

PATĒRĒTĀJA LĒMUMA AUTONOMIJAS IEVĒROŠANA DIGITĀLAJĀ VIDĒ: PIERĀDĪŠANAS PIENĀKUMS

RESPECTING THE CONSUMER DECISION AUTONOMY IN THE DIGITAL ENVIRONMENT: BURDEN OF PROOF

Zanda Dāvida, *Dr. iur. cand.*

Latvijas Universitātes Juridiskās fakultātes
Civiltiesisko zinātņu katedras pasniedzēja,
doktorante

Summary

In the last decade, the digitalization of the consumer market has given opportunities to performer of commercial practices to effectively influence the autonomy of the consumer's decision. The digital economy has developed many different types of commercial practices that nudge consumers to make transactional decisions that are contrary to their interests, such as dark patterns. Currently, the most important legal instrument for the protection of consumer decision autonomy in the European Union is the regulation of the prohibition of unfair commercial practices. However, the new challenges reduce the effectiveness of regulation. The article analyses one of the current legal problems – the compliance of the burden of the proof model with the reality of the digital environment. The article argues that the model is not suitable for ensuring a high level of protection of consumer decision autonomy in the digital economy, therefore the regulation of the unfair commercial practices' prohibition should be changed radically.

Atslēgvārdi: patērētāja autonomija, negodīga komercprakse, digitālais tirgus, pierādīšanas pienākums

Keywords: autonomy of consumer decision, unfair commercial practice, digital market, burden of proof

Ievads

Pēdējā desmitgadē uz patērētājiem orientētā tirgus digitalizācija ir devusi iespējas komercprakses īstenotājiem efektīvi ietekmēt patērētāja lēmuma autonomiju. Digitālajā ekonomikā ir attīstījies liels skaits dažādu komercprakses veidu, kas mudina patērētājus pieņemt tādus lēmumus par darījuma veikšanu, kuri ir pretēji

viņu interesēm,¹ piemēram, maldinošie modeļi. Pētījumi pierāda, ka negodīga tehnoloģiskā komercprakse ir atrodamā gan personalizētos piedāvājumos,² gan ranžēšanas meklēšanas rezultātos,³ gan sarunbotu komunikācijā ar patērētājiem⁴ un citās tirgvedības izpausmēs. Tas rada jaunus riskus un negatīvas sekas patērētājiem, kur viens no aktuālākajiem riskiem patērētājiem ir komercprakses īstenotāju iespēja ārēji negatīvi ietekmēt patērētāja lēmuma autonomiju. Pašlaik nozīmīgākais juridiskais instruments patērētāja lēmuma autonomijas aizsardzībai Eiropas Savienībā (turpmāk – ES) ir negodīgas komercprakses aizlieguma regulējums.⁵ Tomēr jaunie izaicinājumi mazina minētā regulējuma, tas ir, Negodīgas komercprakses direktīvas⁶ (turpmāk – NKD), kas Latvijā pārņemta Negodīgas komercprakses aizlieguma likumā⁷ (turpmāk – NKAL), efektivitāti augstas patērētāja lēmuma autonomijas aizsardzības nodrošināšanai digitālajā vidē. Līdz ar to aktuāls ir jautājums, vai NKD vēl joprojām ir atbilstoša, lai augstā līmenī aizsargātu patērētājus digitālajā vidē. Lai gan patērētāja lēmuma autonomijas aizsardzību ietekmē dažādi juridiskie aspekti, šajā rakstā atbilde uz minēto jautājumu tiek meklēta pierādīšanas pienākuma modeļa atbilstībā digitālās vides realitātei. Raksts apobē daļu no autores promocijas darba par patērētāja lēmuma autonomiju digitālajā vidē izpētes rezultātiem, kas ir izvirzīti aizstāvēšanai Latvijas Universitātes Juridiskās fakultātes doktorantūras studijās.

1. Patērētāja lēmuma autonomija

Patērētāju tiesību aizsardzības likuma (turpmāk – PTAL) 4. panta pirmajā daļā ir nostiprināts patērētāja brīvas gribas un izvēles princips.⁸ Minētais princips ir plašāka tvēruma nekā Civillikuma (turpmāk – CL) 1404. un 1427. pantā ietvertais brīvas gribas princips. Proti, CL Saistību tiesību daļā gribas izteikums ir saistīts

¹ Piemēram, European Commission. Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalisation. Final report, 2022, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/606365bc-d58b-11ec-a95f-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-257599418> [aplūkots 27.01.2023.]; Competition and Markets Authority. Online Choice Architecture. How digital design can harm competition and consumers. Discussion paper, 2022, https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/1066524/Online_choice_architecture_discussion_paper.pdf [aplūkots 27.01.2023.].

² Davida Z. Consumer Rights and Personalised Advertising: Risk of Exploiting Consumer Vulnerabilities. SOCRATES. Rīga Stradiņš University Faculty of Law Electronic Scientific Journal of Law. Rīga: RSU, 2020, No. 1(16), pp. 76–86.

³ European Commission. Notice: Guidance on the interpretation and application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market, 2021/C 526/01. OJ C 526, 29.12.2021., pp. 91–93.

⁴ Davida Z. Chatbots by business vis-à-vis consumers: a new form of power and information asymmetry. In: Globalization and its Socio-Economic Consequences 2021. Zilina: SHS Web Conferences, 2021, Vol. 129, Article No. 05002.

⁵ Reich N. et al. European Consumer Law. Second edition. Cambridge: Intersentia, 2014, p. 77.

⁶ Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2005/29/EK (2005. gada 11. maijs), kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr. 2006/2004 (“Negodīgas komercprakses direktīva”). Pieņemta 11.05.2005. [28.05.2022. red.].

⁷ Negodīgas komercprakses aizlieguma likums: LR likums. Pieņemts 22.11.2007. [02.03.2023. red.].

⁸ Patērētāju tiesību aizsardzības likums: LR likums. Pieņemts 18.03.1999. [01.03.2023. red.].

ar tiesisku darījumu slēgšanu, taču patērētāju tiesībās tas attiecas arī uz personas atturēšanos noslēgt darījumu. Latvijas tiesību literatūrā pamatā ir pētīta brīvas gribas nozīme tiesiska darījuma noslēgšanā.⁹ Iespējams, tāpēc juridiskajā praksē bieži vien var konstatēt pārdevēju un pakalpojumu sniedzēju neizpratni par to, ka to īstenotā komercprakse var ietekmēt patērētāja lēmumu par darījuma veikšanu, tātad arī radīt tiesiskās sekas pat tad, ja patērētājs komercprakses ietekmes rezultātā nolemj noslēgt darījumu, tas ir, neizteikt CL 1404. un 1427. pantā ietverto gribu. NKD 2. panta k) apakšpunkts definē patērētāja “lēmumu veikt darījumu”, paredzot, ka tas ir

jebkurš patērētāja pieņemts lēmums par to, vai, kā un pēc kādiem noteikumiem veikt pirkumu, vai veikt pilnus vai daļējus maksājumus, paturēt produktu vai no tā atbrīvoties, vai attiecībā uz to izmantot līgumtiesības, neatkarīgi no tā, vai patērētājs nolemj rīkoties vai no rīcības atturēties.

Minētā definīcija ir jātulko plaši, aptverot plašu patērētāju lēmumu kopumu,¹⁰ tai skaitā lēmumu neieņādāties precī un lēmumu neieiet veikalā.¹¹ Patērētāja lēmuma autonomijas koncepts ir viena no patērētāja brīvas gribas un izvēles principa izpausmes formām. Līdz ar to NKD un NKAL ir piemērojams kopā ar patērētāja brīvas gribas un izvēles principu, tātad PTAL 4. panta pirmo daļu. Papildu patērētāja lēmuma autonomijas aizsardzības juridiskais pamats izriet arī no Eiropas un Latvijas konstitucionālajām tiesībām, tāpēc to aizsardzību nebūtu pamatoti aprobežot tikai ar patērētāju ekonomisko interešu aizsardzību kā šauri privāttiesisku jautājumu.¹²

ES tiesību literatūrā “patērētāja lēmuma autonomija” tiek definēta dažādi.¹³ Līdz ar to autore savā promocijas darbā izvirza aizstāvēšanai šādu jēdziena skaidrojumu –

patērētāja lēmuma autonomija ir patērētāja tiesības pieņemt uz informāciju balstītu un ārēji negatīvi neietekmētu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu.

Minētais definējums kā saturiskās robežas tiek lietots arī šajā rakstā. Turpmāk rakstā tiek analizēta negodīgas tehnoloģiskās komercprakses jēdziena nozīme patērētāju tiesību aizsardzības kontekstā un pētīta tās ietekme uz patērētāja lēmuma autonomiju.

⁹ Sk., piemēram, Balodis K. Ievads civiltiesībās. Rīga: Zvaigzne ABC, 2008, 152.–161. lpp.; Kadile L. Gribas izpauduma nozīme tiesiska darījuma noslēgšanā. Grām.: Tiesības un tiesiskā vide mainīgos apstākļos. Latvijas Universitātes 79. starptautiskās zinātniskās konferences rakstu krājums. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 2021, 199.–205. lpp.

¹⁰ European Commission. Notice, p. 31.

¹¹ EST 19.12.2013. spriedums lietā C-281/12 *Trento Sviluppo*, 35., 36. un 38. punkts.

¹² Šīs tēzes pamatojumu sk.: Davida Z. Negodīgas komercprakses aizlieguma regulējuma izaicinājums – patērētāja lēmuma autonomijas nosargāšana digitālajā vidē. Grām.: Tiesību zinātnes uzdevumi, nozīme un nākotne tiesību sistēmās I. Latvijas Universitātes Juridiskās fakultātes 7. starptautiskā zinātniskās konferences rakstu krājums. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 2019, 108.–117. lpp.; aizstāvēšanai minētā tēze ir ietverta Z. Dāvidas promocijas darbā “Patērētāja lēmuma autonomija” (izstrādes stadijā).

¹³ Piemēram, Mik E. The Erosion of Autonomy in Online Consumer Transactions. In: Law, Innovation and Technology, 2016. 22 April, No. 8 (1), pp. 4–6; Susser D., Roessler B., Nissenbaum H. Online Manipulation: Hidden Influences in a Digital World. Georgetown Law Technology Review, 2019, Vol. 4/1.

2. Negodīgas tehnoloģiskās komercprakses ietekme uz patērētāja lēmuma autonomiju

Eiropas Savienības un Latvijas tiesībās ir atrodamī dažādi negodīgas komercprakses digitālajā vidē jēdziena definējumi, taču līdz šim tam nav nostiprinājies vienots un visaptveroši atzīts definējums. Lai novērstu ES tiesību literatūrā lietoto jēdzienu dažādību, autore savā promocijas darbā izvirza aizstāvēšanai jēdzienu “tehnoloģiskā komercprakse”, kas

ir uz patērētāju datiem balstīta darbība vai bezdarbība pārdevēju vai pakalpojumu sniedzēju attiecībās ar patērētājiem, kuras mērķis, izmantojot tehnoloģiskus rīkus, ir ietekmēt patērētāju lēmumus par darījuma veikšanu digitālajā vidē.¹⁴

Būtiski ir norādīt, ka šajā jomā svarīgs ir arī jēdziens “digitālā komercprakse”, kas atsevišķos gadījumos ir sastopams tiesību piemērotāju praksē. Tomēr minētais termins negodīgas komercprakses aizlieguma regulējumā lietoto “komercpraksi” saista ar komercprakses īstenošanas vidi, tas ir, digitālo vidi, pilnvērtīgi neatklājot komercprakses ietekmi uz patērētāja lēmuma autonomijas jautājuma izpratni digitālajā vidē. Secināms, ka jēdzienā “tehnoloģiskā komercprakse” izmantotā vārdkopa raksturo uz patērētājiem vērstu, sistemātiskas datu apstrādes principos balstītu tirgvedību, kuras mērķis ir patērētāja lēmuma ietekmēšana, un jēdziens “tehnoloģisks” mūsdienu ES un Latvijas zinātniskajā literatūrā un praksē pamatā tiek lietots saistībā ar digitāliem rīkiem un digitālām sistēmām. Līdz ar to šis jēdziens ir pilnvērtīgāks patērētāja lēmuma autonomijas koncepta izpratnei. Ņemot vērā minēto, rakstā, analizējot digitālajā vidē izmantoto komercpraksi, autore lieto jēdzienu “tehnoloģiskā komercprakse”.

Patērētāju un pārdevēju / pakalpojumu sniedzēja starpā esošo spēku nevienlīdzība ir tikpat sena kā patērētāju tirgus.¹⁵ Līdz ar to ES patērētāju tiesību aizsardzības normatīvo aktu ieviestā sistēma ir balstīta uz ideju, ka patērētājs salīdzinājumā ar pārdevēju / pakalpojuma sniedzēju atrodas vājākā pozīcijā gan attiecībā uz iespēju risināt sarunas, gan attiecībā uz informētības līmeni.¹⁶ Tādējādi arī NKD palīdz līdzsvarot šo pušu starpā valdošo ekonomisko, juridisko un profesionālo spēku nevienlīdzību. Tomēr digitalizācijas attīstība pēdējās desmitgadēs ir būtiski mainījusi pušu nelīdzsvarotības stāvokli digitālajā tirgū par sliktu patērētājiem. Tas saistīts ar to, ka tehnoloģiskajā komercpraksē lietotie digitālie rīki un sistēmas (piemēram, algoritmi, mākslīgais intelekts u. c.) dod iespēju komercprakses īstenošanai veikt visaptverošu patērētāju uzraudzību¹⁷ un

¹⁴ Vairāk par tehnoloģisko komercpraksi sk., piemēram, Dāvida Z. Patērētāju tiesību aizsardzības izaicinājumi digitalizācijas laikmetā: tehnoloģiskais totalitārisms. Grām.: Starptautisko un Eiropas Savienības tiesību piemērošana nacionālajās tiesās. Latvijas Universitātes 78. starptautiskās zinātniskās konferences rakstu krājums. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 2020, 295.–302. lpp.

¹⁵ Lippi M., Contissa G., Jabłonowska A. et al. The Force Awakens: Artificial Intelligence for Consumer Law. Journal of Artificial Intelligence Research, 2020, Vol. 67, p. 171.

¹⁶ EST 14.03.2013. spriedums lietā Nr. C-415/11 *Aziz*; EST 14.06.2012. spriedums lietā Nr. C-618/10 *Banco Espanol de Credito SA*.

¹⁷ Zuboff S. The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. New York: PublicAffairs, 2019.

profilēšanu,¹⁸ kas bieži vien tiek izmantota, lai mudinātu patērētājus pieņemt tādas lēmumus par darījumu, kas ir pretēji viņu interesēm. Piemēram, maldinošajos modeļos (angļu val. – *dark patterns*) tiek izmantots mākslīgais intelekts.¹⁹ Šogad arī Latvijā pirmo reizi juridiski saistošā dokumentā ir fiksēts maldinošu modeļu izmantošanas fakts pret Latvijas (šajā gadījumā arī pret Lietuvas) patērētājiem. Tādējādi interesants ir pagaidu noregulējums, ko 2023. gada 1. februārī pieņēma Latvijas patērētāju tiesību uzraudzības iestāde, secinot, ka komercprakses īstenotājs, digitālajā vidē reklamējot, piedāvājot un pārdodot paaugstinātas maksas satura un maksas abonēšanas pakalpojumus, ir izmantojis maldinošus modeļus. Tādējādi komercprakses īstenotājs ir panācis ar patērētājiem līgumu noslēgšanu un abonēšanas maksas saņemšanu situācijās, kad patērētāji abonēšanas līguma noslēgšanas faktu nav apzinājušies, un to, ka maksas abonēšanas pakalpojums ir pieslēgts, uzzinājuši, tikai saņemot rēķinu no mobilo sakaru operatora.²⁰ Pētījumi pierāda, ka negodīgu tehnoloģisko komercpraksi spēj atpazīt galvenokārt tikai tie patērētāji, kuriem ir izglītība par šo tēmu vai arī kuri strādā attiecīgajā jomā.²¹ Tādējādi negodīgas tehnoloģiskās komercprakses izmantošana, ja salīdzina ar klasiskajā tirgū izmantoto komercpraksi, paaugstina risku patērētājiem neatpazīt šīs prakses digitālajā tirgū. Savukārt tas rada labvēlīgus apstākļus, lai negodīgi ietekmētu patērētāja lēmuma autonomiju, tādējādi liedzot patērētājiem pieņemt brīvus un uz informāciju balstītus lēmumus par darījumiem digitālajā vidē. Nevēlama tehnoloģiskā komercprakse var negatīvi ietekmēt patērētāju ekonomiskās intereses, radīt privātuma aizskārumu, psiholoģisku un pat fizisku kaitējumu, kas rada sabiedrības konceptuālu neuzticību digitālai ekonomikai. Jau tagad prakse skaidri liecina, ka digitālo rīku izmantošana personalizētās reklamās bieži vien netišām var diskriminēt mazākumtautības vai nelabvēlīgākā situācijā esošos patērētājus, piemēram, piedāvājot neizdevīgākas cenas vai darījuma noteikumus, kā arī izmantot patērētāju mazaizsargātību, piemēram, piedāvājot pielāgotas tiešsaistes azartspēļu reklāmas patērētājiem ar noslieci uz atkarībām.²² Līdz ar to būtiski ir uzraudzības iestādēm un patērētājiem dot efektīvus rīkus, lai pārliecinātos par lietotās prakses godīgumu un atbilstību normatīvo aktu prasībām. Tādējādi turpmāk rakstā tiek apskatīts viens no iespējamajiem risinājumiem, kas, autores ieskatā, veicinātu godīgas tehnoloģiskās komercprakses izmantošanas attīstību digitālajā tirgū un vairotu sabiedrības uzticību un atbalstu digitālajam tirgum.

¹⁸ European Commission. Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalisation. Final report, 2022, p. 19, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/606365bc-d58b-11ec-a95f-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-257599418> [aplūkots 07.02.2023.].

¹⁹ CMA. Algorithms: How they can reduce competition and harm consumers, 2021, <https://www.gov.uk/government/publications/algorithms-how-they-can-reduce-competition-and-harm-consumers/algorithms-how-they-can-reduce-competition-and-harm-consumers#conclusions> [aplūkots 07.02.2023.].

²⁰ Patērētāju tiesību aizsardzības centra 01.02.2023. Lēmums par pagaidu noregulējumu un negodīgas komercprakses izbeigšanu. Nr. 1-pk., https://registri.ptac.gov.lv/sites/default/files/izraksts_sia_sms_solutions_01.02.2023.pdf [aplūkots 02.03.2023.].

²¹ European Commission. Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalization, 2022, April, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/606365bc-d58b-11ec-a95f01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-257599418> [aplūkots 02.03.2023.].

²² European Parliament. Artificial Intelligence (AI): new developments and innovations applied to e-commerce. Challenges to the functioning of the Internal Market, 2020, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2020/648791/IPOL_IDA\(2020\)648791_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2020/648791/IPOL_IDA(2020)648791_EN.pdf) [aplūkots 02.03.2023.].

3. Viena no problēmām un tās iespējama risinājums

Pētījumi pierāda, ka lielākā daļa ES patērētāju uzskata, ka komercprakses īsteno-tāji izmanto digitālos rīkus, lai ietekmētu patērētāju lēmumus sev par labu. Tādējādi, patērētāju ieskatā, spēkā esošie tiesību akti ir jāmaina vai arī jāievieš jauns regulē-jums, kas stiprinātu patērētāju tiesības attiecībā uz tehnoloģisko komercpraksi.²³ Līdz ar to secināms, ka šobrīd patērētāji digitālajā vidē nejūtas pietiekoši droši un raizējas par savu lēmumu autonomijas pilnvērtīgas aizsardzības esamību.

Būtiskus šķēršļus augstas patērētāju lēmuma autonomijas aizsardzībai rada pašlaik NKD un NKAL ietvertais pierādīšanas pienākuma modelis, kas uzliek par pienākumu negodīgas tehnoloģiskās komercprakses īstenošanu pierādīt patērētājam vai uzraudzības iestādei. Taču ne patērētājiem, ne uzraudzības iestādēm faktiski nav iespējams piekļūt informācijai par digitālā biznesa modeļa darbības principiem, ja vien pats komercprakses īsteno-tājs labprātīgi ar to nedalās. Vienlaikus individuāliem patērētājiem, patērētāju organizācijām un patērētāju tiesību uzraudzības iestādēm šobrīd nav pieejami tādi digitālie rīki, kas palīdzētu tikpat efektīvi uzraudzīt teh-noloģiskās komercprakses godīgumu digitālajā vidē.²⁴ Minētais apliecina to, cik tie-siski sarežģītā situācijā pašlaik atrodas patērētāji un uzraudzības iestādes. Savukārt reaģēt spējīgas uzraudzības trūkums un patērētāju nespēja pilnvērtīgi aizsargāt sava lēmuma brīvību digitālajā vidē būtiski mazina NKD un NKAL spēju nodrošināt efektīvu patērētāja lēmuma autonomijas aizsardzību digitālajā vidē. Labs piemērs pozitīvām izmaiņām tiesiskajā vidē ir normatīvie akti par diskrimināciju. Piemēram, darba tiesiskajās attiecībās saskaņā ar Darba likuma 29. pantu, ja darbinieks norāda uz apstākļiem, kas varētu būt par pamatu viņa tiešai vai netiešai diskriminācijai, darba devēja pienākums ir pierādīt, ka tas nav pārkāpis diskriminācijas aizlieguma principu.²⁵ Minētās apgrieztās pierādīšanas pienākuma ieviešana atrisināja daudzas juridiskas problēmas, ko izraisīja pušu atšķirīgās juridiskās zināšanas un pušu spēku nevienlīdzība, tai skaitā nevienlīdzība attiecībā uz informācijas pieejamību darba tiesiskajās attiecībās. Līdzīga pierādīšanas pienākuma sistēma būtu lietderīga un efektīva arī negodīgas tehnoloģiskās komercprakses gadījumos, jo tieši pats komerc-prakses īsteno-tājs vislabāk zina, kā darbojas tā izmantotie digitālie rīki, kā tas ievāc un apstrādā patērētāju datus, kāds ir tā digitālais biznesa modelis un tā darbības principi. Parasti šos faktus un informāciju negodīgas tehnoloģiskās komercprakses gadījumā komercprakses īsteno-tājs ir ieinteresēts neatklāt. Bez tam pašlaik esošais pierādīšanas pienākuma normatīvais regulējums likumiski atļauj šo informāciju noklusēt un neizpaust. Tādējādi ir rosināms modernizēt NKD un NKAL ietvērto pierādīšanas pienākuma modeli, tehnoloģiskās komercprakses godīguma esamības pierādīšanas pienākumu uzliekot komercprakses īsteno-tājiem.²⁶

²³ Sk., piemēram, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2020/648791/IPOL_IDA\(2020\)648791_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2020/648791/IPOL_IDA(2020)648791_EN.pdf), pp. 10, 18.

²⁴ Lippi M., Contissa G., Jabłonowska A. et al. 2020, p. 183.

²⁵ Vairāk sk., piemēram, Dupate K. Latvijas tiesu prakse diskriminācijas aizlieguma pārkāpuma lietās darba tiesiskajās attiecībās, 2007, https://www.tiesibsargs.lv/wp-content/uploads/2022/07/latvijas_tiesu_prakse_diskriminācijas_aizlieguma_parkapuma_lietas_darba_tiesiskajas_attiecibas_1501068372.pdf [aplūkots 02.03.2023.].

²⁶ Aizstāvēšanai minētā tēze ir ietverta Z. Dāvidas promocijas darbā "Patērētāja lēmuma autonomija" (izstrādes stadijā).

Kopsavilkums

1. Pētījumi un prakse pierāda, ka tehnoloģiskā komercprakse tiek izmantota, lai mudinātu patērētājus pieņemt tādas lēmumus, kas ir pretēji viņu interesēm. Vienlaikus patērētāju aptaujas apliecina, ka patērētāji nejūtas pietiekoši droši digitālajā vidē, netic, ka tehnoloģiskā komercprakse pret viņiem vienmēr tiek izmantota godīgi, un uzskata, ka komercprakses īstenotāji to izmanto, lai ietekmētu patērētāju lēmumus par labu komercprakses īstenotāju interesēm.
2. Tādējādi viens no būtiskākajiem riskiem patērētājiem ir komercprakses īstenotāju iespējas izmantot tādu tehnoloģisko komercpraksi, kas ārēji negatīvi ietekmē patērētāja lēmuma autonomiju. Šobrīd nozīmīgākais ES patērētāja lēmuma autonomiju aizsargājošais normatīvais akts, tas ir, NKD (kas Latvijā pārņemts ar NKAL), nespēj nodrošināt efektīvu patērētāja lēmuma autonomijas aizsardzību digitālajā vidē.
3. Lai gan NKD ieviestie patērētāja lēmuma autonomijas aizsardzības līdzekļi ir skatāmi kompleksi, praksē būtiskas problēmas rodas saistībā ar NKD ietverto pierādīšanas pienākuma modeļa piemērotību digitālās vides specifikai.
4. Papildu bažas par godīgas digitālās tirgvedības nodrošināšanas krīzes rašanos vieš EK pētījumi un likumdošanas priekšlikumi. Tajos nopietni netiek diskutēts par nepieciešamību konceptuāli modernizēt pierādīšanas pienākuma regulējumu. Proti, jau tagad ir ieviesti un arī tuvākajā nākotnē tiek plānots ieviest regulējumu, kas aizliedz dažādu negodīgu tehnoloģisko komercpraksu izmantošanu, bet patērētājiem, patērētāju organizācijām un uzraudzības iestādēm netiek paredzēts pilnvērtīgs un efektīvs regulējums šo praksu izmantošanas pierādīšanai un apkarošanai.
5. Tādējādi ir rosināms modernizēt NKD ietverto pierādīšanas pienākuma regulējumu, ieviešot apgriezto pierādīšanas modeli. Proti, tehnoloģiskās komercprakses godīguma esamības pierādīšanas pienākumu uzliekot komercprakses īstenotājiem.