

APSTIPRINU

Patērētāju tiesību aizsardzības centra
direktore _____ B. Vītoliņa
(personiskais paraksts)

20__ . gada __ . _____

PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS CENTRS

27.09.2017.

Nr. 11

*Vadlīnijas godīgas komercprakses īstenošanai distances tirdzniecības jomā**

(vadlīniju nosaukums)

RĪGA

*Šis dokuments nav oficiāla tiesību normu interpretācija, bet ir Patērētāju tiesību aizsardzības centra kā uzraudzības iestādes
viedoklis par tiesību normu interpretāciju.

SATURS

IEVADS	3
1. NORMATĪVAIS REGULĒJUMS	4
2. BŪTISKĀS INFORMĀCIJAS NODROŠINĀŠANAS PRASĪBAS KOMERCPRAKSĒ	6
➤ 2.1. Preces vai pakalpojuma galvenās īpašības (raksturojums)	6
➤ 2.2. Informācija par komercprakses īstenotāju.....	7
➤ 2.3. Informācija par cenu vai tās aprēķināšanas veidu.....	8
➤ 2.4. Informācija par apmaksas, piegādes, izpildes un sūdzību izskatīšanas kārtību.....	11
➤ 2.5. Atteikuma tiesības	13
➤ 2.6. Garantija, „ <i>atgādinājums</i> ” par patērētāja likumīgajām tiesībām	15
3. NEATBILSTOŠI LĪGUMA NOTEIKUMI.....	17
4. KOMPLEKSO TŪRISMA PAKALPOJUMU PIEDĀVĀŠANA UN PĀRDOŠANA	24
➤ 4.1. Aģenta atbildība	24
➤ 4.2. Pakalpojuma cenas norādīšana	24
➤ 4.3. Informācija par komplekso tūrisma pakalpojumu/ kompleksā tūrisma pakalpojuma piedāvājuma apraksts.....	25
➤ 4.4. Līgums par kompleksā tūrisma pakalpojuma saņemšanu	27
5. TEHNISKO NOTEIKUMU IZPILDE.....	28
➤ 5.1. Tehniskās prasības līguma noteikumu saglabāšanas nodrošināšanai	28
➤ 5.2. Tehniskās prasības atteikuma veidlapas nodrošināšanai	29
➤ 5.3. Pasūtījuma „ <i>pogas</i> ” noformēšana.....	30
6. SPECIĀLĀS PRASĪBAS KOLEKTĪVĀS IEPIRKŠANĀS JOMĀ	31
➤ 6.1. Pārdevēju un pakalpojumu sniedzēju atbilstības kontrole	31
➤ 6.2. Prasības kuponu skaita samērojamības nodrošināšanai.....	32
➤ 6.3. Prasības darījumu apliecinājošu dokumentu izsniegšanai.....	33
➤ 6.4. Kuponu pārdevēja atbildība par patērētāju veiktajiem maksājumiem.....	33
➤ 6.5. Atteikuma tiesību izmantošana kolektīvās iepirkšanās gadījumos	34
NOBEIGUMS.....	35

IEVADS

Līdz ar elektroniskās tirdzniecības strauju attīstību tirgū arvien nozīmīgāka loma ir tam, kādā veidā preču pārdevēji un pakalpojumu sniedzēji elektroniskajā vidē organizē distances tirdzniecību un nodrošina normatīvo aktu prasību izpildi. Elektroniskās komercijas iespējas rada būtiskas priekšrocības gan patērētājiem, gan tirgotājiem, taču, situācijās, kurās netiek pildītas normatīvo aktu prasības, patērētāji tiek vai var tikt pakļauti būtiskiem riskiem, kuri saistīti ar patērētāju līgumisko un likumīgo tiesību pārkāpumiem, kā arī ar patērētājiem radītiem zaudējumiem.

PTAC ir izstrādājis šīs vadlīnijas ar mērķi nodrošināt, ka pārdevēji un pakalpojumu sniedzēji elektroniskās distances tirdzniecības jomā nepārkāpj negodīgas komercprakses aizliegumu, kā arī to patērētājiem piedāvātie un piemērotie līguma noteikumi nav atzīstami par netaisnīgiem.

Šajā dokumentā sniegtā informācija palīdzēs pārdevējiem un pakalpojumu sniedzējiem elektroniskās distances tirdzniecības jomā izprast galvenās normatīvo aktu prasības, lai tie savā praksē nepieļautu negodīgas darbības/bezdarbību attiecībā pret patērētājiem, tostarp nepiemērojot netaisnīgus līguma noteikumus.

Vadlīnijas ir paredzētas uzņēmējiem – personām, kas, veicot saimniecisko vai profesionālo darbību, īsteno komercpraksi pret patērētājiem savā vai citu personu vārdā, respektīvi, visām personām, kas ir iesaistītas komercprakses īstenošanas procesā un ir uzskatāmas par komercprakses īstenošanai.

Dokumentā liela uzmanība ir veltīta kolektīvās iepirkšanās distances tirdzniecības modelim, jo minētais preču un pakalpojumu tirdzniecības veids ir uzskatāms par salīdzinoši sarežģītu organizētas distances tirdzniecības sistēmu, kuras izmantošana ir saistīta ar papildus risku patērētāju tiesiskajām interesēm.

Šis dokuments ir izstrādāts, ņemot vērā PTAC kā uzraudzības iestādes līdzšinējo praksi un veikto lietu izpēti, tirgū konstatētās tendences, patērētāju sūdzību analīzi, ārvalstu pieredzi, kā arī pēc Latvijas Patērētāju interešu aizstāvības asociācijas īstenotā pētījuma un apspriešanās ar konkrētās nozares tirgus dalībniekiem.

Vadlīnijās aptvertas galvenās prasības godīgas komercprakses īstenošanai, īpašu uzmanību veltot būtiskās informācijas nodrošināšanas prasībām, netaisnīgiem līguma noteikumiem un tehnisko noteikumu izpildei atbilstoši profesionālās rūpības prasībām. Vadlīnijās atspoguļoti izplatītākie pārkāpumi un to iespējamie novēršanas/nepieļaušanas risinājumi. Atsevišķa vērība pievērsta kompleksajiem tūrisma pakalpojumiem.

Šīs vadlīnijas nav oficiāla tiesību normu interpretācija, bet PTAC kā kompetentās uzraudzības iestādes viedoklis par tiesību normu interpretāciju.

1. NORMATĪVAIS REGULĒJUMS

Latvijas Republikā spēkā esošie galvenie komercprakses jomu un netaisnīgu līguma noteikumu jomu, kā arī citus atsevišķus patērētāju tiesību aizsardzības aspektus regulējošie normatīvie akti ir:

- Patērētāju tiesību aizsardzības likums, pieņemts 1999.gada 18.martā;
- Negodīgas komercprakses aizlieguma likums, pieņemts 2007.gada 22.novembrī;
- Reklāmas likums, pieņemts 1999.gada 20.decembrī;
- Informācijas sabiedrības pakalpojumu likums, pieņemts 2004.gada 4.novembrī;
- Patērētāju ārpustiesas strīdu risinātāju likums, pieņemts 2015.gada 18.jūnijā;
- Ministru kabineta 2014.gada 20.maija noteikumi Nr.255 „Noteikumi par distances līgumu”;
- Ministru kabineta 1999.gada 18.maija noteikumi Nr.178 „Kārtība, kādā norādāmas preču un pakalpojumu cenas”.

Patērētāju tiesību aizsardzības likums (turpmāk – PTAL) nosaka vispārīgas prasības, kuras saimnieciskās vai profesionālās darbības veicējiem jānodrošina tiesiskajās attiecībām ar patērētājiem. Tai skaitā, PTAL nosaka būtiskākās definīcijas, tiesisko attiecību pušu pienākumus un tiesības, patērētāja tiesību pārkāpuma pazīmes, netaisnīgu un neskaidru līguma noteikumu regulējumu, patērētāju strīdu ārpustiesas risināšanas kārtību, uzraudzības iestādes kompetenci u.c.

Kopš 2008.gada 1.janvāra ir spēkā Negodīgas komercprakses aizlieguma likums (turpmāk – NKAL), kurā iekļautas tiesību normas, kas izriet no Eiropas Parlamenta un Padomes 2005.gada 11.maija direktīvas 2005/29/EK (turpmāk – Negodīgas komercprakses direktīva)¹.

NKAL mērķis ir nodrošināt kolektīvo patērētāju tiesību un ekonomisko interešu aizsardzību, *aizliedzot komercprakses īstenotājiem izmantot negodīgu komercpraksi attiecībā pret patērētājiem*. NKAL normas ir vērstas uz augstu patērētāju aizsardzības līmeni, nosakot speciālu regulējumu komercpraksi, kura vēsta uz patērētājiem. NKAL nostiprinātais tiesiskais regulējums ir vērst uz tādu komercpraksi, kura būtiski ietekmē vai var būtiski ietekmēt patērētāju ekonomisko rīcību, liekot patērētājiem pieņemt tādus lēmumus par rīcību saistībā ar darījumu, kādus viņi citādi nepieņemtu.

Ņemot vērā NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktā noteikto komercprakses īstenotāja definīciju, personas, kuras, vēršoties pie patērētājiem, distances tirdzniecības tīmekļvietnes, tai skaitā interneta veikalus un kolektīvās iepirkšanās vietnes, izmanto savas saimnieciskās vai profesionālās darbības veikšanai, ir uzskatāmas par komercprakses īstenotājiem. Līdz ar to *par komercprakses īstenotājiem ir uzskatāmi gan tiešsaistes iepirkšanās tīmekļvietņu uzturētāji, gan pārdevēji un pakalpojumu sniedzēji, kas šīs tīmekļvietnes izmanto savu produktu piedāvāšanai un pārdošanai*.

Saskaņā ar 2014.gada 13.februāra Reklāmas likuma grozījumiem Reklāmas likumā esošais maldinošās un salīdzinošās reklāmas regulējums ir attiecināms tikai uz uzņēmējiem paredzētām reklāmām, savukārt patērētājiem adresētā maldinošā un salīdzinošā reklāma ir vērtējama atbilstoši NKAL tiesību normām.

¹ Eiropas Parlamenta un Padomes 2005.gada 11.maija direktīvas 2005/29/EK, 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 2006/2004/EK („Negodīgas komercprakses direktīva”).

Elektroniskās distances tirdzniecības modeļi un ar tiem saistītie pakalpojumi lielā mērā tiek nodrošināti, izmantojot elektroniskās tiešsaistes vides iespējas. Prasības, kuras piemērojamas patērētājiem adresētajai elektroniskajai komercijai, nosaka Informācijas sabiedrības pakalpojumu likums (turpmāk – ISPL), PTAL, kā arī Ministru kabineta 2014.gada 20.maija noteikumi Nr.255 „Noteikumi par distances līgumu” (turpmāk – Noteikumi Nr.255). Šie distances tirdzniecību reglamentējošie normatīvie akti satur tiesību normas, kuras Latvijas tiesību sistēmā ir pārņemtas no Patērētāju tiesību direktīvas¹. Savukārt Patērētāju tiesību direktīvas prasību izskaidrošanai Eiropas Komisijas Tieslietu ģenerāldirektorāts ir izstrādājis un publicējis Vadošās vadlīnijas par Patērētāju tiesību direktīvu², kuras distances tirdzniecības regulējuma jomā ir uzskatāmas par svarīgu tiesību palīgavotu.

Iepriekš minēto normatīvo aktu prasības ir jāievēro, ja patērētājiem adresētā komerciālā saziņa un tiesisko attiecību veidošana tiek veikta, izmantojot tirdzniecības tīmekļvietnes un mobilās lietotnes.

Augstāk minēto tiesību aktu ievērošanas uzraudzību savas kompetences ietvaros veic PTAC.

¹ Eiropas Parlamenta un Padomes 2011.gada 25.oktobra direktīvas par patērētāju tiesībām un ar ko groza Padomes Direktīvu 93/13/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 1999/44/EK un atceļ Padomes Direktīvu 85/577/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 97/7/EK.

² Tieslietu ģenerāldirektorāta vadlīnijas par Eiropas Parlamenta un Padomes 2011.gada 25.oktobra direktīvu par patērētāju tiesībām un ar ko groza Padomes Direktīvu 93/13/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 1999/44/EK un atceļ Padomes Direktīvu 85/577/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 97/7/EK, http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/crd_guidance_lv.pdf

2. BŪTISKĀS INFORMĀCIJAS NODROŠINĀŠANAS PRASĪBAS KOMERCPRAKSĒ

Komercprakses īstenotājam ir jāsniedz visa būtiskā informācija, kas vidusmēra patērētājam nepieciešama uz informāciju balstīta lēmuma par rīcību saistībā ar darījumu pieņemšanai, tai skaitā informācija, kuras sniegšanas pienākumu nosaka normatīvie akti un attiecīgās saimnieciskās darbības jomas profesionālās rūpības prasības.

Patērētājiem sniegtajai informācijai ir jābūt patiesai un pietiekošai. Gan maldinošas informācijas sniegšana (maldinošas darbības), gan patērētāju lēmumu pieņemšanai būtiskas informācijas noklusēšana (maldinoša noklusēšana), ir atzīstama par maldinošu komercpraksi.¹

Lai komercprakse atbilstu normatīvajiem aktiem, tās īstenotājiem atbilstoši konkrētajai situācijai un pienācīgā veidā patērētājiem ir jāsniedz visa viņu lēmumu pieņemšanai būtiskā informācija, tai skaitā zemāk norādītā informācija:

- informācija par preces vai pakalpojuma galvenajām īpašībām;
- informācija par komercprakses īstenotāja identitāti un adresi;
- informācija par cenu vai tās aprēķināšanas veidu;
- informācija par samaksas, piegādes, līguma izpildes un sūdzības izskatīšanas kārtību;
- informācija par patērētāju tiesībām, tai skaitā atteikuma tiesībām un citām līguma izbeigšanas tiesībām.

Ņemot vērā kolektīvās iepirkšanās vietņu uzturētāju (kuponu pārdevēju) aktīvo lomu tirdzniecības vietņu satura veidošanā, optimizēšanā un popularizēšanā, kā arī iesaisti līgumu slēgšanā un izpildē, piemēram, pieņemot patērētāju veiktos maksājumus, kuponu pārdevēji kā komercprakses īstenotāji ir atbildīgi par patērētājiem būtiskās informācijas pienācīgu sniegšanu savās tīmekļvietnēs (platformās). Vienlaikus par konkrētu komerciālo piedāvājumu saturu un tā atbilstību ir atbildīgi attiecīgo preču pārdevēji vai pakalpojumu sniedzēji.

➤ 2.1. Preces vai pakalpojuma galvenās īpašības (raksturojums)

Interneta vietnē publicētajā un patērētājam adresētajā preces vai pakalpojuma piedāvājumā jābūt iekļautam konkrētās preces vai pakalpojuma aprakstam, kurā sniegta patiesa un patērētājam pietiekoša informācija par *preces vai pakalpojuma galvenajām īpašībām*.

Preces vai pakalpojuma aprakstam ir jārada patērētājam priekšstats par konkrēto preci vai pakalpojumu, kā arī, balstoties uz šo informāciju, patērētājs var pieņemt uz attiecīgo informāciju pamatotu lēmumu par attiecīgā produkta iegādi.

Preces vai pakalpojuma aprakstam nevar būt tikai informatīvs raksturs, kā arī interneta vietnē norādītais produkta apraksts nedrīkst būt maldinošs, tai skaitā patērētājiem piegādāto preču īpašības vai sniegtie pakalpojumi nedrīkst atšķirties no piedāvājumā norādītajām.

¹ NKAL 4.panta otrās daļas 2.punkts, 9.panta pirmā daļa, 10.panta pirmā daļa.

Piemērs 1: Sniedzot MP3/MP4 atskaņotāja – piedāvājumu, patērētājam būtiski ir saņemt informāciju par šādām preces galvenajām īpašībām: 1) preces nosaukumu, modeļa numuru; 2) savietojamība ar dažādām iekārtām un programmatūru; 3) funkcionalitāti, piemēram, atbalstītajiem failu formātiem, atmiņas ietilpību (MB, GB u.tml.), ekspluatācijas nosacījumiem; 4) gabarītiem, svaru, izskatu (krāsa), displeju (ja tāds ir) – izšķirtspēja, izmērs, veids; 5) lietošanas valodām; 6) komplektāciju.

Piemērs 2: Ja patērētājam tiek piedāvāts noteiktu pakalpojumu komplekts (piemēram, vairākas skaistumkopšanas procedūras), tad ir skaidri jānorāda piedāvājuma apraksts, precizējot, kādi tieši pakalpojumi tiek piedāvāti un ar kādiem nosacījumiem (ja tādi papildus pastāv) katrs konkrētais pakalpojuma veids ir izmantojams (ierobežots pakalpojuma sniegšanas laiks u.tml.).

Piemērs 3: Neatbilstoša informācijas par preces galvenajām īpašībām norādīšana – gāzbetona bloku RocLITE Energo 380SP piedāvājumā nav sniegta informācija par būvizstrādājuma salizturību. Minētās informācijas sniegšanas prasības izriet no būvizstrādājumu apriti reglamentējošajiem normatīvajiem aktiem un tā ir uzskatāma par būtisku, patērētājiem pieņemot lēmumu par attiecīgo preču iegādi un izmantošanu atbilstoši tās iegādes mērķim.

Gāzbetona bloki RocLITE Energo 380SP



legādei atlikušais laiks:
33 dienas 1 stunda 29 minūtes

2.28 EUR bez PVN

48 gab. 380SP

PIEVIENOT GROZAM

Vērtība	Atlaide	Jūs ietaupāt
3.05 EUR	25%	0.77 EUR

1152 jau nopirka. Darījums ir spēkā!

0 Kopā pārdošanā 48000

➤ 2.2. Informācija par komercprakses īstenotāju

Preču pārdevējiem, pakalpojumu sniedzējiem, tai skaitā kuponu pārdevējiem (kolektīvās iepirkšanās gadījumā), kā arī interneta tirdzniecības platformu uzturētājiem, tīmekļa vietnēs vai mobilajās lietotnēs ir pienākums sniegt sevi identificējošu informāciju un kontaktinformāciju, kura patērētājiem nodrošina ātras un efektīvas saziņas iespējas.

Informācijai par komercprakses īstenotāju ir jābūt sniegtai *skaidri, uzskatāmi un viegli pieejamā veidā*, piemēram, tīmekļvietnes sadaļā „Par mums”, „Kontakti”, kolektīvās iepirkšanās kupona piedāvājumā vai tml.

Informācija par preču pārdevēju vai pakalpojumu sniedzēju, ir patērētājiem obligāti sniedzama pirmslīguma informācija, kura pēc distances līguma noslēgšanas, kļūst par līguma neatņemamu sastāvdaļu, kas nosaka līguma pusi, kurai saistošs piedāvātās preces piegādes vai pakalpojuma sniegšanas pienākums. Savukārt informācija par tīmekļvietnes vai mobilās lietotnes uzturētāju ir sniedzama atbilstoši ISPL prasībām, jo minēto personu sniegtie pakalpojumi ir uzskatāmi par informācijas

sabiedrības pakalpojumiem.¹ Vienlaikus gan preču pārdevēji un pakalpojumu sniedzēji, gan tīmekļvietņu uzturētāji komerciālajā saziņā ar patērētājiem ir uzskatāmi par komercprakses īstenotājiem. Līdz ar to minētajām personām ir pienākums patērētājiem pienācīgā veidā un atbilstošā apjomā sniegt sevi identificējošu informāciju un informāciju par adresi:²

- juridiskās personas nosaukums (firma), reģistrācijas numurs, juridiskā adrese un faktiskā adrese, ja tā atšķiras no juridiskās adreses;
- fiziskās personas vārds, uzvārds, reģistrācijas numurs kādā no saimnieciskās darbības reģistriem (ja tāds ir), deklarētā adrese un faktiskā adrese, ja tā atšķiras no deklarētās adreses;
- ja attiecināms, tās personas identitāte un juridiskā adrese, kuras uzdevumā komercprakses īstenotājs darbojas.

Papildus minētajam tīmekļvietnē ir jānodrošina zemāk minētā informācija par saziņas līdzekļiem (*kontaktainformācija*), kura izmantojama, lai *ātri, efektīvi un tiešā veidā* sazinātos ar kuponu pārdevēju, preču pārdevēju vai pakalpojumu sniedzēju vai personām, kuras rīkojas minēto komercprakses īstenotāju uzdevumā:^{3, 4}

- elektroniskā pasta adrese (ir nodrošināma obligāti);
- paziņojuma aizpildīšanas un nosūtīšanas forma (var tikt izmantota papildus elektroniskā pasta adresei);
- faktiskā adrese, uz kuru patērētājs var nosūtīt sūdzību;
- tālrunis (ja tāds tiek izmantots komerciālās saziņas nolūkos).

➤ 2.3. Informācija par cenu vai tās aprēķināšanas veidu

Sniedzot piedāvājumu, kurā ietverta preces vai pakalpojuma cena, cenai ir jābūt skaidri norādītai ar tajā iekļautiem visiem nodokļiem un tā nedrīkst būt maldinoša. Gadījumos, kad cenu nav iespējams iepriekš norādīt (piemēram, attiecībā uz atsevišķiem pakalpojumiem to specifikas dēļ), ir jāsniedz skaidra informācija par cenas aprēķināšanas veidu, lai patērētājam būtu iespējams vienkāršā veidā aprēķināt preces vai pakalpojuma iegādes maksu.

Svarīgi! Ja tirdzniecības tīmekļvietnē vai mobilajā lietotnē tiek sniegti preču un pakalpojumu piedāvājumi ar pazeminātu cenu/atlaidēm, tad šādos speciālajos piedāvājumos ir jābūt norādītai gan *sākotnējai / standarta / pamata cenai*, gan *cenai, par kādu patērētājs precī, pakalpojumu vai kuponu* (kolektīvās iepirkšanās gadījumā) *var iegādāties*.

Papildu informāciju par atbilstošu cenu norādīšanu, tai skaitā, veidojot dažādus speciālos atlaižu piedāvājumus, skatīt PTAC tīmekļvietnes sadaļā „Komersantiem” → „Vadlīnijas komersantiem” → „Vadlīnijas preču un pakalpojumu cenu norādīšanā”⁵.

Svarīgi! Informācijai par atlaides piedāvājumu, ir jābūt korektai, nemaldinot par piemēroto atlaidi, atlaides apmēru un sākotnējo cenu, pretējā gadījumā konstatējama negodīgas (maldinošas) komercprakses īstenošana.

¹ ISPL 4.panta pirmās daļas 2.punkts.

² NKAL 10.panta pirmā daļa, trešās daļas 2.punkts.

³ ISPL 4.panta pirmās daļas 2.punkts.

⁴ Noteikumiem Nr.255 5.2., 5.3. un 5.4. apakšpunkts

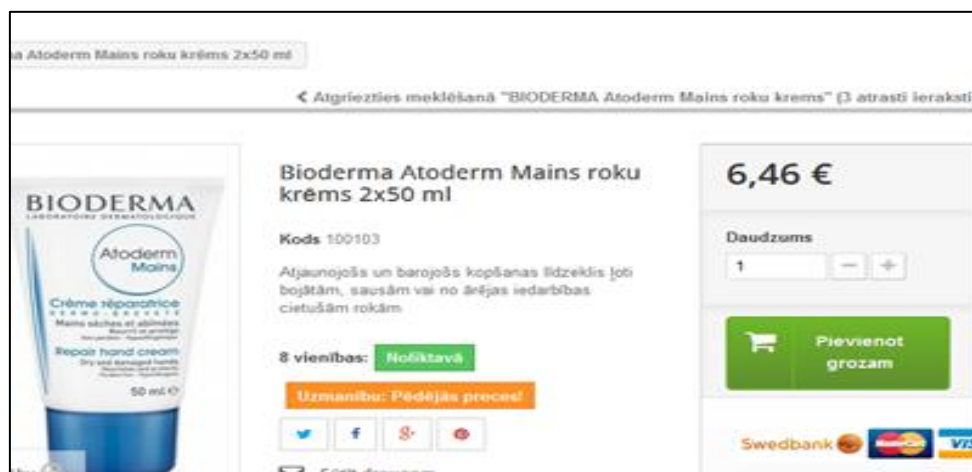
⁵ <http://www.ptac.gov.lv/> sadaļa „Komersantiem” – „Vadlīnijas komersantiem” – Vadlīnijas preču un pakalpojumu cenu norādīšanā - http://www.ptac.gov.lv/sites/default/files/nr_21_0.pdf

Piemērs 1: Maldinoša informācija par preces sākotnējo cenu un piemēroto atlaidi – kolektīvās iepirkšanās portālā kā preces (roku krēma) sākotnējā cena norādīta 9.80 EUR, cena ar atlaidi 6.55 EUR, atlaide – 33%, savukārt pārdevēja tīmekļvietnē preces standarta cena ir 6.46 EUR.

Informācija kolektīvās iepirkšanās portālā:



Informācija pārdevēja tīmekļvietnē:



Piemērs 2: Maldinoša informācija par pakalpojuma sākotnējo cenu un piemēroto atlaidi – kolektīvās iepirkšanās portālā pakalpojumam (medus masāžai) kā sākotnējā cena norādīta 40.00 EUR un atlaide 50%, lai gan pakalpojuma sniedzēja tīmekļvietnē norādītā šā pakalpojuma parastā cena ir 35.00 EUR.

Informācija kolektīvās iepirkšanās portālā:



Informācija pārdevēja tīmekļvietnē:

Masāža – cenas	
Pakalpojums	Cena salonā
Medus masāža	35 EUR
Muguras un kāju masāža	28 EUR
Pēdu masāža (Taizemiešu)	24 EUR
Medus masāža	35 EUR
Šokolādes masāža	35 EUR

Piemērs 3: Maldinoša informācija par piedāvājuma apjomu – sākotnēji norādīts, ka izmitināšanas pakalpojuma piedāvājumā maksimālais pieejamais kuponu skaits ir 90, bet, turpinot piedāvājumu, kuponu skaits palielināts līdz 125.

Sākotnējais piedāvājums:




Atpūta & tēvaide

Atklāj Liepāju ziemas rotā!
Atpūta dizaina viesnīcā
FONTAINE ROYAL jebkurā dienā

Sarīko pārsteigumu un atved savu draugu vai otru puslīti uz skaisto Liepāju, kur jūs gaidīs oriģināli iekāroti apartamenti dizaina viesnīcā "Fontaine Royal"! Viesnīcā pieejama arī relaksācija SPA centra baseinā, saunā, turku pirtī un džakuzi pēc vēlēšanās. Viss, kas nepieciešams lieliskai atpūtai!

-50%
 Šobrīd 64/90 pieejā
 Pieejams vēl 5d 12h 46m 17s

12.50-40.00 €
~~25.00-80.00 €~~

[Apskatīt](#) [Pirkt piedāvājumu](#)

Piedāvājums ar izmaiņām:




Liepāja, Atpūta & tēvaide

Atklāj Liepāju ziemas rotā!
Atpūta dizaina viesnīcā
FONTAINE ROYAL jebkurā dienā

Sarīko pārsteigumu un atved savu draugu vai otru puslīti uz skaisto Liepāju, kur jūs gaidīs oriģināli iekāroti apartamenti dizaina viesnīcā "Fontaine Royal"! Viesnīcā pieejama arī relaksācija SPA centra baseinā, saunā, turku pirtī un džakuzi pēc vēlēšanās. Viss, kas nepieciešams lieliskai atpūtai!

Cena: 12.50 € - 40.00 € ~~25.00 € - 80.00 €~~

-50%
 Šobrīd 93/125 pieejā
 14h 00m 57s

12.50-40.00 €
~~25.00-80.00 €~~

[Tikai šodien](#)
[Apskatīt](#) [Pirkt piedāvājumu](#)

➤ 2.4. Informācija par apmaksas, piegādes, izpildes un sūdzību izskatīšanas kārtību

Informācija par interneta vietnē veikta pasūtījuma apmaksas, piegādes, līguma izpildes un sūdzību izskatīšanas kārtību ir patērētājiem obligāti sniedzama pirmslīguma informācija, kura pēc līguma noslēgšanas ir uzskatāma par distances līguma noteikumiem. Minētajai informācijai distances tirdzniecības vietnē ir jābūt sniegtai skaidri un viegli pieejamā veidā, kā arī pēc distances līguma noslēgšanas pārdevējam ir pienākums šo informāciju kopā ar citiem distances līguma noteikumiem izsniegt patērētājam pastāvīgā informācijas nesējā.

Saistībā ar kolektīvās iepirkšanās tīmekļvietnēm (platformām), ņemot vērā attiecīgā biznesa modeļa specifiku, tirdzniecības tīmekļvietnē ir būtiski norādīt informāciju par *kupona iegādes kārtību*, kā arī *par kupona iegādes termiņu*. No pieejamās informācijas patērētājam ir jābūt skaidram rīcības modelim/veicamajām darbībām, kuru izpildes rezultātā viņš varētu saņemt/iegādāties kuponu un veikt tā apmaiņu pret precī vai pakalpojumu. Vienlaikus ir jābūt nodrošinātai skaidrai un patiesai informācijai par kupona piedāvājuma spēkā esamības termiņu.

Kupona piedāvājuma spēkā esamības termiņa pagarināšana vai atjaunošana var tikt vērtēta kā negodīga (maldinoša) komercprakse, jo, pagarinot vai atjaunojot piedāvājuma spēkā esamības laiku, tiek vai var tikt maldināti tie patērētāji, kuri paļāvās uz sākotnēji sniegto informāciju par piedāvājuma termiņu un tādējādi pieņēma vai varēja pieņemt tādus lēmumus par pirkumu, kādus pretējā gadījumā nebūtu pieņēmuši (Papildu informāciju skatīt PTAC tīmekļvietnes sadaļā „*Komersantiem*” → „*Vadlīnijas komersantiem*” → „*Vadlīnijas preču un pakalpojumu cenu norādīšanā*”¹.)

Piemērs: Piedāvājuma termiņa pagarinājums – maldinoša informācija par piedāvājuma spēkā esamības termiņu – sākotnēji norādīts, ka solārija pakalpojumi par noteikto cenu būs pieejami tikai vienu dienu, bet nākamajā dienā norādīts, ka piedāvājums ir atkal spēkā vienu dienu utt. ilgstošā laika periodā.

Sākotnējais piedāvājums:



¹ <http://www.ptac.gov.lv/> sadaļa „*Komersantiem*” – „*Vadlīnijas komersantiem*” – *Vadlīnijas preču un pakalpojumu cenu norādīšanā* - http://www.ptac.gov.lv/sites/default/files/nr_21_0.pdf

Piedāvājums ar izmaiņām:



Runājot par kolektīvās iepirkšanās modeli saistībā ar tūrisma pakalpojumu piedāvājumiem, ir pieļaujams izņēmums. Proti, tūrisma pakalpojumiem, tai skaitā kompleksajiem tūrisma pakalpojumiem, kurus paredzēts sniegt konkrētā laika posmā (piemēram, gadījumā, kad tūrisma operators nosaka konkrētu izbraukšanas un atgriešanās datumu), ir pieļaujama akcijas piedāvājuma termiņa pagarināšana, 1) ja līdz sākotnēji noteiktā akcijas termiņa beigām pakalpojumam nav pieteicies nepieciešamais pakalpojuma saņēmēju skaits, un 2) par iespējamo akcijas pagarinājumu patērētāji ir informēti jau sākotnējā akcijas piedāvājumā.

Attiecībā uz *samaksas kārtību* jānorāda, kādā veidā, ar kādiem iespējamiem līdzekļiem – bankas norēķinu karte (visa veida vai konkrēta veida, vai noteiktas bankas, noteiktā valstī izdota u.c.), pārskaitījums, samaksa klātienē (skaidrā naudā un/vai ar bankas norēķinu karti) u.c. – patērētājs var norēķināties par precī, pakalpojumu vai kuponu. Tāpat jābūt skaidram, vai pasūtījuma apmaksa jāveic priekšapmaksas, daļējas priekšapmaksas vai pēcapmaksas veidā.

Informācija par *līguma izpildes kārtību un termiņu* ir nepieciešama, lai patērētājam būtu skaidrs, vai un kādi ir nosacījumi, kas jāizpilda, lai saņemtu precī, pakalpojumu vai izmantotu iegādāto kuponu (kolektīvās iepirkšanās gadījumā). Piemēram, informācija par to, vai prece vai pakalpojums tiks piegādāts/sniegts patērētāja izvēlētajā vietā, vai arī patērētājam ir jānododas precī vai pakalpojumu saņemt noteiktā vietā, kā arī, vai par piegādi ir noteikta maksa un kāda tā ir.

Tāpat attiecībā uz izpildes kārtību svarīgs ir *līguma izpildes termiņš*. Piemēram, kolektīvās iepirkšanās gadījumā tas ir arī termiņš, kādā patērētājs ir tiesīgs veikt kupona apmaiņu pret precī vai pakalpojumu. Attiecībā uz pakalpojumiem nozīmīgi ir ne tikai norādīt kupona izmantošanas termiņu, bet arī sniegt skaidri un saprotami informāciju, vai šajā termiņā ir jāsaņem attiecīgais pakalpojums, vai arī šis termiņa nosacījums netiks pārkāpts, ja patērētājs tajā tikai pieteiksies (piem., veiks pierakstu) attiecīgā pakalpojuma saņemšanai.

Līguma izpildes kārtībā jāietver arī informācija par kārtību, kādā patērētājam jāriņķojas gadījumā, ja darījums nav noticis un patērētājam ir tiesības saņemt atpakaļ iemaksāto naudas summu. Nereti sniegtajos piedāvājumos ir paredzēts nosacījums, ka darījums stājas spēkā, ja tiek iegādāts noteikts skaits preču vai pakalpojumu, līdz ar to, nesaņiedzot noteikto pirkumu skaitu, darījums nav noticis un patērētājam ir tiesības saņemt atpakaļ par produktu samaksāto naudas summu. Šādā gadījumā pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs bez nepamatotas kavēšanās atmaksā patērētājam visas saskaņā ar līgumu patērētāja samaksātās naudas summas (PTAL 30.panta septītā daļa).

Saistībā ar *patērētāju sūdzību izskatīšanas kārtību* jāatzīmē PTAL 19.¹ panta pirmajā daļā noteiktais: „*pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs informē patērētāju par vienu vai vairākiem Patērētāju tiesību aizsardzības centra mājaslapā internetā publicētajā ārpustiesas strīdu risinātāju sarakstā iekļautiem strīdu risinātājiem, kuri risina strīdus attiecīgajā jomā, norādot arī ārpustiesas strīdu risinātāja mājaslapas adresi*”. Savukārt minētā panta otrā daļa nosaka, ka „*šā panta pirmajā daļā minēto informāciju pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs sniedz skaidrā, saprotamā un viegli pieejamā veidā savā mājaslapā internetā (ja tāda ir) vai ietver līguma noteikumos (ja tādi ir)*”. Ņemot vērā minētās PTAL 19.¹ panta prasības, no Noteikumu Nr.255 5.22.apakšpunkta izriet preču pārdevēju vai pakalpojumu sniedzēju pienākums pirmslīguma informācijas ietvaros un interneta vietnē norādīt informāciju par ārpustiesas strīdu risināšanas iespējām (atbilstoši PTAL un Patērētāju ārpustiesas strīdu risinātāju likuma prasībām). Savukārt informācija par citām ārpustiesas sūdzību izskatīšanas iespējām ir sniedzama kā pirmslīguma informācija un distances līguma noteikumi, ja attiecīgās sūdzību izskatīšanas iespējas tiek izmantotas attiecīgā komercprakses īstenotāja praksē.

Piemērs: informācijas sniegšanai par sūdzību risināšanas kārtību un iespējām:

Sūdzību izskatīšanas kārtība un ārpustiesas strīdu risināšana:

Sūdzību par kupona izmantošanu, preču vai pakalpojumu pieejamību vai kvalitāti lūdzam iesniegt elektroniski, nosūtot uz elektroniskā pasta adresi [...] vai .lv vai rakstveidā, nosūtot uz adresi [...]. Sūdzība tiks izskatīta 7 darba dienu laikā no sūdzības saņemšanas dienas, atbildi nosūtot uz sūdzībā norādīto saziņas adresi.

Ja sūdzība tiks atzīta par nepamatotu un Jūs sūdzības atzīšanai par nepamatotu nepiekritīsiet, Jums ir tiesības izmantot normatīvajos aktos noteiktās alternatīvo strīdu risināšanas iespējas, iesniedzot kuponu pārdevējam, preces pārdevējam vai pakalpojuma sniedzējam rakstveida iesniegumu par ārpustiesas strīda risināšanu, norādot:

- *vārdu, uzvārdu, kontaktinformāciju;*
- *iesnieguma iesniegšanas datumu;*
- *strīda būtību, prasījumus un to pamatojumu.*

Informācija par ārpustiesas strīdu risināšanas iespējām un ārpustiesas strīdu risinātājiem:

- <http://www.ptac.gov.lv/lv/content/stridu-risinasanas-process>
- <http://www.ptac.gov.lv/lv/content/arpustiesas-pateretaju-stridu-risinataju-datubaze>

➤ 2.5. Atteikuma tiesības

Tirdzniecības tīmekļvietņu, tai skaitā kolektīvās iepirkšanās portālu darbība ir balstīta uz distances līgumu slēgšanu ar patērētājiem, līdz ar to attiecībā uz minētajiem līgumiem ir piemērojamas *atteikuma tiesības*, par ko jāsniedz normatīvajiem aktiem atbilstoša informācija.

Svarīgi! Informācija par atteikuma tiesībām, to neesamību vai ierobežojumiem ir uzskatāma par obligāti sniedzamu pirmslīguma informāciju un distances līguma noteikumiem.¹

¹ Noteikumu Nr.255 5.11., 5.12. un 5.13. apakšpunkts un 8.punkts

Atteikuma tiesības ir patērētāja tiesības noteiktā termiņā izmantot atteikuma tiesības un, *nesniedzot nekādu pamatojumu, atkāpties no distances līguma*¹.

Svarīgi! Gadījumi, kuros patērētājs nevar izmantot likumā paredzētās atteikuma tiesības, ir noteikti Noteikumu Nr.255 22.punktā. Minēto izņēmumu uzskaitījums ir izsmelošs un pārdevēji vai pakalpojumu sniedzēji nav tiesīgi to paplašināt vai interpretēt veidā, kurš patērētājus attur vai varētu atturēt no šo patērētāju likumīgo tiesību izmantošanas.

Atteikuma tiesību izmantošanas termiņš ir 14 dienas.

Atteikuma tiesību izmantošana nozīmē patērētāja izteikta atteikuma nosūtīšana vai iesniegšana pārdevējam vai pakalpojuma sniedzējam.

Atteikuma tiesību izmantošanas *termiņa sākums* ir nosakāms atkarīgi no tā, vai patērētājs atsakās no preces vai pakalpojuma distances līguma. Detalizēts regulējums atteikuma tiesību termiņa aprēķināšanai ir noteikts Noteikumu Nr.255 19. un 19.¹punktā, taču vispārināti atteikuma tiesību izmantošanas sākuma brīža noteikšanu raksturo zemāk norādītais:

- ja tiek slēgts preces pārdošanas līgums, atteikuma tiesību izmantošanas termiņu skaita no preces piegādes dienas;
- ja tiek slēgts pakalpojuma sniegšanas līgums, atteikuma tiesību izmantošanas termiņu skaita no līguma noslēgšanas dienas;
- ja tiek slēgts kombinētais līgums, proti, līguma priekšmets ir gan preces pārdošana, gan pakalpojumu sniegšana, atteikuma tiesību izmantošanas termiņu skaita atbilstoši preces pārdošanas līguma situācijai (no brīža, kad prece ir piegādāta).

Svarīgi! Patērētāji ir tiesīgi atteikties arī no tādiem distances preču pasūtījumiem, kuru piegāde vēl nav veikta, proti, laika posmā līdz preces piegādei.²

Paraugu informācijas sniegšanai par atteikuma tiesībām norādīts Noteikumu Nr.255 pielikuma A daļā „*Norādījumi par atteikumu (paraugš)*”, bet šī pielikuma B daļā iekļauts *atteikuma veidlapas paraugs*.

Ja atteikuma tiesības konkrētā distances līguma gadījumā ir izmantojamas, proti, uz to nav attiecināmi Noteikumu Nr.255 22.punkta izņēmumi, patērētājiem obligāti sniedzamās informācijas par atteikuma tiesībām saturu veido *gan norādījumi par atteikuma tiesību izmantošanu, gan atteikuma veidlapa*. Minētā informācija patērētājam ir jāsniedz *pastāvīgā informācijas nesējā*, ne vēlāk, kā līdz preces piegādes vai pakalpojuma sniegšanas uzsākšanas brīdim.

Kā tika norādīts iepriekš, informācija par atteikuma tiesībām, tai skaitā atteikuma veidlapa atbilstoši Noteikumu Nr.255 5.un 8.punktam ir uzskatāma par pirmslīguma informāciju distances līguma noteikumiem. Līdz ar to minēto informāciju pārdevējam ir pienākums publicēt tirdzniecības tīmekļvietnē vai mobilajā lietotnē, nodrošinot tās saglabāšanas iespējas.³

¹ PTAL 12.panta pirmā daļa

² PTAL 12.panta vienpadsmitā daļa, 2011.gada 25.oktobra Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2011/83/ES „*par patērētāju tiesībām un ar ko groza Padomes Direktīvu 93/13/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 1999/44/EK un atceļ Padomes Direktīvu 85/577/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 97/7/EK*” (Patērētāju tiesību direktīva) preambulas 40.apsvērums.

³ ISPL 7.panta pirmā daļa

Svarīgi! Atteikuma tiesību izmantošanas gadījumā pārdevējam vai pakalpojuma sniedzējam 14 dienu laikā no atteikuma saņemšanas dienas ir jāatmaksā patērētāja veiktie maksājumi, tai skaitā preces piegādes maksa.¹

Svarīgi! Pārdevējs ir tiesīgs aizturēt patērētāja veiktos maksājumus līdz brīdim, kad patērētājs ir atdevis atpakaļ pasūtīto precī pārdevējam vai iesniedzis tās atpakaļ nosūtīšanu apstiprinošus dokumentus. Citus gadījumus, kuri paredz pārdevēja tiesības ieturēt kompensāciju vai aizturēt patērētāja veiktos maksājumus, normatīvie akti neparedz.

Patērētājam ir pienākums pasūtīto un piegādāto precī atdot vai nosūtīt atpakaļ pārdevējam 14 dienu laikā no atteikuma tiesību izmantošanas dienas (no atteikuma nosūtīšanas vai iesniegšanas dienas).²

Svarīgi! Atteikuma tiesību termiņā patērētājs ir tiesīgs iegādāto precī lietot nolūkā, lai noskaidrotu preces raksturu, īpašības un darbību (parasti tiktāl, ciktāl to iespējams izdarīt parastajā veikalā).³ Pārdevēja iebildumi vai aizdomas par preces pārmērīgu vai neatbilstošu lietošanu neatbrīvo pārdevēju no pienākuma 14 dienu laikā atmaksāt patērētāja veiktos maksājumus. Minētie iebildumi risināmi pušu pārrunu ceļā vai tiesā (ja patērētājs tiem nepiekrīt).

Svarīgi! Ja informācija par atteikuma tiesībām, tai skaitā atteikuma veidlapa, patērētājam nav sniegta vai tās sniegšana neatbilst normatīvo aktu prasībām, patērētājs nav atbildīgs par preces neatbilstošu vai pārmērīgu lietošanu atteikuma tiesību termiņā, kā arī būtiski (līdz pat vienam gadam un 14 dienām) pagarinās atteikuma tiesību izmantošanas termiņu.

➤ 2.6. Garantija, „atgādinājums” par patērētāja likumīgajām tiesībām

Pārdevējam vai pakalpojumu sniedzējam ir pienākums sniegt patiesu un normatīvajiem aktiem atbilstošu informāciju par preces garantiju (ja tādu piedāvā preces ražotājs vai pārdevējs) un „atgādinājumu” par patērētāja likumīgajām tiesībām, kuras izmantojamas, ja prece neatbilst līguma noteikumiem.⁴

Informācija par preces garantiju, piemēram, garantijas apkalpošanas pieejamība, vietas un veicēji, izmantošanas termiņš un citi patērētājiem svarīgi garantijas noteikumi, ir sniedzama, ja ražotāja vai pārdevēja garantija attiecīgajai precei tiek piedāvāta. Savukārt „atgādinājums” par patērētāja likumīgajām tiesībām, kuras izmantojamas, ja prece vai pakalpojums neatbilst līguma noteikumiem, ir jānorāda distances tirdzniecības vietnē un distances līguma noteikumos jebkurā gadījumā.

Atgādinājums par likumīgajām tiesībām var tikt sniegts, piemēram, tīmekļvietnes sadaļā „Garantija” vai „Distances līguma noteikumi”, norādot: „Atgādinām, ka patērētājiem 24 mēnešu laikā no preces piegādes dienas ir likumā noteiktas tiesības pieteikt prasījumu par līguma noteikumiem neatbilstošu precī vai pakalpojumu”.

Svarīgi! „Atgādinājuma” par patērētāja likumīgajām tiesībām noklusējums Vietnē liecina par pazīmēm, kuras saskaņā ar NKAL 10.panta pirmās daļas 1.punktu

¹ PTAL 12.panta sestā daļa

² PTAL 12.panta piektā daļa

³ PTAL 12.panta vienpadsmitā daļa, 2011.gada 25.oktobra Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2011/83/ES „par patērētāju tiesībām un ar ko groza Padomes Direktīvu 93/13/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 1999/44/EK un atceļ Padomes Direktīvu 85/577/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 97/7/EK” (Patērētāju tiesību direktīva) preambulas 47.apsvērumš.

⁴ NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punkts, otrās daļas 6.punkts, 10.panta pirmās daļas 1.punkts, trešās daļas 5.punkts un Noteikumu Nr.255 5.14.un 5.15.apakšpunkts.

norāda uz maldinošu komercpraksi. Savukārt informācijas par ražotāja vai pārdevēja garantiju noklusējums ir maldinošs tādā gadījumā, ja Vietnē piedāvātajām precēm ir piešķirta attiecīgā garantija, bet informācija par to ir nepatiesa vai tiek noklusēta.

3. NEATBILSTOŠI LĪGUMA NOTEIKUMI

Preces pārdevējs, pakalpojumu sniedzējs, kā arī kupona pārdevējs (kolektīvās iepirkšanās gadījumos) nedrīkst patērētājiem piedāvāt tādas līguma noteikumus, kas ir netaisnīgi, tai skaitā pretrunā līgumslēdzēju pušu tiesiskās vienlīdzības principam, pretēji labai ticībai, pārkāpj patērētāja izvēles brīvību un gribu, kā arī ir pretrunā normatīvo aktu prasībām.

Tiesiskajās attiecībās ar patērētājiem, piedāvājot un piemērojot normatīvajiem aktiem neatbilstošus vai netaisnīgus līguma noteikumus, pārdevējs, pakalpojumu sniedzējs, kā arī kuponu pārdevējs, izdara patērētāja tiesību pārkāpumu un veic rīcību, kura var tikt atzīta par negodīgas komercprakses īstenošanu.

Piemēram, par normatīvajiem aktiem neatbilstošiem un / vai netaisnīgiem var tikt atzīti šādi līguma noteikumi (piemēri raksturo PTAC biežāk konstatētos pārkāpumus):

Līguma noteikums, kas paredz: *Interneta veikalā sniegtā informācija nav juridiski saistoša, norādītajām precēm un cenām ir informatīva nozīme. Pārdevējs neuzņemas nekādu atbildību par interneta veikalā sniegto informāciju.*

Norādītais līguma noteikums, pirmkārt, ir uzskatāms par netaisnīgu līguma noteikumu tādēļ, ka tas ir pretrunā normatīvo aktu prasībām, proti:

- PTAL 3.panta 3.punktam, kas nosaka patērētāja *tiesības saņemt vispusīgu un pilnīgu informāciju par preci, pakalpojumu vai to cenu;*
- Noteikumu Nr.255 5., 8. un 9.punktā norādītajam, kas nosaka pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja pienākumu patērētājiem sniegt *pirmslīguma informāciju*, kura pēc līguma noslēgšanas kļūst par *neatņemamu distances līguma noteikumu sastāvdaļu;*
- NKAL 4., 9. un 10.pantam, saskaņā ar kuru *patērētājiem būtiskas informācijas noklusējums vai tās maldinoša sniegšana* ir atzīstama par negodīgu un aizliedzamu komercpraksi.

Minētais līguma noteikums ir atzīstams par netaisnīgu saskaņā ar PTAL 6.panta trešās daļas 1.punktu un 5.panta otrās daļas 1.punktu, jo tas ir vērsts uz to, lai pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs samazinātu savu atbildību, kas izriet gan no *profesionālās rūpības prasībām* elektroniskās komercijas jomā, gan no iepriekš norādītajiem pienākumiem, kurus nosaka normatīvie akti.

Svarīgi! Pretēji minētajā līguma noteikuma piemērā norādītajam, tirdzniecības tīmekļvietnē sniegtā informācija *ir saistoša* gan līgumtiesisko attiecību kontekstā, gan attiecībā uz pārdevēja, pakalpojuma sniedzēja un tīmekļvietnes uzturētāja atbildību par patērētājiem sniegtās informācijas pietiekamību, patiesumu un atbilstību normatīvo aktu prasībām.

Līguma noteikums, kas paredz: *Atteikuma tiesību izmantošanas gadījumā pārdevējs ir tiesīgs ieturēt no patērētāja pirkuma maksu vai kompensāciju, ja prece ir lietota, bojāta, nav atdota oriģinālā iepakojumā vai tas ir bojāts.*

Norādītais līguma noteikums ir uzskatāms par netaisnīgu līguma noteikumu tādēļ, ka tas ir pretrunā normatīvo aktu prasībām, kuras noteiktas PTAL 12.panta sestajā daļā un ir atzīstams par netaisnīgu saskaņā ar PTAL 6.panta trešās daļas 1.punktu un 5.panta otrās daļas 1.punktu.

PTAL 12.panta sestā daļa paredz pārdevēja pienākumu *ne vēlāk kā 14 dienu laikā no dienas, kad viņš saņēmis patērētāja paziņojumu par atteikšanos no preces,*

atmaksāt patērētāja veiktos maksājumus. Vienīgie gadījumi, kuros pārdevējs būtu tiesīgs nepildīt PTAL 12.panta sestajā daļā norādīto atmaksas pienākumu, ir situācijas, uz kurām attiecināmi Noteikumu Nr.255 22.punktā norādītie atteikuma tiesību izņēmumi.

Svarīgi! Preces bojājumu esamība vai strīds par preces kvalitātes zudumu vai pārmērīgu lietošanu, kā arī preces oriģinālā iepakojuma neesamība vai bojāšana *nav norādīti kā atteikuma tiesību izņēmumi*, savukārt strīdi, kuri saistīti ar preces vērtības zudumu vai pārmērīgu lietošanu atteikuma tiesību periodā, preces iepakojuma neesamību vai tā bojāšanu, ir risināmi pušu pārrunu ceļā vai tiesā, neierobežojot PTAL 12.panta sestajā daļā noteiktās patērētāju tiesības. Proti, pārdevējam noteiktais pienākums ir izpildāms jebkurā gadījumā ne vēlāk kā 14 dienu laikā, ja patērētājs pārdevējam ir atdevis precī vai iesniedzis preces nosūtīšanu apstiprinošus dokumentus.¹ Savukārt līguma noteikumi, kuri paredz pretējo un ierobežo patērētāju likumīgo atteikuma tiesību izmantošanu, ir uzskatāmi par normatīvajiem aktiem neatbilstošiem un netaisnīgiem līguma noteikumiem. Vienlaikus šādas neatbilstošas informācijas sniegšana tirdzniecības tīmekļvietnē var tikt atzīta par negodīgu (maldinošu) komercpraksi.²

Līguma noteikums, kas paredz: *Patērētājs nav tiesīgs izmantot atteikuma tiesības, iegādājoties higiēnas preces – skūšanās žiletas, apakšveļu, segas, kosmētiku.*

Minētais līguma noteikums uzskatāms par netaisnīgu līguma noteikumu, jo ir pretrunā PTAL 12.pantā noteiktajām atteikuma tiesībām, kā arī attur vai var atturēt patērētājus no atteikuma tiesību izmantošanas. Līdz ar to noteikums ir atzīstams par netaisnīgu saskaņā ar PTAL 6.panta trešās daļas 1.punktu un 5.panta otrās daļas 1.punktu.

Patērētājs, iegādājoties precī ar distances līguma starpniecību, ir tiesīgs izmantot PTAL 12.pantā norādītās atteikuma tiesības, izņemot gadījumus, kuri norādīti Noteikumu Nr.255 22.punktā.

Noteikumu Nr.255 22.5.apakšpunkts nosaka, ka *atteikuma tiesības nav izmantojamas, ja patērētājs ir atvēris iepakojumu precei, kuru veselības un higiēnas apsvērumu dēļ nevar atdot atpakaļ*. Līdz ar to minētā tiesību norma paredz atteikuma tiesību izņēmumu tikai tad, ja izpildās visi zemāk norādītie nosacījumi:

- patērētājam piegādātā prece *ir piegādāta iepakojumā*;
- preces iepakojums ir saistīts ar preces aizsardzību pret iedarbību, kuras dēļ preces pārdošana vai lietošana apdraud vai varētu apdraudēt personu veselību vai higiēnas prasības;
- piegādātās preces iepakojumu pēc piegādes patērētājs ir atvēris.

Līdz ar to patērētāju atteikuma tiesības reglamentējošie normatīvie akti neparedz tādu preču iedalījumu kā „*higiēnas preces*”, bet gan nosaka īpašus apstākļus, kas nesaraucjami ir saistīti ar preces iepakojuma atvēršanu, un, kuros „*veselības un higiēnas apsvērumu*” dēļ, atteikuma tiesības *varētu tikt zaudētas*.

Piemēram, patērētājs ir tiesīgs izmantot atteikuma tiesības, atsakoties no neatvērta skūšanās „*žilešu*” komplekta, taču atteikuma tiesības nebūtu izmantojamas, ja „*žilešu*” iepakojums ir atvērts.

Piemēram, patērētājs ir tiesīgs izmantot atteikuma tiesības, atsakoties no distances līguma ceļā iegādātas segas vai apakšveļas, kura tiek tirgota bez iepakojuma,

¹ PTAL 12.panta astotā daļa.

² NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punkts, 4.panta otrās daļas 2.punkts.

ko ražotājs ir paredzējis veselības un higiēnas prasību nodrošināšanai, bet, kura patērētājam piegādāta, piemēram, pārdevēja nodrošinātā plastikāta maisiņā, kartona kastē vai bez iepakojuma vispār.

Līguma noteikumi, kuri paredz paplašinātu vai neskaidru atteikuma tiesību izņēmumu piemērošanu, ir uzskatāmi par normatīvajiem aktiem neatbilstošiem un netaisnīgiem līguma noteikumiem. Vienlaikus neatbilstošas informācijas sniegšana par atteikuma tiesībām tirdzniecības tīmekļvietnē var tikt vērtēta kā negodīga (maldinoša) komercprakse.¹

Līguma noteikums, kas paredz: *Atteikuma tiesības nav izmantojamas, ja iegādātā prece ir lietota.*

Piemērā norādītais līguma noteikums uzskatāms par netaisnīgu līguma noteikumu, jo ir pretrunā PTAL 12.pantā noteiktajām atteikuma tiesībām, kā arī attur vai var atturēt patērētājus no to izmantošanas. Līdz ar to tas ir atzīstams par netaisnīgu saskaņā ar PTAL 6.panta trešās daļas 1.punktu un 5.panta otrās daļas 1.punktu.

Svarīgi! Distances līguma ceļā iegādātās preces lietošana atteikuma tiesību periodā normatīvajos aktos nav noteikta kā atteikuma tiesību izņēmums. Līdz ar to preces lietošanas atteikuma tiesību periodā fakts pats par sevi patērētāju atteikuma tiesības neierobežo, taču *pārmērīga preces lietošana* atteikuma tiesību periodā var būt par pamatu tam, lai pārdevējs vērstos ar prasību pret patērētāju. Turklāt, patērētājs ir atbildīgs par preces neatbilstošu lietošanu tikai tad, ja pārdevējs pienācīgi ir izpildījis patērētāja informēšanas par atteikuma tiesībām pienākumu.²

Gadījumos, kad patērētājs atteikuma tiesību termiņā ir veicis preces neatbilstošu lietošanu, piemēram, sasmērējis, sabojājis, vai citādi radījis aizdomas par segas vai apakšveļas neatbilstību veselības un higiēnas prasībām, *pārdevējs, izpildot PTAL 12.panta sestās daļas prasības*, ir tiesīgs vērsties pret patērētāju (tai skaitā, ja nepieciešams, tiesā).

Svarīgi! Cita starpā, pārdevējam un pakalpojuma sniedzējam pirms līguma noslēgšanas, kā arī līguma noteikumos ir pienākums sniegt informāciju par apstākļiem, kuros patērētājs zaudē vai var zaudēt atteikuma tiesības³, bet šādas informācijas noklusēšana var tikt uzskatīta par iespējami īstenotu negodīgu (maldinošu) komercpraksi.

Patērētāja atbildība par preces neatbilstošu lietošanu izriet no PTAL 12.panta vienpadsmitās daļas, proti, preces pārmērīga lietošana var tikt konstatēta gadījumos, kad prece lietota vairāk, nekā tas nepieciešams, lai noskaidrotu preces raksturu, īpašības un darbību. Vispārināti, patērētājam būtu tiesības precīzi pārbaudes nolūkos lietot tiktāl, ciktāl to parasti ir iespējams darīt parastajā veikalā.⁴

Vērtējot preces lietošanas atbilstību atteikuma tiesību periodā, ir svarīgi ņemt vērā apstākļus, kuri distances līguma gadījumā, piegādājot precī patērētājam, ierobežo patērētāja iespējas pārbaudīt precī tādā apmērā, kā tas ir parastajā veikalā. Piemēram, atšķirībā no parastā veikala, patērētājam nav pieejama pārdevēja konsultācija klātienē, tai skaitā patērētājam nav iespējams pārdevēja klātbūtnē atvērt iegādāto precī un

¹ NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punkts, 4.panta otrās daļas 2.punkts.

² PTAL 12.panta vienpadsmitā daļa.

³ Noteikumu Nr.255 5.13.apakšpunkts.

⁴ 2011.gada 25.oktobra Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2011/83/ES „par patērētāju tiesībām un ar ko groza Padomes Direktīvu 93/13/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 1999/44/EK un atceļ Padomes Direktīvu 85/577/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 97/7/EK” (Patērētāju tiesību direktīva) preambulas 47.apsvērumš.

pārbaudīt tās darbību, saņemt informāciju par preces īpašībām un pārbaudes iespējām. Neklātienēs apstākļos patērētājam nav pieejami arī preces demonstrēšanai paredzētie preces modeļi.

Ja vien nepastāv kādi īpaši apstākļi, patērētājs preces pārbaudes nolūkos atteikuma tiesību periodā ir tiesīgs iegādāto precī ieslēgt (iedarbināt), piemēram, pārbaudot iegādātās elektropreces, datoru vai mobilo tālruni. Ja šādas preces pārbaudes rezultātā atbilstoši ražotāja uzstādījumiem automātiski tiek aktivizēta preces darbībai nepieciešamā programmatūra, tai skaitā, piemēram, uzsākot vai veicot programmatūras uzstādīšanu (instalāciju), preces vai tās lietotāja reģistrēšanu, minētās darbības nav uzskatāmas par tādām, kuras pārsniegtu preces lietošanas robežas, jo patērētājam šādos apstākļos nav nodrošinātas citas iespējas, kuras izmantojamas, lai pārbaudītu piegādātās preces īpašības un darbības atbilstību.

Ņemot vērā minēto, līguma noteikumi, kuri vispārīgā veidā liedz patērētājam izmantot atteikuma tiesības tādēļ, ka patērētājs atteikuma tiesību periodā precī ir lietojis, ir pretrunā PTAL 12.pantam un atbilstoši PTAL 6.panta pirmajai daļai uzskatāmi par normatīvajiem aktiem neatbilstošiem un netaisnīgiem līguma noteikumiem. Vienlaikus šādas neatbilstošas informācijas sniegšana par atteikuma tiesībām tirdzniecības tīmekļvietnē var tikt vērtēta kā negodīga (maldinoša) komercprakse.¹

Līguma noteikums, kas paredz: *Atteikuma tiesību izmantošanas gadījumā piegādes maksa netiek atmaksāta.*

Norādītais līguma noteikums ir uzskatāms par netaisnīgu līguma noteikumu tādēļ, ka tas ir pretrunā normatīvo aktu prasībām, kuras noteiktas PTAL 12.panta sestajā daļā. Līdz ar to tas ir atzīstams par netaisnīgu saskaņā ar PTAL 6.panta trešās daļas 1.punktu un 5.panta otrās daļas 1.punktu.

PTAL 12.panta sestās daļas prasības paredz pārdevēja pienākumu *ne vēlāk kā 14 dienu laikā no dienas, kad viņš saņēmis patērētāja paziņojumu par atteikšanos* no preces, atmaksāt patērētāja veiktos maksājumus, tajā skaitā patērētāja samaksātos piegādes izdevumus. Vienlaikus PTAL 12.panta septītā daļa nosaka, ka, ja patērētājs ir skaidri izteicis vēlēšanos izmantot piegādes veidu, kas nav pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja piedāvātais *vislētākais standarta piegādes veids*, pārdevējam vai pakalpojuma sniedzējam nav pienākuma atmaksāt patērētājam piegādes *papildu izdevumus*.

No minētā ir secināms pārdevēja pienākums atteikuma tiesību izmantošanas gadījumā obligāti atmaksāt tādus piegādes izdevumus, kurus patērētājs ir apmaksājis, veicot distances pasūtījumu, un, kuri ir saistīti ar tādiem piegādes veidiem, ko pārdevējs parasti izmanto, piegādājot preces vispār vai uz konkrēti noteiktu vietu, reģionu, pilsētu. Vienīgās izmaksas, ko pārdevējs būtu tiesīgs ieturēt no patērētāja, ir patērētāja pasūtītas īpašas piegādes izmaksas, turklāt tikai tādā apmērā, ciktāl šādas izmaksas pārsniedz „*parastās*” piegādes pakalpojuma maksu.

Līguma noteikumi, kuri paredz pretējo, ir uzskatāmi par normatīvajiem aktiem neatbilstošiem un netaisnīgiem līguma noteikumiem. Vienlaikus šādas neatbilstošas informācijas sniegšana par atteikuma tiesībām tirdzniecības tīmekļvietnē var tikt vērtēta kā negodīga (maldinoša) komercprakse.²

¹ NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punkts, 4.panta otrās daļas 2.punkts.

² NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punkts, 4.panta otrās daļas 2.punkts.

Līguma noteikums, kas paredz (kolektīvās iepirkšanās situācija): *Sabiedrība neatbild par nepārvaramas varas apstākļiem, tehniskām problēmām vai sakaru traucējumiem, kas var ietekmēt aktīvo Akciju norisi vai Sabiedrības saistību izpildi.*

Iepriekš norādītais līguma noteikums ir uzskatāms par netaisnīgu līguma noteikumu, pamatojoties uz PTAL 5.panta otrās daļas 5.punktu un 6.panta trešās daļas 1.punktu, jo, samazinot pārdevēja atbildību, patērētāji tiek nostādīti neizdevīgā stāvoklī un šādu pārdevēja tiesību īstenošana ir uzskatāma par neatbilstošu normatīvo aktu prasībām un ir pretrunā labas ticības principam. Ievērojot Civillikuma 1635.pantā noteiktos civiltiesiskās atbildības piemērošanas noteikumus, pārdevējs ir atbildīgs par patērētājiem nodarītajiem zaudējumiem tiktāl, ciktāl tā rīcībai ir iespējams pierādīt cēlonisko sakarību ar patērētājam radītajiem zaudējumiem. Turklāt patērētāju tiesības pieprasīt zaudējumu atlīdzināšanu, saskaņā ar Civillikumu un ņemot vērā, ka patērētājam nav speciālu zināšanu par iegādātās preces vai saņemtā pakalpojuma īpašībām un raksturojumu, nosaka PTAL 32.pants, un pārdevējs nav tiesīgs piedāvāt patērētājiem līguma noteikumus par atteikšanos no šīm normatīvajos aktos noteiktajām patērētāju tiesībām.

Akcijas piedāvājumu sniegšana ir uzskatāma par pārdevēja darbībām, kas vērstas uz preču tirdzniecību un pakalpojumu sniegšanu patērētājiem, tādēļ, tai skaitā, ievērojot profesionālās rūpības prasības, pārdevējam nekavējoties būtu jāinformē patērētāji, par apstākļiem un ierobežojumiem, kuri ietekmē vai varētu ietekmēt noslēgtā distances līguma pienācīgu izpildi.

Līguma noteikumi, kuri nosaka (kolektīvās iepirkšanās situācija): *Portālam ir tiesības pārtraukt pakalpojuma sniegšanu jebkurā etapā, bez pienākuma atsevišķi paziņot par to klientam. Kompānija drīkst atteikt produktu piegādāšanu un/vai pakalpojumu sniegšanu objektīvu iemeslu dēļ.*

Atbilstoši PTAL 6.panta trešās daļas 8.punktam minētie līguma noteikumi ir uzskatāmi par netaisnīgiem, jo paredz tiesības pārdevējam vai pakalpojuma sniedzējam vienpusēji atkāpties no līguma, bet līguma noteikumos nav noteiktas tādas pašas vienpusējas atkāpšanās tiesības arī patērētājiem. Šādi līguma noteikumi ir vērtējami kā netaisnīgi arī saskaņā ar PTAL 5.panta otrās daļas 5.punktu un 6.panta trešās daļas 1.punktu, jo konkrētie noteikumi pieļauj, ka patērētājs tiek nostādīts nelabvēlīgā stāvoklī, piemēram, situācijā, kad patērētājam tiek atteikta produktu piegādāšana bez pamatota iemesla vai patērētājam netiek sniegta nekāda informācija par to, ka pakalpojuma sniegšana tiek pārtraukta, kā arī minētie noteikumi var tikt piemēroti nelabticīgi.

Līguma noteikumi, kas nosaka (kolektīvās iepirkšanās situācija): *Akcijas produkta apraksts tiek veidots pēc Pārdevēja/Pakalpojuma sniedzēja sniegtās informācijas un tam ir informatīva nozīme. Visa Portāla darbība (t.sk. tajā pieejamie pakalpojumi) tiek piedāvāta bez jebkādam papildu garantijām no Portāla puses.*

Šādi līguma noteikumi ir vērtējami kā netaisnīgi atbilstoši PTAL 5.panta otrās daļas 5.punktam un 6.panta trešās daļas 1.punktam, jo patērētājs tiek nostādīts neizdevīgā stāvoklī un šāda rīcība ir atzīstama par pretrunā esošu labticīguma prasībām. Ņemot vērā profesionālās rūpības prasības, kuponu pārdevējs kolektīvās iepirkšanās portālā nodrošina patērētāju iepirkšanās iespējas, nosaka vietnē piedāvāto preču pārdevēju un pakalpojumu sniedzēju loku un kontrolē pārdevēju un pakalpojumu sniegtās informācijas izvietošanas iespējas, un tādējādi kopā ar preču pārdevējiem un pakalpojumu sniedzējiem ir līdzatbildīgs par noslēgto distances līgumu kvalitāti un

sniegtās informācijas atbilstību un pietiekamību, bet norobežošanās no šīs atbildības ir pretrunā ar līgumslēdzēju pušu tiesiskās vienlīdzības principu.

Kuponu pārdevējam konkrētajā situācijā ir pienākums kontrolēt un vērtēt informācijas atbilstību tiktāl, ciktāl, ņemot vērā profesionālās rūpības prasības, to ir iespējams izdarīt. Kuponu pārdevējam kolektīvās iepirkšanās vietnē būtu jānodrošina tikai tādu piedāvājumu izvietošana, kuros ir iekļauta normatīvajiem aktiem atbilstoša informācija un kas ir pietiekoša, lai patērētāji varētu identificēt preču pārdevējus, pakalpojumu sniedzējus, varētu uzzināt galvenās preces vai pakalpojuma īpašības, varētu saņemt patiesībai atbilstošu informāciju par preču vai pakalpojumu cenām un priekšrocībām, kas tiek iegūtas, iegādājoties kuponu. Attiecīgā informācija ietekmē vai var ietekmēt patērētāju ekonomisko rīcību, un kuponu pārdevējs ir atbildīgs par šādas informācijas patiesumu un pietiekamību.

Līguma noteikumi, kuri nosaka (kolektīvās iepirkšanās situācija): „*Pircējs apzinās un saprot, ka Pārdevējs ir Preces pārdevējs/Pakalpojuma sniedzējs, kas atbildīgs par jebkāda veida zaudējumiem, kas nodarīti Pircējam Kuponu un Preces/Pakalpojuma pārdošanas sakarā. Tāpēc Kuponu pārdevēja pienākums ir atlīdzināt Klientam tikai tiešos zaudējumus, ko Kuponu pārdevējs nodarījis Pircējam Līguma ietvaros. Kuponu pārdevēja atbildības apmērs ir ierobežots ar Pirkuma maksas apmēru*”, ir uzskatāmi par netaisnīgiem līguma noteikumiem, jo ir pretrunā līgumslēdzēju pušu tiesiskās vienlīdzības principam un samazina ar likumu noteikto pušu atbildību.

Saskaņā ar PTAL 5.panta otrās daļas 1.punktu līguma noteikumi ir pretrunā ar līgumslēdzēju pušu tiesiskās vienlīdzības principu, ja tie samazina ar likumu noteikto pušu atbildību, kā arī, pamatojoties uz PTAL 6.panta trešās daļas 1.punktu, minētais līguma noteikums ir uzskatāms par netaisnīgu līguma noteikumu, jo ierobežo kuponu pārdevēja atbildību ar pirkuma maksas apmēru, neskatoties uz to, ka kuponu pārdevējs ir kolektīvās iepirkšanās vietnes uzturētājs, nevis preces/pakalpojuma pārdevējs. Kuponu pārdevējs ir atbildīgs par visiem zaudējumiem, kas nodarīti patērētājam viņa veiktās darbības vai bezdarbības rezultātā. Ņemot vērā Civillikuma 1635.pantā noteiktos civiltiesiskās atbildības piemērošanas noteikumus, kuponu pārdevējs ir atbildīgs par patērētājiem nodarītajiem zaudējumiem tiktāl, ciktāl tās rīcībai ir iespējams pierādīt cēlonisko sakarību ar patērētājam radītajiem zaudējumiem.

Līguma noteikumi, kas nosaka (kolektīvās iepirkšanās situācija): *Kuponu pārdevējs ir tiesīgs jebkurā laikā pēc saviem ieskatiem mainīt šos noteikumus un šīs izmaiņas stājas spēkā ar brīdi, kad tās ir publicētas Portālā.* Minētais noteikums, paredzot kuponu pārdevēja vienpusējas tiesības jebkurā laikā pēc saviem ieskatiem grozīt distances līguma noteikumus, attiecībā pret patērētājiem, kuru iepriekš noslēgto līgumu izpilde vēl nav pilnībā pabeigta, saskaņā ar Civillikuma 1587. un 1427.pantu, kā arī PTAL 5.panta otrās daļas 1.punktu, 6.panta pirmo daļu, trešās daļas 1.un 12.punktu ir uzskatāms par netaisnīgu.

Līguma noteikumi, kuri paredz (kolektīvās iepirkšanās situācija): *Visa atbildība par Piedāvājuma nosacījumu izpildi, kā arī produktu kvalitāti un norādītiem pakalpojumiem gulstas uz Preces pārdevēju/Pakalpojuma sniedzēju, kas nodrošina un/vai pārdod preces un/vai pakalpojumus. Izmantojot jebkuru Portāla pakalpojumu, Pircējam ir nepieciešams patstāvīgi un laicīgi pārbaudīt visas sniegtās informācijas un/vai pakalpojumu aktualitāti, precizitāti un efektivitāti. Portāls nav atbildīgs par produktu un/vai firmas pakalpojumu, kas ir Portālā, kvalitāti. Portāls negarantē lietošanas kvalitāti, drošību un iespējas, kā arī garantijas uz citu produktu vai firmu īpašībām. Portāls nenes atbildību par produktu un/vai firmas, kas ir publicēti Portālā,*

pakalpojumu lietošanu. Atbildība par produktu izmantošanu un/vai firmas pakalpojumiem balstās uz Pircēju.

Minētie līguma noteikumi ir uzskatāmi par netaisnīgiem, jo saskaņā ar PTAL 5.panta otrās daļas 1. un 5.punktu un 6.panta trešās daļas 1.punktu patērētājs tiek nostādīts neizdevīgā stāvoklī un šāda rīcība ir atzīstama par pretrunā esošu ar tiesiskās vienlīdzības principu un labticīguma prasībām.

Kuponu pārdevējam ir pienākums kontrolēt un vērtēt informācijas atbilstības prasības tiktāl, ciktāl, ņemot vērā profesionālās rūpības prasības, to ir iespējams izdarīt. Kuponu pārdevējam vietnē būtu jānodrošina tikai tādu piedāvājumu izvietošana, kuros ir iekļauta normatīvajiem aktiem atbilstoša informācija un kas ir pietiekoša, lai patērētāji varētu identificēt preču pārdevējus, pakalpojumu sniedzējus, varētu uzzināt galvenās preces vai pakalpojuma īpašības, varētu saņemt patiesībai atbilstošu informāciju par preču vai pakalpojumu cenām un priekšrocībām, kas tiek iegūtas, iegādājoties kuponu. Attiecīgā informācija ietekmē vai var ietekmēt patērētāju ekonomisko rīcību, un kuponu pārdevējs ir atbildīgs par šādas informācijas patiesumu un pietiekamību.

Līguma noteikumi, kas nosaka (kolektīvās iepirkšanās situācija): *Kuponu pārdevējs ir tiesīgs pagarināt Akcijas laiku un/vai piedāvāt Akcijas ietvaros papildus Preču un/vai Pakalpojuma vienības, par to iepriekš nebrīdinot Klientu.*

Šāds līguma noteikums ir atzīstams par netaisnīgu un pretrunā esošu ar līgumslēdzēju tiesiskās vienlīdzības principu, ņemot vērā PTAL 5.panta otrās daļas 5.punktu un 6.panta trešās daļas 1.punktu, jo vienpusēju līguma noteikumu maiņas un attiecīgas informācijas par to nesaņemšanas gadījumā patērētājs tiek nostādīts neizdevīgā stāvoklī un attiecīgā kuponu pārdevēja rīcība neatbilst profesionālās rūpības prasībām un labas ticības principam.

Vienlaikus no norādītā līguma noteikuma izriet, ka kuponu pārdevējs saskaņā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu pieļauj patērētāju maldināšanu attiecībā uz piedāvājuma patieso darbības laiku un piedāvājumā iekļauto preču/pakalpojumu daudzumu (piemēram, maldināti var tikt tie patērētāji, kuri paļāvušies, ka akcija beigsies sākotnēji norādītajā termiņā un tā ietekmē pieņēmuši vienu vai vairākus ekonomiska rakstura lēmumus), tādējādi neievērojot NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikto negodīgas (maldinošas) komercprakses aizliegumu.

4. KOMPLEKSO TŪRISMA PAKALPOJUMU PIEDĀVĀŠANA UN PĀRDOŠANA

Ņemot vērā komplekso tūrisma pakalpojumu specifiku un speciālo normatīvo regulējumu, komercprakses īstenotājam, piedāvājot patērētājiem kompleksos tūrisma pakalpojumus, komercprakses īstenotājam ir jāņem vērā vairākas būtiskas prasības, kas attiecas uz:

- aģenta atbildību;
- pakalpojuma cenas norādīšanu;
- informāciju par komplekso tūrisma pakalpojumu/ kompleksā tūrisma pakalpojuma piedāvājuma aprakstu;
- līgumu par kompleksā tūrisma pakalpojuma saņemšanu.

➤ 4.1. Aģenta atbildība

Saskaņā ar Tūrisma likumu^[1] *tūrisma aģents* ir komersants vai saimnieciskās darbības veicējs, kas tūrisma operatora vārdā uz pilnvarojuma vai cita civiltiesiska līguma pamata piedāvā vai pārdod tūrisma operatora sagatavotos tūrisma pakalpojumus. Izšķirošs kritērijs ir fakts, kā un ar ko tiek noslēgts līgums par tūrisma pakalpojuma iegādi un kam patērētājs maksā par tūrisma pakalpojumu. Ja līgums par tūrisma pakalpojuma sniegšanu starp patērētāju un tūrisma pakalpojuma sniedzēju tiek noslēgts, izmantojot kolektīvās iepirkšanās tīmekļvietni un maksu par kuponu saņem platformas uzturētājs, tad uzskatāms, ka kolektīvās iepirkšanās platformas uzturētājs darbojas kā aģents, līdz ar ko uz viņu attiecas *Tūrisma likuma* 16.panta (1¹) daļas noteiktās prasības par to, ka tūrisma aģents drīkst piedāvāt vai pārdot tikai tādu kompleksu tūrisma pakalpojumu, kas ir nodrošināts ar klientu iemaksātās naudas drošības garantiju.

➤ 4.2. Pakalpojuma cenas norādīšana

Cena ir būtiska informācija, kas tīmekļvietnē jānorāda, jau piedāvājot patērētājam iegādāties komplekso tūrisma pakalpojumu. Cena ir jānorāda tā, lai patērētājam būtu pilnīgi skaidrs, *kāda ir kompleksā tūrisma pakalpojuma cena un kādas ir cenas par tūrisma operatora papildus piedāvātajiem pakalpojumiem*, piemēram, ekskursijas pēc patērētāja izvēles, papildus vieta autobusā vai viesnīcas numuriņā. Cenrādim par izvēles pakalpojumiem, ko tūrisma operators piedāvās kompleksā tūrisma pakalpojuma sniegšanas laikā, jābūt brīvi pieejamam, jau piedāvājot iegādāties komplekso tūrisma pakalpojumu.

Obligātie maksājumi

Tīmekļvietnēm, tūrisma aģentiem un tūrisma operatoriem jāsniedz patērētājam pilnīga un patiesa informācija par kompleksā tūrisma pakalpojuma un izvēles papildpakalpojumu cenām, ņemot vērā, ka *cenā jābūt ietvertiem visiem obligātajiem maksājumiem*, piemēram, bet ne tikai, pievienotās vērtības nodoklim un citiem nodokļiem, nodevām par iebraukšanu atsevišķās pilsētās, nodevām par maksas ceļiem, maksai par obligātajām ekskursijām.

[1] Tūrisma likuma 1.panta 14.punkts

Piemērs: Maldinoša gala cenas norāde, jo kompleksā tūrisma pakalpojuma cenā nav iekļautas obligātās ekskursijas (4) un par norādīto cenu piedāvājumu nav iespējams izmantot.

Atlaides norādīšana

Ja piedāvā komplekso tūrisma pakalpojumu ar atlaidi, tad patērētājiem adresētajā piedāvājumā jānorāda attiecīgā kompleksā tūrisma pakalpojuma sākotnējā cena (tūrisma operatora piedāvātā konkrētā pakalpojuma parastā cena bez atlaides) un cena pēc tās pazemināšanas. Atšķirīgu tūrisma operatoru un / vai pēc kvalitātes vai piedāvājuma sezonas atšķirīgi kompleksie tūrisma pakalpojumi, lai arī ar vienādu ceļojuma galamērķi nav savstarpēji pielīdzināmi un tādēļ viena piedāvājuma cena nav izmantojama par atšķirīga piedāvājuma sākotnējo cenu. Proti, konkrētā tūrisma operatora piedāvātajai cenai bez atlaides ir jābūt reālai, eksistējošai un pierādāmai. Gadījumā, ja sākotnējā cena nav identificējama (pierādāma), kolektīvās iepirkšanās tīmekļvietnei, tūrisma aģentam un tūrisma operatoram nav atļauts lietot vārdus „atlaide”, „pazemināta cena” vai citus līdzīgas nozīmes vārdus vai apzīmējumus, kas varētu maldināt par atlaidi.

Papildu informāciju par atbilstošu cenu norādīšanu, tai skaitā, veidojot dažādus speciālos atlaižu piedāvājumus, skatīt PTAC tīmekļvietnes sadaļā „Komersantiem” → „Vadlīnijas komersantiem” → „Vadlīnijas preču un pakalpojumu cenu norādīšanā”¹.

➤ 4.3. Informācija par komplekso tūrisma pakalpojumu/ kompleksā tūrisma pakalpojuma piedāvājuma apraksts

Veidojot patērētājiem adresētus komerciālos piedāvājumus, komercprakses īstenotājiem ir pienākums nodrošināt, ka sniegtā informācija ir pietiekoša, patiesa un sniegta atbilstošā veidā. Papildus minētajam uz komplekso tūrisma pakalpojumu jomu attiecināmi 2010.gada 13.aprīļa Ministru kabineta noteikumi Nr.353 „Noteikumi par tūrisma operatora, tūrisma aģenta un klienta tiesībām un pienākumiem, kompleksa tūrisma pakalpojuma sagatavošanas un īstenošanas kārtību, klientam sniedzamo informāciju un naudas drošības garantijas iemaksas kārtību” (turpmāk – Noteikumi

¹ <http://www.ptac.gov.lv/> sadaļa „Komersantiem” – „Vadlīnijas komersantiem” – Vadlīnijas preču un pakalpojumu cenu norādīšanā - http://www.ptac.gov.lv/sites/default/files/nr_21_0.pdf

Nr.353), kur norādītas specifiskas informācijas sniegšanas prasības pirms līguma noslēgšanas.

Svarīgi pirms katra kompleksā tūrisma pakalpojuma piedāvājuma ievietošanas tīmekļvietnē pārliecināties, vai attiecīgais tūrisma aģents vai tūrisma operators ir reģistrējies Ekonomikas ministrijas pārziņā esošajā Tūrisma aģentu un tūrisma operatoru datubāzē (TATO), kā arī, vai tūrisma operators ir nodrošinājis pietiekamu klienta iemaksātās naudas drošības garantiju, par ko izdarīta atzīme TATO¹. Par minētās informācijas esamību informējams patērētājs.

Noteikumu Nr.353 11.punktā uzskaitīta pakalpojumu programmā rakstiski norādāmā informācija. Ja klientam tiek sniegta pakalpojumu programma, tās apraksts ir līguma neatņemama sastāvdaļa (Noteikumu Nr.353 18.punkts). Pakalpojumu programma ir saistoša tūrisma operatoram un tūrisma aģentam, izņemot gadījumus, ja: 1) klients pirms līguma noslēgšanas ir rakstiski brīdināts par izmaiņām pakalpojumu programmā un šīs izmaiņas ir nepārprotami iekļautas programmā; 2) izmaiņas pakalpojumu programmā tiek izdarītas saskaņā ar rakstisku vienošanos starp līgumslēdzējam pusēm (Noteikumu Nr.353 12.punkts).

Piedāvājumam pievienotās bildes/foto nedrīkst radīt maldinošu priekšstatu par pakalpojumu (proti, gadījumos, ja attēlus pievieno kolektīvās iepirkšanās tīmekļvietne, nepieciešams saskaņot tās ar tūrisma aģentu vai operatoru).

Svarīgi, lai patērētājs netiktu maldināts par to, kas ietilpst piedāvātajā pakalpojumā. Nav pieļaujams pie iespējamajiem papildu izdevumiem norādīt obligātos maksājumus, tiem jābūt iekļautiem jau cenā. Pakalpojuma aprakstā jānorāda pilnīga un patiesa informācija par tūrisma pakalpojumā ietilpstošajiem pakalpojumiem, piemēram:

- vai pakalpojums ietver gan viesnīcu, gan braucienu uz konkrēto valsti, vai arī tikai, piemēram, viesnīcu;
- vai tiek piedāvāts iegādāties tūrisma pakalpojumu vai arī iegādāties atlaidi;
- vai pakalpojumā ietilpst norādītās ekskursijas vai citi izbraucieni, vai arī tos ir iespējams iegādāties papildus.

Piemērs: Maldinoši būtu norādīt piedāvājuma nosaukumā: «Šokolādes muzejs ar degustāciju», ja pakalpojuma aprakstā norādīts, ka ieeja šokolādes muzejā nav iekļauta cenā un ieejas biļete ir jāiegādājas atsevišķi. Tāpat patērētājs varētu tikt maldināts norādot: «Lielā tūre pa Horvātiju 5LVL», ja piedāvājums paredz iegādāties tikai atlaidi.

Papildus minētajam distances tirdzniecības vietnēs būtu lietderīgi norādīt arī informāciju par īpašiem noteikumiem, kas jāņem vērā patērētājiem, kā arī par papildus izdevumiem (kas nav obligātās izmaksas), ar ko patērētājam būtu jāērķinās.

Piemērs: Gadījumā, ja objektīvu iemeslu dēļ nav iespējams norādīt konkrētu papildus izdevumu apmēru (piemēram, ieeja attiecīgajā tūrisma objektā ir atkarīga no kādiem īpašiem apstākļiem), norādīt aptuveno summu, ar kādu varētu būt jāērķinās.

Tādējādi svarīgi, lai patērētājam tiktu nodrošināta iespēja pieņemt lēmumu par pakalpojuma iegādi, balstītu uz pilnīgu, patiesu un pietiekamu informāciju par piedāvāto pakalpojumu, zinot visus nosacījumus, kādi viņam būs saistoši, un šī informācija nedrīkst atšķirties no tās, kādu patērētājs saņemtu, iegādājoties pakalpojumu tūrisma aģenta vai tūrisma operatora birojā.

¹ <http://tato.em.gov.lv/>

➤ 4.4. Līgums par kompleksā tūrisma pakalpojuma saņemšanu

Svarīgi nodrošināt patērētājam iespēju iepazīties ar līguma noteikumiem pirms patērētājs pieņem lēmumu iegādāties pakalpojumu (piemēram, ievietojot tīmekļvietnē attiecīgu tiešsaistes saiti, kuru izmantojot, iespējams atvērt līguma noteikumus, kas būs saistoši patērētājam).

Līgums par kompleksā tūrisma pakalpojuma iegādi ar patērētāju *jānoslēdz rakstveidā* (pieļaujams līgumu noslēgt, izmantojot distances saziņas līdzekļus). Ja līgumu ar patērētāju par kompleksā tūrisma pakalpojuma iegādi slēdz tīmekļvietnē, komercprakses īstenotājam darbojoties kā tūrisma aģentam, līgumā jānorāda, ka tas tiek slēgts konkrēta tūrisma operatora vārdā (pamatojoties uz pilnvarojuma vai cita civiltiesiska līguma pamata). Papildu informācija par komplekso tūrisma pakalpojumu sniegšanu norādīta PTAC tīmekļvietnes sadaļā „*Komersantiem*” → „*Vadlīnijas komersantiem*” → „*Vadlīnijas komplekso tūrisma pakalpojumu sniedzējiem*”¹.

Patērētājam ir svarīgi pirms līguma noslēgšanas saņemt informāciju par visiem līguma noteikumiem, lai viņš var ar tiem iepazīties un pieņemt lēmumu slēgt vai neslēgt attiecīgo līgumu. Tāpat patērētājam ir svarīgi saņemt noslēgtā līguma eksemplāru, lai viņš varētu pārlicināties par sniegtā pakalpojuma atbilstību līguma noteikumiem. Noteikumu Nr.353 39.5.apakšpunkts uzliek patērētājam par pienākumu nodrošināt, ka ceļojuma laikā tam ir pieejams par pakalpojumu sniegšanu noslēgtais līgums, kas kalpo kā saistību pierādījums. Noteikumu Nr.353 16.punktā norādīta līgumā ietveramā informācija.

Atzīmējams, ka saskaņā ar Noteikumu Nr.353 19.punktā noteikto tūrisma operators ir tiesīgs veikt rezervāciju un noslēgt ar klientu līgumu arī pēdējā brīdī pirms pakalpojuma sniegšanas sākuma, ja tas spēj nodrošināt, ka klients pirms līguma noslēgšanas ir informēts par visiem līguma noteikumiem.

¹ <http://www.ptac.gov.lv/> sadaļa „*Komersantiem*” – „*Vadlīnijas komersantiem*” – Vadlīnijas preču un pakalpojumu cenu norādīšanā - http://www.ptac.gov.lv/sites/default/files/nr_21_0.pdf

5. TEHNISKO NOTEIKUMU IZPILDE

Saimnieciskās un profesionālās darbības veicējiem, kuri preču un pakalpojumu distances tirdzniecībai izmanto tiešsaistes vidi, papildus iepriekš minētajam atbilstoši pienācīgai profesionālajai rūpībai ir jāņem vērā vairākas būtiskas prasības, kas attiecas uz:

- tehniskajām prasībām līguma noteikumu saglabāšanas nodrošināšanai;
- tehniskajām prasībām atteikuma veidlapas nodrošināšanai.

➤ 5.1. Tehniskās prasības līguma noteikumu saglabāšanas nodrošināšanai

Saskaņā ar ISPL 7.panta pirmo daļu un otro daļu informācijas sabiedrības pakalpojumu sniedzējiem, tai skaitā tiešsaistes iepirkšanās tīmekļvietņu uzturētājiem (personām, kas ir atbildīgas par šādu tīmekļvietņu izmantošanu saimnieciskās darbības nolūkos), ir pienākums nodrošināt, ka patērētāji var iepazīties ar līguma noteikumiem un tos saglabāt. Savukārt Noteikumi Nr.255 nosaka, ka pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs saprātīgā termiņā pēc līguma noslēgšanas, bet ne vēlāk kā preces piegādes brīdī vai pirms tiek uzsākta pakalpojuma sniegšana, pastāvīgā informācijas nesējā sniedz patērētājiem apstiprinājumu par līguma noslēgšanu, kurā norāda Noteikumu Nr.255 5.punktā minēto informāciju (ja šī informācija nav sniegta patērētājiem pastāvīgā informācijas nesējā jau pirms distances līguma noslēgšanas) un ja attiecināms, arī apstiprinājumu patērētāja skaidrai iepriekš izteiktai piekrišanai un apliecinājumu saskaņā ar Noteikumu Nr.255 22.13.apakšpunktu.

Par līguma noteikumiem ir uzskatāmi gan vispārējie noteikumi, kas attiecas uz interneta vietnes izmantošanu pasūtījumu veikšanai, līguma izpildi, tai skaitā piegādi un pasūtījumu apmaksu, atteikuma tiesībām, garantiju u.tml., gan arī katra individuālā pasūtījuma saturs un individuālie pasūtījuma izpildes noteikumi. Pienākums informēt par līguma noteikumiem – gan vispārējiem, gan individuālajiem – parasti tiek izpildīts, sniedzot attiecīgo informāciju interneta vietnē.

Ņemot vērā ISPL un Noteikumos Nr.255 noteikto, secināms, ka līguma noteikumu saglabāšanas nodrošināšanas pienākums ir izpildīts, ja līguma noteikumus ir iespējams *izdrukāt vai saglabāt cita veida pastāvīgā informācijas nesējā*.

Saskaņā ar PTAL 1.panta 2¹.punktu pastāvīgs informācijas nesējs ir *jebkurš instruments, kas patērētājam dod iespēju uzglabāt viņam personiski adresētu informāciju tā, lai šīs informācijas sniegšanai nepieciešamajā laikposmā nodrošinātu tās pieejamību, izmantošanu un pavairošanu nemainītā veidā*. Savukārt Eiropas Savienības Tiesa¹ ir secinājusi, ka, *ciktāl informācijas nesējs patērētājam ļauj minēto personīgi viņam adresēto informāciju uzglabāt, nodrošina tā saturs atšķirību neesamību, kā arī tā pieejamību atbilstošā laikposmā un sniedz patērētājiem iespēju to reproducēt, neizmainot tā saturu, šis informācijas nesējs minētās tiesību normas izpratnē ir uzskatāms par “pastāvīgu”*.

Līguma noteikumu saglabāšanas iespējas tiek nodrošinātas, ja līguma noteikumus ir iespējams, *piemēram, izdrukāt uz papīra, lejuplādēt vai atvērt saglabājamās elektroniskās datnes veidā .pdf vai citā elektroniskā teksta vai attēla (grafiskajā) datnes formātā, nosūtīt uz patērētāja norādīto elektroniskā pasta adresi*. Turpretī līguma noteikumu saglabāšanas iespējas netiek nodrošinātas, ja tiešsaistes iepirkšanās tīmekļvietnē (platformā) sniegtās informācijas saturu patērētājiem ir

¹ EST 05.07.2012 spriedums lietā Nr.C49/11(Content Services lieta), 43.apsvēruma, www.curia.eu

iespējams izdrukāt vai saglabāt, izmantojot tikai, piemēram, interneta pārlūkprogrammas izdrukas vai ekrānšāviņu [*PrintScreen*] iespējas.

Tiesību normās ir iekļauts pienākums pārdevējiem un pakalpojumu sniedzējiem veikt noteiktas darbības, proti, aktīvi rīkoties, lai „*nodrošinātu*” līguma noteikumu saglabāšanu un „*sniegtu*” attiecīgo informāciju saglabājamā veidā. Līdz ar to pārdevējiem un pakalpojumu sniedzējiem tiešsaistes iepirkšanās interneta vietnē vai saziņā ar patērētāju ir pienākums nodrošināt iespējas, kas konkrēti ir vērstas uz līguma noteikumu saglabāšanas nodrošināšanu, piemēram, interneta vietnē izveidojot kontrolpogu ar nosaukumu „*izdrukāt līguma noteikumus*”, „*saglabāt līguma noteikumus*” vai tml. un piesaistot tai attiecīgās informācijas saglabāšanas vai lejuplādēšanas funkciju, kas tiek izpildīta, aktivizējot iepriekš minēto kontrolpogu.

Papildus minētajam norādāms, ka, ņemot vērā tiešsaistes tehnoloģiju attīstības iespējas, kā arī Eiropas Savienības Tiesas norādīto, līguma noteikumu saglabāšanas iespēju nodrošināšanas pienākums var tikt izpildīts, izmantojot arī tā saucamās „*progresīvas vietnes*” [*„sophisticated websites”*] iespējas, kas atšķirībā no „*parastajām vietnēm*” [*„ordinary websites”*] var tikt uzskatītas par pastāvīgu informācijas nesēju, ja vien tajā tiek nodrošināta pastāvīgajam informācijas nesējam atbilstošo kritēriju izpilde. Tajā pašā laikā Eiropas Savienības Tiesa ir secinājusi, ka *pārdevēja interneta vietne, kurā patērētājam netiek nodrošināta iespēja uzglabāt viņam personīgi adresēto informāciju tādā veidā, ka viņš tai var piekļūt un reproducēt to, neizmainot tās saturu, atbilstošā laikposmā, izslēdzot jebkādu vienpusēju satura izmaiņu veikšanu no pārdevēja puses, nav uzskatāma par pastāvīgo informācijas nesēju.*¹

➤ 5.2. Tehniskās prasības atteikuma veidlapas nodrošināšanai

Saskaņā ar Noteikumu Nr.255 17.punktu pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs saprātīgā termiņā pēc distances līguma noslēgšanas, bet ne vēlāk kā preces piegādes brīdī vai pirms tiek uzsākta pakalpojuma sniegšana, pastāvīgā informācijas nesējā sniedz patērētājam šo noteikumu pielikuma B daļā iekļauto atteikuma veidlapu (skaidrojumu par atteikuma tiesībām skatīt šo vadlīniju 2.5.apakšpunktā). No minētās tiesību normas izriet, ka pārdevējiem un pakalpojumu sniedzējiem, kas savu produktu tirdzniecībai patērētājiem izmanto interneta vietnes, *ir pienākums veikt aktīvas darbības, nodrošinot patērētājam rakstveida atteikuma veidlapu ikvienā gadījumā, kad ar patērētāju ir noslēgts distances līgums par tādas preces vai pakalpojuma pasūtīšanu, uz kuru ir attiecināmas patērētāja atteikuma tiesības.*

Kolektīvās iepirkšanās gadījumā, ņemot vērā tiešsaistes kolektīvās iepirkšanās biznesa modeļa īpatnības, daudzos gadījumos kupona vai līdzīga kolektīvās iepirkšanās instrumenta iegāde tiešsaistes iepirkšanās vietnē ir tik cieši saistīta ar konkrēta produkta (preces vai pakalpojuma) pasūtīšanas piedāvājumu, ka kupona iegāde vienlaicīgi ir uzskatāma arī par attiecīgā produkta pasūtīšanu (iegādi). Šādās situācijās ar patērētājiem tiek slēgts gan distances līgums par kupona iegādi, gan arī distances līgums par tādas preces vai pakalpojuma pasūtīšanu, kura saņemšanas tiesības apliecina iegādātais kupons. Šādos gadījumos patērētāji, izmantojot atteikuma tiesības, ir tiesīgi atteikties gan no iegādātā kupona, gan arī no preces vai pakalpojuma, kas saņemts apmaiņā pret iegādāto kuponu. Līdz ar to patērētājiem ir jānodrošina gan *atteikuma veidlapa, kas izmantojama, atsakoties no kupona, gan arī atteikuma veidlapa, kas*

¹ EST 05.07.2012 spriedums lietā Nr.C49/11 (*Content Services* lieta), 46. un 50.apsvērums, www.curia.eu

izmantojama, atsakoties no preces vai pakalpojuma, kas saņemts ar kupona starpniecību.

Par elektroniskās komercijas videi atbilstošu atteikuma veidlapas nodrošināšanas pienākuma izpildi ir uzskatāma atteikuma veidlapas nodrošināšana noteiktā formā, proti, *izdrukātā veidā vai piedāvājot un nodrošinot tās saglabāšanu citā pastāvīgā informācijas nesējā*¹. Uz atteikuma veidlapas formas ievērošanu, pirmkārt, ir attiecināmās tādas pašas prasības kā attiecībā uz līguma noteikumu saglabāšanas iespēju nodrošināšanu, taču papildus minētajam pārdevēji un pakalpojumu sniedzēji patērētājiem var piedāvāt arī citas atteikuma veidlapas aizpildīšanas un iesniegšanas iespējas, piemēram, tiešsaistes atteikuma aizpildīšanas un nosūtīšanas formas. Būtiski ir ņemt vērā to, ka atteikuma veidlapas sniegšana pastāvīgā informācijas nesējā ir obligāta jebkurā situācijā, bet citi atteikuma aizpildīšanas un nosūtīšanas līdzekļi ir tikai papildu iespējas, kuras var tikt piedāvātas patērētājiem.

Pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs ir tiesīgs nodrošināt patērētājam iespēju pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja interneta vietnē elektroniskā veidā aizpildīt un iesniegt atteikuma veidlapu vai paziņojumu par atteikuma tiesību izmantošanu. Šādā gadījumā pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs, izmantojot pastāvīgu informācijas nesēju (tai skaitā elektronisko pastu), *nekavējoties paziņo patērētājam par atteikuma saņemšanu*.

➤ 5.3. Pasūtījuma „pogas” noformēšana

Pārdevējam vai pakalpojumu sniedzējam ir pienākums nodrošināt, ka patērētājs, veicot pasūtījumu, sniedz skaidru apliecinājumu tam, ka „*pasūtījums ietver pienākumu veikt samaksu*”. Ja, veicot pasūtījumu, patērētājam ir jānospiež „poga” vai jāveic cita līdzīga darbība, to apzīmē viegli saprotamā veidā ar vārdiem „*pasūtījums ar pienākumu maksāt*” vai izmantojot „*citu līdzīga veida nepārprotamu norādi par patērētāja pienākumu veikt samaksu*”.²

Minētās prasības tiktu izpildītas, piemēram, ja pasūtījuma pabeigšanas „poga” tiktu noformēta ar uzrakstu „*Pirkt*” vai, piemēram, ja pie esošās pasūtījuma pabeigšanas „pogas”, kura apzīmēta ar norādi „*Apstiprināt pirkumu*” tiktu iekļauta norāde „*Nospiežot „Apstiprināt pirkumu”, Jūs uzņematies pienākumu veikt samaksu par veikto pasūtījumu*”.

Svarīgi! Ja pārdevējs neievēro iepriekš norādīto prasību, līgums vai pasūtījums nav saistošs patērētājam, kā arī konstatējamās pazīmes, kuras norāda uz profesionālajai rūpībai neatbilstošas komercprakses īstenošanu.

¹ Secinājums izriet, ņemot vērā 2011.gada 25.oktobra Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2011/83/ES „*par patērētāju tiesībām un ar ko groza Padomes Direktīvu 93/13/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 1999/44/EK un atceļ Padomes Direktīvu 85/577/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 97/7/EK*” (Patērētāju tiesību direktīva) noteikumus (it īpaši 6.panta pirmo daļu un 8.panta 7.daļu), kuru piemērošanu Eiropas Savienības dalībvalstīm ir jānodrošina no 2014.gada 13.jūnija.

² Noteikumu Nr.255 13.punkts.

6. SPECIĀLĀS PRASĪBAS KOLEKTĪVĀS IEPIRKŠANĀS JOMĀ

Īstenojot godīgu, tostarp profesionālajai rūpībai atbilstošu komercpraksi kolektīvās iepirkšanās jomā, ir jāievēro arī citas speciālās prasības, proti:

- prasības, kas saistītas ar pārdevēju un pakalpojumu sniedzēju atbilstības kontroli;
- prasības kuponu skaita samērojamības ar preces pārdevēja/pakalpojuma sniedzēju iespējām nodrošināšanai;
- prasības darījumu apliecinājošu dokumentu izsniegšanai.

Saistībā ar kolektīvo iepirkšanos ir svarīgi vērst uzmanību uz to, ka, ņemot vērā kolektīvās iepirkšanās tīmekļvietņu aktīvo lomu piedāvājumu veidošanā un optimizēšanā, kā arī distances līgumu slēgšanā, kuponu pārdevējs kā komercprakses īstenotājs nav tiesīgs pilnībā norobežoties no patērētāju sūdzībām saistībā ar pārdotajām precēm un sniegtajiem pakalpojumiem – arī gadījumos, ja preces pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs nereaģē uz patērētāja sūdzību, patērētājs nevar saņemt iegādāto preci u.tml. gadījumos. Kuponu pārdevējam iespēju robežās ir jāiesaistās patērētāju sūdzību risināšanā, tai skaitā attiecībā uz piedāvāto preču/pakalpojumu izmantošanu (piemēram, ja prece ir neatbilstoša līguma noteikumiem, patērētājam nav bijis iespējams izmantot piedāvāto pakalpojumu no patērētāja neatkarīgu apstākļu dēļ u.tml.). Kuponu pārdevējam būtu jāpalīdz patērētājam kontaktēties ar preces pārdevēju vai pakalpojuma sniedzēju, jāsniedz nepieciešamā informācija, kā arī iespējamības gadījumā jāatmaksā patērētāja veiktā samaksa, ja nav bijis iespējams saņemt preci vai pakalpojumu no patērētāja neatkarīgu iemeslu dēļ (izņemot nepārvaramas varas apstākļus).

➤ 6.1. Pārdevēju un pakalpojumu sniedzēju atbilstības kontrole

Tā kā komercprakses īstenotāju profesionālās rūpības ietvaros ietilpst kolektīvās iepirkšanās vietnēs izvietoto piedāvājumu kvalitātes uzraudzība un kontrole, ir jāveic aktīvas darbības, lai pārbaudītu vietnēs ievietoto vai izvietošanai paredzēto piedāvājumu atbilstību normatīvo aktu prasībām un patērētāju likumīgajām un līgumiskajām interesēm. Līdz ar to *kuponu pārdevējiem būtu pienākums:*

- Pārlicināties par šajās vietnēs izvietošanai paredzēto *piedāvājumu patiesumu*, tai skaitā piedāvātā produkta apraksta un cenas patiesumu;

Piemērs: Kuponu pārdevējam ir pienākums pārbaudīt, vai piedāvātās preces vai pakalpojuma aprakstā ir sniegta visa patērētājiem būtiskā informācija un vai norādītā preces/pakalpojuma cena ir patiesa, nepieciešamības gadījumā pieprasot pierādījumus no attiecīgā pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja.

- Pārlicināties par *informācijas par pārdevēju un pakalpojumu sniedzēju identitāti*, tas ir, nosaukumu, reģistrācijas numuru un juridisko adresi;

Piemērs: Kuponu pārdevējam jāpieprasa attiecīgajām personām informācija, kas nepieciešama, lai informētu patērētāju par preces pārdevēju vai pakalpojuma sniedzēju, kā arī kuponu pārdevējs var izmantot publiski pieejamās datu bāzes, piemēram, Lursoft.

- Pārlicināties par pārdevēju un pakalpojumu sniedzēju *maksātspēju un spēju pildīt ar patērētājiem uzņemtās saistības*:

Kuponu pārdevējam pirms piedāvājuma ievietošanas vietnē ir nepieciešams pārbaudīt, vai attiecībā uz preces pārdevēju vai pakalpojuma sniedzēju nav ierosināta maksātspējas lieta – šādā gadījumā preču pārdošana vai pakalpojumu sniegšana patērētājiem ar kuponu starpniecību nav pieļaujama.

Arī gadījumā, ja kāda pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja reputācija pamatotu iemeslu dēļ ir zema (piemēram, tirgotājs nav pildījis patērētāju likumīgās un līgumiskās saistības, sistemātiski patērētājiem piedāvātas līguma noteikumiem neatbilstošas preces u.tml.), tad kuponu pārdevējam pirms piedāvājumu izteikšanas ir jāpārlicinās, ka attiecīgais pārdevējs/pakalpojuma sniedzējs spēs pildīt saistības pret patērētājiem, piemēram, izvērtējot veiktos pasākumus problēmu risināšanai.

- Sekot līdzi, ņemt vērā un palīdzēt *risināt patērētāju sūdzības*, kas saistītas ar patērētāju iebildumiem pret preču pārdevējiem un pakalpojumu sniedzējiem par patērētāju likumīgo un līgumisko prasību izpildi;

Tā kā kupona pārdevējs kā komercprakses īstenotājs nedrīkst pilnībā norobežot savu atbildību no tirdzniecības tīmekļvietnē sniegtajiem piedāvājumiem, tam iespēju robežās atbilstoši profesionālās rūpības prasībām gadījumos, ja preces pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs nereaģē uz patērētāja sūdzību, patērētājs nevar saņemt iegādāto preci u.tml., ir jāiesaistās patērētāju sūdzību risināšanā attiecībā uz piedāvāto preču/pakalpojumu izmantošanu.

Piemērs: Gadījumā, ja patērētājam ir sūdzība par līguma noteikumiem neatbilstošu preci, kuponu pārdevējam būtu jāpalīdz viņam sakontaktēties ar preces pārdevēju un iespēju robežās jāsniedz patērētājam nepieciešamā informācija. Savukārt, ja patērētājam nav bijis iespējams saņemt preci vai pakalpojumu no patērētāja neatkarīgu iemeslu dēļ (izņemot nepārvaramu varu), kuponu pārdevējam būtu jāveic visi iespējamie pasākumi, lai patērētājs saņemtu atpakaļ par preci vai pakalpojumu veikto samaksu.

➤ 6.2. Prasības kuponu skaita samērojamības nodrošināšanai

Kolektīvās iepirkšanās tīmekļvietnes uzturētājam ir pienākums pārlicināties, vai piedāvāto kuponu skaits ir samērojams ar pārdevēja/pakalpojuma sniedzēja iespējām – respektīvi, ir nepieciešams pārbaudīt, vai pārdevējs/pakalpojuma sniedzējs varēs nodrošināt preces/pakalpojuma pieejamību attiecīgajam piedāvātajam patērētāju lokam un varēs to nodrošināt norādītajā laikposmā. Turklāt šādā gadījumā būtu jāņem vērā preces vai pakalpojuma raksturs, patērētāju preču pirkšanas un pakalpojumu izmantošanas ieradumi, kā arī sezona un citi apstākļi.

Piemērs 1: Ja vietnē ir piedāvāti 50 kuponi frizētavas pakalpojuma saņemšanai un šie kuponi ir jāizmanto 10 dienu laikā, tad kuponu pārdevējam vajadzētu pārlicināties, vai attiecīgais pakalpojuma sniedzējs spēs nodrošināt pakalpojuma pieejamību noteiktajā laikposmā visiem potenciālajiem kuponu izmantotājiem.

Piemērs 2: Piedāvājot kuponu slēpošanas pakalpojumu izmantošanai martā, kuponu pārdevējam ir jābūt pārlicinātam, ka patērētājs to varēs izmantot, ja kupona derīguma termiņš ir viens mēnesis.

➤ 6.3. Prasības darījumu apliecināšanu dokumentu izsniegšanai

Par iegādāto preci vai saņemto pakalpojumu patērētājam ir tiesības saņemt darījumu apliecināšanu dokumentu. Saskaņā ar PTAL¹ darījumu apliecināšanu dokumenta neizsniegšana ir patērētāja tiesību pārkāpums.

Līdz ar to arī gadījumā, ja patērētājs ir iegādājies preci vai pakalpojumu ar kupona starpniecību *pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja pienākums ir izsniegt patērētājam darījumu apliecināšanu dokumentu*. Šā pienākuma izpilde ir būtiska patērētāja tiesību aizsardzībai un viņa tiesību izmantošanai (piemēram, ja patērētājs vēlas izmantot atteikuma tiesības vai iesniegt prasījuma pieteikumu sakarā ar līguma noteikumiem neatbilstošu preci vai pakalpojumu).

Attiecībā uz darījumu apliecināšanu dokumentu izsniegšanu par kolektīvo iepirkumu portālos iegādātajiem kuponiem, pamatojoties uz kuriem tiek saņemts pakalpojums vai iegādāta prece par attiecīgu vērtību, nodokļu jomu regulējošie normatīvie akti nosaka turpmāk minēto.

Saskaņā ar Ministru kabineta 2014.gada 11.februāra noteikumu Nr.96 „Nodokļu un citu maksājumu reģistrēšanas elektronisko ierīču un iekārtu lietošanas kārtība” 3. un 38.punktu, lai nodrošinātu nodokļu un citu maksājumu reģistrāciju, par darījumiem saņemto samaksu skaidrā naudā, ar maksājumu kartēm vai citiem maksājuma apliecinājumiem (dāvanu kartes, čeki, taloni un tamlīdzīgi apliecinājumi par to, ka tiek veikts norēķins par darījumu) nodokļu maksātāji reģistrē, izmantojot kases aparātus, izdrukā un izsniedz darījuma partnerim vai klientam kases čeku. Līdz ar to pakalpojuma sniedzējam vai preču pārdevējam, saņemot no pircēja kolektīvo iepirkumu portālā iegādāto kuponu, darījuma summa jāreģistrē kases aparātā, jāizdrukā un jāizsniedz pircējam darījumu apliecinātais dokuments – kases čeks. Ja pakalpojuma sniedzējs vai preču pārdevējs Ministru kabineta 2014.gada 11.februāra noteikumu Nr.96 „Nodokļu un citu maksājumu reģistrēšanas elektronisko ierīču un iekārtu lietošanas kārtība” norādītajos gadījumos nelieto kases aparātu, pircējam jāizsniedz attiecīgs darījumu apliecinātais dokuments – noformēta un Valsts ieņēmumu dienestā reģistrēta kvīts vai biļete.

Tātad normatīvie akti neparedz, ka pakalpojuma sniedzējs vai preces pārdevējs drīkst neizsniegt darījumu apliecināšanu dokumentu, ja samaksa tiek veikta ar kolektīvās iepirkšanās portālā iegādāto kuponu.

No patērētāju tiesību aizsardzības viedokļa ir būtiski saņemt darījumu apliecināšanu dokumentu, kas apliecinātu ne tikai patērētāja veiktās naudas summas samaksu pārdevējam vai pakalpojuma sniedzējam, bet arī apliecinātu konkrētu preces vai pakalpojuma saņemšanas brīdi. Līdz ar to arī dokuments, kā, piemēram, rēķins, pavadzīme vai tml., kas ļauj identificēt vismaz preci vai pakalpojumu, pārdevēju vai pakalpojuma sniedzēju, cenu, preces vai pakalpojuma saņemšanas brīdi, varētu kalpot kā attiecīgus faktus apliecināšs dokuments.

➤ 6.4. Kupona pārdevēja atbildība par patērētāju veiktajiem maksājumiem

Būtiski ir ņemt vērā, ka kuponu pārdevējs, kurš saņēmis apmaksu par iegādāto kuponu no patērētāja, ir atbildīgs par attiecīgās naudas summas samaksāšanu atbilstošā termiņā un veidā preces pārdevējam vai pakalpojuma sniedzējam. Ja minētais netiek ievērots, tad kupona pārdevējs ir pilnībā atbildīgs par patērētāja samaksātās naudas

¹ PTAL 3.panta 8.punkts.

summas atmaksu patērētājam un patērētājam radītajiem zaudējumiem. Vienlaikus attiecīgā rīcība ir vērtējama kā kupona pārdevēja īstenota negodīga komercprakse.

➤ 6.5. Atteikuma tiesību izmantošana kolektīvās iepirkšanās gadījumos

Kolektīvās iepirkšanās gadījumā, noslēdzot distances līgumu par kupona iegādi, distances līguma veidā tiek noslēgts arī konkrētās preces pirkuma vai konkrētā pakalpojuma pasūtīšanas līgums. Šādās situācijās patērētāji ir tiesīgi izmantot normatīvajos aktos noteiktās atteikuma tiesības gan *attiecībā uz iegādāto kuponu*, gan *arī attiecībā uz iegādāto preci vai pasūtīto pakalpojumu*. Līdz ar to informācijai par atteikuma tiesībām ir jābūt nodrošinātai kolektīvās iepirkšanās portālos, informējot patērētājus par viņu tiesībām 14 dienu laikā atkāpties no noslēgtā distances līguma – gan kupona, gan preces vai pakalpojuma iegādes līguma. Atteikuma tiesību izmantošanas termiņš, patērētājam atsakoties no iegādātā kupona pirms tas ir apmainīts pret attiecīgo preci vai pakalpojumu, ir skaitāms atbilstoši noteikumiem par pakalpojumu sniegšanas līgumu. Proti šādā gadījumā atteikuma tiesību termiņš tiek skaitīts no kupona iegādes dienas.

Atteikuma tiesību izmantošanas termiņš, patērētājam atsakoties no pakalpojuma, kurš pasūtīts, izmantojot kuponu, ir skaitāms no kupona iegādes dienas, proti, no dienas, kad patērētājs, iegādājoties kuponu, ir noslēdzis arī distances līgumu par pakalpojumu sniegšanu.

Atteikuma tiesību izmantošanas termiņš, patērētājam atsakoties no preces, kura iegādāta, izmantojot kuponu, ir skaitāms no attiecīgās preces piegādes dienas (sarežģītāku preču pasūtījumu gadījumos skatīt Noteikumu Nr.255 19.3., 19.4., 19.5.apakšpunkta noteikumus). Minētais attiecas arī uz gadījumiem, kad, izmantojot kuponu, pasūtīts pakalpojums, kurš saistīts ar preces iegādi (gadījums, kad līguma priekšmets ir gan pakalpojuma sniegšana, gan preces iegāde).

Sniedzot normatīvajiem aktiem neatbilstošu informāciju vai to noklusējot, patērētāji tiek maldināti par viņu likumīgo tiesību izmantošanu, tādējādi īstenojot negodīgu komercpraksi. Vienlaikus šāda pārkāpuma gadījumā pārdevējiem vai pakalpojumu sniedzējiem ir jāreķinās ar to, ka patērētājs atteikuma tiesības ir tiesīgs izmantot būtiski ilgākā laika posmā (*viens gads un 14 dienas*)¹, kā arī patērētājs nav atbildīgs par iegādātās preces neatbilstošu lietošanu un preces vērtības zudumu atteikuma tiesību termiņā².

¹ Noteikumu Nr.255 20.un 21.punkts.

² PTAL 12.pant vienpadsmitā daļa.

NOBEIGUMS

Apkopojot vadlīnijās minēto, PTAC īpaši vēlas ieteikt uzņēmējiem zemāk norādīto:

- organizējot distances tirdzniecību tiešsaistes vidē, izvērtēt paredzētās komercprakses, tostarp, izteikto piedāvājumu, ietekmi uz patērētāju un komercprakses atbilstību patērētāju tiesību aizsardzības jomu reglamentējošo normatīvo aktu prasībām, īpaši, ņemot vērā PTAL, NKAL, ISPL un Noteikumus Nr.255;
- ievērot, ka komercprakses izvērtēšanas kritērijs ir vidusmēra patērētājs (vai attiecīgās sabiedrības grupas vidusmēra patērētājs, ja komercprakse adresēta noteiktai sabiedrības grupai), kurš nav speciālists attiecīgajā nozarē, bet ir pietiekoši zinošs, informēts, vērtīgs un piesardzīgs patērētājs (kas neattiecas uz gadījumiem, ja konstatējama maldinoša vai agresīva komercprakse jebkuros apstākļos);
- rūpīgi izvērtēt komercpraksē sniegto apgalvojumu, piedāvājumu aprakstu un cenu, tai skaitā atlaižu, atbilstību un patiesumu, kā arī to, vai nepieciešamības gadījumā personai, kas īstenojusi komercpraksi, būs iespējams pierādīt izmantotās informācijas patiesumu;
- sniegt informāciju vidusmēra patērētājam pieejamā, saprotamā un viegli uztveramā veidā, skaidri un nepārprotami;
- izvērtēt, vai nav noklusēta patērētāja lēmuma pieņemšanai būtiska informācija, īpaši informācija par piedāvātās preces vai pakalpojuma raksturojumu un tā izmantošanas noteikumiem;
- ievērot, ka atsevišķu preču grupu aprakstu saturu reglamentē speciālie normatīvie akti (piemēram, uztura bagātinātāju), un tādējādi šo preču aprakstu atbilstībai pievērst īpašu uzmanību.

PTAC arī aicina izstrādāt labas prakses kodeksu konkrētajā darbības nozarē, savstarpēji sadarbojoties uzņēmējiem un/vai to apvienībām.

Par negodīgas komercprakses īstenošanu ir paredzēta gan administratīvā, gan civiltiesiskā, gan kriminālatbildība. Papildus komplekso tūrisma pakalpojumu sniedzējiem ir noteikta administratīvā atbildība par normatīvajos aktos noteiktās rakstveida informācijas nesniegšanu, tās neiekļaušanu līgumā par komplekso tūrisma pakalpojumu sniegšanu, kā arī par komplekso tūrisma pakalpojumu rakstveida līguma neslēgšanu normatīvajos aktos paredzētajos gadījumos.

Neskaidrību gadījumos komercprakses, līguma noteikumu un e-komercijas uzraudzības jautājumos aicinām vērsties Patērētāju tiesību uzraudzības departamenta Otrajā patērētāju kolektīvo interešu uzraudzības daļā, tālr. 67388626 vai Pirmajā patērētāju kolektīvo interešu uzraudzības daļā, tālr. 67388640 (par kompleksajiem tūrisma pakalpojumiem).