"Slapukai" yra duomenų paketai, sukuriama vartotojo lankomos Interneto svetainės serverio ir laikomi vartotojo kietajame diske. Jie buvo išvystyti siekiant padėti kliento-serverio santykiams ir duomenų rinkimui ir yra vertinami serverio pirmojo ir vėlesnių apsilankymų metu. Slapukai įdiegiami kiekvienam vartotojui suteikiant unikalų kodą ir jį saugant. Šis kodas yra ištraukiamas kiekvieną kartą aplankant tą patį tinklalapį. Vėliau apie vartotoją surinkta informacija gali būti susiejama su šiuo unikaliu kodu.

Nors "slapukai" yra sukuriami tiesioginiame kreipties režime ir turi tam tikrų ypatumų, jų pagalba paslaugų teikėjas ar pardavėjas įgyja galimybę rinkti tam tikrus vartotojo duomenis, kurių tvarkymas yra reglamentuojamas bendraisiais jau anksčiau minėtais teisės norminiais aktais, reglamentuojančiais asmens duomenų apsaugą, taikomi bendrieji tokių duomenų tvarkymo principai: duomenys turi būti renkami apibrėžtais ir treisėtais tikslais, tikslūs, tokios apimtys, kokios būtina tiems duomenims tvarkyti ir pan.

Europos Sąjungoje buvo iškelta iniciatyva "slapukus" nustatinėti iš viso uždrausti, o tiksliau nustatyti, jog kiekvienu atveju jie gali būti nustatinėjami tik esant aiškiam vartotojo sutikimui. Vienas iš pagrindinių argumentų, pagrindžiančių "slapukų" uždraudimą, buvo žmogaus privatumo pažeidimas. Tačiau "slapukai" nebuvo uždrausti.

"Slapukų" uždraudimas yra abejotinas, kadangi pats "slapuko" kodas, paliekamas vartotojo kompiuteryje dar nėra vartotojo duomenys, jo pagalba pardavėjas arba paslaugų teikėjas įgyja galimybę vartotojo duomenis rinkti ateityje, juos susiejant su suteiktu kodu. Be to, vartotojui turi būti (šiuo metu jau yra) sudarytos techninės galimybės tokios informacijos "nepriimti". Todėl manyčiau, kad šiuo metu pasirinktas "slapukų" reguliavimas, kuriuo iš esmės yra reguliuojamas tik jų pagalba surinktų duomenų tvarkymas, yra tinkamas.

3.4. Prekių pristatymas ir paslaugų teikimas

Prekių ir paslaugų teikimą reglamentuoja ES nuotolinių sutarčių direktyva 97/7/EB, Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas, Vartotojų teisių gynimo įstatymas, Ūkio ministro įsakymas Nr. 258. Visi šie teisės aktai nustato jog vartotojai turi teisę reikalauti, o paslaugų teikėjai ar pardavėjai privalo pateikti prekes arba paslaugas per 30 dienų nuo sutarties sudarymo dienos (direktyvoje - nuo dienos, kai vartotojas pateikia savo užsakymą). *Prekė (paslauga) vartotojui turi būti įteikta (suteikta) sutartu laiku. Jei vėluojama, pardavėjas (paslaugų teikėjas) už kiekvieną uždelstą dieną privalo mokėti įstatymų nustatytus delspinigius, skaičiuojamus pagal prekės (paslaugos) kainą, jei pirkimo-pardavimo (paslaugų teikimo) sutartyse nenustatyta kitaip.* [2]

Minėta direktyva taip pat nustato (tačiau to neįtvirtina Lietuvos teisės aktai), kad jei pardavėjas ar paslaugų teikėjas negali gauti vartotojui užsakytų prekių ar paslaugų, jis privalo

nedelsdamas apie tai informuoti vartotoją ir ne vėliau kaip per 30 dienų grąžinti jam sumokėtas sumas. Direktyva įtvirtina, kad valstybės narės gali nustatyti, kad esant tokiai situacijai, pardavėjas ar paslaugų teikėjas gali suteikti vartotojui tokios pat kokybės ir kainos prekes ar paslaugas, su sąlyga, kad tokia galimybė buvo numatyta sutartyje arba prieš sudarant sutartį. Tokiu atveju, vartotojui pasinaudojus teise grąžinti prekes, jų grąžinimo išlaidas padengia pardavėjas ar paslaugų teikėjas. Taigi šiuo atveju, kada pardavėjas arba paslaugų teikėjas negali pristatyti ar pateikti vartotojui jo užsakytos prekės ar paslaugos, įmanomi 2 variantai:

- pardavėjas ar paslaugų teikėjas komensuoja vartotojui jo sumokėtas sumas per 30 dienų;
- tam tikros formos ekvivalentiškų prekių arba paslaugų suteikimas, jei jis buvo numatytas.

Lietuvos vartotojų instituto atliktas tyrimas parodė, kad informaciją apie pristatymo terminus galima rasti 2/3 interneto parduotuvių. Daugeliu atvejų įmonės nurodė, kad pristatymo laikotaris trunka iki penkių dienų, ir tik viena parduotuvė nurodė iki keturiolikos dienų laikotarpį. Taigi, apibendrinant galima teigti, jog dažniausiai šio termino yra laikomasi.

3.5. Teisė atsisakyti sutarties

Tiek visi vartotojų interesus elektroninėje komercijoje ginantys aukščiau minėti Lietuvos Respublikos teisės aktai, tiek ir ES nuotolinės prekybos sutarčių direktyva 97/7/EB įtvirtina vieną svarbiausių vartotojų teisių - kad *vartotojas turi teisę atsisakyti ryšio priemonėmis sudarytos pirkimo - pardavimo arba prekių tiekimo sutarties nenurodydamas priežasties per 7 darbo dienas nuo prekių pristatymo dienos (kai prekės perkamos) ar sutarties sudarymo dienos (kai teikiamos paslaugos)*. [1] Minėta direktyva nurodo, kad tai yra būtina, kadangi vartotojas neturi galimybės faktiškai pamatyti produktą arba įvertinti paslaugų pobūdžio bei kokybės. Jei vartotojui nebuvo pateiktas raštiškas aukščiau (3.2. skyrelis) minėtos informacijos patvirtinimas, vartotojas turi teisę atsisakyti nuo sutarties per tris mėnesius nuo jos sudarymo dienos, jei informacijos pateikimas užtruko ilgiau nei 3 mėnesius. Direktyva sukonkretina, kad šis trijų mėnesių terminas prekių tiekimo atveju prasideda nuo prekių patiekimo (tiekiant

paslaugas - nuo sutarties sudarymo dienos). Tačiau jei informacijos patvirtinimas buvo pateiktas per trijų mėnesių terminą, septynių dienų terminas pradedamas skaičiuoti nuo patvirtinimo gavimo.

Toks sudėtingas terminų skaičiavimas direktyvoje yra pagrįstas siekimu apginti vartotoją: pripažįstant, kad patvirtinimo informacija dažniausiai vėluoja, vartotojui paliekama teisė atsisakyti nuo sutarties per tris mėnesius, kadangi ši teisė vartotojui yra ypatingai svarbi. Svarbu ir tai, kad apie šiuos terminus pardavėjas arba paslaugų teikėjas nėra įpareigotas informuoti vartotoją, todėl čia galima svarbų vaidmenį priskirti vartotojų organizacijoms bei jų vykdomam vartotojų švietimui, informavimui. Įdomu tai, kad ES nuotolinės prekybos sutarčių direktyva 97/7/EB iš viso nekalba apie tai, kokia forma turi būti išreikštas vartotojo atsisakymas nuo sutarties, o tuo tarpu visi aukščiau minėti Lietuvos Respublikos teisės aktai šioje srityje įtvirtina, kad vartotojo atsisakymas nuo sutarties turi būti pardavėjui arba paslaugų teikėjui pateiktas raštu.

Visi minėti teisės aktai įtvirtina, kad jei vartotojas pasinaudoja sutarties atsisakymo teise, paslaugų teikėjas ar pardavėjas privalo grąžinti vartotojo įmokėtas sumas be jokio mokesčio, nepriklausomai nuo jų dydžio. Vienintelis galimas mokestis yra tiesioginės prekių grąžinimo išlaidos.

Vartotojo teisė atsisakyti nuo sutarties yra ribojama tik Lietuvos Respublikos teisės aktuose numatytais atvejais, tai yra, jei sutartis yra sudaryta dėl:

- garso ir vaizdo kūrinių ir fonogramų bet kokiose vaizdo ar garso laikmenose, kompiuterinių programų tiekimo ir vartotojas pažeidė pakuotės apsaugas;
- laikraščių, žurnalų ar kitų periodinių leidinių tiekimo;
- dalyvavimo žaidimuose ar loterijose.

ES nuotolinės prekybos sutarčių direktyva 97/7/EB įtvirtina dar 3 papildomus atsisakymo teisės negaliojimo atvejus:

- sutartyse dėl paslaugų teikimo, kurios su vartotojo sutikimu pradėtos vykdyti nesibaigus 7 darbo dienų laikotarpiui;
- sutartyse dėl prekių tiekimo arba paslaugų teikimo, kurių kaina priklauso nuo tiekėjui nepavaldžių finansų rinkos svyravimų;

- sutartyse dėl prekių, kurios buvo gaminamos pagal vartotojo specialius nurodymus arba yra akivaizdžiai pritaikytos tam tikram vartotojui, arba dėl savo kilmės negali būti grąžintos, yra greitai gendančios arba baigiasi jų galiojimo laikas, tiekimo. [19]

Visi trys minėti Lietuvos teisės aktai įtvirtina, kad pirkdamas prekę, vartotojas gali pasinaudoti atsisakymo nuo sutarties teise, jeigu prekė nebuvo sugadinta ar jos išvaizda iš esmės nepasikeitė. Prekės ar jos pakuotės išvaizdos pakeitimų, kurie buvo būtini norint apžiūrėti gautą prekę, negalima laikyti esminiais prekės išvaizdos pakeitimais.

Vartotojui pasinaudojus teise nutraukti sutartį, kai už prekę ar paslaugą visiškai ar iš dalies sumokama pagal tam tikslui pardavėjo ar paslaugų teikėjo ir vartotojo arba pardavėjo ar paslaugų teikėjo ir trečiojo asmens sudarytą vartojimo kredito sutartį, ta vartojimo kredito sutartis turi būti nutraukta be jokių papildomų įpareigojimų vartotojui.

Direktyvoje bei Lietuvos Respublikos teisės aktuose įtvirtinta vartotojų teisė atsisakyti sutarties per 7 darbo dienas (bei kitais terminais) nenurodant atsisakymo priežasties yra labai svarbi Europos valstybėse. Tačiau daugumoje kitų pasaulio šalių teisė vartotojui atsisakyti sutarties yra suteikta tik kai prekės yra su defektais (nekokybiškos).

4. KITI REIKALAVIMAI PARDUODANT PREKES IR PASLAUGAS INTERNETU

4.1. Nesąžiningos sutarčių sąlygos

Vienas iš pagrindinių vartotojų apsaugos klausimų, keliamų jau nuo pat vartotojų interesų apsaugos iškėlimo, yra jų sudaromų sutarčių nuostatų sąžiningumo užtikrinimas. Šiuo atveju, nesvarbu, ar vartotojas perka prekę ar paslaugą paprastoje, ar elektroninėje aplinkoje įdiegtoje parduotuvėje.

Nesąžiningas sutarčių sąlygas reglamentuoja ES direktyva 93/13/EEB dėl nesąžiningų sąlygų sutartyse su vartotojais, Lietuvos Respublikos vartotojų teisių gynimo įstatymo ketvirtasis skirsnis bei Lietuvos Respublikos Civilinio kodeksas.

Nesąžiningomis pagal minėtus teisės aktus laikomos vartojimo sutarčių sąlygos, kurios šalių nebuvo individualiai aptartos, jeigu jos iš esmės pažeidžia šalių teisių ir pareigų pusiausvyrą bei vartotojo teises ir interesus. Nesąžiningos sąlygos:

- panaikina arba apriboja pardavėjo ar paslaugų teikėjo civilinę atsakomybę už žalą, padarytą dėl vartotojo gyvybės atėmimo, sveikatos sužalojimo, ar už žalą, padarytą vartotojo turtui;
- panaikina arba apriboja vartotojo teises, susijusias su pardavėju, paslaugų teikėju ar kita šalimi tuo atveju, kai pardavėjas ar paslaugų teikėjas visiškai ar iš dalies neįvykdo ar netinkamai įvykdo bet kokius sutartyje numatytus įsipareigojimus;
- numato, kad vartotojas privalo vykdyti sutarties sąlygas, o pardavėjo ar paslaugų teikėjo pareiga vykdyti šią sutartį priklauso nuo kitų sąlygų, ir jos įvykdomos tik paties pardavėjo ar paslaugų teikėjo valia;
- suteikia teisę pardavėjui ar paslaugų teikėjui negražinti vartotojui iš šio gautų sumų, kai vartotojas nusprendžia nesudaryti sutarties ar jos nevykdyti, ir nenumato vartotojo teisės gauti iš pardavėjo ar paslaugų teikėjo tokio pat dydžio sumas, kai šie vienašališkai nutraukia sutartį; vienašališkai nutraukti sutartį ar bet kada savo nuožiūra jos atsisakyti, o ši teisė vartotojui nesuteikiama arba pardavėjui ar paslaugų teikėjui suteikiama teisė negražinti iš vartotojo iki sutarties įvykdymo gautų sumų, kai pardavėjas ar paslaugų teikėjas vienašališkai nutraukia sutartį ar nuo

jos atsisako; be pakankamo pagrindo vienašališkai nutraukti neterminuotą sutartį apie numatomą sutarties nutraukimą iš anksto tinkamai neįspėjus vartotojo; vienašališkai automatiškai pratęsti terminuotą sutartį arba numato, kad laikas, per kurį vartotojas turi pareikšti savo nuomonę dėl sutarties pratęsimo, yra neprotingai trumpas, arba kad apie savo sutikimą ar nesutikimą pratęsti sutartį vartotojas turi pranešti neprotingai anksti; vienašališkai be sutartyje numatyto ar pakankamo pagrindo keisti sutarties sąlygas; be pakankamo pagrindo vienašališkai pakeisti bet kokias prekių ar paslaugų savybes; prekių perdavimo ar paslaugų teikimo metu vienašališkai nustatyti jų kainas arba teisę vienašališkai padidinti kainą be vartotojo teisės atsisakyti sutarties, jeigu galutinė kaina yra didesnė už sutartyje nustatytąją (nuostata netaikoma sutartims dėl vertybinių popierių, kitų finansinių dokumentų, taip pat daiktų perleidimo ir paslaugų teikimo, kai kaina yra susijusi su biržų kursų ar indeksų svyravimais ir jos nekontroliuoja pardavėjas ar paslaugų teikėjas, bei užsienio valiutos, kelionės čekių ar užsienio valiuta išreikštų tarptautinių pašto perlaidų pirkimo-pardavimo sutartims; vienašališkai spręsti, ar pateikti daiktai arba suteiktos paslaugos atitinka sutarties reikalavimus; be vartotojo sutikimo perleisti savo teises ir prievoles, atsirandančias iš sutarties, kai tai gali sumažinti vartotojui teikiamas garantijas;

- nustato neproporcingai didelę vartotojo civilinę atsakomybę už sutarties neįvykdymą ar netinkamą įvykdymą;
- įpareigoja vartotoją vykdyti sutarties sąlygas, su kuriomis jis neturėjo realios galimybės susipažinti iki sutarties sudarymo, be teisės jų atsisakyti. Ši nesąžininga sąlyga yra nepaprastai aktuali elektroninės komercijos kontekste, ypač "Click-wrap" sutarčių atveju, kadangi vartotojams sudarant standartines pardavėjo ar paslaugų teikėjo pateiktas sutartis Internetu arba kitomis ryšio priemonėmis, yra nustatyti specialūs reikalavimai informacijos pateikimui;
- pardavėjui ar paslaugų teikėjui suteikia išimtinę teisę aiškinti sutartį;
- riboja pardavėjo ar paslaugų teikėjo pareigą vykdyti jų atstovų prisiimtus įsipareigojimus arba nustato, kad ši pareiga priklauso nuo tam tikrų sąlygų;
- įpareigoja vartotoją įvykdyti visus įsipareigojimus pardavėjui ar paslaugų teikėjui net ir tuo atveju, kai šie neįvykdo savųjų arba nevisiškai juos įvykdo;

- panaikina arba suvaržo vartotojo teisę pareikšti ieškinį ar pasinaudoti kitais pažeistų teisių gynimo būdais (reikalauja perduoti spręsti ginčus tik arbitražui, apriboja įrodymų panaudojimą, perkelia įrodinėjimo pareigą vartotojui ir pan.).

Nesąžiningomis gali būti pripažintos ir kitokios vartojimo sutarties sąlygos, jeigu jos priešingos geros valios reikalavimams ir sudaro sąlygas pardavėjo ar paslaugų teikėjo ir vartotojo abipusių teisių ir pareigų nelygybei vartotojo nenaudai. Elektroninės komercijos kontekste nesąžiningomis gali būti pripažintos specifinės, tik elektroninėje komercijoje sudaromų sutarčių nuostatos, pavyzdžiui, paslaugos teikėjo sutartyje su vartotoju nustatymas identifikavimo (autentifikavimo) metodo, kurį vėliau naudodamas vartotojas tiesioginės kreipties režimu užsisako teikiamas atlygintines paslaugas ar prekes arba duoda pavedimus paslaugos teikėjui (pavyzdžiui, elektroninės bankininkystės atveju), kai toks metodas yra aiškiai nepatikimas ir neapsaugo vartotojo nuo galimų trečiųjų asmenų piktnaudžiavimo, o tokio piktnaudžiavimo rizika tenka vartotojui.

Individualiai neaptartomis laikomos sąlygos, kurių parengimui negalėjo daryti įtakos vartotojas, ypač jeigu tokios sąlygos nustatytos iš anksto pardavėjo ar paslaugų teikėjo parengtoje standartinėje sutartyje. Ši nuostata yra ganėtinai svarbi Internete sudaromoms vartotojų sutartims, o konkrečiai - "Click-wrap" sutartims. Lietuvos Respublikos Civilinis kodeksas nustato, kad jeigu iš anksto parengtoje standartinėje sutartyje tam tikros sąlygos buvo aptartos individualiai, šios taisyklės taikomos kitoms tokios sutarties sąlygoms. Pareiga įrodyti, kad tam tikra sutarties sąlyga buvo aptarta individualiai, tenka pardavėjui ar paslaugų teikėjui. Šios nuostatos sunkiai galėtų būti pritaikomos elektroninėje komercijoje, o ypač Internete sudaromoms sutartims, kadangi čia sunku įsivaizduoti galimybę vartotojui keisti paslaugų teikėjo arba pardavėjo siūlomų sutarčių nuostatas.

Ar sutarties sąlyga nesąžininga, turi būti vertinama atsižvelgiant į sutartyje numatytų prekių ar paslaugų prigimtį bei visas sutarties sudarymo metu buvusias ir jos sudarymui turėjusias įtakos aplinkybes ir visas kitas tos sutarties ar kitos sutarties, nuo kurios ji priklauso, sąlygas. Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas taip pat nustato, kad teismui sutarties sąlygą (sąlygas) pripažinus nesąžininga, ji negalioja nuo sutarties sudarymo, o likusios sutarties sąlygos šalims lieka privalomos, jeigu tolesnis sutarties vykdymas yra galimas panaikinus nesąžiningas sąlygas.

Vartotojas, kurio interesai pažeidžiami dėl nesąžiningų sąlygų taikymo, turi teisę dėl šio pažeidimo kreiptis ir į Nacionalinę vartotojų teisių apsaugos tarybą prie Teisingumo ministerijos, kuri atlieka vartojimo sutarčių nesąžiningų sąlygų taikymo kontrolę. Kitos vartotojų asociacijos turi teisę vartotojo prašymu arba savo iniciatyva reikšti ieškinius dėl sutarčių sąlygų pripažinimo nesąžiningomis teisme. Paminėtina, kad iki šiol Lietuvos teismuose nebuvo priimta sprendimų, kuriuose tam tikros vartotojų sudarytų sutarčių sąlygos būtų pripažintos nesąžiningomis. Tai iš esmės parodo tiek Lietuvoje veikiančių vartotojų organizacijų pasyvumą, tiek ir vartotojų vengimą ginti savo interesus teismuose. Toks vartotojų pasyvumas yra susijęs su aiškia vartotojų informavimo apie savo teisių gynimo būdus, kuo užsiimti turėtų vartotojų organizacijos, stoka.

4.2. Vartotojo teisė į saugias ir kokybiškas prekes bei paslaugas

Kaip ir bet kokiose kitose vartotojų sudaromose sutartyse, taip ir elektroninėje komercijoje vartotojams turi būti tiekiamos tik kokybiškos bei saugios prekės ar paslaugos. *Kiekvienas vartotojas turi teisę būti tikras, kad perkami produktai ar paslaugos nepakenks jo sveikatai, gyvybei* [2] Kadangi nuotolinėmis ryšio priemonėmis sudaromų sutarčių prekių ar paslaugų kokybės bei saugos atskirai neaptaria šių sričių reglamentuojantys teisės aktai, tai šioms sutartims yra taikomi bendrieji reikalavimai: bendrosios vartotojų interesus ginančios ES direktyvos, Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas, Vartotojų teisių gynimo įstatymas, Produktų saugos įstatymas. Minėti teisės aktai įtvirtina, kad vartotojui suteiktos paslaugos ir prekės turi būti saugios ir kokybiškos. Saugumo reikalavimai nustatomi įstatymais ir kitais teisės aktais (Pvz.: Produktų saugos įstatymu ir kitais).

Tinkamos kokybės daiktas bus tada, kai jo savybės nebus blogesnės nei numatyta tam daiktui taikomame techniniame reglamente (jei jis yra) ir daikto pirkimo-pardavimo sutartyje. Kaip numato ES direktyva 1999/44/EB Dėl tam tikrų aspektų, susijusių su vartotojiškų prekių pirkimo-pardavimo sutartimis ir susijusiomis garantijomis, prekė, atitinkanti sutarties sąlygas, turi susidėti iš 3 elementų: jos aprašymo, tinkamumo ir ko

vartotojas turi teisę protingai tikėtis. Daiktas atitiks sudaromos pirkimo-pardavimo sudarties reikalavimus, jei:

- daiktas atitiks gamintojo nurodytus pateikimų norminių dokumentų reikalavimus (direktyvoje - pardavėjo pateiktą modelį ar pavyzdį). Elektroninėje komercijoje išskyla pagrindinis klausimas - kaip ir kokioje vietoje turėtų būti pateiktas minėtas prekės aprašymas (ar gamintojo norminiai dokumentai), kad jis būtų pakankamas vartotojui susipažinti - pagrindiniuose "namų puslapiuose", katalogo puslapyje, atskirame puslapyje su nuoroda ar taip vadinamame rekapitulyviniame puslapyje?
- daiktas tinka naudoti tam, kam paprastai naudojami tokios rūšies daiktai (tinkamumas tam tikram tikslui). "Paprastai naudojamos" - elektroninėje komercijoje sukelia sunkumų – koks naudojimas turėtų būti laikomas standartu: kas normalu pardavėjo ir kas pirkėjo valstybėje?"
- daiktas atitinka rodiklius, kurių protingai galėjo tikėtis vartotojas, atsižvelgdamas į daikto prigimtį bei gamintojo, jo atstovo ar pardavėjo viešai paskelbtus paaiškinimus dėl daikto kokybės. Elektroninės komercijos trūkumas šiame kontekste yra vartotojo tylėjimas, kadangi čia vartotojas negali iš anksto pasiteirauti pardavėjo apie visus daikto panaudojimo atvejus, o tai dažnai gali sukelti jo lūkesčius, kad daiktas galės būti panaudotas ir platesnėms nei nurodyta funkcijoms. Gamintojo, jo atstovo ar pardavėjo viešais pareiškimais elektroninėje komercijoje gali būti laikomi bet kokie šių asmenų pareiškimai bet kokiuose jų tinklalapiuose: tiek katalogo, tiek "namų", tiek ir kituose. Šiuo atveju svarbu, kad tinklalapio versija nebūtų pasenusi - vartotojas gali sudaryti sutartį jau pasenusios informacijos pagrindu, kuri šiuo atveju bus privaloma pardavėjui. To gali būti išvengta aiškiai ir nedviprasmiškai pateikus informaciją, iki kada galioja pasiūlymai. [27]

Kiti su nekokybiška produkcija bei paslaugų kokybės klausimai yra aptarti tiek ir Lietuvos Respublikos civiliniame kodekse tiek ir Vartotojų teisių gynimo įstatyme. Tačiau šių klausimų reguliavimas yra priskirtinas bendram vartotojų interesų gynimui, taikant šias normas ir elektroninėje komercijoje.

4.3. Neteisminis vartotojų ir verslininkų ginčų nagrinėjimas

Vartotojams perkant prekes ir paslaugas internetu yra labai svarbu be teismo išspręsti ginčą su verslininku.

Šiuo metu, vartotojas, norėdamas išspręsti ginčą su pardavėju, pirmiausia turėtų kreiptis į jį, o jeigu nepavyksta susitarti, į neteisminio ginčų nagrinėjimo instituciją (organizaciją) – valstybinę ar nevyriausybines. Žinoma, vartotojas gali ir nepasinaudoti neteismine ginčo sprendimo galimybe, o kreiptis tiesiogiai į teismą.

1998 metais Europos Komisija paskelbė Pranešimą dėl vartotojų ginčų sprendimo ne teismo būdu, kurio tikslas buvo paskatinti vartotojų ginčų išsprendimą ankstesnėje stadijoje. Buvo pripažinta, kad vartotojų ginčus dažnai charakterizuoja faktas, kad prekės ir paslaugos yra mažos ekonominės vertės ir dėl to vartotojui nėra tikslinga kreiptis teisminės gynybos. Todėl vartotojo interesai bus labiau apsaugoti, jei jis galės išnaudoti paprastesnę, lankstesnę, efektyvesnę ir pigesnę gynybą. Prie minėto Pranešimo buvo pridėta Rekomendacija dėl principų, taikytinų ne teisminėms vartotojų ginčų sprendimų procedūroms. Rekomendacija įtvirtino septynis minimalius principus - garantijas, kuriais turi vadovautis institucijos, nagrinėjančios vartotojų ginčus:

- nepriklausomumas,
- skaidrumas,
- rungimosi principo gerbimas,
- efektyvumas,
- teisėtumas,
- laisvė
- atstovavimas.

Lietuvoje neteisminio ginčų sprendimo procedūras sudarant sutartis internetu nustato Lietuvos Respublikos vartotojų teisių gynimo įstatymas ir Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymas nr. 258 „Dėl daiktų pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartys sudaromos naudojant ryšio priemones, taisyklių patvirtinimo“. Pagal šiuos teisės aktus vartotojas pirmiausia turi kreiptis į pardavėją ar paslaugų teikėją, jei nėra randamas sprendimas, tada į Valstybinę ne maisto produktų inspekciją. Jeigu pardavėjas nevykdo vartotojo reikalavimo dėl netinkamos

kokybės prekių ar paslaugų keitimo, grąžinimo ar informacijos suteikimo, vartotojas gali kreiptis į Nacionalinę vartotojų teisių apsaugos tarybą prie Lietuvos Respublikos teisingumo ministerijos.

Kuriant vieningą ES rinką vis dažniau yra susiduriama su situacija, kai vartotojas esantis vienoje valstybėje perka prekę ar paslaugą iš kitoje valstybėje esančio verslininko. Todėl, turi būti sukurtas mechanizmas, kaip tokiu atveju gali būti pigiai, efektyviai ir greitai išspręstas tarptautinis ginčas, kilęs tarp vartotojo ir verslininko. Europos neteisminio vartotojų ginčų nagrinėjimo tinklas buvo įkurtas 2001 m. kaip vienerių metų pilotinis projektas. Atsižvelgiant į teigiamus minėto projekto rezultatus, nuspręsta, kad Europos neteisminio vartotojų ginčų nagrinėjimo tinklas veiks pastoviai.

Europos neteisminio vartotojų ginčų nagrinėjimo tinklą paprastai sudaro Kliringo namai, esantys kiekvienoje valstybėje narėje. ES valstybė narė paskiria atsakingą instituciją (Kliringo namus), kaip kontaktų punktą vartotojams, norintiems neteismine tvarka išspręsti tarptautinį ginčą kitoje ES valstybėje narėje. Praktiškai ši schema atrodo taip: vartotojas norėdamas išspręsti tarptautinį ginčą kreipiasi į savo šalyje esančius Kliringo namus, kurie padeda jam užpildyti specialią anketą, esant reikalui konsultuoja, ir perduoda skundo medžiagą valstybės, kur yra įsikūręs pardavėjas ar paslaugos teikėjas, Kliringo namams. Šie savo ruožtu persiunčia skundo medžiagą institucijai savo šalyje, atsakingai už šių ginčų sprendimą ir - kontroliuoja ginčo sprendimo eigą. Kaip parodė atlikti tyrimai, vartotojai noriai kreipiasi pagalbos į Kliringo namus ne tik smulkiems ginčams spręsti, bet ir ginčams, kurie yra didesnės vertės. Lietuvoje jau yra įkurta institucija - Europos vartotojų centras (ecc.lt), todėl tiek Lietuvos, tiek kitų ES valstybių vartotojai gali tikėtis, kad jų tarptautiniai ginčai bus išspręsti pigiai ir greitai.

Tačiau jei neteisminių organizacijų rekomendacijos pardavėjui nėra efektyvios, vartotojas gali kreiptis į teismines institucijas (teismą).

IŠVADOS

- 1) Nagrinėjant Lietuvos teisės aktus ir lyginant juos su ES teisės aktais dėl vartotojų apsaugos elektroninės komercijos srityje dažnai atsiskleidžia Lietuvos teisės aktų netobulumas įgyvendinant ES teisės aktus, neretai netgi netiksliai išverčiant tekstą ir tuo visiškai pakeičiant ES teisės aktų nuostatų prasmę.
- 2) Apžvelgus tiek ES teisės aktus, tiek ir teisės doktriną, akivaizdu, kad vartotojų apsauga elektroninėje komercijoje yra jau neblogai išvystyta. Tiek mokslininkų darbai, tiek ir teisės aktai bei jų įgyvendinimo praktika yra nepaprastai naudinga Lietuvai priimant naujus teisės aktus šioje srityje bei skatinant visapusišką vartotojų interesų gynimą. Kalbant apie Lietuvos teisės aktus, galima teigti, kad šiuo metu Lietuvos Respublikos teisinėje sistemoje yra įgyvendintos pagrindinės bendrosios vartotojų teisių gynimo nuostatos, kuriose daugiau ar mažiau yra įtvirtintos svarbiausios ES teisės aktų normos.
- 3) Vartotojų teisių apsaugos elektroninėje komercijoje problemos, deja, dar nėra pakankamai plačiai nagrinėjamos Lietuvoje. Tokia padėtis yra sąlygota dviejų pagrindinių veiksnių - pirma, elektroninė komercija Lietuvoje dar nėra pakankamai išvystyta, antra, Lietuvoje akivaizdžiai trūksta aktyvesnės tiek visuomeninių vartotojų organizacijų, tiek ir Nacionalinės vartotojų teisių apsaugos tarybos prie Teisingumo ministerijos veiklos: vartotojų informavimo, švietimo ir kitos. Galima pastebėti ir akivaizdų vartotojų pasyvumą – mažas bylų kiekis teismuose (elektroninės komercijos, jų iš viso nėra) parodo, kad vartotojai neskuba ginti savo interesų
- 4) Vartotojų apsaugos elektroninėje aplinkoje įgyvendinimui labai svarbūs ir ES, ir Lietuvos teisės aktuose įtvirtinti principai: skaidrumas, sąžiningo verslo praktika, vartotojo pasitikėjimas bei kiti. Taip pat pagrindinės teisės: į informaciją (visu sutarties sudarymo laikotarpiu), galimybę atsisakyti sutarties per septynias darbo dienas nuo jos sudarymo. Visą tai įgyvendinant ES direktyvas jau yra reglamentuota ir Lietuvos teisės aktuose.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

Teisės aktai:

- 1) Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas. šeštoji knyga, Valstybės žinios, 2000, Nr. 74-2262, Nr. 80-0.
- 2) Lietuvos Respublikos vartotojų teisių gynimo įstatymas, Valstybės žinios, 1994, Nr. 94-1833; 2000, Nr.85-2581.
- 3) Lietuvos Respublikos asmens duomenų, teisinės apsaugos įstatymas, Valstybės žinios., 1996, Nr. 63-1479, 2000, Nr. 64-1924
- 4) Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas Nr. 511 "Dėl Paslaugų, teikimo taisyklių, patvirtinimo", Valstybės žinios., 1995, Nr. 33-779
- 5) Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymas Nr. 258 "Dėl daiktų, pardavimo ir paslaugų teikimo, kai sutartys sudaromos naudojant ryšio priemones, taisyklių patvirtinimo" Valstybės žinios.,2001, Nr. 73-2583
- 6) 2002 m. balandžio 10 d. Lietuvos Respublikos ūkio ministro isakymas Nr. 119 "Dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teikimo vidaus rinkoje reglamento patvirtinimo", Valstybės žinios., 2002, Nr. 40-1517.
- 7) 2001 m. vasario 28 d. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas Nr. 229 "dėl Lietuvos nacionalinės informacinės visuomenės plėtros koncepcijos patvirtinimo", Valstybės žinios., 2001, Nr.20-652.
- 8) Lietuvos Respublikos elektronines prekybos įstatymo projektas: <http://www3.lrs.lt/owa-bin/owarepl/inter/owa/U0032517.doc>, Lietuvos Respublikos Seimo Interneto svetaine.
- 9) Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymo 23 ir 26 straipsnių pakeitimo įstatymas Valstybės žinios, 2004 Nr.60-2120.
- 10)Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymo pakeitimo įstatymas, Valstybės žinios, 2003 Nr.15-597.
- 11)Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymo papildymo 10(1) straipsniu ir 15, 17 straipsnių pakeitimo įstatymas, Valstybės žinios, 2002 Nr.68-2769.

- 12) Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymo 1, 2, 3, 5, 7, 14, 15, 16, 18, 20, 22, 24, 26 straipsnių pakeitimo ir papildymo įstatymas, Valstybės žinios, 2002 Nr.13-473.
- 13) Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymo pakeitimo įstatymas, Valstybės žinios, 2000 Nr.64-1924.
- 14) Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymo 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 14 straipsnių pakeitimo ir papildymo įstatymas, Valstybės žinios, 1998 Nr.31-819;
- 15) Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymas, [sigaliojo nuo 1996 07 03; Nauja redakcija nuo 2003 07 01/Valstybės žinios, 1996 Nr.63-1479).
- 16) 1957 m. Europos bendrijos steigimo sutartis, Roma (The Treaty establishing the European Economic Community (EEC), http://www.europa.eu.int/abc/treaties_en.htm).
- 17) Council Directive 85/577/EEC of 20 December 1985 to protect the consumer in respect of contracts negotiated away from business premises, O.J. L 372, 31/12/1985, p. 0031-0033
- 18) Council Resolution of 19 January 1999 on the Consumer Dimension of the Information Society, O.J. C 023, 28/01/1999 p. 0001-0003.
- 19) Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council of 20 May 1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts, O.J. L144, 04/06/1997
- 20) Guidelines for Consumer Protection, UN General Assembly, 1985 April 16, <http://www.un.org/documents/ga/res/39/a39r248.htm>, United Nations home page.
- 21) Hague Convention of 15 June 1955 on the law applicable to international sales of goods
- 22) OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce: <http://www.oecd.org/EN/document/0,,EN-document-44-I-no-320-44,00.html>, Organisation for Economic Co-operation and Development

Specialioji literatūra:

- 23) Campbell Dennis "Law if International On-line Business. A Global Perspective", 1998.
- 24) "Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras. Pirmoji knyga. Bendrosios nuostatos", Justitia, Vilnius, 2001.
- 25) Terry R. Broderick "Regulation of Information Technology in the European Union, London/The Hague/Boston, 2000.

Kiti šaltiniai:

- 26) Andrijauskas K., Buitkus A., Čeponytė Z., Lamanauskas T., Matulevičienė J.N., Mikalajūnienė E., Šinkūnienė D. "Informacinės visuomenės teisė", Vilnius 2005.
- 27) Civilka M. "Elektroninės komercijos reguliavimas tarptautinėje ir ES teisėje", Vilnius, 2001, <http://www.itc.vu.tf.lt>
- 28) Civilka M. "Elektroniniai kontraktai pagal LR teisę", <http://itc.tf.vu.lt>
- 29) Civilka M. "Click-wrap" susitarimai - teisinis pripažinimas, teisine galia, 2002, <http://itc.tf.vu.lt>
- 30) Civilka M. "Asmens duomenų, apsauga tarptautinėje ir EB teisėje", Vilnius 2001, <http://www.itc.vu.tf.lt>
- 31) Civilka M., Lamanauskas T., Osinaitė G., Sauliūnas D., Šttilis D., Toliūšis S., Ulevičius L., "Informacinių technologijų teisė", Vilnius 2004.
- 32) Čepas A., Ragauskas P., Jurka R., Jovaišas K., Gutauskas A., Paužaitė R., Matulionytė R., Mačernytė- Panomariovienė I., Bieliūnienė L., Kavoliūnaitė E., malinauskaitė J., Kietytė L., Mališauskaitė- Simanaitienė S., Misiūnas J., Gečėnienė S., Sakalauskas G., Iankauskas M., Želvys A., Dobryninas A., Gaidys V.. "Žmogaus teisės Lietuvoje", Vilnius 2005.
- 33) Čeponytė, Z., Išarienė, A., Jakevičius, V.; *Europos link. Vartotojo vadovas*. Vilnius 2004
- 34) "E-Commerce and Consumer Protection", A Survey of Codes of Practice and Certification Processes, European Commission, <http://www.europa.eu.int>, the European Union On-line.
- 35) Graham J. H. Smith "Internet Law and Regulation", London 2002
- 36) Keras A., Kurapka E., Petrauskas R. „Informacinės visuomenės kūrimo, informacinių technologijų taikymo ir informacinių technologijų teisės plėtros tendencijos Europos Sąjungoje“ Vilnius 2001.
- 37) Pažangos informacijos ir tinklų saugumo srityje memorandumas;

- <http://www.rtt.lt/index.php?421617832>, Ryšių reguliavimo tarybos internetinė svetainė;
- 38) Sodžiūtė L., Sūdžius V., „Elektroninė komercija: prielaidos, struktūra ir procesai“, Vilnius 2003.
- 39) Terry R. Broderick “Regulation of Information Technology in the European Union”, London/The Hague/Boston 2000
- 40) Tinklų ir informacijos saugumo būklės Lietuvoje tyrimas, vartotojų apklausa <http://www.rtt.lt/index.php?-1295424754>, Ryšių reguliavimo tarybos internetinė svetainė.