

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETO
EKONOMIKOS IR FINANSŲ VALDYMO FAKULTETO
INFORMATIKOS IR STATISTIKOS KATEDRA

ALINA JAKOVLEVA
INFORMATIKOS TEISĖS STUDIJŲ PROGRAMA

ELEKTRONINĖS KOMERCIJOS INICIATYVŲ LIETUVOJE TEISINĖ ANALIZĖ

Magistro baigiamasis darbas

Darbo vadovas -
Doc. dr. Mindaugas Kiškis

Vilnius, 2006

TURINYS:

IVADAS.....	3
1. ELEKTRONINĖS KOMERCIJOS SAMPRATA.....	6
1.1. Elektroninės komercijos apibrėžimas.....	6
1.2. Elektroninės komercijos objektas.....	7
1.3. Elektroninės komercijos dalyviai.....	7
1.4. Elektroninės komercijos rūšys.....	8
1.5. Elektroninės komercijos privalumai ir trūkumai.....	9
2. EUROPOS SAJUNGOS TEISĖS AKTAI, REGLAMENTUOJANTYS ELEKTRONINĘ KOMERCIJĄ.....	11
2.1. 2000 m. Birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teisinių aspektų vidaus rinkoje (Elektroninės komercijos direktyva) Nr. 2000/31/EB.....	11
2.2. 1999 m. Gruodžio 13 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva dėl Bendrijos elektroninių parašų reguliavimo sistemos Nr. 1999/93/EB.....	17
2.3. 1997 m. Gegužės 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos Direktyva dėl vartotojų apsaugos, susijusios su nuotolinės prekybos sutartimis Nr. 97/7/EB.....	20
3. LIETUVOS RESPUBLIKOS TEISĖS AKTAI, REGLAMENTUOJANTYS ELEKTRONINĘ KOMERCIJĄ.....	23
4. ELEKTRONINĖS KOMERCIJOS PADĖTIS LIETUVOJE.....	31
4.1. Elektroninis draudimas.....	31
4.2. Elektroninės parduotuvės.....	36
5. IŠVADOS.....	44
6. SANTRAUKA.....	47
7. SUMMARY.....	48
8. LITERATŪROS SĄRAŠAS.....	49

IVADAS

Šiandien internetas tapo bene pagrindine ir patogiausia informacijos perdavimo bei komunikavimo priemone, žmonių bendravimo kanalu. Didėjant interneto paklausai automatiškai plečiasi ir virtualus bendravimas (įvairios konferencijos, forumai), rinkodara (reklama, skelbimai), paslaugų teikimas, taipogi „auga“ ir elektroninė komercija (įvairių prekių pardavimas elektroninėse parduotuvėse, aukcionai). 2005-aisiais metais elektroninė komercija įsitvirtino didžiuosiuose Vakarų Europos miestuose ir kai kuriose Rytų Azijos šalyse, tokiose kaip Pietų Korėja [17]. Tenka pripažinti, jog dauguma tiek didesnių, tiek ir mažesnių kompanijų reklamuoja bei siūlo savo prekes, paslaugas internetu. Vis dėlto, elektroninė komercija neapsiriboja tik internetu, bet apima ir tokias elektronines priemones kaip telefonas, faksas ir pan.

Informacinių technologijų dėka elektronine komercija galima verstis ne tik nacionaliniu, bet ir tarptautiniu (globaliu) mastu, dažnai elektroninės komercijos dalyviai yra skirtingose valstybėse su skirtingomis teisinėmis sistemomis, skirtingais įstatymais, o tai yra viena iš nepasitikėjimo elektronine komercija priežasčių. „Eurobarometer“ vartotojų nuomonės tyrimo duomenimis namuose apsiperkantys vartotojai dažniausiai visgi renkasi savo vietos rinką. Remiantis Europos Komisijos atliktais tyrimais, net 71 proc. Europos gyventojų teigia, jog perkant iš kitos Europos Sąjungos narės būtų sunkiau patenkinti skundus dėl prekių kokybės, taip pat 68 proc. nerimauja, jog perkant iš užsienio galima pakliūti į sukčių pinkles [20]. „Turime skatinti vartotojų pasitikėjimą, taip pat padėti įmonėms įveikti kliūtis prekiaujant savo gaminiiais užsienio rinkose“, - teigia už sveikatą ir vartotojų apsaugą atsakingas Europos Sąjungos komisaras Markosas Kyprianou [20]. Būtent todėl reglamentuojant elektroninę komerciją Europos Sąjungos valstybėms narėms labai svarbu atsižvelgti į tarptautinius dokumentus.

Taigi didėjantis interneto paplitimas bei technologinės naujovės skatina elektroninės komercijos vystymąsi ir plėtrą, o sparčiai plėtojantis elektroninei komercijai tuo pačiu atsiranda ir naujos sutarčių, atsiskaitymų formos, vis daugiau jų sudaroma elektronine forma, todėl atsiranda būtinybė šiuos ir kitus aspektus reglamentuoti. Nuolat didėjantis elektroninės komercijos vartotojų skaičius leidžia teigti, jog elektroninė komercija tikriausiai greičiausiai besivystanti komercijos rūšių.

Magistriniame darbe „Elektrinės komercijos iniciatyvų Lietuvoje teisinė analizė“ siekiama išanalizuoti realią padėtį elektroninės komercijos srityje Lietuvoje: kokie nacionaliniai teisės aktai reglamentuoja minėtą sritį ar jie neprieštarauja tarptautiniams dokumentams, ar tai kas

yra padaryta elektroninės komercijos srityje (elektroninės parduotuvės, aukcionai ir kitos paslaugos) atitinka teisės aktus.

Magistrinio darbo aktualumas. Magistrinio darbo tema aktuali tuo, jog per keliolika metų informacinių technologijų bei interneto vaidmuo visuomenėje labai padidėjo įvairiose srityse, o tai sukėlė nemažai permainų ir komercijoje. Greta tradicinės komercijos atsirado ir elektroninė, nulemta būtent interneto galimybių. Tokia komercija yra spartesnė, koordinuotesnė bei pigesnė, tačiau kartu su naujomis galimybėmis atsiranda ir naujos problemos, kurias būtina spręsti, siekiant neatsilikti nuo konkurentų bei išnaudoti visas susidarančias palankias progas. Dėl šios priežasties Lietuvoje turėtų būti suformuota visa teisinė bazė elektroninės komercijos įgyvendinimui bei vystymuisi, sudaryta palanki aplinka jai plėtotis. Tačiau galbūt jau yra sudarytos palankios sąlygos elektroninės komercijos augimui? Gal nieko nereikia tobulinti, keisti ir viskas puikiausiai veikia? Šiuos ir kitus klausimus bus bandoma atsakyti magistriniame darbe.

Nors magistrinio darbo tema nėra nauja, buvo nagrinėta 2005 m. magistrų darbuose, tačiau neseniai įvykę įstatymų pasikeitimai bei elektroninės komercijos raida verčia iš naujo šią temą nagrinėti. Be to šiame darbe nagrinėjamos dar neanalizuotos sritys, t.y. elektroninis draudimas bei elektroninės parduotuvės Lietuvoje ir Lenkijoje.

Magistrinio darbo objektas. Šio magistrinio darbo objektas – padėties Lietuvoje elektroninės komercijos srityje analizė bei jos atitikimas galiojantiems teisės aktams.

Magistrinio darbo tikslas ir uždaviniai. Taigi magistrinio darbo tikslas – išanalizuoti Lietuvoje galiojančius nacionalinius teisės aktus, taipogi tarptautinius dokumentus ir praktiką, siekiant atskleisti kaip įgyvendintos elektroninės komercijos iniciatyvos Lietuvoje, kaip jos atitinka teisės aktus, taip pat kokios pagrindinės teisinės kliūtys trukdančios elektroninės komercijos plėtrą. Elektroninę komerciją reglamentuojantys dokumentai turėtų atitikti tarptautinę elektroninės komercijos verslo praktiką. Teisės aktai turėtų būti aiškūs, kuriami atliekant išsamią dviprasmybių bei teisės spragų analizę. Teisinis reglamentavimas turėtų skatinti elektroninės komercijos plėtrą, o ne ją stabdyti.

Įgyvendinant apibrėžtą tikslą suformuojami tokie uždaviniai:

1. Atskleisti elektroninės komercijos sampratą;
2. Išanalizuoti Europos Sąjungos galiojančius teisės aktus, reglamentuojančius elektroninę komerciją;
3. Išnagrinėti Lietuvos Respublikos teisės aktus, reglamentuojančius elektroninę komerciją, trumpai palyginti Lietuvos situaciją su užsienio valstybių padėtimi šioje srityje (kaip jos savo nacionalinėje teisėje įgyvendino tarptautinius teisės aktus);

4. Paanalizuoti Lietuvoje teikiamas elektronines paslaugas, taip pat veikiančių elektroninių parduotuvių veiklos klausimus: statusą pagal galiojančius teisės aktus, asmens duomenų apsaugą, vartotojų teises ir pan. Atlikti lyginamąją analizę su užsienyje veikiančia elektronine parduotuve;
5. Išsiaiškinti ar elektroninė komercija Lietuvoje veikia efektyviai, saugiai, vystosi, jei ne – teikti pasiūlymus tobulinant elektroninės komercijos reglamentavimą.

Hipotezė – dalis veiksnių, stabdančių elektroninės komercijos vystymąsi Lietuvoje:

- Nepakankamas teisinis reglamentavimas;
- Nepasitikėjimas elektronine komercija;
- Žemas vartotojų informuotumas elektroninės komercijos srityje;
- Nepakankama asmens duomenų apsauga.

Darbe analizuojami Europos Sąjungos bei Lietuvos Respublikos teisės aktai.

Tyrimo metodai. Rašant šį magistrinį darbą naudojami sisteminės analizės, dokumentų analizės, loginis bei lyginamasis metodai.

Magistrinio darbo struktūra. Magistro baigiamąjį darbą sudaro įžanga, keturios dalys bei išvados. Kai kurios darbo dalys suskirstytos į poskyrius. Pateikiama santrauka (summary).

1. ELEKTRONINĖS KOMERCIJOS SAMPRATA.

1.1. Elektroninės komercijos apibrėžimas

Daugelis elektroninę komerciją supranta kaip prekių ir paslaugų pirkimą bei pardavimą internetu, tačiau toks supratimas yra per siauras, kadangi ji apima „bet kokią komercinę transakciją atliktą elektroniniu būdu – elektroninėmis priemonėmis, elektroninėje aplinkoje ir pan.“ [15, psl. 3]. Elektroninė komercija aprėpia visas santykių, susijusių su tarptautinių ir nacionalinių sandorių sudarymu elektroniniu būdu ar elektroninėmis priemonėmis, rūšis: visų pirma pirkimą, pardavimą, taip pat konsultavimą, prekių užsakymą, tiekimą ir kitas dalykinio bendradarbiavimo formas

Nėra unifikuoto elektroninės komercijos apibrėžimo, skirtingi autoriai, skirtingos valstybės pateikia skirtingus elektroninės komercijos apibrėžimus, todėl tikslinga pateikti bent kelis šios sąvokos apibrėžimus. Įvairiuose šaltiniuose pateikiami apibrėžimai labai skiriasi: vieni į sąvoką įtraukia visas elektroniniu būdu atliekamas komercines transakcijas, kiti elektroninę komerciją supranta tik kaip tokias transakcijas atliekamas internetu (kitaip tokią komerciją galima pavadinti internetine komercija). Pavyzdžiui, Patricia Buckley pateikia tokį apibrėžimą:

- Elektroninė komercija – verslo operacijos, kurios sandorių sudarymą perkelia į internetą ar kokį kitą globalų atvirą tinklą, taip pat sandorio sudarymo ir vykdymo priemonė, kuri iki 1995 m. būtų adekvati tokioms komercijos formoms kaip verslas telefonu, faksu, EDI¹ ir pan. [14, psl. 209-210].

Platusis elektroninės komercijos apibrėžimas pateikiamas Olandijos vyriausybės parengtame Elektroninės komercijos veiksmų plane:

- Daugeliui žmonių elektroninė komercija yra veiklos vykdymo internete sinonimas. Vis dėlto, elektroninė komercija žymiai daugiau nei vien tai – ji apima visas ir bet kokias verslo transakcijas, kurios vykdomos elektroniniu būdu turint tikslą padidinti rinkos funkcionavimo efektyvumą [15, psl. 124].

Pasak Ch. Swindello, elektroninė komercija suprantama kaip „bet kokie veiksmai, atlikti ūkio subjektų, kurie reikalauja, kad finansiniai sandoriai būtų atlikti globaliuose tinkluose, tokiuose kaip internetas“ [14, psl. 210].

Dar keli elektroninės komercijos apibrėžimai:

¹ Electronic Data Interchange (Elektroninis pasikeimas duomenimis). EDI apibrėžiamas kaip elektroninis pasikeitimas automatinio būdu tvarkomais struktūrizuotais duomenimis, kurie buvo suformuoti atsižvelgiant į nustatytus, sutartus standartus ir kurie telekomunikacijų pagalba gali būti perduoti tiesiogiai tarp skirtingų kompiuterių tinklų ar sistemų.

- Elektroninė komercija yra elektroninio verslo dalis ir apima pardavimo, pirkimo, paslaugų veiklą, atliekamą elektroninės terpės (dažniausiai interneto, bet ne visada) pagalba [25, psl. 233];
- Elektroninė komercija apibūdinama kaip prekybinių santykių forma, kurioje tarpusavyje susijusios šalys sąveikauja elektroniniu būdu naudodamos informacines technologijas [17];
- Elektroninė komercija – tai verslo aktyvumo vaisius, kai procesai vyksta naudojant skaitmeninius ryšių tinklus [18];
- Elektroninė komercija – informacinės visuomenės paslaugų teikimas ir kita su informacinės visuomenės paslaugų teikimu susijusi veikla [8].

Iš visų paminėtų apibrėžimų galima išskirti šiuos esminius bruožus (savybes):

1. komerciniai santykiai;
2. prekės ir paslaugos;
3. elektroninės komunikacijos;
4. sandoriai.

Daugumoje šaltinių sutariama, jog rekomenduotinas elektroninės komercijos apibrėžimas galėtų būti toks:

Elektroninė komercija – komercinė veikla, susijusi su prekių ir paslaugų pirkimu – pardavimu ir kitais verslo sandoriais, kurių dalyviai yra nebūtinai toje pačioje fizinėje vietoje ir todėl sandorių sudarymui, jų vykdymui pasitelkia elektronines ar joms adekvačias priemones [14, psl. 211]. Į šį apibrėžimą įtraukiamos tiek pirkimo – pardavimo, tiek ir visos kitos transakcijos, kurios atliekamos ne tik internetu, bet ir kitokiomis elektroninėmis priemonėmis. Pagal šį apibrėžimą galima teigti, jog dauguma autorių visgi lieka tos nuomonės, kad elektroninė komercija neapsiriboja vien tik internetu. Taigi siūlomas apibrėžimas yra plataus pobūdžio.

1.2. Elektroninės komercijos objektas

Elektroninės komercijos objektas – visų ūkinių komercinių, finansinių ir atsiskaitymo santykių, susijusių su tarptautinių ir vietinių sandorių sudarymu, vykdymu ir kontrole, visuma, palaikoma moderniomis ryšio priemonėmis.

1.3. Elektroninės komercijos dalyviai

Elektroninei komercijai, kaip ir kiekvienai kitai, reikia keturių dalykų: pirkėjo, pardavėjo, jų susitikimo vietos (pvz.: elektroninės parduotuvės) ir pinigų. Įmonės, namų ūkis, atskiri gyventojai, valstybinės institucijos ir kitos įstaigos yra elektroninės komercijos dalyviai: vieni siūlo prekes ir paslaugas, o kiti jas perka. Teisine prasme elektroninės komercijos dalyviai visiškai nesiskiria nuo tradicinės komercijos dalyvių [14, psl. 220].

Elektroninėje komercijoje yra dvi pagrindinės šalys: pirkėjas ir pardavėjas. Tarp šalių viso jų tarpusavio bendravimo metu nėra fizinio kontakto, neretai pasitaiko, kad jos yra skirtingose valstybėse, todėl atsiranda neaiškumų dėl pačių elektroninės komercijos dalyvių tapatybės ir prigimties nustatymo.

Pardavėjas. Internetiniai pardavėjai labai panašūs į tradicinius pardavėjus: jie turi savo sandėlius, rūpinasi prekių kiekybe bei kokybe, rūpinasi produktų pristatymu, reklamuoja savo prekes (tam pasitelkdami ir internetą), tokiu būdu padidindami savo produktų pardavimus parduotuvėse ar per katalogus. Pardavėjas turi turėti galimybę susipažinti su savo teisine padėtimi, nes kitaip jis tiesiog gali atsisakyti dalyvauti elektroninėje komercijoje. Dažniausiai internetinis pardavėjas – įmonė, kuri didžiausią pelno dalį gauna iš online produktų pardavimo [14, psl. 220].

Pirkėjas. Vartotojui, kaip silpnesnį šaliai, turėtų būti užtikrinama didesnė apsauga, lyginant su profesionaliais ūkiniais komerciniais subjektais. Profesionalus pirkėjas negali būti apsaugomas labiau negu pardavėjas, tačiau tiek profesionalus pirkėjas, tiek ir vartotojas turėtų turėti galimybę sužinoti savo statusą.

Norintiems dalyvauti elektroninėje komercijoje labai svarbu išsiaiškinti elektroninės komercijos teikiamas galimybes, galimas situacijas bei teises pasekmes.

1.4. Elektroninės komercijos rūšys

Elektroninė komercija skirstoma į šias pagrindines rūšis:

1. *verslas verslui (B2B business to business)*. Pati sėkmingiausia elektroninės komercijos dalis, apima apie 85 proc. visos komercijos. Pavyzdžiai: elektroninis prekės užsakymas, tarpininkavimo paslaugos ir pan.;
2. *verslas vartotojui (B2C business to consumer)*. Pavyzdys: knygynas internete. Sudaro apie 10-15 proc. visos elektroninės komercijos;
3. *verslas valstybinėms institucijoms (B2G business to government)*. Tokios elektroninės komercijos pavyzdys – viešieji pirkimai;
4. *vartotojas vartotojams (C2C consumer to consumer)*. Tai ganėtinai nauja rūšis, pavyzdys – aukcionai;

5. *virtotojai verslui (C2B consumer to business)*. Pavyzdžiui, jungtiniai pirkimai;
6. *virtotojas valstybinei institucijai (C2G consumer to government)*. Ateityje virtotojai turės galimybę vyriausybės paslaugas įsigyti online, kol kas ši komercijos rūšis sudaro ganėtinai mažą dalį visos elektroninės komercijos;
7. *valstybinės institucijos verslui, virtotojams ir kitoms valstybinėms institucijoms (G2B/C/G government to business/ consumer/ government)*. Kitaip dar žinoma kaip elektroninė vyriausybė.

Galima išskirti dvi pagrindines elektroninės komercijos rūšis: B2B ir B2C. Taigi, daugeliu atveju ir daugeliu požiūriu pats svarbiausias elektronines komercijos skirstymas yra į B2B ir B2C. Tokio skirstymo pagrindas yra, pirma, sandorių dalyviai, antra, sandorių tikslas, trečia, sandorių prigimtis ir pobūdis [14, psl. 217].

1.5. Elektroninės komercijos privalumai ir trūkumai

Elektroninė komercija suteikia nemažai privalumų:

1. Globalumas. Elektroninės komercijos šalims nebūtinai fizinis kontaktas, dažnai sandoriai sudaromi dalyviams būnant skirtinguose miestuose ar net valstybėse. Pardavėjas turi galimybę siūlyti savo prekes bei paslaugas daug didesniai virtotojų ratui nepatiriant kaštų, kurie būtų neišvengiami tradicinės komercijos atveju. Pirkėjas tuo tarpu gali išsirinkti bei įsigyti prekių iš didesnio asortimento ir neišeinant iš namų, t.y. be eilės.
2. Maži verslo vykdymo kaštai. Įmonės, naudodamos elektroninę komerciją, labai sumažina savo išlaidas, pavyzdžiui: sumažinamos popieriaus, rašalo išlaidos ir pan.
3. Visų pagrindinių įvykių fiksavimas. Elektroninė komercija užfiksuoja kas ir kada įvyko, dalyviai bet kada gali pasižiūrėti kas ir kada įvyko, neatsižvelgiant į tai, jog tokie duomenys gali būti ištrinti.
4. Efektyvumas laiko atžvilgiu. Elektroninė komercija yra realaus laiko komercija, bet kuriuo paros metu ir bet kurioje vietoje galima suteikti savo esamam ir būsimam klientui visą informaciją apie produktus, konsultuoti rūpimais klausimais ir pan. Nebeliko laukimo, laiko spragos kur kas mažesnės nei tradicinės komercijos atveju. Dalyviai gali palaikyti nuolatinį ryšį, uždavinėti jiems rūpimus klausimus ir operatyviai sulaukti reikiamų atsakymų.

Apibendrinant elektroninės komercijos privalumus galima teigti, jog elektroninė komercija mažina įmonės kaštus, todėl pirkėjas gauna produktus mažesnėmis kainomis. Elektroninės komercijos pagalba greitai ir tiksliai bendraujama su klientais, patogesnis jų aptarnavimas, taupomi išteklių, vienoje vietoje siūlomas didesnis prekių ir paslaugų pasirinkimas, patogesnė prekių tiekimo sistema, atsiveria naujos verslo galimybės ir t.t. Privalumus pagal šalių vaidmenį galima skirstyti į kliento (pvz.: tokie privalumai kaip: operacijas galima atlikti iš bet kurios vietos, suteikiamas didesnis pasirinkimas ir pan.) ir pardavėjo (pvz.: elektroninė komercija padeda rinkti tiesioginę informaciją apie savo klientus, išnaudoti nestandartines ir patogias nišas ir pan.) požiūrius. Valstybė tuo tarpu turi reguliuoti šią sritį teisiškai – mokesčiais, specialiais norminiais teisės aktais, turi prisidėti prie nuolatinės infrastruktūros plėtros.

Šalia aukščiau išvardintų elektroninės komercijos privalumų, reikėtų aptarti ir jos sukeltus trūkumus:

1. Sandorių skaidrumo stoka. Pagrindinė problema, kad pardavėjas ir pirkėjas ar kiti elektroninės komercijos dalyviai (ir netgi pats įstatymų leidėjas) susiduria su sunkumais identifikuojant asmenis, veiksmus, produktus, veiklą, fizinę vietą ar netgi pačius elektroninės komercijos dalyvius [14, psl. 219]. Šis reiškinys dar vadinamas internetiniu anonimiškumu. Taipogi informacija apie sandorį ar net asmens informacija gali būti labai greitai paskleista visam pasauliui.
2. Elektroninės komercijos įdiegimas ir vystymas, jos tolesnis palaikymas kainuoja. Tai ypač aktualu nedidelėms įmonėms.

Prie elektroninės komercijos trūkumų galima priskirti ir silpną apsaugą nuo sukčiavimo, kadangi lengvas ir paprastas priėjimas prie elektroninių priemonių ir interneto, potencialus reklamos davėjų anonimiškumas (sunku identifiuoti pardavėją) labai praverčia nesąžiningiems verslininkams. Tyrimai, atlikti anglų firmos „Armor Group“ 2000 metų pradžioje parodė, kad 35 proc. brangių prekių, parduodamų virtualiose parduotuvėse, yra piratinės [18]. Tyrimai taip pat parodė per didelį pirkėjų pasitikėjimą, pavyzdžiui, pirkėjai gali lengvai patikėti neegzistuojančios įmonės ar produkto ženklo pasauliniu populiarumu.

2. EUROPOS SAJUNGOS TEISĖS AKTAI, REGLAMENTUOJANTYS ELEKTRONINĘ KOMERCIJĄ

Pasak dr. Dariaus Štitalio, „elektroninei komercijai palanki teisinė aplinka Europoje buvo pradėta kurti Europos Komisijai parengus ir priėmus direktyvas elektroninės komercijos, elektroninio parašo, vartotojų teisių apsaugos sudarant sutartis per atstumą, finansinių paslaugų ir elektroninių mokėjimų klausimais“ [26, psl. 134].

2.1. 2000 m. birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teisinių aspektų vidaus rinkoje (Elektroninės komercijos direktyva) Nr. 2000/31/EB

Direktyvoje nustatomas toks tikslas – sukurti teisinę bazę, kad būtų užtikrintas laisvas informacinės visuomenės paslaugų¹ judėjimas tarp valstybių narių, bet nederinti pačios baudžiamosios teisės srities [13, preambulės 8 p.]. Pagrindinis uždavinys – laisvo informacinės visuomenės paslaugų judėjimo tarp valstybių narių užtikrinimas. Ji derina nacionalines nuostatas dėl informacinės visuomenės paslaugų, susijusias su vidaus rinka, paslaugų teikėjų steigimusi, komerciniais pranešimais, elektroninėmis sutartimis, elgesio kodeksais, ginčų nagrinėjimu ne teismo tvarka ir valstybių narių bendradarbiavimu. Direktyvoje nenagrinėjama teismų jurisdikcija, ji nenustato papildomų privatinės tarptautinės teisės taisyklių.

Direktyva netaikoma:

1. Mokesčių srityje;
2. Asmens duomenų apsaugai ir privatumui;
3. Konkurencijos teisei;
4. Notarų ar lygiaverčių profesijų atstovų veiklai;
5. Atstovaujant klientui ar ginant jo interesus teismuose;
6. Lošimų veiklai, kuomet yra statomos piniginių sumos, įskaitant loterijas ir lažybų sandorius [13].

Direktyvos 2 straipsnyje apibrėžiamos tokios sąvokos kaip informacinės visuomenės paslaugos, paslaugų teikėjas, paslaugos gavėjas, vartotojas ir kt. Direktyvoje **informacinės visuomenės paslaugos** apibrėžiamos taip – tai paslaugos, apibūdintos Direktyvos 98/34/EB su pakeitimais, padarytais Direktyva 98/48/EB, 1 straipsnio 2 dalyje [13]. Remiantis šia direktyva,

¹ Informacinės visuomenės paslaugos apibrėžimas bus pateiktas žemiau.

informacinės visuomenės paslaugos apibrėžimas aprėpia bet kokią paslaugą, paprastai teikiamą už atlygį per nuotolį, elektroninėmis priemonėmis, atskiru paslaugos gavėjo prašymu duomenims apdoroti ir saugoti. Aprėpia visą ekonominę veiklą, atliekamą prisijungus prie tinklo, ypač prekių pardavimą internetu, tokioms paslaugoms nepriskiriama tokia veikla kaip paprastas prekių pristatymas arba paslaugų teikimas ne per tinklą. Televizijos transliavimas ir radijo transliavimas nėra informacinės visuomenės paslaugos, nes teikiamos ne pagal pareikalavimą. Būtent ir reikėtų akcentuoti, jog tai yra pagal individualų užsakymą teikiamos paslaugos. Prie informacinės visuomenės paslaugų taip pat nepriskiriami darbuotojo ir darbdavio sutartiniai santykiai, veikla, kuria dėl jos pobūdžio negalima verstis nuotoliniu būdu ar elektroninėmis priemonėmis, pavyzdžiui, įmonės finansinių ataskaitų įstatymų numatytas auditas ar medicininė konsultacija, kuomet yra atliekama paciento medicininė apžiūra ir pan.

Paslaugų teikėjas – tai bet kuris fizinis ar juridinis asmuo, teikiantis informacinės visuomenės paslaugą [13].

Įsisteigęs paslaugų teikėjas – tai paslaugų teikėjas, kuris užsiima komercine veikla per nuolatinę buveinę, kuri buvo įsteigta neribotam laikui. Techninių priemonių buvimas ir jų naudojimas dar nereškia įsisteigimo [13].

Paslaugų gavėjas – tai fizinis ar juridinis asmuo, kuris savo ar komerciniams tikslams naudojami informacinės visuomenės paslauga.

Vartotojas – tai bet kuris fizinis asmuo, veikiantis ne savo amato, verslo, profesijos tikslams [13].

Komercinis pranešimas – bet kokia pranešimo forma, skirta tiesiogiai ar netiesiogiai reklamuoti prekes ar paslaugas, ar asmens besiverčiančio komercine, pramonine ar amatų veikla, vardą [13]. Komerciniais pranešimais nelaikoma informacija, kurią gavus galima tiesiogiai pasiekti įmonės veiklą, pavyzdžiui, elektroninio pašto adresą ir pan. Taip pat tokiais pranešimais nelaikoma pranešimai, kurie sudaromi be finansinių sumetimų.

Koordinuojama sritis – tai valstybių narių nustatyti reikalavimai informacinės visuomenės paslaugų teikėjų ar pačių informacinės visuomenės paslaugų atžvilgiu, neatsižvelgiant į tai, ar jie yra bendro pobūdžio, ar konkrečiai joms skirti [13]. Ši sąvoka įtvirtina reikalavimus informacinės visuomenės paslaugų teikėjams. Apima tokius reikalavimus kaip:

1. Įsisteigiant informacinės visuomenės paslaugų teikėjas turi atitikti reikalavimus dėl kvalifikacijos, registracijos ir pan.;

2. Versdamasis informacinės visuomenės paslaugų veikla teikėjas turi atitikti reikalavimus dėl paslaugų teikėjo elgesio, dėl paslaugų kokybės ar turinio, taip pat dėl atsakomybės.

Koordinuojama sritis neapima:

1. Reikalavimų, taikomų pačioms prekėms;
2. Reikalavimų, taikomų prekių pristatymui;
3. Reikalavimų, taikomų paslaugoms, kurios neteikiamos elektroninėmis priemonėmis.

Direktyvos 3 straipsnis nustato taisyklę, pagal kurią valstybės narės turi garantuoti, jog informacinės visuomenės paslaugų teikėjas, įsisteigęs jos teritorijoje, laikytusi nacionalinių nuostatų, kurios patenka į koordinuojamą sritį. Valstybės narės negali dėl priešasčių, kurios priskiriamos koordinuojamai sričiai, riboti informacinės visuomenės paslaugų teikimo laisvę iš kitos valstybės narės. Tai galima padaryti norint apsaugoti valstybės ar visuomenės saugumą bei sveikatą, vartotojus, taip pat baudžiamųjų nusikaltimų prevencijos, tyrimo, atskleidimo tikslais, kovai su neapykantos skatinimu dėl rasės, lyties, religijos ir pan. Numatoma, kad gali būti apribota tik konkreti informacinės visuomenės paslauga ir tik kuomet ji prieštarauja aukščiau nurodytiems tikslams. Toks apribojimas turi būti proporcingas siekiamiems tikslams. Prieš imantis tokių ribojančių priemonių, valstybė turi paprašyti, jog valstybė narė, iš kurios kyla informacinės visuomenės paslauga, imtųsi kokių nors priemonių. Jeigu priemonių nebuvo imtasi ar jos buvo nepakankamos, tuomet valstybė narė praneša apie tai Europos Sąjungos Komisijai ir išpėja apie numatomus imtis veiksmus, kurie ribotų informacinės visuomenės paslaugos srautus.

Svarbi direktyvos nuostata yra susijusi su paslaugų teikėjams keliamais reikalavimais. Remiantis direktyvos 5 straipsniu, visi paslaugų teikėjai, teikdami informacinės visuomenės paslaugas vartotojams ir kompetentingoms valdžios institucijoms, turi pateikti tokią lengvai ir nuolat prieinamą informaciją:

1. Paslaugos teikėjo pavadinimą;
2. Paslaugos teikėjo buveinės adresą;
3. Paslaugos teikėjo rekvizitus, įskaitant elektroninio pašto adresą, kurie padėtų lengvai, tiesiogiai bei efektyviai su juo susisiekti;
4. Įmonių registrą, kuriame įrašytas paslaugų teikėjas, ir jo registracijos numerį;
5. Jei veiklai taikoma leidimų sistema, atitinkamos priežiūros institucijos rekvizitus;
6. Tuo atveju, jei paslaugos teikėjas yra PVM mokėtojas, turėtų būti nurodomas PVM mokėtojo kodas.

Jeigu informacinės visuomenės paslaugose yra patalpinama nuoroda į kainas, tai valstybės narės turėtų užtikrinti, jog jos būtų nurodomos aiškiai, nedviprasmiškai, nurodant ar į šią kainą įskaičiuoti mokesčiai, pristatymas ir pan.

Ši nuostata yra pakankamai svarbi, kadangi taip paslaugų gavėjas ar vartotojas gali susipažinti su paslaugų teikėju, gauti šiokią tokią informaciją apie jį, siūlomas prekes bei kainas, ir visa tai sukelia paslaugų gavėjo, vartotojo pasitikėjimą teikėju. Be to, turint bent pirminę, pagrindinę informaciją apie paslaugos teikėją, galima remtis ja ieškant detalesnių duomenų apie pardavėją.

Direktyva taip pat nustato reikalavimus, keliamus komerciniams pranešimams:

1. Turėtų būti aiškiai apibrėžta, jog tai yra komercinis pranešimas;
2. Fizinio ar juridinio asmens, kurio vardu teikiamas komercinis pranešimas, tapatybė turėtų būti aiškiai nustatyta;
3. Reklaminiai pasiūlymai, pavyzdžiui, kainų nuolaidos, premijos, dovanos, jei jos leidžiamos įsisteigusio paslaugų teikėjo valstybėje narėje, privalo būti aiškiai apibrėžtos, o sąlygos joms gauti turi būti lengvai prieinamos, aiškiai matomos, nedviprasmiškai pateiktos;
4. Reklaminiai konkursai ar žaidimai, jei jie leidžiami įsisteigusio paslaugų teikėjo valstybėje narėje, privalo būti aiškiai apibrėžti, identifikuojami, ir sąlygos dalyvauti juose turi būti aiškios, lengvai prieinamos ir nedviprasmiškai pateiktos.

Direktyva bando sureguliuoti ir nelaukto komercinio pranešimo problemą. Valstybės narės yra įpareigosotos savo teisės aktuose nustatyti taisykles, pagal kurias nelauktas komercinis pranešimas būtų aiškiai ir nedviprasmiškai identifikuojamas, kitaip tariant iškart nustatomas. Paslaugų teikėjai, siunčiantys neužsakytus komercinius pranešimus elektroniniu paštu, turėtų nuolat tikrinti išsiregistravimo registrus, kuriuose registruojasi asmenys, nenorintys gauti neužsakytų komercinio pobūdžio pranešimų. Taigi vartotojas turi teisę atsisakyti tokios paslaugos ir siųsti nelauktą komercinį pranešimą užsiregistravusiems tokiame registre asmenims būtų draudžiama.

Direktyvos nuostatos apima ir elektroninę sutarčių formą. Valstybės narės turėtų užtikrinti, kad jų teisinės sistemos leistų sudaryti sutartis elektroninėmis priemonėmis. Valstybės narės visu pirma užtikrina, kad sutarčių sudarymo procesui taikomi reikalavimai nusukurtų kliūčių naudoti elektronines sutartis ir kad tokios sutartys neprarastų juridinės galios vien dėl to, kad buvo sudarytos elektroninėmis priemonėmis [13; 9 str.]. Taigi, direktyvos 9 straipsnis teigia, jog valstybės narės turi sukurti tokią teisinę bazę, kuri nesudarytų kliūčių sutartis sudarinėti elektroninėmis priemonėmis ir tuo labiau tokios sutartys neturėtų prarasti teisinės galios vien dėl to, kad buvo sudarytos elektronine forma. Šis straipsnis siekia elektroniniu būdu sudarytą sutartį prilyginti rašytinei sutarčiai, nesuteikti

pastarajai pirmumo lyginant su elektronine sutartimi. Svarbiausia, kad jos turėtų lygiareikšmę tiek teisinę, tiek ir įrodomąją galią.

Direktyvos 9 straipsnio 2 dalyje nustatoma, kokioms sutartims neturėtų būti taikomos nuostatos dėl sutarčių formos:

1. Sutartims, kuriomis sukuriama ar perduodama teisė į nekilnojamąjį turtą, išskyrus nuomos teises;
2. Sutartims, kurias sudarant turi dalyvauti tam tikras teismų, valdžios institucijų ar valstybės įgaliojimus vykdančių profesijų atstovas, pavyzdžiui, notaras;
3. Sutartys, dėl kredito grąžinimo garantijos, kurias sudaro asmenys, veikiantys ne savo amato, verslo ar profesijos tikslais;
4. Sutartims, kurių sudarymą reglamentuoja šeimos teisė ar paveldėjimo teisės normos.

Be anksčiau minėtų privalomų reikalavimų informacinės visuomenės paslaugų teikėjui, valstybės narės taip pat turi užtikrinti, kad dar iki vartotojui pateikiant užsakymą jis turi būti supažindinamas su šia informacija:

1. Techniniais etapais, kuriuos reikia įveikti norint sudaryti sutartį;
2. Ar sudaryta sutartis bus išsaugota, prieinama ir ar bus galima su ja susipažinti;
3. Priemonėmis, kurios padėtų nustatyti ir ištaisyti klaidas dar iki pateikiant užsakymą;
4. Kalbomis, kuriomis siūloma sudaryti sutartis.

Sutarties sąlygos bei pati sutartis gavėjui turi būti pateiktos tokiu būdu, kad jis galėtų bet kada ją atkurti, pasidaryti jos kopijas ir pan.

Direktyva nustato taisykles dėl elektroninės sutarties sudarymo laiko. Remiantis Direktyvos 11 straipsniu, „...valstybės narės užtikrina, kad kai paslaugos gavėjas pateikia savo užsakymą techninėmis priemonėmis, būtų taikomi tokie principai“ [13]:

1. Paslaugos teikėjas, jei nėra pateisinamos priežasties, gavėjui turi nedelsiant elektroninėmis priemonėmis patvirtinti apie užsakymo gavimą;
2. Užsakymas ir gavimo patvirtinimas laikomi gautais nuo to momento, kai šalys, kurioms jie skirti, gali juos pasiekti.

Taigi elektroninė sutartis laikoma sudaryta nuo to momento, kai paslaugos gavėjas elektroniniu būdu gauna iš paslaugos teikėjo patvirtinimą apie užsakymo gavimą ir patvirtina patį užsakymą.

Kai informacinės visuomenės paslaugą sudaro informacija, kurią pateikia paslaugos gavėjas, valstybės narės užtikrina, kad paslaugos teikėjas nėra atsakingas už tokios informacijos saugojimą, laikymą tik tuomet, jei:

1. Neturi faktinės informacijos apie neteisėtą veiklą ar reikalavimą atlyginti žalą ir jam nėra žinoma apie faktus ar aplinkybes, pagal kurias galima būtų spręsti ar sužinoti apie tokią neteisėtą veiklą;
2. Kai jis gauna kokių nors žinių ar informacijos apie neteisėtą veiklą, nedelsiant panaikina tokią informaciją, siekiant užkirsti kelią priėti prie tokios informacijos.

Tačiau aukščiau minėtos nuostatos nepanaikina galimybės administracinėms institucijoms reikalauti dėl informacinės visuomenės paslaugos teikimo sustabdymo ar panaikinimo, taip pat valstybės narės gali nusistatyti procedūras, reglamentuojančias informacijos panaikinimą. Tačiau Direktyvos 15 straipsnis nenustato informacinės visuomenės paslaugos teikėjui pareigos stebėti informaciją, kuri yra per juos perduodama ir jų saugoma. Taip pat nenustato prievolės domėtis ar ieškoti faktų, kurie galėtų atskleisti aplinkybes, rodančias nelegalią veiklą.

Valstybės narės turėtų užtikrinti galimybę ginčus, kilusius tarp informacinės visuomenės paslaugų teikėjo ir paslaugų gavėjo, spręsti ne teismo tvarka, įskaitant atitinkamas elektronines priemones. Vadinasi, Direktyva suteikia prioritetą ginčų nagrinėjimui ne teismo tvarka.

Valstybės narės turi nustatyti tinkamas šios Direktyvos pagrindu priimtų nacionalinių teisės aktų nuostatų priežiūros ir tyrimo priemones, taip pat turėtų būti vykdomas nuolatinis valstybių narių bendradarbiavimas: apsikeičiama prašoma informacija, pavyzdžiui, pranešama Europos Sąjungos Komisijai apie reikšmingus teismo sprendimus valstybės narės teritorijoje, įkuriami ryšių punktai, kurių pagalba galima gauti informacijos apie skundų nagrinėjimo tvarką, žalos atlyginimą. Šalys narės priima sankcijas už Direktyvos nuostatų, įgyventintų nacionaliniuose teisės aktuose, nevykdymą. Valstybės narės nustato sankcijas, kurias galima taikyti už pagal šią direktyvą priimtų nacionalinių nuostatų pažeidimu, ir imasi visų priemonių, reikalingų užtikrinti, kad jos būtų vykdomos. Jų nustatytos sankcijos turi būti veiksmingos, proporcingos ir atgrasančios [13; 20 str.].

Apibendrinant galima būtų išskirti kelis pagrindinius principus, kurie formuojami Elektroninės komercijos direktyvoje:

1. Apibrėžiamas elektroninės komercijos modelis „B2C“, kitaip „verslas – vartotojui“. Tokiu atveju elektroninės komercijos paslaugos teikiamos vartotojui. Bet pateikiamos taip pat ir keletas „B2B“, kitaip „verslas – verslui“ modeliui skirtos taisyklės.

2. Garantuojama vartotojų teisių apsauga. Apibrėžiama informacija, kurią pardavėjas turi pateikti vartotojui apie save, savo prekes bei paslaugas ir pan.
3. Europos Sąjungos šalyse įteisinama elektroninė sutarties forma.
4. Nustatomi apsaugos mechanizmai: nustatoma elektroninės prekybos tarpininko, informacinės visuomenės paslaugų teikėjo ir kt. atsakomybė.
5. Apibrėžiamas elektroninės sutarties sudarymo laikas.

2.2. 1999 m. gruodžio 13 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva dėl Bendrijos elektroninių parašų reguliavimo sistemos Nr. 1999/93/EB (toliau - Elektroninio parašo direktyva arba Direktyva)

Elektroninei komercijai yra būtini elektroniniai parašai, technologijos ir paslaugos, kurios leistų patvirtinti duomenų autentiškumą, leistų identifikuoti pasirašantį asmenį. Skirtingos taisyklės, kurios nustatytų teisinį elektroninių parašų pripažinimą, valstybėse narėse gali sudaryti rimtų kliūčių naudotis elektroniniais ryšiais bei pačia elektronine komercija. Nėra abejoniu, jog bendra ir visiems aiški elektroninių parašų reguliavimo sistema sustiprins pasitikėjimą naujomis technologijomis, pačiu elektroniniu parašu bei padarys juos priimtinesniais Europos Sąjungos piliečiams. Būtina užtikrinti sklandų elektroninių komunikacijų judėjimą.

Elektroninio parašo direktyva siekiama palengvinti elektroninių parašų naudojimą ir prisidėti siekiant jų teisinio pripažinimo. Siekiant, kad būtų užtikrintas tinkamas vidaus rinkos funkcionavimas, reikia nustatyti elektroninių parašų bei sertifikavimo paslaugų teisinio reguliavimo sistemas.

Elektroninio parašo direktyvos 2 straipsnis nustato svarbiausių jos sąvokų apibrėžimus.

Elektroninis parašas – duomenys, esantys elektroninėje formoje, kurie prijungiami ar logiškai susiejami prie kitų elektroninių duomenų ir kurie yra naudojami kaip autentiškumo patvirtinimo būdas. Kitaip tariant elektroninis parašas yra duomenys, kurie yra susiejami su pasirašomais elektroniniais duomenimis, ir kurie skirti nustatyti informacijos kilmę bei patvirtinti pasirašytą informaciją. Taigi remiantis šia Direktyva, elektroninis parašas skirtas ne tik identifikuoti pasirašantį asmenį, bet ir susieti jį su pasirašomais duomenimis. Tai patvirtinama ir 2005 m. Europos Komisijos atliktoje bei 2006 m. kovo mėn. paskelbtoje Direktyvos peržiūros ataskaitoje [19, 2 psl]. Tas pats straipsnis nurodo, jog **saugus elektroninis parašas** turi atitikti tokius reikalavimus:

1. Būti vienareikšmiškai susietas su pasirašančiu asmeniu;
2. Leisti nustatyti pasirašančio asmens tapatybę;

3. Sukurtas priemonėmis, kurias pasirašantis asmuo gali kontroliuoti tik savo valia;
4. Yra susijęs su pasirašytais duomenimis taip, kad bet koks šių duomenų pakeitimas yra pastebimas.

Pasirašantis asmuo – asmuo, kuris veikia savo arba atstovaujamojo fizinio ar juridinio asmens ar subjekto vardu ir turi parašo formavimo įrangą.

Parašo formavimo duomenys – unikalūs duomenys, tokie kaip kodai ar privatieji šifravimo raktai, kuriuos pasirašantis asmuo naudoja kuriant elektroninį parašą [12].

Parašo formavimo įranga – programinė ar techninė kompiuterinė įranga, pritaikyta parašo formavimo duomenims laikyti ir naudoti [12].

Sertifikatas – elektroninis liudijimas, kuris susieja parašo tikrinimo duomenis su asmeniu ir patvirtina to asmens tapatybę [12].

Kvalifikuotas sertifikatas – sertifikatas, atitinkantis kvalifikuotam sertifikatui keliamus reikalavimus ir išduotas pagrindinius reikalavimus atitinkančio sertifikavimo paslaugų teikėjo.

Sertifikavimo paslaugų teikėjas – subjektas arba juridinis ar fizinis asmuo, kuris išduoda sertifikatus bei teikia kitas paslaugas, susijusias su elektroniniais parašais [12].

Remiantis Elektroninio parašo direktyva, darytina išvada, jog prižiūrėti sertifikavimo paslaugų teikėjus dėl ypatingos kvalifikuoto sertifikato galios yra būtina. To yra reikalaujama Direktyvos 3 straipsnio 3 p. Tačiau to paties straipsnio 1 p. nustato, jog „šalys narės neturi teisės reikalauti, kad norint teikti sertifikavimo paslaugas būtų reikalingas išankstinis patvirtinimas“ [12]. Vadinasi, vienintelis reikalavimas išduoti kvalifikuotus sertifikatus, yra užtikrinti išduodamų kvalifikuotų sertifikatų ir veiklos atitikimą Elektroninio parašo direktyvos priedų (jų yra 4) nuostatoms.

Valstybės narės negali apriboti sertifikavimo paslaugų teikimo, jeigu jos kyla iš kitos valstybės narės, jos turi užtikrinti, kad elektroninio parašo produktai galėtų laisvai cirkuliuoti vidaus rinkoje.

Valstybės narės turi užtikrinti, jog saugūs elektroniniai parašai:

1. Atitiktų parašo teisinius reikalavimus taip pat, kaip ir rašytiniai parašai popieriuje atitinka tokius reikalavimus;
2. Būtų leistini kaip įrodymai teisme.

Taigi remiantis Direktyva, elektroninis parašas turėtų būti pripažįstamas atitinkantis popieriuje ranka pasirašytą parašą ir yra kaip viena iš teisinio įrodinėjimo priemonių.

Elektroninis parašas nepraranda savo teisinės galios ir negali būti panaikintas jo, kaip įrodymo teisme, leistinumas vien dėl to, kad jis:

- Yra elektroninės formos;
- Nėra paremtas kvalifikuotu sertifikatu;
- Nėra paremtas akredituoto sertifikavimo paslaugų teikėjo išduotu kvalifikuotu sertifikatu;
- Nėra sukurtas naudojant saugią parašo formavimo įrangą [12; 5 str. 2 d.].

Elektroninio parašo direktyvos 6 straipsnis nurodo, kad valstybės narės turėtų užtikrinti, jog kvalifikuotas paslaugų teikėjas, išduodamas kvalifikuotą sertifikatą visuomenei, atsakytų už žalą, padarytą bet kuriam subjektui, kuris pagrįstai pasitiki išduotu sertifikatu, taip pat atsakytų už žalą, kuri kilo dėl neužregistruoto sertifikato galiojimo nutraukimo, išskyrus atvejus, kuomet toks paslaugų teikėjas įrodo, kad nesiėlgė neatsargiai.

Sertifikavimo paslaugų teikėjai, išduodami sertifikatus visuomenei, asmens duomenis gali rinkti tik tiesiogiai iš pačio subjekto, kuriam priklauso minėti duomenys arba gavę jo aiškiai išreikštą sutikimą ir tik tiek, kiek tai yra būtina sertifikatui išduoti bei jam tvarkyti. Jokiais kitais tikslais duomenys negali būti renkami. Sertifikate vietoj pasirašančio asmens vardo ir pavardės gali būti nurodomi slapyvardžiai.

Elektroninio parašo direktyvos 1 Priede nurodomi reikalavimai kvalifikuotam sertifikatui. Tokiame sertifikate turėtų būti nurodyta:

1. Kad sertifikatas yra kvalifikuotas;
2. Sertifikavimo paslaugų teikėjo tapatybę, įsisteigimo valstybė;
3. Pasirašančio asmens vardas, pavardė ar slapyvardis;
4. Parašo tikrinimo duomenys, atitinkantys parašo formavimo duomenis, kuriuos kontroliuoja pasirašantis asmuo;
5. Sertifikato galiojimo pradžia ir pabaiga;
6. Sertifikato identifikacinis kodas;
7. Sertifikato paslaugų teikėjo, kuris jį išduoda, saugus elektroninis parašas;
8. Ir kiti duomenys.

Dar vienas nagrinėjamos Direktyvos priedas nustato reikalavimus sertifikavimo paslaugų teikėjams, išduodantiems kvalifikuotus sertifikatus. Remiantis 2 Priedu, sertifikavimo paslaugų teikėjai turi:

1. Įrodyti patikimumą, būtiną teikiant sertifikavimo paslaugas;
2. Užtikrinti greito ir saugaus katalogo veikimą bei saugią ir skubią sertifikatų galiojimo panaikinimo tvarką;

3. Užtikrinti, kad būtų galima nustatyti sertifikato išdavimo, jo galiojimo panaikinimo datą ir laiką;
4. Patikrinti tapatybę ir visus asmens, kuriam išduodamas kvalifikuotas sertifikatas, specifinius požymius;
5. Samdyti darbuotojus, kurie turi šioms paslaugoms teikti reikalingų profesinių žinių, patirties ir kvalifikaciją;
6. Ir kiti duomenys.

Kituose dviejuose Elektroninio parašo direktyvos prieduose yra nustatomi reikalavimai saugiai parašo formavimo įrangai bei rekomendacijos dėl saugaus parašo tikrinimo.

Apibendrinant galima būtų išskirti tokius Elektroninio parašo direktyvos formuojamus bruožus:

1. Apibrėžiama elektroninio parašo sąvoka;
2. Juridiškai pripažįstamas elektroninis parašas, jis yra viena iš teisinio įrodinėjimo priemonių;
3. Nustatomos elektroninio parašo naudojimo taisyklės;
4. Įteisina bei reglamentuoja elektroninio parašo sertifikavimo paslaugų teikimą, elektroninio parašo sertifikavimo paslaugų teikėjų statusą bei pagrindinius reikalavimus;
5. Siekiama užtikrinti laisvą produktų bei paslaugų judėjimą tarp valstybių narių.

2.3. 1997 m. gegužės 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos Direktyva dėl vartotojų apsaugos, susijusios su nuotolinės prekybos sutartimis Nr. 97/7/EB (toliau Direktyva dėl vartotojų apsaugos arba Direktyva)

Elektroninėje komercijoje ypač svarbu apsaugoti vartotojo, perkančio prekes ar paslaugas per atstumą, teises. Vartotojas tokiuose sandoriuose yra silpnesnioji šalis. Valstybės narės turi užtikrinti, kad būtų imtasi veiksmingų bei tinkamų priemonių vartotojų interesams saugoti. Tuo tikslu ir buvo priimta Direktyva dėl vartotojų apsaugos. Pagrindinis nagrinėjamos Direktyvos objektas – siekis suvienodinti, suderinti valstybių narių teisės aktus, reglamentuojančius sutartis, kurios vartotojų buvo sudarytos nuotoliniu būdu.

Sutarties sudarymo per atstumą būdas suprantamas kaip nereikalaujantis vienalaikio fizinio abiejų šalių dalyvavimo sutarčiai sudaryti. Sutarčiai sudaryti tiekėjas naudojasi viena ar daugiau nuotolinio ryšio priemonių iki sutarties pasirašymo ir jos pasirašymo metu. Nuotolinio ryšio priemonės pagal šią Direktyvą suprantamos kaip „priemonės, kurias naudojant yra sudaromos

sutartys, nesant šalims vienu metu toje pačioje vietoje“ [11]. 2 straipsnis taip pat apibrėžia vartotojo bei tiekėjo sąvokas:

Vartotojas – bet koks fizinis asmuo, kurio veikla dėl sutarčių, kurioms taikoma ši Direktyva, nėra susijusi su užsiimama prekyba, verslu ar profesija [11].

Tiekėjas – bet koks fizinis ar juridinis asmuo, kurio veikla dėl sutarčių, kurioms taikoma ši Direktyva, yra susijusi su jo komercine ar profesine veikla [11].

Direktyvos dėl vartotojų apsaugos 3 straipsnis numato išimtis, kuomet ji nėra taikoma. Netaikoma sutartims:

1. Susijusioms su finansinėmis paslaugomis, pavyzdžiui, investavimo paslaugos, draudimo bei perdraudimo paslaugos, banko paslaugos ir kt.;
2. Sudarytoms naudojantis automatu ar automatizuotose prekyvietėse;
3. Sudarytoms su telefoninio ryšio operatoriais, naudojantis viešaisiais mokamais telefonais;
4. Susijusioms su nekilnojamojo turto statyba bei pardavimu, išskyrus nuomą;
5. Sudarytoms aukcione.

Taip pat kaip išimtis numatomas tam tikrų šios Direktyvos straipsnių netaikymas, pavyzdžiui, 4, 5, 6 ir 7 straipsnio 1 p. netaikomi sutartims dėl maisto, gėrimų ar kitokių kasdienio vartojimo prekių tiekimo į vartotojų namus ar darbo vietą, sutartims dėl apgyvendinimo, transporto, maitinimo paslaugų suteikimo, kurias sudarius tiekėjai įsipareigoja suteikti šias paslaugas tam tikrą dieną arba per tam tikrą laikotarpį.

Prieš sudarydamas sutartį pardavėjas vartotojui privalo aiškiai pateikti duomenis apie save, apie siūlomų prekių ar paslaugų ypatybes, jų kainas, mokėjimo ar pristatymo tvarką, sutarčių galiojimo laikotarpius bei teisę atšaukti sutartį. Visais atvejais vartotojui turi būti pateikta informacija apie tiekėjo komercinės įmonės buveinės adresą, kuriuo vartotojas galėtų siųsti skundus.

Direktyvos 5 straipsnyje nustatoma, jog „sudarius sutartį per atstumą vartotojas turėtų gauti patvirtinimą apie sudarytą sutartį ilgalaike vartotojui prieinama forma ne vėliau kaip iki prekių pristatymo“ [26; 134 psl.].

Direktyvoje dėl vartotojų apsaugos numatyta sutarties atsisakymo teisė. Nustatytas septynių dienų terminas per kurį, nenurodydamas priežasties, vartotojas gali atsisakyti sutarties ir nevykdyti įsipareigojimų. Tačiau yra numatomi atvejai, kuomet sutarties atsisakyti negalima:

1. Prekių teikimo ar paslaugų teikimo sutarčių, kurių kaina priklauso nuo tiekėjui nepavaldžių finansų rinkos svyravimų;

2. Prekių, kurios buvo gaminamos pagal specialius vartotojo užsakymus ar yra pritaikytos tik tam vartotojui ar dėl savo kilmės negali būti grąžintos;
3. Laikraščių, periodinių leidinių, žurnalų tiekimo sutarčių;
4. Ir kt.

Valstybės narės turėtų drausti tiekėjui be išankstinio vartotojo sutikimo sudaryti automatinių fakso arba skambinimo mašinų sutartis.

3. LIETUVOS RESPUBLIKOS TEISĖS AKTAI, REGLAMENTUOJANTYS ELEKTRONINĘ KOMERCIJĄ

Iki šių metų liepos pirmos dienos Lietuvos Respublikoje nebuvo įstatymo, kuris įgyvendintų 2000 m. birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teisinių aspektų vidaus rinkoje (Elektroninės komercijos direktyvą) Nr. 2000/31/EB. Iki šios datos šią sritį Lietuvoje reglamentavo 2002 m. balandžio 10 d. Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymu Nr. 119 patvirtintas kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teikimo vidaus rinkoje reglamentas (toliau – Reglamentas).

Tiek Belgijos Karalystė, kurioje Elektroninės komercijos direktyvos nuostatos buvo perkeltos dviem parlamento teisės aktais, turinčiais įstatyminę galią, tiek Prancūzijoje, Nyderlanduose ir Vokietijoje įgyvendinant Elektroninės komercijos direktyvą, priimti atskiri įstatymai, nauji civilinių kodeksų straipsniai ar skyriai, arba jos nuostatos perkeltos į kelis įstatymus. Todėl kilo klausimas ar yra priimtina tokia šios Direktyvos įgyvendinimo forma, kokią pasirinko Lietuvos Respublika? Tikriausiai nelogiška elektroninės komercijos santykius reglamentuoti tik poįstatyminiame teisės akte, kuomet informacines paslaugas reglamentuoja teisės aktai, turintys įstatyminę galią. Atsiranda tarsi teisės aktų diskriminacija. Teisės teorijoje laikomasi nuomonės, kad norminių teisės aktų hierarchija svarbi siekiant normalizuoti teisėkūrą ir teisės taikymą. [21]. Šiuo atveju praktikos ir teorijos keliai išsiskyrė. Dėl aukščiau minėtų priežasčių 2006 m. liepos 1 d. įsigaliojo **2006 m. gegužės 25 d. Lietuvos Respublikos Informacinės visuomenės paslaugų įstatymas** (toliau – Informacinės visuomenės paslaugų įstatymas arba Įstatymas), kuris ir įgyvendino minėtąją Europos Sąjungos teisės aktą Lietuvos Respublikoje.

Dauguma Informacinės visuomenės paslaugų įstatymo nuostatų yra tiesiog perkeltos iš Elektroninės komercijos direktyvos, tarsi tai būtų išversta Direktyva. Įstatymo struktūra beveik nesiskiria nuo šios Direktyvos.

Įstatymo tikslas - reglamentuoti informacinės visuomenės paslaugų teikimą bei kitą informacinės visuomenės paslaugų teikėjų veiklą. Lietuva pasinaudojo Elektroninės komercijos direktyvos 1 str. išlygomis ir nustatė sąrašą paslaugų, kurioms nėra taikomos Informacinės visuomenės paslaugų įstatymo nuostatos. Jo 2 straipsnyje apibrėžiamas daug platesnis sąvokų ratas nei Direktyvoje, pavyzdžiui, atsiranda sąvoka elektroninė komercija, informacinė sistema ir pan., tačiau nenustatoma vartotojo sąvoka.

Informacinės visuomenės paslaugos gavėjas Įstatyme apibrėžiamas kaip kiekvienas fizinis ar juridinis asmuo, taip pat ir užsienio juridinio asmens atstovybė ar filialas, kuris naudojasi informacinės visuomenės paslauga.

Paslaugos teikėjas – informacinės visuomenės paslaugą teikiantis fizinis ar juridinis asmuo, įskaitant užsienio juridinio asmens atstovybę ar filialą [8]. Ši sąvoka yra analogiška pateiktajai Elektroninės komercijos direktyvoje.

Įstatymo 3 straipsnyje išvardintas platus ratas reguliavimo principų, kuriais grindžiama informacinės visuomenės paslaugų teikėjų veikla: elektroninės formos nediskriminavimo, technologinio neutralumo, funkcinio lygiavertiškumo, sutarčių laisvės, savireguliacijos skatinimo, asmens duomenų teisinės apsaugos, vartotojų apsaugos, proporcingumo, intelektinės nuosavybės teisių apsaugos, objektyvumo, saviraiškos laisvės, teisinio tikrumo ir teisėtų lūkesčių principai. Pateikiami kai kurių iš jų paaiškinimai, pavyzdžiui, elektroninės formos nediskriminavimo principas suprantamas taip: informacija negali prarasti teisinės galios arba ji negali būti apribota dėl tos priežasties, jog ši informacija gauta, išsaugota ar pan. elektroninėmis priemonėmis.

Į Įstatymą perkeltos Elektroninės komercijos direktyvos nuostatos, draudžiančios riboti informacinės visuomenės paslaugos teikimo laisvę iš kitos valstybės narės. Abiejuose dokumentuose nustatomos šio draudimo išimtys. Informacinės visuomenės paslaugų įstatymas prie išimčių priskiria intelektinės nuosavybės teises reglamentuojančių teisės aktų taikymą, teisės normas, reglamentuojančias draudimo įmonių įsisteigimą ir paslaugų teikimą, sutarties šalių laisvę pasirinkti joms taikytiną teisę ir pan. Kuomet pažeidžiamas viešasis interesas, visuomenės sveikatos apsauga, visuomenės saugumas, vartotojų apsauga, kompetentinga institucija gali kreiptis į teismą su prašymu imtis priemonių, ribojančių informacinės visuomenės paslaugos teikimą, o įstatymuose numatytais atvejais pati imtis priemonių paslaugų teikėjo, įsisteigusio kitoje valstybėje narėje, atžvilgiu.

Informacinės visuomenės paslaugų įstatyme buvo perkeltos nuostatos dėl pagrindinių reikalavimų informacinių paslaugų teikėjui. Paslaugos teikėjas turi užtikrinti, jog paslaugos gavėjai bei kompetentingos institucijos galėtų bet kada pasiekti šią informaciją:

1. Paslaugos teikėjo pavadinimą (jei jis fizinis asmuo – vardą ir pavardę);
2. Paslaugos teikėjo buveinės adresą (teikėjo fizinio asmens gyvenamosios vietos adresą);
3. Paslaugos teikėjo rekvizitus, įskaitant elektroninio pašto adresą;
4. Paslaugos teikėjo valstybės registras, kuriame kaupiami ir saugomi duomenys apie tą paslaugų teikėją, jo registracijos numerį ir pan.;
5. PVM kodą, jei paslaugos teikėjas yra PVM mokėtojas;
6. Ir kt.

Įstatymo 6 straipsnio 2 p. nustato, jeigu paslaugos teikėjas verčiasi reglamentuojama profesine veikla, jis taip pat turėtų pateikti informaciją apie profesinį vardą bei valstybę, kurioje šis vardas buvo suteiktas, informaciją, kokios jo veiklai taikomos profesinės taisyklės, elgesio kodeksai, informaciją apie instituciją, pripažinusią paslaugos teikėjo profesinę kvalifikaciją patvirtinančius dokumentus.

Elektroninės komercijos direktyvos 6 straipsnis, jo dalys paprasčiausiai buvo papunkčiui išverstas ir perkeltas į Informacinės visuomenės paslaugų įstatymo 7 straipsnį. Iš vienos pusės, tai yra išversti bei išvardinti Direktyvos reikalavimai, kuriuos valstybės narės turi užtikrinti paslaugų teikėjų veikloje, tačiau iš kitos - kartais per daug dažnai pasirenkame patį paprasčiausią būdą Europos Sąjungos institucijų parengtiems teisės aktams įgyvendinti – tiesiog juos išversdami.

Taigi Įstatymo 7 straipsnis nustato reikalavimus komercinei informacijai, kurie apima aiškų tokios informacijos atpažinimą bei fizinio ar juridinio asmens, pateikusio komercinę informaciją atpažinimą. Komercinėje informacijoje turi būti aiškiai matomi komerciniai pasiūlymai, loterijos, akcijos, dovanos, kitokie konkursai bei sąlygos, kurias reikia patenkinti norint gauti šias nuolaidas. Nepageidaujama komercinė informacija taip pat turi būti aiškiai atpažįstama.

Įstatymo 9 straipsnis nustato informaciją, kurią paslaugų teikėjas turi pateikti paslaugų gavėjui dar prieš šiam pateikiant užsakymą.

Laikoma, kad šalis išsiuntė pasiūlymą sudaryti sutartį ir (ar) pateiktą pasiūlymą sudaryti sutartį priėmė, jei juos išsiuntė pati šalis, jos atstovas arba informacinė sistema, kuri šalies ar jos vardu suprogramuota veikti automatiškai [8; 11 str., 1 d.]. Pasiūlymai ar pasiūlymų sudaryti sutartį priėmimai laikomi išsiūstais, kai šalis ar jos atstovas nebegali išsiūsto pasiūlymo ar priėmimo kontroliuoti, kai pranešimas nebeprisiekia nuo siuntėjo. Įstatyme taip pat nustatomas sutarties įsigaliojimo laikas. Nurodoma, jog jeigu nėra sutarta kitaip, paslaugos gavėjui pateikus užsakymą, paslaugos teikėjas turi nedelsdamas elektroninėmis priemonėmis patvirtinti užsakymo gavimą. Užsakymas ir jo patvirtinimas laikomi gautais, kuomet šalys, kurioms jie skirti, gali juos pasiekti (elektroninio pašto žinutė yra gauta tuomet, kai ji pasiekia pašto serverį ir pan.).

Elektroninės komercijos direktyvos nuostatos dėl paslaugų teikėjo atsakomybės buvo išverstos ir perkeltos į Informacinės visuomenės paslaugų įstatymo 12 – 14 straipsnius.

Remiantis Įstatymo 15 straipsniu, paslaugų teikėjai igauna prievolę pranešti Informacinės visuomenės plėtros komitetui (toliau – IVPK arba komitetas) apie įtariamą neteisėtą paslaugos gavėjo veiklą, taip pat apie tai, jog paslaugos gavėjo pateikta informacija galėjo būti įgyta, sukurta ar pakeista neteisėtu būdu.

To paties straipsnio 2 d. nustatyta, jog „paslaugų teikėjai Informacinės visuomenės plėtros komiteto reikalavimu privalo pateikti jai informaciją, leidžiančią nustatyti paslaugų gavėjus, su kuriais atitinkami paslaugų teikėjai yra susitarę dėl informacijos saugojimo“ [8]. Kitaip tariant IVPK gali reikalauti paslaugų teikėjo pateikti turimus konfidencialius asmens (duomenų gavėjo) duomenis, jo tapatybę. Vadinasi, neturinti patirties administracinė institucija turi teisę reikalauti asmens duomenų atskleidimo, komitetas prisiima funkcijas, kurių nagrinėtose direktyvose nebuvo numatyta. Privatumas daugeliui pakankamai svarbus, todėl toks funkcijų prisiėmimas neprideda vartotojų pasitikėjimo, greičiau atvirksčiai tik skatina nepasitikėjimą šiai institucijai.

Įstatymo 16 str. nustato reikalavimus elgesio (etikos) kodeksams. Reikia pabrėžti, jog šiuo klausimu Reglamento normos buvo žymiai aiškesnės bei konkretesnės nei nagrinėjamo įstatymo.

Informacinės visuomenės paslaugų įstatyme pirmenybė teikiama neteisminiams ginčų sprendimo būdams, įskaitant ir ginčų sprendimą naudojant elektronines priemones, tačiau toks ginčų sprendimo būdas neužkerta kelio išbandyti ir kitas savo teisių gynimo priemones, pavyzdžiui, bet kuriuo metu (net ir nagrinėjant ginčą ne teisiniu būdu) šalys turi teisę kreiptis į bendrosios kompetencijos teismą.

Informacinės visuomenės paslaugų teikimo politiką Lietuvoje formuoja Vyriausybė ar jos įgaliota institucija, o informacinės visuomenės paslaugų teikimą reguliuoja Informacinės visuomenės plėtros komitetas.

Įstatyme, kaip ir iki jo šią sritį reglamentavusiame ūkio ministro įsakymu patvirtintame reglamente, nėra numatytų konkrečių poveikio priemonių, skirtų veiksmingam Elektroninės komercijos direktyvos įgyvendinimui. Direktyvoje nurodoma, jog valstybės narės turi nustatyti sankcijas už jos nuostatų pažeidimus, kurios turi būti veiksmingos, proporcingos bei atgrasančios. Tačiau kaip ir reglamente, taip ir naujajame Informacinės visuomenės paslaugų įstatyme apsiribojama tik ganėtinai bendra norma, kad „paslaugų teikėjai ir kiti asmenys, pažeidę šio įstatymo reikalavimus, atsako įstatymų nustatyta tvarka ir sąlygomis“ [8; 23 str.], todėl taip ir lieka neaišku kaip baudžiami asmenys, pažeidę šio Įstatymo reikalavimus.

2000 m. liepos 11 d. Lietuvos Respublikos Elektroninio parašo įstatymas (toliau – Elektroninio parašo įstatymas arba Įstatymas). Elektroninio parašo įstatymas įgyvendina Europos Sąjungos Elektroninio parašo direktyvą.

Įstatymo 1 straipsnis apibrėžia jo paskirtį: reglamentuoti „elektroninio parašo kūrimą, tikrinimą, galiojimą, parašo naudotojų teises ir atskomybę, nustatyti sertifikavimo paslaugas ir

reikalavimus jų teikėjams bei elektroninio parašo priežiūros institucijos teises ir funkcijas” [5; 1 str.].

Nagrinėjamo Įstatymo 2 straipsnis apibrėžia pagrindines sąvokas: saugus elektroninis parašas, elektroniniai duomenys, duomenų tvarkymas, kvalifikuotas sertifikatas (taip pat nustatomi kvalifikuotui sertifikatui keliami reikalavimai, kurie yra išversti ir perkelti iš Elektroninio parašo direktyvos I Priedo) ir pan. 2005 m. Europos komisijos atliktoje Elektroninio parašo direktyvos peržiūros ataskaitoje teigiama, kad „terminas „elektroninis parašas“ yra siejamas su pasirašomais duomenimis (duomenų integralumui užtikrinti), o ne tik asmens identifikavimui“ [19, 2 psl.]. Kitaip tariant vien tik asmens identifikavimas negali būti laikomas elektroniniu parašu. „Tuo tarpu Lietuvos Elektroninio parašo įstatyme elektroninio parašo sąvoka apibrėžta kaip „duomenys, kurie įterpiami, prijungiami ar logiškai susiejami su kitais duomenimis pastarųjų autentiškumui patvirtinti ir (ar) pasirašančiam asmeniui identifikuoti“ [19, 2 psl.]. Vadinasi, Elektroninio parašo įstatyme pateiktas apibrėžimas neprieštarauja minėtai Direktyvai.

Elektroninio parašo įstatymas nustato dvejopus elektroninio parašo naudojimo subjektus:

Pasirašantis asmuo apibūdinamas kaip veiksnus fizinis asmuo, kuris turi parašo formavimo įrangą ir, veikdamas savo valia ir savo, ar kito asmens, kuriam atstovauja vardu, sukuria elektroninį parašą. Pagal šią sąvoką pasirašantis asmuo gali būti tik veiksnus fizinis asmuo, kitaip tariant pasirašyti elektroniniu parašu turi teisę tik fizinis asmuo. Atkreipiamas dėmesys, jog šiuo metu juridinis asmuo neturi galimybės pasirašinėti, tai daro jo atstovas, atsakingas fizinis asmuo. „Jeigu juridinio asmens parašas būtų suprantamas kaip antspaudas, jis galėtų būti naudojamas tik greta juridinio asmens atstovo – fizinio asmens parašo, kaip papildomas rekvizitas”, - taip susiklosčiusią teisinę situaciją aiškina Seimo Teisės departamento teisininkai [14; 173 psl.]. Elektroninio parašo įstatymo 4, 8, 14, 16 straipsnių pakeitimo ir papildymo įstatymas (toliau – Pakeitimo, papildymo įstatymas) papildė Elektroninio parašo įstatymo 8 straipsnį 4 dalimi, pagal kurią „juridinio asmens atstovo elektroninio parašo galia yra prilyginama juridinio asmens atstovo parašo, patvirtinto juridinio asmens antspaudu, galiai rašytiniuose dokumentuose, atsižvelgiant į elektroninio parašo galią pagal 8 straipsnio 1, 2, 3 dalis” [6]. Taigi pasirašantis asmuo lieka fizinis asmuo, galintis atstovauti juridinį asmenį, tačiau toks parašas yra lygiavertis antspaudu patvirtintam parašui popieriuje.

Parašo naudotojais pripažįstami asmenys, kurie savo veikloje naudojami elektroniniu parašu arba iš kitų asmenų gauna pasirašytus duomenis. Remiantis tame pačiame įstatyme apibrėžta asmens sąvoka (2 straipsnis 1 d.), darytina išvada, jog parašo naudotojais gali būti tiek fiziniai, tiek ir juridiniai asmenys.

Įstatymo 4 straipsnis numato sertifikato galiojimo sustabdymo, sustabdymo atšaukimo bei sertifikato galiojimo nutraukimo atvejus. 5 straipsnis nurodo atvejus, kuomet užsienio valstybės sertifikavimo paslaugų teikėjų sudaryti kvalifikuoti sertifikatai pripažįstami teisiškai lygiaverčiais Lietuvoje išduotiems sertifikatams. Šis straipsnis atkartoja Elektroninės komercijos direktyvos nuostatas.

Elektroninio parašo įstatymo 8 straipsnio pirmoje dalyje yra nustatyta, jog saugus elektroninis parašas, sudarytas saugia parašo formavimo įranga ir patvirtintas galiojančiu kvalifikuotu sertifikatu, elektroniniams duomenims turi tokią pačią teisinę galią, kaip ir parašas ant rašytinių (popierinių) dokumentų. Taip pat jis yra leistinas kaip įrodinėjimo priemonė teismuose. Tas pats 8 straipsnis nustato, jog parašo pripažinimas negaliojančiu negali remtis tuo, kad jis: elektroninis, neparemtas kvalifikuotu sertifikatu, neparemtas akredituoto sertifikavimo paslaugų teikėjo išduotu kvalifikuotu sertifikatu ar nėra sukurtas saugia parašo formavimo įranga. 2002 m. birželio 6 d. priėmus Pakeitimo ir papildymo įstatymą, Elektroninio parašo įstatymo 8 straipsnis buvo papildytas 3 dalimi, kurioje nustatyta, jog „elektroninis parašas visais atvejais turi šio straipsnio 1 dalyje patvirtintą teisinę galią, jei parašų vartotojai tarpusavyje dėl to susitaria“ [6].

Nemažiau svarbu panagrinėti Elektroninio parašo įstatymo 10 straipsnį. Remiantis juo, Lietuvos Respublikos sertifikavimo paslaugų teikėjai, išduodantys kvalifikuotus sertifikatus, privalo užsiregistruoti elektroninio parašo priežiūros institucijoje. Šis straipsnis iš esmės prieštarauja Elektroninio parašo direktyvos 3 straipsnio 1 d., kuri nurodo, jog valstybės narės neturi nustatyti reikalavimo, kad norint teikti sertifikavimo paslaugas, reikalingas leidimas. Nebent Lietuvos įstatymo straipsnio nuostata reikėtų suprasti kaip pranešimo funkciją, t.y. registracija turėtų reikšti būtinų dokumentų pateikimą be galimybės juos kažkokių būdu vertinti. Tokiu atveju ir turėtų būti parinktas atitinkamas išsireiškimas, pavyzdžiui, pranešimas ar pranešimo funkcija ar kt., todėl sąvoka registracija gali būti suprantama tik tiesiogiai.

Elektroninio parašo priežiūros institucijos funkcijas atlieka Vyriausybės įgaliota institucija, nuo 2002 metų tokia institucija tapo Informacinės visuomenės plėtros komitetas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės.

Elektroniniu parašu Lietuvoje naudojasi Valstybinė mokesčių inspekcija, Lietuvos bankas bei kiti bankai, Ryšių reguliavimo tarnyba, Registrų centras ir kt. [23].

Technologinio neutralumo principas taip pat yra įgyvendinamas Lietuvos Respublikos **Civiliniame kodekse** (toliau – Civilinis kodeksas). Lietuvos Respublikos teisėje sandoriai apibrėžiami - laisva valia bei sąmoningai atliekami asmenų veiksmai, kuriais siekiama sukurti,

pakeisti ar panaikinti civilines teises ir pareigas. Iš šio apibrėžimo seka, jog sandoriu pripažįstami bet kokie šalių veiksmai, kuriais siekiama sukurti, pakeisti ar panaikinti teisinius santykius. Darytina išvada, jog šalys gali pačios nusistatyti, kokia forma jos nustatys ar plėtos savo sutartinius santykius, todėl logiška, kad valia gali būti išreiškiama ir elektroniniu būdu.

Civilinio kodekso 1.71 straipsnyje nustatyta, jog „sandoriai sudaromi žodžiu, raštu (paprasčia arba notarine forma) arba kompiuteriniais veiksmais; sandoris, kuriam įstatymai nenustato konkrečios formos, laikomas sudarytu, jeigu iš asmens elgesio matyti jo valia sudaryti sandorį (kompiuteriniai veiksmai)“ [1]. Galima teigti, kad Civilinis kodeksas šalims palieka nemažai laisvės sandoriams sudarinėti, įskaitant ir sandorius elektronine forma. Siekiama išvengti per daug smulkmenišką ir per daug griežtą teisinio kišimosi į tas gyvenimo sferas, kurių galbūt visai ir nereikėtų reguliuoti. Ši nuostata dar kartą patvirtina įstatymų leidėjo norą iš principo pripažinti visas ir tuo pačiu bet kokias sandorio sudarymo priemones bei būdus.

Elektroninės komercijos požiūriu svarbus Civilinio kodekso 6.159 straipsnis. Jame numatyta, kad galiojančios sutarties sudarymui visiškai pakanka suderintos veiksnių šalių valios.

Civilinis kodeksas įgyvendina nuostatas, kurios elektroninį duomenų pranešimą prilygina rašytinei formai. 1.73 straipsnio 2 dalis nurodo, jog „rašytinės formos dokumentui prilyginami šalių pasirašyti dokumentai, perduoti telegrafinio, faksimilinio ryšio ar kitokiais telekomunikacijų galiniais įrenginiais, jeigu yra užtikrinta teksto apsauga ir galima identifikuoti parašą“ [1]. Taigi civilinis kodeksas įtvirtina du būtinus minimalius požymis (teksto apsauga ir asmens identifikavimas), kuriems esant pripažįstamas sandorį patvirtinantis elektroninis parašas. Tačiau remiantis šiuo Civilinio kodekso straipsniu, lieka neaišku, ar jo nuostatos apima ir sandorius, sudaromus globaliuose tinkluose, tokiuose kaip internetas. 6.192 straipsnio 2 dalis sako: „kai pagal įstatymus ar šalių susitarimą sutartis turi būti paprastos rašytinės formos, ji gali būti sudaroma tiek surašant vieną šalių pasirašomą dokumentą, tiek ir apsikeičiant raštais, telegramomis, telefonogramomis, telefakso pranešimais ar kitokiais telekomunikacijų galiniais įrenginiais perduodama informacija, jeigu yra užtikrinta teksto apsauga ir galima identifikuoti jį siuntusios šalies parašą“ [1]. Kaip jau buvo minėta aukščiau, elektroninio parašo naudojimas plačiau reglamentuojamas Lietuvos Respublikos elektroninio parašo įstatyme.

Lietuvos Respublikos civiliniame kodekse nors ir labai abstrakčiai, bet bandoma sureguliuoti sutarties elektronine forma sudarymo laiko klausimą. 6.181 straipsnyje nustatyta, jog „sutartis laikoma sudaryta nuo to momento, kai oferentas gauną akceptą, jeigu sutartyje nenumatyta ko kito“ [1].

Lietuvos Respublikos Autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymo 42 straipsnis nustato autorinių sutarčių formą, o to paties straipsnio 2 d. pasakyta, jog „kai kompiuterių programos ar elektroninės duomenų bazės pateikiamos elektroniniais tinklais, teisė naudotis kompiuterių programa ar duomenų baze vartotojui gali būti suteikiama licenzine sutartimi, kuri pateikiama elektronine forma ir kurią naudotojas turi patvirtinti prieš pradėdamas naudoti kompiuterių programą bei elektroninę duomenų bazę“ [3].

Galima daryti išvadą, jog elektronei sutarties formai yra keliami daug griežtesni reikalavimai nei rašytinei sandorių formai. Elektrinėms sutartims taikomi papildomi reikalavimai tokie kaip: „teksto apsaugos, šalių ir parašų identifikavimo priemonių, papildomos sąlygos dėl sutarties sudarymo patvirtinimo ir fakto įrodymų, nustatomos papildomos vartotojų teisės (ypač plati teisė atsisakyti sutarties) ir pan.“ [22]. Tačiau šie papildomi reikalavimai ne visada pasiteisina bei gali būti sunkiai įgyvendinami, pavyzdžiui, „absoliuti sutarties teksto apsauga ir šalių (jų parašų) nustatymas apskritai neįmanomas, o saugiausių - sertifikuotų elektroninių parašų naudojimas ekonomiškai brangus ir neefektyvus, ypač sutartyse, kurių viena šalis yra vartotojas“ [22].

4. ELEKTRONINĖS KOMERCIJOS PADĖTIS LIETUVOJE

Elektroninės komercijos situacija Lietuvoje bus nagrinėjama remiantis keliais aspektais: visų pirma, aptariant elektroninės paslaugos, konkrečiai elektroninio draudimo, veikimo principus, antra, panagrinėjant pasirinktų elektroninių parduotuvių veikimo teisinius aspektus, palyginant juos su užsienio valstybėje veikiančia elektronine parduotuve.

Šiuo metu elektroninės komercijos apimtys Lietuvoje yra labai menkos. Pavyzdžiui, Lietuvoje elektroninėmis parduotuvėmis naudojasi tik apie 13 proc. interneto vartotojų, o tai yra tik 1 proc. visų šalies gyventojų, kai tuo tarpu Skandinavijos valstybėse ar JAV elektroniniu būdu apsipirkinėja daugiau kaip 30 proc. visų gyventojų, o 25 – 40 amžiaus grupėje – net apie 50 proc. visų gyventojų [22].

4.1. Elektroninis draudimas

Elektroninis draudimas – perspektyvi elektroninė paslauga. Draudimo verslo globalizavimas, naujų draudimo produktų bei klientų aptarnavimo per internetą galimybių atsiradimas - visa tai yra draudimo šakos plėtros tendencijos. Verslo plėtros ekspertai atliko rinkos tyrimus. Buvo nustatyta, jog maždaug pusė tarptautinių draudimo kompanijų, kurių veiklos sritis yra turto ir nelaimingų atsitikimų draudimas, per artimiausius metus planuoja dar rimčiau plėsti savo finansinių paslaugų asortimentą. Draudimo bendrovių pardavimų apimtys su kiekvienais metais vis auga, ko gero galima drąsiai teigti, jog ilgainiui nemažą augimo apimtį įgaus ir draudimas, sudarytas elektroninėmis priemonėmis. Kaip parodė Lietuvos gyventojų apklausa, kurią draudimo bendrovės UAB DK „PZU Lietuva“ užsakymu šių metų rugpjūčio mėnesį atliko rinkos ir visuomenės tyrimų bendrovė „Baltijos tyrimai“, įsigydami naujus draudimo polisus lietuviai vis drąsiau renkasi alternatyvius būdus – draudimąsi internetu ar draudimo poliso įsigyjimą prekybos centruose. Pirmąjį, kaip priimtinausią draudimosi būdą, nurodė maždaug 9 proc. respondentų, antrąjį – apie 12 proc. respondentų. Tiesa, 35 proc. lietuvių vis dar linkę draudimo polisą įsigyti patys nuvykdami į draudimo bendrovę.

Šiuo metu su draudimo paslaugų pardavimais internetu ar kitomis elektroninėmis priemonėmis dirba tik maždaug ketvirtadalis visų draudimo įmonių. Pavyzdžiui, UAB „SEB VB gyvybės draudimas“ (tinklapis www.seb.lt) gali sudaryti investicinio gyvybės ir kritinių ligų draudimo sutartis elektroniniu būdu, o po to nuolat sekti draudimo sutarčių vertę, keisti investavimo kryptis.

Draudimo bendrovė UAB „BTA Draudimas“ (tinklapis www.bta.lt) klientui gali pasiūlyti apsidrausti ne tik atvykstant į jos atstovybes, bet ir paskambinus telefonu, taip pat internetu. Yra galimybė net užsisakyti draudimo bendrovės konsultanto telefono skambutį klientui patogiu metu, ir tokiu būdu gauti atsakymus į rūpimus klausimus.

Nemažiau svarbu paminėti tinklalapį www.e-draudimas.info. Šį tinklalapį sukūrė uždaroji akcinė draudimo brokerių bendrovė „VDB“. Minėta draudimo brokerių bendrovė esamus klientus aptarnauja, ieško potencialių naujų klientų internetu, t.y. siūlo klientams apsidrausti neišeinant iš namų, tiesiog pasinaudojus internetu. Kadangi, pagal Lietuvos Respublikos draudimo įstatymo (toliau – Draudimo įstatymas) 149 straipsnio 3 d. draudimo brokeris privalo atstovauti ne vieną, dažniausiai ir ne dvi draudimo bendroves, todėl ir klientui jis privalo pateikti ne mažiau kaip dviejų draudimo kompanijų draudimo pasiūlymus. Minėtas tinklalapis įvykdo šiuos reikalavimus, jame galima pasirinkti vienos iš keturių draudimo bendrovių paslaugas.

Remiantis Civilinio kodekso 6.990 straipsniu, draudimo sutartis „sudaroma draudikui akceptuojant draudėjo pasiūlymą (prašymą), pateiktą draudikui, arba draudėjui akceptuojant draudiko pasiūlymą sudaryti sutartį; draudimo rūšies taisyklėse nustatytais atvejais draudėjo prašymas turi būti rašytinis“ [1]. Remiantis šiuo kodekso straipsniu, darytina išvada, kad dažniausiai draudėjas pareiškia savo norą sudaryti draudimo sutartį, o draudikas (draudimo įmonė, draudimo brokeris ar pan.) šį ketinimą priima. Ketinimas ir jo priėmimas turi atitikti vienas kitą, t.y. turi atitikti sudaromą sutartį. Ketinimas sudaryti sutartį gali būti pareiškiamas bet koku būdu, tačiau reikia išskirti tuos atvejus, kuomet tam tikros rūšies draudimo taisyklėse numatytas prašymo pateikimas raštu.

Pats apsidraudimo procesas nėra sudėtingas. Galima išskirti tokius etapus:

1. Reikia atsidaryti minėtąjį internetinį puslapį;
2. Pasirinkti skiltį privatiems klientams (tuo atveju, jei apsidrausti nori fizinis asmuo) arba verslo klientams (tuo atveju, jei draudžiasi juridinis asmuo);
3. Pasirinktoje skiltyje bus nurodytos visos atskirų draudimo kompanijų siūlomos draudimo rūšys. Svarbu paminėti, jog čia pat galima rasti kiekvienos draudimo rūšies taisyklės. Civilinio kodekso 6.992 straipsnio 2 d. yra nustatytas reikalavimas draudikui prieš sudarant ar pasirašant draudimo sutartį, supažindinti klientą (draudėją) su galiojančiomis draudimo taisyklėmis. Neretai draudėjo susipažinimo su draudimo rūšies taisyklėmis faktas turi būti patvirtintas atitinkamu įrašu draudimo liudijime ir draudėjo parašu. Taip pat Draudimo įstatymo 77 straipsnio 2 d. nustatoma, jog draudimo taisyklės turi būti skelbiamos draudimo įmonės interneto tinklalapyje. Vadinasi,

kadangi draudimo brokeris yra draudimo įmonės atstovas (pagal tarpusavyje sudarytas pavedimo sutartis), jis savo tinklalapyje turėtų skelbti visų atstovaujamų draudimo bendrovių draudimo taisykles arba turėtų būti nuorodos į puslapius, kuriuose šias taisykles galima būtų rasti. Kitaip tariant turėtų būti „sudarytos sąlygos viešai susipažinti su draudimo rūšies taisyklėmis“ [1; 6.992 str. 2 d.]. Kaip jau minėta, šiame internetiniame puslapyje tokie reikalavimai įvykdomi.

4. Pasirinkti reikiamą draudimo rūšį;
5. Pasirinkus norimą draudimo rūšį, monitoriaus ekrane atsiranda anketa (draudimo užsakymas), kurią užpildžius reikia išsiųsti draudikui;
6. Gavę užpildytą anketą draudimo brokeriai pateiks specialiai tik tam klientui paruoštus draudimo pasiūlymus ir suderins užsakymo sąlygas;
7. Išsirinkęs norimą variantą, klientas galutinai patvirtina užsakymą, tuomet yra išrašomas draudimo polisas ir nemokamai pristatomas į kliento pageidaujama vietą, jam tinkamu laiku, pavyzdžiui, į namus, į darbovietę ir pan.;
8. Polisas apmokamas pasirinktame banke arba internetu į brokerio specialiai įmokom atidarytą banko sąskaitą po poliso gavimo (to reikalauja Draudimo įstatymo 149 straipsnio 6 d.). Apmokėjimo sąlygos taipogi aptariamoms iš anksto.

Civilinio kodekso 6.989 straipsnio 1 d. nustato reikalavimą, jog draudimo sutartis turi būti sudaroma rašytine forma. Rašytinės formos sandoriai sudaromi surašant vieną dokumentą, pasirašomą visų sandorio šalių, arba šalims apsikeičiant atskirais dokumentais [1; 1.73 str. 2 d.]. Kiek žinoma, kol kas yra praktikuojama netiesioginė elektroninė komercija draudimo srityje, t.y. paprastai polisas yra užsakomas telefonu arba internetu, tačiau pats draudimo liudijimas (popierinis variantas) klientui pristatomas paštu ar pasitelkiant į pagalbą kurjerių tarnybas. Gavęs polisą klientas visus jo egzempliorius pasirašo, tuomet vieną pasilieka sau, kitus – paštu ar kitu jam patogiu būdu pristato draudikui (nagrinėjamo tinklalapio atveju, klientas kartu su draudimo liudijimais gauna ir jau užpildytus vokus į kuriuos tereikia įdėti pasirašytus antruosius egzempliorius bei įmesti į artimiausią pašto dėžutę). Galima teigti, jog forma elektroniniame draudime atitinka Civiliniame kodekse nustatytus reikalavimus.

Minėtą elektroninę paslaugą būtina panagrinėti Lietuvos Respublikos Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymo (toliau – Asmens duomenų įstatymas) kontekste. Šio įstatymo 5 straipsnio 1 d. įtvirtinta, jog „asmens duomenys turi būti renkami apibrėžtais ir teisėtais tikslais, nustatytais prieš renkant asmens duomenis, ir paskui tvarkomi su šiais tikslais suderintais būdais“ [2]. Nagrinėjamame tinklalapyje yra prašoma užpildyti pasirinktos draudimo rūšies anketą, pateikti

reikiamus tiek asmens duomenis, kontaktus, tiek ir informaciją apie draudžiamą turtą. Asmens duomenys šiuos atveju renkami iš anksto nustatytais tikslais, t.y. tam kad remiantis šiais duomenimis būtų galima klientui pateikti patį priimtinausią draudimo pasiūlymą.

Asmens duomenų įstatymo tame pačiame 5 straipsnyje nurodoma, jog „asmens duomenys gali būti tvarkomi, jeigu duomenų subjektas duoda sutikimą; sudaroma arba vykdoma sutartis, kai viena iš šalių yra duomenų subjektas“ [2]. Atkreipiant dėmesį į tai, jog draudėjas pats internetu pateikia reikiamus duomenis draudimo brokeriui (užpildo anketą), galima daryti išvada, kad jis sutinka pateikti savo asmens duomenis draudikui. Remiantis šia informacija bus sudaromas draudimo liudijimas.

Bet koks asmens duomenų valdytojas, kuriuo šiuo atveju yra uždaroji akcinė draudimo brokerių bendrovė „VDB“, pagal Asmens duomenų įstatymo 27 straipsnio 1 d. turi būti užsiregistravęs Asmens duomenų valdytojų valstybės registre. Internetu, atsidarius Asmens duomenų valdytojų valstybės registro internetinį puslapį (adresas <http://db.ada.lt/>), galima rasti visus šiame registre užsiregistravusius asmens duomenų valdytojus, sužinoti, kada jie užsiregistravo, kieno duomenis kaupia, kokie yra tokio kaupimo tikslai bei kiek laiko bus saugoma tokia asmens informacija. Tačiau autorei nepavyko rasti duomenų, jog nagrinėjama draudimo brokerių bendrovė būtų užsiregistravusi tokiam valstybės registre. Iš to seka, jog klientas taip pat negali sužinoti kiek laiko bendrovė jo duomenis kaupis ir saugos, o remiantis Asmens duomenų įstatymu asmens duomenys gali būti saugomi ne ilgiau nei to reikalauja duomenų tvarkymo tikslai. Kai duomenys nebereikalingi jų tvarkymo tikslams, jie turi būti sunaikinami.

Atsižvelgiant į Lietuvos Respublikos Elektroninių ryšių įstatymo 68 straipsnio 2 d., draudėjas, pateikęs draudikui savo kontaktinius duomenis, pavyzdžiui, elektroninį paštą, gali nesutikti dėl tolesnio tokių kontaktinių duomenų panaudojimo draudiko siūlomų paslaugų tiesioginei rinkodarai.

Remiantis Informacinės visuomenės įstatymo 6 straipsnio nuostatomis, paslaugos teikėjas privalo užtikrinti, jog paslaugos gavėjai bei kitos institucijos galėtų nuolat pasiekti informaciją apie paslaugos teikėjo pavadinimą, buveinės adresą, duomenis ryšiui palaikyti (elektroninio pašto adresą) ir t.t. Nagrinėjamame elektroninio draudimo tinklalapyje randama informacija apie šias paslaugas teikiančią brokerių bendrovę: nurodomas jos pavadinimas, įmonės kodas, buveinės adresas, telefonai (įskaitant ir pagalbos telefoną), elektroninis paštas nuolatiniam kontaktui palaikyti. Kadangi draudimo brokerių bendrovės nėra PVM mokėtojos, todėl ir šiuo atveju PVM kodas nėra nurodomas. Atkreiptinas dėmesys į tai, kad draudimo brokerių bendrovė nurodo licencijos draudimo brokerių įmonės veiklai numerį bei pateikia nuorodą į šią licenciją išdavusios bei bendrovės veiklą

prižiūrinčios valstybinės institucijos internetinį tinklalapį. Tokia informacija paslaugų teikėjo privalo būti pateikta pagal Informacinės visuomenės įstatymo 6 straipsnio 2 dalį.

Draudėjas aiškiai ir labai suprantamai, pasitelkiant schemas, brokerio yra informuojamas apie visą veiksmų, kuriuos įvykdžius bus sudaryta ir galiausiai jam pristatyta draudimo sutartis, eiliškumą, tam specialiai sukurta skiltis pavadinimu „poliso kelias”.

Tame pačiame interneto tinklalapyje taipogi galima pranešti apie atsitikusį draudiminį įvykį.

Elektroninio draudimo privalumai: užpildyti ir išsiųsti anketą asmuo gali bet kuriuo paros metu, iš bet kurios jam patogios vietos aplenkiant vis didėjančias spūstis, eiles, sutaupant kurą ir pan.

Be to, perkant internetu ar pasinaudojant kitomis elektroninėmis priemonėmis draudimo liudijimas yra pigesnis negu draudžiantis draudiko biure. Kaip pavyzdį galima paminėti draudimo bendrovės „BTA Draudimas“ siūlomas transporto priemonių valdytojų civilinės atsakomybės privalomojo draudimo kainas draudžiantis internetu bei tiesiogiai atstovybėje. Tarkime, jog norime 1 metams apdrausti nepadidintos rizikos pirmą kartą draudžiamą lengvąjį automobilį, kurio savininkas (fizinis asmuo) registruotas Vilniuje. Savininko vairavimo stažas iki 2 metų. Automobilio variklio darbinis tūris nuo 1301 iki 1800 kw. Atsidarius bei, remiantis transporto priemonės duomenimis, užpildžius šios draudimo kompanijos interneto tinklalapyje pateiktą anketą, gauname, jog metinė sutarties kaina transporto priemonei atstovybėse kainuotų 640 Lt. Užsisakant internetu tai pačiai transporto priemonei privalomas draudimas kainuotų tik 576 Lt.

Šiuo metu veikiančio elektroninio draudimo trūkumas. Kaip jau buvo minėta aukščiau, kol kas yra praktikuojama netiesioginė elektroninė komercija draudimo srityje, tiksliau, paprastai polisas yra užsakomas telefonu arba internetu, tačiau galiausiai pats draudimo liudijimas (popierinis variantas) klientui pristatomas paštu ar pasitelkiant į pagalbą kurjerių tarnybas. Iš čia seka, jog draudėjui vis vien teks sutartu konkrečiu laiku būti tam tikroje iš anksto nurodytoje vietoje, kas sukelia šiokių tokį nepatogumą.

Elektroninio draudimo srityje būtų įmanoma taikyti tiesioginę elektroninę komerciją. Teisioginė elektroninė komercija suprantama kaip online užsakymas, mokėjimas bei neapčiuopiamų prekių užsakymas. Ji yra nematoma, todėl tokia komercija nepaiso geografinių ribų ir naudojami visomis plačios rinkos teikiamomis galimybėmis. Kitaip tariant, pritaikant šį apibūdinimą elektroniniam draudimui, tiesioginio elektroninio draudimo atveju draudėjas neišeidamas iš namų ar kitos jam patogios vietos užsisako elektroninį draudimo polisą internetu ar kitomis elektroninėmis priemonėmis, internetu gauna bei patvirtina draudimo pasiūlymą ir galiausiai taip pat internetu jam

atsiunčiamas draudimo liudijimas. Bėlieka jį tik pasirašyti, atsispausdinti bei apmokėti taip pat naudojantis internetu ar kitomis elektroninėmis priemonėmis. Elektroninis draudimo liudijimas pasirašomas elektroniniu parašu.

Draudžiantis tokiu būdu galima susidurti su tam tikra problema, kuriai taip pat galimas sprendimo variantas. Dabar egzistuojančio elektroninio draudimo atveju draudėjas su savimi vežiojasi abiejų šalių (draudiko bei draudėjo) pasirašytą draudimo liudijimą. Parašai yra aiškiai išreikšti, ranka popieriuje pasirašyti, kitaip tariant yra matomi. Pateikiant tokį draudimo polisą policijos pareigūnui ar kitam suinteresuotam asmeniui, šis gali iš karto pamatyti abiejų šalių parašus, vadinasi dokumentas bei jame išdėstytos sąlygos patvirtintos, jis galioja (nežmirštant kitų poliso galiojimo sąlygų). Tačiau taikant tiesioginę elektroninę komerciją draudime tokių akivaizdžių parašo požymių draudimo liudijime nebelieka. Todėl gali iškilti klausimas ar buvo dokumentas pasirašyas, ar ne?

Vienas iš minėtos problemos sprendimo variantų. Draudikui atsiuntus elektroninį draudimo liudijimą, draudėjas elektroninėmis priemonėmis jį pasirašo ir išsiunčia atgal draudikui, kuris privačiu raktu pasirašytą dokumentą patikrina turimu viešuoju raktu ir taip užsitvirtina parašo tikrumą. Įsitikinus parašo originalumu, draudikas patvirtina draudimo liudijimą užrašu „draudimo liudijimas pasirašytas elektroniniais parašais“ ir išsiunčia tokį dokumentą draudėjui atsispausdinimui.

4.2. Elektroninės parduotuvės

Toliau elektroninės komercijos situacija Lietuvoje bus plačiau nagrinėjama atskleidžiant Lietuvoje veikiančių elektroninių parduotuvių veiklos principus.

Pastaruoju metu nemažai bendrovių savo veikloje pritaikė internetinio verslo modelius savo pajamoms padidinti. Elektroninė parduotuvė – tai realios parduotuvės analogas virtualioje erdvėje, kurioje galima parduoti bei pirkti prekes bei gauti išsamų jų aprašymą. Be išsamios informacijos apie įmonę ir produkciją, integruotos papildomos funkcijos: produktų ar paslaugų užsakymo, apmokėjimo, apskaitos sistemos, kitos funkcijos, susijusios su klientų aptarnavimu bei pardavimais. [21].

Remiantis galiojančiais teisės aktais, darbe bus nagrinėjami trijų pasirinktų elektroninių parduotuvių veiklos aspektai. Pasirinktos šios elektroniniu būdu prekes pardavinėjančios įmonės:

1. www.verta.lt. Tai yra elektroninė buitės technikos parduotuvė.
2. www.edvonis.lt Siūlo viską, kas reikalinga darbui biure, pradedant rašikliais, popieriumi ir baigiant kompiuteriais, baldais, buitinėmis ir maisto prekėmis.

3. www.perfumit.lt Tai elektroninė kosmetikos parduotuvė.

Nagrinėjimas bus atliekamas lyginamuoju būdu. Kad būtų išsamiau bei aiškiau yra pasitelkiamos trys lentelės. Pirmoje lentelėje atskleidžiama, kaip pasirinktos elektroninės parduotuvės įgyvendina Informacinės visuomenės paslaugų įstatymo (lentelėje naudojamas trumpinys IVPI) pagrindines nuostatas. Antrojoje lentelėje aptariama parduotuvių veiklos situacija remiantis 1997 m. gegužės 20 d. Direktyva dėl vartotojų apsaugos Nr. 97/7/EB. Galiausiai trečiojoje - nagrinėjami Asmens duomenų įstatymo normų įgyvendinimo klausimai.

1 lentelė (IVPI pagrindiniai aspektai)

	Duomenų nurodymas IVPI 6 str. 1 d.	Reklaminių pasiūlymų, nuolaidų, dovanų aiškus pateikimas pagal IVPI 7 str. 3, 4 d.	Nurodomas veiksmų, sutarties sudarymui, eiliškumas. IPVI 9 str. 1 d.	Nurodomos techninės priemonės įvesties klaidoms taisyti. IVPI 9 str. 1 d.	Nurodomos sutarties sudarymo kalbos. IVPI 9 str. 1 d.	Sutarčių standartinių sąlygų pateikimas. IPVI 9 str. 4 d.	Užsakymo gavimo patvirtinimo atsiuntimas. IVPI 10 str. 1 d.
www.verta.lt	✓	✓	-	-	-	-	✓
www.edvonis.lt	✓	✓	-	-	-	-	✓
www.perfumit.lt	Nenurodomas PVM kodas	✓	✓	-	-	-	✓

Remiantis 1 lentele galima daryti tokias išvadas:

1. **Duomenų nurodymas.** Visos iš analizuojamų elektroninių parduotuvių yra pakankamai išsamiai pateikusios duomenis apie save. Nurodo pavadinimus, įmonės kodus, buveinės adresus, kontaktinius duomenis nuolatiniam bendravimui palaikyti, banko sąskaitų numerius ir pan. Dvi iš trijų parduotuvių yra pateikusios ir PVM kodus (PVM kodas nenurodytas tik www.perfumit.lt tinklalapyje).
2. **Informacija apie nuolaidas, akcijas ir pan.** Nagrinėjamos parduotuvėse lengvai prieinama bei aiškiai pateikta informacija apie vykdomas akcijas, galiojančias nuolaidas ir ypatingus pasiūlymus. Pirmojoje tik atsidarius puslapij randama duomenų apie šiuo metu vykdomus išpardavimus, trečiojoje – sukurta atskira tinklalapio direktorija pavadinimu „ypatingi pasiūlymai“.

3. **Veiksmų eiliškumo nurodymas.** Kalbant apie veiksmų eiliškumą, kurį įvykdant sudaroma sutartis, tai jis randamas tik viename internetiniame tinklalapyje. Trečiojoje elektroninėje parduotuvėje klientas gali rasti aiškiai aprašytą veiksmų seką (etapus), kurią įvykdžius galima užsisakyti bei įsigyti norimą prekę. Kitose dviejose parduotuvėse tokios informacijos arba visai nebuvo, arba ji buvo pakankamai neaiškiai pateikta. Dėl šios priežasties naujam ir pirmą kartą elektroninėje parduotuvėje perkančiam klientui gali likti neaišku ar reikia pirmiausia tinklalapyje užsiregistruoti, kad galima būtų užsisakyti patikusią prekę, ar registracija yra nebūtina. Ypač tokie klausimai gali kilti ketinant pasinaudoti www.edvonis.lt paslaugomis.
4. **Įvesties klaidų ištaisymas.** www.verta.lt autorių nustatytas labai minimalus įvesties klaidų taisymas. Galima užregistruoti asmenį neegzistuojančiu gyvenamosios vietos adresu, apskritai galima užregistruoti bet kokią raidžių seką. Tikrinimas atsiranda tik tuomet, kai norima tą patį „asmenį“ užregistruoti kelis kartus. www.perfumit.lt klientams registruotis nereikia, užsakymai pardavėjui pateikiami elektroniniu paštu, todėl duomenis reikia tikrintis pačiam.
5. **Sutarties kalbos nurodymas.** Iš minėtų trijų tinklalapių tik viename yra galimybė pakeisti teksto kalbą (www.edvonis.lt). Pasirinkti galima iš trijų variantų: lietuvių, anglų ir rusų kalbų. Tačiau nors puslapio autoriai suteikia galimybę pasirinkti tinklalapio turinio kalbas, bet pasirinkta kalba pateikiamos tik antraštės, turinys išlieka lietuviškas. Darytina išvada, jog pati sutartis taip pat turėtų būti sudaroma tik lietuviškai. Kituose tinklalapiuose kalbų pasirinkimas nebuvo galimas.
6. **Standartinių sutarties sąlygų pateikimas.** Visos trys elektroninės parduotuvės nepateikia standartinių sutarties sąlygų. Po pokalbio telefonu su šių parduotuvių atstovais autorė išsiaiškino, jog sutartys apskritai čia nėra sudaromos. Kaip teigė www.verta.lt atstovas, sutartį atstoja kvitelis ar išankstinio apmokėjimo sąskaita bei garantija: „to klientui pilnai užtenka...“. Nebent sutartimi laikomas susitarimas pirkti bei pristatyti prekę ir kvitelio (sąskaitos) pasirašymas.
7. **Užsakymo gavimo patvirtinimas.** Pagal lentelėje pateiktus duomenis matome, jog visi internetiniai tinklalapiai pateikia patvirtinimą apie užsakymo gavimą. Žodinis patvirtinimas apie prekių užsakymą, pavyzdžiui, užsisakant telefonu, buvo priskirtas prie užsakymo gavimo patvirtinimo.

Taigi nei viena iš nagrinėjamų elektroninių parduotuvių pilnai neatitinka nagrinėjamo įstatymo reikalavimų. Tinklalapiai yra neaiškūs (ypatingai www.edvonis.lt). Kyla klausimas, ar juos apskritai galima vadinti elektroninėmis parduotuvėmis. Jeigu elektroninė parduotuvė yra paprastos parduotuvės atitikmuo elektroninėje erdvėje, vadinasi toje pačioje elektroninėje vietoje turėtų būti galimybė išsirinkti, užsisakyti, gauti užsakymo patvirtinimą, sudaryti sutartį bei apmokėti už išsirinktas prekes, tačiau nei vienoje iš nagrinėtų parduotuvių visų šių veiksmų nėra galimybės atlikti.

Būtina Lietuvoje veikiančias elektronines parduotuves panagrinėti ne tik Lietuvos Respublikos, bet ir Europos Sąjungos teisės aktų pagrindais, tam sudaryta 2-a lentelė, kurioje kaip tik ir yra analizuojami parduotuvių veiklos aspektai remiantis 1997 m. gegužės 20 d. Direktyva dėl vartotojų apsaugos (lentelėje minima kaip Direktyva). Nagrinėjama, ar parduotuvės atitinka tam tikrus Direktyvos dėl vartotojų apsaugos numatytus reikalavimus (reikalavimai, kurie jau buvo nagrinėjami 1 lentelėje, pavyzdžiui, rekvizitų pateikimas, šioje lentelėje nagrinėjami nebus).

2 lentelė (Direktyvos pagrindiniai principai)

	Išankstinės informacijos apie prekę ir pan. pateikimas Direktyvos 4 str. 1d.	Informacija apie prekių priežiūros paslaugas ir garantijas Direktyvos 5 str. 1 d.	Numatyta prekių atsisakymo galimybė Direktyva 6 str. 1 d.	Nurodomas užsakymo įvykdymo terminas Direktyva 7 str. 1d.
www.verta.lt	✓	✓	✓	✓
www.edvonis.lt	✓	-	✓	✓
www.perfumit.lt	✓	Garantija nėra taikoma	✓	✓

Išnagrinėjus lentelę darytinos tokios išvados:

1. **Informacija apie prekes, jų pristatymą ir kt.** Visos trys nagrinėjamos parduotuvės pateikia informaciją apie prekių ypatybes, vienos plačiau (www.verta.lt), kitos siauriau (likusios dvi), tačiau prekių aprašymas visur randamas. Aiškiai matyti prekių kainos, kai kur jos yra palyginamos su kainomis paprastose parduotuvėse, taip pat nurodoma, ar į tą kainą įeina PVM bei prekių pristatymas. Pateikiama prekių pristatymo bei apmokėjimo tvarka.

Suprantamai išskiriami ypatingi pasiūlymai, tačiau ne visose parduotuvėse randamas tokių pasiūlymų galiojimo laikotarpis.

2. **Informacija apie garantijas.** Pirmoji elektroninė parduotuvė prie kiekvienos prekės nurodo kokiam laikotarpiui yra suteikiamas garantinis aptarnavimas. Pateikiamos nemokamo aptarnavimo taisyklės. Antroji parduotuvė jokių duomenų apie nemokamą aptarnavimą (garantiją) nepateikia (net ir tokioms prekėms kaip mobilieji telefonai). Trečiojoje parduotuvėje dėl prekių specifikos garantijos nėra suteikiamos.
3. **Galimybė atsisakyti prekių.** Direktyva dėl vartotojų apsaugos numato galimybę grąžinti nusipirktas prekes ir nustato 7 darbo dienų terminą sutarčiai atsisakyti bei prekėms grąžinti. www.verta.lt nurodo, jog prekių grąžinimas vykdomas vadovaujantis 2001 m. Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymu dėl daiktų grąžinimo ir keitimo taisyklių patvirtinimo. Šiame įsakyme nustatyta, jog pardavus „netinkamos kokybės ne maisto prekė ir pardavėjas su pirkėju neaptarė jos trūkumų, pirkėjas turi teisę savo pasirinkimu iš pardavėjo reikalauti vienašališkai nutraukti pirkimo – pardavimo sutartį ir pareikalauti grąžinti už prekę sumokėtus pinigus“ [9]. Tokiais atvejais grąžinant prekę grąžinimo terminas nėra nustatytas. Numatomas 14 dienų laikotarpis prekės pakeitimui tuomet, kai netinka jos forma, spalva, dydis ir pan. Jeigu pardavėjas neturi pakeitimui tinkamos prekės, tuomet pirkėjas per nustatytą 14 dienų terminą gali grąžinti prekę bei atgauti už ją sumokėtus pinigus. www.edvonis.lt nustato 3 dienų prekių grąžinimo terminą. www.perfumit.lt remiasi anksčiau minėtu ministro įsakymu bei nurodo, jog šioje svetainėje pirktų prekių grąžinti negalima. Tačiau remiantis tuo pačiu įsakymu, o konkrečiau tik jo 18 punkte, yra numatyta, jog kosmetikos ir parfumerijos priemonių negalima pakeisti ar atsiimti pinigų tik prekės spalvos, dydžio, formos ir pan. netikimo pagrindais. Taip ir lieka neaišku, kodėl negalima grąžinti pirktinių remiantis prekių kokybe.
4. **Užsakymo įvykdymo terminas.** Visos analizuojamos elektroninės parduotuvės nurodo užsakymo įvykdymo terminus. Ilgiausia pristatymo trukmė nurodoma maždaug 3 savaitės.

3 lentelė padės atskleisti Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymo (lentelėje naudojamas trumpinys ADTAI) nuostatų įgyvendinimą elektroninėse parduotuvėse.

3 lentelė (ADTAĮ principai)

	Registracija Asmens duomenų valdytojų valstybės registre ADTAĮ 27 str. 1 d.	Nurodomi duomenų valdytojo rekvizitai bei duomenų tvarkymo tikslai ADTAĮ 18 str. 1 d.	Galimybė nesutikti, jog duomenys būtų tvarkomi tiesiogės rinkodaros tikslais ADTAĮ 14 str. 2 d.
www.verta.lt	-	✓	✓
www.edvonis.lt	-	-	-
www.perfumit.lt	-	✓	-

Rezultatai:

1. **Registracija valstybės registre.** Asmens duomenų valdytojų valstybės registro tinklalapyje nebuvo jokių duomenų apie šių trijų įmonių, kaip duomenų valdytojų, užsiregistravimą. Vadinasi, klientai negali sužinoti, kieno duomenis įmonė kaupia, kokie yra tokio kaupimo tikslai bei kiek laiko bus saugoma tokia asmens informacija.
2. **Duomenų tvarkymo tikslai.** Kaip jau minėta 1 lentelėje, savo rekvizitus pateikia visos nagrinėjamos įmonės. Dvi iš trijų elektroninių parduotuvių nurodo ir asmens duomenų tvarkymo tikslus. Tikslai abiejose parduotuvėse praktiškai sutapo. Jos teigia, jog duomenys kaupiami siekiant susisiekti su klientais vykdant užsakymus ir tik tam, kad būtų tinkamai suteikiamos paslaugos. Galima daryti išvadą, jog šios dvi įmonės įvykdo Asmens duomenų apsaugos įstatymo 3 straipsnio 1 d. 1 p. reikalavimą, pagal kurį asmens duomenys gali būti renkami tik iš anksto apibrėžtiems tikslams. Tuomet kyla klausimas: kodėl jie renka klientų asmens kodus? Juk susisiekimui su klientu asmens kodas visai nebūtinai. Pabrėžtina, jog remiantis Asmens duomenų apsaugos įstatymo 3 straipsnio 1 d. 1 p., duomenys gali būti renkami tokios apimtys, kuri būtina jiems rinkti. Remiantis to paties įstatymo nuostatomis, klientas gali atsisakyti pateikti tokius duomenis.
3. **Duomenų panaudojimas tiesioginės rinkodaros tikslais.** www.verta.lt suteikia galimybę atsisakyti naudoti asmens duomenis tiesioginės rinkodaros tikslais. Ji įsipareigoja nenaudoti klientų pateiktų elektroninio pašto adresų

reklaminiams laiškamsi siuntinėti. Kitose nagrinėjamosiose elektroninėse parduotuvėse to nėra numatyta.

Apmokėjimo galimybės. Analizuojamosiose parduotuvėse nėra apmokėjimo būdų pasirinkimo. Praktiškai vienintelis apmokėjimo būdas – bankinis pavedimas pagal pardavėjo atsiųstą apmokėjimo sąskaitą. www.verta.lt numato taip pat ir apmokėjimą „grynais“ pristatytas užsakytas prekes. Pasirinkti kitokių apmokėjimo būdų nebuvo galimybės.

Saugumas. Nors puslapių autoriai teigia, jog pateikiama asmens informacija bus laikoma griežtai konfidencialia, patikimai saugoma bei jokia tokio pobūdžio informacija nebus perduodama tretiesiems asmenims, tačiau techniškai asmens duomenys visiškai nėra apsaugoti. Puslapių autentiškumo nėra patvirtinęs joks skaitmeninių sertifikatų centras, jiems nėra suteiktas joks skaitmeninis sertifikatas. Be to, ryšys tarp kliento ir pardavėjo visiškai nekoduojamas, todėl asmens duomenų perdavimo metu yra didelė tikimybė, jog informacija gali būti perimama ar kitaip prie jos prieinama.

Daugelyje lietuviškų elektroninių parduotuvių nurodytos priežastys, kodėl verta pirkti pas juos, nurodyti kainų skirtumai perkant parduotuvėje ir perkant internetu ar kitomis elektroninėmis priemonėmis. Taip pat galima rasti išsamią informaciją apie prekes, prekių galerijas, kai kur ir pirkimo internete instrukcijas. Klientams siūlomos įvairios lojalumo programos, pavyzdžiui, nuolaidos, konkursai, loterijos ir pan., tačiau ne visur apibrėžiami jų galiojimo terminai. Nors dauguma parduotuvių pateikia išsamią informaciją apie save, tačiau nemaža problema buvo rasti įmonių PVM kodus. Prekių apmokėjimui daugumoje parduotuvių atsiunčiamos sąskaitos su identifikaciniais numeriais, pagal kurias klientas turi padaryti pavedimą. Nemaža problema, jog sunku rasti informaciją apie prekių grąžinimo galimybes, neretai tiesiog pateikiama nuoroda į minėtą 2001 m. Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymą dėl daiktų grąžinimo ir keitimo taisyklių patvirtinimo.

Siekiant geriau bei išsamiau atskleisti elektroninių parduotuvių veiklos ypatumus Lietuvoje, reikėtų panagrinėti ir užsienio valstybėje veikiančią elektroninę parduotuvę. Analizavimui pasirinkta Lenkijoje įsisteigusi, Europos Sąjungoje veiklą vykdanči bei džinsiniais gaminiais (kelnėmis, švarkais, rankinėmis ir pan.) online prekiaujanti parduotuvė, kurios tinklalapio adresas <http://www.jeans-online.pl/index.php>.

Nagrinėjamame tinklalapyje suteikta galimybė pasirinkti vieną iš šešių kalbų. Elektroninė parduotuvė pateikia reikiamus rekvizitus apie save: įmonės pavadinimą, adresą, sąskaitos numerį, kontaktinius telefonus bei elektroninį paštą, ir pan. Čia galima rasti prekių aprašymus su nuotraukomis bei galimu spalvų pasirinkimu, taip pat jų kainas. Gerai ir suprantamai matomi

pasiūlymai bei nuolaidos ir jų galiojimo terminai, tam sukurta atskira skiltis pavadinimu „išpardavimai“.

Randama informacija apie apmokėjimo galimybes. Tam sukurta atskira direktorija, kurioje pateikiami duomenys, kokiom valiutom tinklalapyje nurodomos kainos, mokėjimo būdai. Suteikiamos kelios apmokėjimo galimybės: bankiniai pavedimai (pateikiami reikiami rekvizitai), kreditinės kortelės, nurodoma kuriomis kreditinėmis kortelėmis galima atsiskaityti, bei elektroniniais bankais. Gavę reikiamus pinigus pardavėjai atsiųs apmokėjimo patvirtinimą.

Nustatyti pristatymo terminai. Užsakymai pristatomi tik Europos Sąjungoje pasitelkiant kurjerių tarnybas, todėl prie prekės kainos reikia pridėti jų paslaugoms skirtas išlaidas. Yra galimybė nuolat „stebėti“ prekės buvimo vietą, t.y. sužinoti kur ji yra bei bus tam tikru laiku. Visos prekės yra apdraustos bei joms suteikiama gamintojo garantija. Nekokybiškos prekės gražinamos (pagrįsto gražinimo išlaidos klientui apmokamos) arba pakeičiamos kitomis panašiomis prekėmis. Nustatomas 10 dienų gražinimo terminas.

Visa kliento pateikta informacija (elektroninis paštas) pardavėjo yra laikoma griežtai konfidencialia. Parduotuvė įsipareigoja ne parduoti, ne nuomoti ar kitaip neatskleisti kliento konfidencialios informacijos. Apskritai, kadangi apsipirkimui šioje parduotuvėje klientui nereikia prisiregistruoti, todėl pardavėjas negauna asmens duomenų bei neturi ką kaupti, išskyrus atvejus, kuomet klientas norėdamas gauti informacijos pats elektroniniu paštu su juo susisieks. Elektroniniai pasiūlymai, informacija apie nuolaidas, naujienos ir pan. siunčiama tik pirkėjui sutikus. Tokius siuntimus klientas gali bet kada atšaukti.

Puslapio autentiškumą užtikrina Thawte skaitmeninių sertifikatų centro išduotas skaitmeninis sertifikatas. Ryšys tarp kliento bei parduotuvės atsiskaitymų metu yra užkoduotas.

Tinklalapyje nebuvo rasta informacijos apie kliento užsakymo gavimo patvirtinimo atsiuntimą, taip pat veiksmų, kurie reikalingi apsipirkimui elektroninėje parduotuvėje, eiliškumo, nenumatytos techninės priemonės įvesties klaidoms taisyti, bet kadangi tinklalapyje registracija nevykdoma, todėl klientas pats turėtų patikrinti siunčiamą informaciją.

Puslapis yra ganėtinai aiškus bei patrauklus klientui, lengvai ir greitai randama norima informacija.

IŠVADOS

Darbe buvo analizuoti Lietuvos Respublikos teisės aktai bei Europos Sąjungos dokumentai elektroninės komercijos klausimais, nagrinėjamos elektroninės paslaugos (konkrečiau elektroninis draudimas) bei lyginamos Lietuvoje veikiančios elektroninės parduotuvės tarpusavyje, o taip pat su Lenkijoje įsikūrusia elektronine parduotuve.

1. Lietuva iš esmės įgyvendino pagrindinius Direktyvų principus. Kaip pavyzdį galima būtų paminėti 2005 m. Europos Komisijos atliktą Elektroninio parašo direktyvos peržiūros ataskaitą, kurioje teigiama, kad visos Europos Sąjungos valstybės įgyvendino pagrindinius šios Direktyvos principus.

2. Dauguma Europos Sąjungos direktyvų nuostatų yra tiesiog išverstos ir perkeltos į Lietuvos Respublikos teisės aktus jų visai neįgyvendinant. Nagrinėtose direktyvose numatyti įpareigojimai valstybėms narėms nustatyti teisinio poveikio priemones už teisės aktų, priimtų remiantis direktyvomis, pažeidimus Lietuvoje nebuvo konkrečiai įgyvendinti. Abstrakčios normos, nusakančios, jog asmenys, pažeidę įstatymo reikalavimus, atsakys įstatymų nustatyta tvarka bei sąlygomis, nėra pakankamos.

3. Lietuvos Respublikos Ūkio ministro įsakymu patvirtintas kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teikimo vidaus rinkoje reglamentas nebegalioja nuo 2006 09 27 d. Jį pakeitė Lietuvos Respublikos Informacinės visuomenės paslaugų įstatymas. Minėtas reglamentas kėlė nemažai ginčų bei diskusijų. Buvo abejojama, ar poįstatyminio akto galią turintis dokumentas yra pakankamas Elektroninės komercijos direktyvos įgyvendinimui Lietuvoje. Taigi šiuo metu elektroninės komercijos santykius reglamentuoja įstatyminę galią turintis teisės aktas.

4. Nagrinėtuose įstatymuose pasitaikė prieštaravimų Europos Sąjungos teisės normoms (Elektroninio parašo įstatymo 10 straipsnis).

5. Elektroninei sutarčių formai keliami daug didesni bei griežtesni reikalavimai negu rašytinei sutarties formai. Prie tradicinių sutarties reikalavimų iškeliami ir papildomi, kurie ne visuomet pateisinami ir sunkiai įgyvendinami.

6. Elektroninio draudimo srityje yra taikoma netiesioginė elektroninė komercija. Netiesioginės elektroninės komercijos atveju prekės ar paslaugos užsisakomos elektroninėmis priemonėmis, o pristatomos fiziniu būdu, t.y. pasitelkiant tradicines tarnybas kaip paštas ar kurjeriai ir pan. Remiantis darbe atlikta analize, elektroninis draudimas pakankamai gerai veikia, neatitikimų

įstatymams nenustatyta. Šioje srityje galima būtų palaiapsniui pereiti prie tiesioginės elektroninės komercijos taikymo.

7. Nagrinėtos lietuviškos elektroninės parduotuvės turi pakankamai daug trūkumų: visų pirma pradėdant nepilnu įstatymuose numatytų rekvizitų pateikimu ir baigiant prasta asmens duomenų apsauga. Puslapiai yra neaiškūs, juose neaprašoma apsipirkimo proceso tvarka, daugumoje būtina vartotojo registracija, tačiau netaikomos jokios techninės priemonės asmens duomenų apsaugojimui (prašo pateikti net ir asmens kodus). Nei viena iš nagrinėtų parduotuvių neužsiregistravusi Asmens duomenų valdytojų valstybės registre. Tik nedidelė dalis atskirų tinklalapių dalių (skilčių) atitinka nagrinėtų teisės aktų nuostatomis.

8. Analizuota Lenkijos elektroninė parduotuvė yra kur kas paprastesnė bei aiškesnė. Viešai prieinama didžioji dalis teisės aktuose nustatytų reikalavimų. Pateikiami rekvizitai, kontaktiniai duomenys, numatytas vienos iš 6 kalbų pasirinkimas, plačios apmokėjimo galimybės. Puslapyje nevykdoma vartotojų registracija, todėl pardavėjas negauna bei nesaugo jokių klientų asmeninių duomenų. Jo autentiškumas patvirtintas Thawte skaitmeninių sertifikatų centro išduotu skaitmeniniu sertifikatu. Galima teigti, jog elektroninė parduotuvė veikia vartotojų patogumui.

9. Elektroninių parduotuvių padėtį Lietuvoje galėtų pakeisti jų autorių įsigilinimas į galiojančius teisės aktus bei labai pagelbėtų geriausios užsienio praktikos perėmimas.

10. Magistrinio darbo pradžioje iškelti hipotezės teiginiai, dėl lėto elektroninės komercijos vystymosi Lietuvoje, pasitvirtino:

- Nenuoseklus teisinis reglamentavimas. Europos Sąjungos direktyvos įgyvendinamos paviršutiniškai, jų nuostatas tik išverčiant ir perkeltiant į nacionalinius įstatymus, pasitaiko nacionalinių bei tarptautinių teisės normų koalicijų, nėra aiškiai apibrėžtų normų pažeidimų sankcijų.
- Apie nepasitikėjimą elektronine komercija galima spręsti iš darbe pateiktų statistinių duomenų. Pavyzdžiui: UAB DK „PZU Lietuva“ užsakymu atliktų tyrimų duomenimis, tik 9 proc. respondentų renkasi draudimą internetu ar pasitelkiant kitas elektronines priemones. Didžioji dauguma vis dar linkę įsigyti draudimą draudimo bendrovėse ir pan.
- Informuotumas elektroninės komercijos srityje tikrai žemas. Paprasti vartotojai nežino, kas ta elektroninė komercija bei kaip ja „naudotis“. Net ne visose darbe nagrinėtose elektroninėse parduotuvėse buvo pateikti aprašymai kaip jose įsigyti norimą prekę, todėl klientui apsipirkimas gali būti per sudėtingas.

- Asmens duomenų apsaugos analizuotuose tinklalapiuose nebuvo jokios. Nėra koduoto ryšio tarp vartotojo ir pardavėjo. Pustlapių autentiškumas nepatvirtintas jokiais skaitmeniniais sertifikatais. Duomenys lengvai gali būti perimti bei panaudoti kitiems tikslams.

Išnagrinėjus darbą paaiškėja, jog hipotezėje iškelti teiginiai yra tik dalis priežasčių, ribojančių elektroninės komercijos vystymąsi. Jų yra ir daugiau, pavyzdžiui, elektroninių atsiskaitymo priemonių nebuvimas, interneto prieigos menkas paplitimas ir pan.

SANTRAUKA

Elektroninės komercijos iniciatyvų Lietuvoje teisinė analizė

Diegiant naujas technologijas yra praplečiamos vartotojų galimybės. Tradicinė komercija vis labiau užleidžia vietą naujai atsirandančiai elektroninei komercijai, todėl viena pagrindinių tokios plėtotos sąlygų yra elektroninę komerciją reglamentuojanti teisės aktų bazė, kuri nesudaro kliūčių jos tolesniam plitimui. Siekiant užmegzti glaudesnius santykius tarp Europos valstybių, užtikrinti laisvą prekių bei paslaugų judėjimą tarp Europos tautų, leidžiant nacionalinius teisės aktus būtina atsižvelgti bei remtis Europos Sąjungos teisės normomis bei turima patirtimi.

Darbas susideda iš keturių pagrindinių dalių. Pirmojoje dalyje išsamiai aptariama elektroninės komercijos samprata. Antrojoje dalyje nagrinėjami Europos Sąjungos teisės aktai elektroninės komercijos srityje, jų tikslai bei pagrindiniai principai. Trečiojoje darbo dalyje dėmesys skiriamas Lietuvos Respublikos teisės aktų, susijusių su elektronine komercija, apžvalgai. Nagrinėjamas jų atitikimas Europos Sąjungos direktyvoms šioje srityje. Ketvirtoji dalis skirta elektroninės komercijos iniciatyvų Lietuvoje teisiniui analizavimui. Nagrinėjama elektroninės komercijos padėtis Lietuvos Respublikoje. Darbo pabaigoje pateikiamos magistro darbo turinio išvados.

Paviršutiniškai bei ne pilnai įgyvendinant Europos Sąjungos teisės aktus vis dar pasitaiko prieštaravimų tarp nacionalinės bei Europos Sąjungos teisės normų. Nepakankamas žmonių informuotumas, nepasitikėjimas elektronine komercija, žemas kompiuterinio raštingumo lygis, silpna asmens duomenų apsauga – visa tai yra lėtos elektroninės komercijos plėtros Lietuvoje pagrindinės priežastys.

SUMMARY

The legal analysis of electronic commerce initiatives in Lithuania

New technologies provide more choices for consumers to achieve their goals. Electronic commerce is increasingly gaining share in traditional commerce market, thus, the legislation base for electronic commerce must be created in order to regulate and promote it. In order to achieve free movement of goods and establish close market relationships throughout the European Union countries care must be taken to include European Union legislation into local legislative base and while doing this the best common European practice should be followed.

The paper consists of four parts and conclusions. The first part introduces a definition of electronic commerce. The European Union legislation affecting electronic commerce, their aims and major principles are discussed in second part. The third part is concerned with current laws of Lithuanian Republic regulating electronic commerce as well as with the level of implementation of corresponding European Directives in the Lithuanian law. The legislative analysis of electronic commerce initiatives and the state of electronic commerce in Lithuania is covered in the fourth part of the paper. The fifth part contains the conclusions of the analysis.

The superficial and inconsistent implementation of European Union Directives in the Lithuanian law sometimes leads to contradictions between the Lithuanian law and law of other European Union countries. Inadequate computer literacy and lack of easily accessible information on electronic commerce procedures, mistrust in electronic market and poorly developed privacy practices are considered to be major obstacles to electronic commerce development in Lithuania.

LITERATŪROS SĄRAŠAS:

1. Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas // Valstybės žinios. 2000. Nr. 74-2262;
2. Lietuvos Respublikos Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymas // Valstybės žinios. 1996. Nr. 63-1479;
3. Lietuvos Respublikos Autorių teisių bei gretutinių teisių įstatymas // Valstybės žinios. 1999. Nr. 50-1598;
4. Lietuvos Respublikos Draudimo įstatymas // Valstybės žinios. 2003. Nr. 94-4246;
5. Lietuvos Respublikos Elektroninio parašo įstatymas // Valstybės žinios. 2000. Nr. 61-1827;
6. Lietuvos Respublikos Elektroninio parašo įstatymo 4, 8, 14, 16 straipsnių pakeitimo ir papildymo įstatymas // Valstybės žinios. 2002. Nr. 64-2572;
7. Lietuvos Respublikos Elektroninių ryšių įstatymas // Valstybės žinios. 2004. Nr. 69-2382;
8. Lietuvos Respublikos Informacinės visuomenės paslaugų įstatymas // Valstybės žinios. 2006. Nr. 65-2380;
9. Lietuvos Respublikos ūkio ministro 2002 m. balandžio 10 d. įsakymu Nr. 119 patvirtintas Kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teikimo vidaus rinkoje reglamentas // Valstybės žinios. 2002. Nr. 40-1517;
10. Lietuvos Respublikos ūkio ministro 2001 m. birželio 29 d. įsakymu Nr. 217 patvirtintos Daiktų gražinimo ir keitimo taisyklės // Valstybės žinios. 2001. Nr. 58-2105;
11. Europos Parlamento ir Tarybos Direktyva Nr. 97/7/EB, Dėl vartotojų apsaugos, susijusios su nuotolinės prekybos sutartimis // Adresas internete: http://www3.lrs.lt/pls/inter1/dokpaieska.showdoc_l?p_id=36608&p_query=&p_tr2=2
prisijungimo laikas: 2006 spalio 10 d.;
12. Europos Parlamento ir Tarybos Direktyva Nr. 1999/93/EB, Dėl Bendrijos elektroninių parašų reguliavimo sistemos // Adresas internete: http://www3.lrs.lt/pls/inter1/dokpaieska.showdoc_l?p_id=34582&p_query=&p_tr2=2
prisijungimo laikas: 2006 rugpjūčio 26 d.;
13. Europos Parlamento ir Tarybos Direktyva Nr. 2000/31/EB, Dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninė komercijos, teisinių aspektų vidaus rinkoje (Elektroninės komercijos direktyva) // Adresas internete: http://www3.lrs.lt/pls/inter1/dokpaieska.showdoc_l?p_id=22359&p_query=&p_tr2=2
prisijungimo laikas: 2006 rugpjūčio 26 d.;
14. Civilka M., Lamanauskas T., Osinaitė G., Sauliūnas D., Štililis D., Toliušis S., Ulevičius L. „Informacinių technologijų teisė“. – Vilnius: NVO Teisės Institutas, 2004;

15. Civilka M. „Elektroninės komercijos reguliavimas tarptautinėje ir ES teisėje“ // Adresas internete: http://www.teisininkas.lt/downloads/EK_konsp.pdf prisijungimo laikas: 2006 rugpjūčio 06 d.;
16. Čepinskis J., Raškinis D., Stankevičius R., Šernius A. „Draudimas“. – Kaunas: Pasaulio lietuvių kultūros, mokslo ir švietimo centras, 1999;
17. Elektroninė komercija // Adresas internete: http://lt.wikipedia.org/wiki/Elektronin%C4%97_komercija#Dabartis prisijungimo laikas: 2006 rugsėjo 18 d.;
18. Elektroninės komercijos formos pagal veiklos modelius // Adresas internete: <http://www.ef.vu.lt/Ekomercija/2dalis23.htm> prisijungimo data: 2006 rugsėjo 18 d.;
19. Elektroninio parašo priežiūros institucijos Lietuvos Respublikos Elektroninio parašo įstatymo įgyvendinimo metinė ataskaita // Adresas internete: [http://epp.ivpk.lt/epp/Dokumentai/2006-04-03%20\(64\)-s-396%20ataskaita%20lrs.doc](http://epp.ivpk.lt/epp/Dokumentai/2006-04-03%20(64)-s-396%20ataskaita%20lrs.doc) prisijungimo laikas: 2006 rugpjūčio 05 d.;
20. Europiečiai vis drąsiau apsiperka internete // Adresas internete: <http://www.lrytas.lt/print.asp?data%9E=20061002&k=news&id=11595298851157467081> prisijungimo laikas: 2006 spalio 02 d.;
21. Marcinkevičiūtė P. „Internetinis marketingas“ // Adresas internete: <http://verslas.banga.lt/lt/patark.printer/41dc65659ffad?vbanga2=6cb8b448c85174c94e> prisijungimo laikas: 2006 rugsėjo 18 d.;
22. Prof. Katuoka S., doc. dr. Kiškis M., Pranevičius G., doc. dr. Šlapkauskas V., doc. dr. Vėgėlė I. „Vartotojų teisių apsauga Lietuvoje ir Europos Sąjungoje“. – Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, 2006;
23. Lukaitytė R. „Naujasis portalas suteiks galimybę elektroniniu būdu pasirašyti dokumentus“ // Adresas internete: <http://www.delfi.lt/archive/print.php?id=9934680> prisijungimo laikas: 2006 birželio 23 d.;
24. Sauliūnas D. „Elektroninė komercija: Lietuvos teisės derinimo su Europos Sąjungos teise probleminiai aspektai“ // Jurisprudencija. 2003. t. 44(36);
25. Skyrius R., Mikalauskienė A., Zalieckaitė L. „Informacijos ir komunikacijos technologijos“. – Vilnius: Vilniaus Universiteto leidykla, 2005;
26. Štītis D. „Tarptautinių dokumentų elektroninės komercijos klausimais nuostatos ir jų įgyvendinimas Lietuvoje“ // Jurisprudencija. 2002. t. 33(25);
27. Vis daugiau lietuvių draudimo polisus įsigyja internetu arba parduotuvėse // Adresas internete: <http://www.draudimas.lt/index.php/lt/60601/> prisijungimo laikas : 2006 spalio 19 d.

Magistro baigiamieji darbai:

28. Griškevičius I. „Elektroninės komercijos teisinės aplinkos kūrimas ES“ // Vilnius: LTU. Valstybinio valdymo fakultetas. 2004;
29. Vaivada I. „E-komercijos plėtra Lietuvoje“ // Vilnius: MRU. Ekonomikos ir finansų valdymo fakultetas. 2005.