

APSTIPRINU:

Patērētāju tiesību aizsardzības centra

Direktore /paraksts/ B.Vītoliņa

Rīgā, 2013.gada 1.jūlijā

PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS CENTRS



*Vadlīnijas
godīgas komercprakses
īstenošanai kolektīvās iepirkšanās
jomā**

RĪGA

* Šis dokuments nav oficiāla tiesību normu interpretācija, bet ir Patērētāju tiesību aizsardzības centra kā uzraudzības iestādes viedoklis par tiesību normu interpretāciju, izvērtējot komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām

SATURS

IEVADS.....	3
1. NORMATĪVAIS REGULĒJUMS	5
2. BŪTISKĀS INFORMĀCIJAS NODROŠINĀŠANAS PRASĪBAS KOMERCPRAKSĒ	7
2.1. Preces vai pakalpojuma galvenās īpašības (raksturojums)	7
2.2. Informācija par komercprakses īstenotāju.....	7
2.3. Informācija par cenu vai tās aprēķināšanas veidu	8
2.4. Informācija par samaksas, iegādes, līguma izpildes un sūdzību izskatīšanas kārtību	9
2.5. Informācija par atteikuma tiesībām	11
2.6. Prasības, kas informācijas sniegšanai noteiktas citos patērētāju tiesību aizsardzību vai preču pārdošanu un pakalpojumu sniegšanu reglamentējošos normatīvajos aktos.....	11
3. NETAISNĪGI LĪGUMA NOTEIKUMI	13
4. KOMPLEKSIE TŪRISMA PAKALPOJUMI	17
➤ 4.1. Aģenta atbildība	17
4.2. Pakalpojuma cenas norādīšana.....	17
4.3. Informācija par komplekso tūrisma pakalpojumu/ kompleksā tūrisma pakalpojuma piedāvājuma apraksts	18
4.4. Līgums par kompleksā tūrisma pakalpojuma saņemšanu	19
5. TEHNISKO NOTEIKUMU IZPILDE ATBILSTOŠI PROFESIONĀLĀS RŪPĪBAS PRASĪBĀM	20
5.1. Tehniskās prasības līguma noteikumu saglabāšanas nodrošināšanai.....	20
5.2. Tehniskās prasības atteikuma veidlapas nodrošināšanai.....	21
6. CITAS PRASĪBAS	23
6.1. Pārdevēju un pakalpojumu sniedzēju atbilstības kontrole	23
6.2. Prasības kuponu skaita samērojamības ar preces pārdevēja/pakalpojuma sniedzēja iespējām nodrošināšanai	24
6.3. Prasības darījumu apliecinājošu dokumentu izsniegšanai.....	24
NOBEIGUMS.....	26

IEVADS

Līdz ar elektroniskās tirdzniecības strauju attīstību tirgū arvien nozīmīgāka loma ir jaunām tirdzniecības metodēm, tostarp metodēm, kas saistītas ar kolektīvo iepirkšanos un kuponiem. Tādējādi arvien pieaugošs ir interneta mājaslapu skaits, kurās patērētājiem tiek piedāvāts iegādāties dažādas preces un saņemt pakalpojumus ar e-kuponu starpniecību¹.

Patērētājiem šāda veida iepirkšanās šķiet saistoša interesanto un, iespējams, izdevīgo piedāvājumu dēļ (piedāvājumi ar īpašu atlaidi, kas lielākoties ir noteikta 40-90% apmērā). Savukārt, komersantiem šāds biznesa modelis dod iespēju plašam patērētāju lokam, par īpašiem nosacījumiem un īsā laika posmā piedāvāt dažādas preces un pakalpojumus.

Tomēr vienlaikus ir novērojams, ka pieaug patērētāju sūdzības par šāda veida darījumiem². Saskaņā ar Patērētāju tiesību aizsardzības centra (turpmāk – PTAC) mājaslapā veikto aptauju, izzinot viedokli par to, vai patērētāji ir saskārušies ar problēmām, iepērkoties kolektīvās iepirkšanās portālos, patērētāji (kopā uz aptaujas jautājumu atbildējušas 309 personas) 29% gadījumu ir saskārušies ar problēmām, 37% – nav bijušas problēmas, savukārt 34% atbildējuši, ka neizmanto šādus portālus³.

PTAC ir izstrādājis šīs vadlīnijas ar mērķi nodrošināt, ka pārdevēji un pakalpojumu sniedzēji kolektīvās iepirkšanās jomā prastu atbilstoši normatīvo aktu prasībām īstenot komercpraksi, nepārkāpjot negodīgas komercprakses aizliegumu un ievērojot patērētāju tiesības, piedāvājot un piemērojot attiecībā pret patērētājiem līguma noteikumus.

Šajā dokumentā sniegtā informācija palīdzēs komercprakses īstenotājiem kolektīvās iepirkšanās jomā izprast galvenās normatīvo aktu prasības, lai tie savā praksē nepieļautu negodīgas darbības/bezdarbību attiecībā pret patērētājiem, tostarp nepiemērojot netaisnīgus līguma noteikumus. Kolektīvās iepirkšanās joma šajā materiālā ir lietota plašā izpratnē, ar to saprotot arī tirdzniecību ar e-kuponu u.tml. līdzekļu starpniecību.

Vadlīnijas ir paredzētas uzņēmējiem – personām, kas konkrētajā nozarē īsteno komercpraksi pret patērētājiem savā vai citu personu, respektīvi, visām personām, kas ir iesaistītas komercprakses īstenošanas procesā un ir uzskatāmas par komercprakses īstenotājiem.

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, ņemot vērā šo pakalpojumu specifiku.

Šajās vadlīnijās nav aptvertas komercpraktei izvirzāmās vispārējās prasības. Papildu informāciju par komercprakses jēdziena izpratni, negodīgas komercprakses izpausmes veidiem, vidusmēra patērētāja definīciju, citiem būtiskiem komercprakses izvērtēšanas konceptiem, jēdzieniem un prasībām skat. PTAC uzņēmējiem sniegtajā informācijā par

¹ PTAC ir konstatējis apmēram 45 mājaslapas, kurās Latvijas patērētājiem (latviešu valodā) tiek piedāvāti e-kuponi (informācija uz 30.03.2012.). Šāda tendence ir novērojama visā pasaulē, kā to, piemēram, apliecina mājaslapas [groupon.com/de/be\(utt.\)](http://groupon.com/de/be(utt.)) popularitāte.

² PTAC statistikas dati: piemēram, 2012.gadā saņemtas 148 patērētāju sūdzības (iesniegumi), kas ir 7% no kopējā 2012.gadā saņemto patērētāju iesniegumu/sūdzību skaita.

³ Skat. 2012.gadā veiktās aptaujas rezultātus PTAC mājaslapā: <http://www.ptac.gov.lv/page/499#>

negodīgu komercpraksi⁴, par netaisnīgiem līguma noteikumiem⁵, PTAC izstrādātajās vadlīnijās *Vadlīnijas godīgas komercprakses īstenošanai elektronisko sakaru pakalpojumu jomā*⁶, *Vadlīnijas komplekso tūrisma pakalpojumu sniedzējiem*⁷, kā arī Eiropas Komisijas izstrādātajās *Direktīvas 2005/29/EK, kas attiecas uz negodīgu komercpraksi, īstenošanas un piemērošanas vadlīnijās*⁸.

Šis dokuments nav oficiāla tiesību normu interpretācija, bet ir PTAC kā uzraudzības iestādes viedoklis par tiesību normu interpretāciju.

⁴ <http://www.ptac.gov.lv/page/349>

⁵ <http://www.ptac.gov.lv/page/362>

⁶ <http://www.ptac.gov.lv/page/441>

⁷ <http://www.ptac.gov.lv/page/363>

⁸ http://ec.europa.eu/consumers/rights/docs/Guidance_UCP_Directive_lv.pdf

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;
- 2002.gada 28.maija Ministru kabineta noteikumi Nr.207 „**Noteikumi par distances līgumu**”;
- 1999.gada 18.maija Ministru kabineta noteikumi Nr.178 „**Kārtība, kādā norādāmas preču un pakalpojumu cenas**”;
- 2006.gada 1.augusta Ministru kabineta noteikumi Nr.631 „**Kārtība, kādā piesakāms un izskatāms patērētāja prasījums par līguma noteikumiem neatbilstošu precī vai pakalpojumu**”.

Patērētāju tiesību aizsardzības likums (turpmāk – PTAL) nosaka galvenās prasības (sniedzot pamatterminu skaidrojumu, nosakot patērētāju tiesību pārkāpumus, galvenās informācijas par pakalpojumu sniegšanas prasības, netaisnīgu līguma noteikumu regulējumu u.c.), kas jāievēro, lai tiktu nodrošināta iespēja patērētājam īstenot un aizsargāt savas likumīgās tiesības, slēdzot līgumus ar pārdevējiem un pakalpojumu sniedzējiem.

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, 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”) (turpmāk – „Negodīgas komercprakses direktīva 2005/29/EK”).

NKAL mērķis ir nodrošināt 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 pret patērētājiem izmantotai komercpraksi. Tātad NKAL nostiprinātais tiesiskais regulējums attiecināms uz tādu komercpraksi, kura var vai varētu ietekmēt patērētāju rīcību – ja komercprakses īstenotāja īstenotā prakse (darbība, bezdarbība) ir vērsta tikai uz citiem komersantiem, tā nepakļaujas NKAL tiesiskajam regulējumam.

Nemot vērā NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktā noteikto komercprakses īstenotāja definīciju, personas, kas, vērsties pie patērētājiem, tiešsaistes iepirkšanās platformas izmanto savas saimnieciskās vai profesionālās darbības veikšanai, ir uzskatāmas par komercprakses īstenotājiem. Līdz ar to *par komercprakses īstenotājiem ir uzskatāmi gan tiešsaistes iepirkšanās platformu uzturētāji, gan pārdevēji un pakalpojumu sniedzēji, kas šīs vienatnes izmanto savu produktu piedāvāšanai un pārdošanai*. Komercprakses īstenotājiem ir

pienākums ievērot NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikto negodīgas komercprakses aizliegumu, tai skaitā īstenojot NKAL 4.panta otrajā daļā noteikto maldinošo, agresīvo un tādu profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi, kas negatīvi ietekmē vai var negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāja vai to grupas ekonomisko rīcību.

Līdz ar NKAL spēkā stāšanos notikušas ievērojamas izmaiņas reklāmas jomu reglamentējošajos aktos, kā rezultātā Reklāmas likumā esošais maldinošās un salīdzinošās reklāmas regulējums turpmāk attiecas tikai uz uzņēmējiem paredzētām reklāmām, kamēr attiecībā uz patērētājiem īstenoto komercpraksi pilnībā attiecas NKAL nostiprinātais tiesiskais regulējums.⁹ Tomēr pārējās Reklāmas likuma prasības arī turpmāk piemērojamas uz patērētājiem vērstajām reklāmām.

Tā kā kolektīvā iepirkšanās parasti notiek elektroniskā/ tiešsaistes iepirkšanās veidā, tad piemērojamas Informācijas sabiedrības pakalpojumu likuma (turpmāk – ISPL) normas, kā arī 2002.gada 28.maija Ministru kabineta noteikumi Nr.207 „Noteikumi par distances līgumu” (turpmāk – Noteikumi Nr.207), kuru prasības jāievēro, ja preces vai pakalpojumi tiek piedāvāti un līgumi ar patērētājiem tiek noslēgti ar citu distances saziņas līdzekļu starpniecību, piemēram, interneta, mobilo īsziņu u.c. starpniecību.

2006.gada 1.augusta Ministru kabineta noteikumi Nr.631 „Kārtība, kādā piesakāms un izskatāms patērētāja prasījums par līguma noteikumiem neatbilstošu preci vai pakalpojumu” (turpmāk – Noteikumi Nr.631) reglamentē patērētāja prasījuma par līguma noteikumiem neatbilstošu preci vai pakalpojumu pieteikšanas un izskatīšanas kārtību un citus ar to saistītos aspektus.

Augstāk minēto tiesību aktu ievērošanas uzraudzību savas kompetences ietvaros (netaisnīgu līguma noteikumu un negodīgas komercprakses uzraudzības jomā) veic Patērētāju tiesību aizsardzības centrs.

⁹ Arī judikatūrā atzīts, ka jautājumus, kas saistīti ar patērētāju tiesību un ekonomisko interešu aizsardzību, uzņēmējiem (komercprakses īstenošanai) īstenojot komercpraksi, no 2008.gada 1.janvāra risina Negodīgas komercprakses aizlieguma likums. Tādējādi Negodīgas komercprakses aizlieguma likums ir uzskatāms par speciālo likumu attiecībā pret Reklāmas likumu.

Skat. Administratīvās apgabaltiesas 23.08.2010. spriedumu lietā Nr.A42597408, Motīvu daļas 12.punktu; http://www.tiesas.lv/files/AL/2010/08_2010/23_08_2010/AL_2308_apg_AA43-0964-10_3.pdf

2. BŪTISKĀS INFORMĀCIJAS NODROŠINĀŠANAS PRASĪBAS KOMERCPRAKSĒ

Saskaņā ar NKAL noteikto komercprakses īstenotājam ir jāsniedz patērētājiem visa būtiskā informācija, kas vidusmēra patērētājam nepieciešama uz informācijas balstīta lēmuma pieņemšanai. No NKAL 10.panta trešās un ceturtās daļas noteikumiem izriet, ka **par būtisku uzskata šādu informāciju:**

- preces vai pakalpojuma galvenās īpašības;
- komercprakses īstenotāja adrese un identitāte;
- cena vai tās aprēķināšanas veids;
- samaksas, iegādes, līguma izpildes un sūdzības izskatīšanas kārtība;
- atteikuma tiesības;
- prasības, kas informācijas sniegšanai noteiktas citos patērētāju tiesību aizsardzību vai preču pārdošanu un pakalpojumu sniegšanu reglamentējošos normatīvajos aktos.

➤ 2.1. Preces vai pakalpojuma galvenās īpašības (raksturojums)

Komercprakses īstenotājam, sniedzot piedāvājumu, tajā jāietver piedāvātās preces/pakalpojuma apraksts, kurā sniegta informācija par **preces un pakalpojuma galvenajām īpašībām**. Aprakstā ietverama pilnīga un patiesa informācija par attiecīgo preci vai pakalpojumu, kā arī informācija par nosacījumiem preces vai pakalpojuma saņemšanai, ja tādi pastāv.

Aprakstam ir jārada patērētājam priekšstats par konkrēto preci vai pakalpojumu. Iepazīstoties ar to, patērētājam ir jābūt iespējams pieņemt lēmumu par attiecīgā produkta iegādi. Līdz ar to aprakstam nevar būt tikai informatīvs raksturs un tas nedrīkst atšķirties no patiesā preces vai pakalpojuma apraksta, kā arī nedrīkst būt noklusētas preces vai pakalpojuma būtiskās īpašības.

Piemērs 1: Sniedzot elektropreces – MP3/MP4 atskaņotāja – piedāvājumu, patērētājam būtiski ir saņemt informāciju par šādām galvenajām preces īpašībām: 1) displeju (ja tāds ir) – izšķirtspēja, izmērs, veids; 2) savienojamību; 3) atbalstītajiem failu formātiem; 4) frekvences diapazonu, pretestību un skaņas intensitāti (dB); 5) informāciju par ietilpību (MB, GB u.tml.); 6) ekspluatācijas nosacījumiem un citiem tehniskajiem parametriem – barošanas avots, ekspluatācijas temperatūras diapazons, ekspluatācijas vides mitrums, maksimālais ekspluatācijas augstums, gabarīti, svars, izskats (krāsa); 7) valodām; 8) 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.).

➤ 2.2. Informācija par komercprakses īstenotāju

Informācijas pieejamība par komercprakses īstenotāju ir uzskatāma par būtisku informāciju, ņemot vērā to, ka pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs, tostarp kuponu pārdevējs, kas vienlaikus ir arī informācijas sabiedrības pakalpojumu sniedzējs, ir viena no līgumslēdzēju pusēm. Līdz ar to komercprakses īstenotājam ir jāsniedz pilnīga, skaidra un

normatīvajiem aktiem atbilstoša informācija par sevi *kā kuponu pārdevēju*, kā arī, ņemot vērā kolektīvās iepirkšanās portālu specifiku, jāsniedz *arī informācija par piedāvāto preču pārdevējiem un pakalpojumu sniedzējiem*.

Kolektīvās iepirkšanās portālā ir jānodrošina informācija gan par kuponu pārdevēja identitāti un adresi, gan arī piedāvājuma aprakstā jāsniedz informācija par katra konkrētā pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja vārdu, uzvārdu, nosaukumu (firmu), reģistrācijas numuru un juridisko adresi vai deklarēto dzīvesvietu¹⁰.

Turklāt saskaņā ar normatīvajiem aktiem kolektīvās iepirkšanās portālā ir jābūt pieejamai informācijai arī par kuponu pārdevēja *kontaktinformāciju*, kas nodrošina iespēju ātri sazināties tiešā veidā, kā, piemēram, elektroniskā pasta adrese¹¹.

➤ 2.3. Informācija par cenu vai tās aprēķināšanas veidu

Sniedzot piedāvājumu, kurā ietverta preces vai pakalpojuma cena, tai jābūt norādītai atbilstoši normatīvajiem aktiem, tas ir, cena jānorāda ar tajā iekļautiem nodokļiem.

Cenai ir jābūt skaidri norādītai un tā nedrīkst būt maldinoša. Gadījumos, kad cenu nav iespējams iepriekš norādīt (piemēram, attiecībā uz atsevišķiem pakalpojumiem to specifiskas dēļ), ir jāsniedz skaidra informācija par cenas aprēķināšanas veidu patērētājam viegli uztveramā veidā, lai patērētājam būtu iespējams vienkāršā veidā aprēķināt preces vai pakalpojuma cenu.

Ja vienā piedāvājumā ir ietvertas vairākas dažādas, piemēram, komplektējamas preces vai pakalpojumi, un cena mainās atkarībā no preču vai pakalpojumu iegādes skaita/apjoma, tad atbilstoši ir jāsniedz arī informācija par kopējo piedāvājuma cenu, nepieļaujot radīt iespaidu, ka par mazāko cenu ir iespējams iegādāties vairāk/lielāka apjoma preču vai pakalpojumu, ja tas neatbilst patiesībai.

Tā kā kolektīvās iepirkšanās portālā tiek sniegti preču un pakalpojumu piedāvājumi ar pazeminātu cenu/atlaidēm, tad piedāvājumos ir jābūt norādītai gan *sākotnējai/ standarta/ pamata cenai*, gan *cenai, par kādu patērētājs precī, pakalpojumu vai kuponu var iegādāties*.

Atlaižu norādīšana

Sniedzot norādes par piemēroto atlaidi, informācijai ir jābūt korektai, **nemaldinot par piemēroto atlaidi un atlaides apmēru**, pretējā gadījumā konstatējama negodīgas (maldinošas) komercprakses īstenošana.

Sākotnējai cenai, no kuras noteikta atlaide, ir jābūt tai, ko patērētājiem iepriekš piedāvājis konkrētais pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs. Komercprakses īstenošanai ir jāspēj pierādīt, ka prece (pakalpojums) ir iepriekš tikusi piedāvāta un/vai pārdota (pakalpojums sniegts) par konkrēto sākotnējo cenu.

Nav pieļaujams norādīt, ka atlaide ir piemērota no parastās (regulārās) preces vai pakalpojuma cenas, ja tā faktiski ir noteikta no „vidējās tirgus cenas”. Ja vēlas norādīt, ka preces vai pakalpojuma cena ir „vidējā tirgus cena”, tad ir jābūt sniegtai skaidrai un nepārprotamai informācijai par to, kā arī komercprakses īstenošanai ir jāspēj pierādīt, ka ir veikti attiecīgi tirgus pētījumi Latvijā par konkrētās preces vai pakalpojuma „vidējo tirgus cenu”.

Gadījumā, ja prece (pakalpojums) Latvijas tirgū nav tikusi iepriekš piedāvāta un/vai pārdota, nav pieļaujams sniegt informāciju par piedāvājumam piemēroto atlaidi, jo šāda

¹⁰ 2002.gada 28.maija Ministru kabineta noteikumu Nr.207 „Noteikumi par distances līgumu” 2.1.apakšpunkts

¹¹ Informācijas sabiedrības pakalpojumu likuma 4.panta pirmās daļas 2.punkts

prakse ir vērtējama kā negodīga (maldinoša) komercprakse¹² – saņemot maldinošu informāciju par ieguvumu no, piemēram, preces iegādes, patērētājs pieņem vai var pieņemt lēmumu iegādāties preci, kādu viņš nebūtu pieņēmis, ja patērētāja rīcībā būtu patiesa informācija par preces cenu tirgū piedāvājuma izteikšanas brīdī vai arī piedāvājumā vispār netiktu sniegta informācija par ietaupījumu¹³.

Tomēr situācijā, ja prece (pakalpojums) Latvijas tirgū nav tikusi iepriekš piedāvāta un/vai pārdota, ir pieļaujams norādīt, ka konkrētā cena ir, piemēram, iepazīšanās cena. Sniedzot informāciju par iepazīšanās vai tml. cenu, būtu ieteicams norādīt plānoto preces vai pakalpojuma pārdošanas cenu pēc speciālā piedāvājuma beigām. Pārdevējam vai pakalpojuma sniedzējam ir jānodrošina, ka pēc speciālā piedāvājuma precei vai pakalpojumam tiek piemērota cena, kas atšķiras no sākotnēji norādītās iepazīšanās cenas.

Piemērs 1: Maldinoša ir komercprakse, kuras ietvaros piedāvātās atlaides nav pamatotas, jo norādītās preču sākotnējās cenas nav patiesas.

Piemērs 2: Nav pieļaujama tādas komercprakses īstenošana kolektīvās iepirkšanās jomā, kad portālā tiek piedāvāts iegādāties tādas preces ar tām norādītām atlaidēm, kuras Latvijas tirgū nav iepriekš tikušas piedāvātas un/vai pārdotas.

➤ 2.4. Informācija par samaksas, iegādes, līguma izpildes un sūdzību izskatīšanas kārtību

Kolektīvās iepirkšanās portālā 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 patērētājs varētu saņemt/iegādāties kuponu un veikt tā apmaiņu pret preci vai pakalpojumu.

Ir jābūt nodrošinātai skaidrai un patiesai informācijai par kupona piedāvājuma spēkā esamības termiņu.

Kupona piedāvājuma spēkā esamības termiņa pagarināšana (bez noteikta starplaika, piemēram, vairākām dienām/ nedēļām – atkarībā no piedāvātās preces vai pakalpojuma) var tikt vērtēta kā negodīga (maldinoša) komercprakse, jo, automātiski pagarinot piedāvājuma spēkā esamības laiku, var tikt maldināti tie patērētāji, kuri paļāvās uz sākotnēji sniegto informāciju par piedāvājuma termiņu un tādējādi pieņēma tādus lēmumus par pirkumu, kādus pretējā gadījumā nebūtu pieņēmuši.

Piemērs: Nav pieļaujams norādīt, ka akcija ir spēkā tikai 24 stundas, bet uzreiz pēc tam pagarināt termiņu vēl uz 24 stundām.

Ņemot vērā komplekso tūrisma pakalpojumu un pēc analogijas arī tūrisma pakalpojumu, kas tiek sniegti konkrētā laika posmā, proti, tūrisma operators nosaka konkrētu izbraukšanas un atgriešanās datumu, specifiku, attiecībā uz šāda veida pakalpojumiem, ir pieļaujama akcijas piedāvājuma termiņa pagarināšana izņēmuma kārtā, gadījumā, ja līdz sākotnēji noteiktā termiņa beigām nav savākts minimālais braucēju skaits un par sniegtā tūrisma pakalpojuma iespējamo akcijas pagarinājumu un pagarinājuma termiņu patērētāji tiek informēti jau no paša tūrisma pakalpojuma akcijas piedāvājuma sākuma. Akcijas piedāvājumu

¹² Tas izriet arī no Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 21.¹ panta otrās un trešās daļas noteikumiem, saskaņā ar kuriem vārdus "atlaides", "pazeminātas cenas" vai citus līdzīgas nozīmes vārdus, piedāvājot preces vai pakalpojumus, atļauts lietot tikai tad, ja ir ievēroti visi šādi nosacījumi: 1) tas attiecas uz tādas preces pārdošanu vai tāda pakalpojuma sniegšanu, ar kuru pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs pastāvīgi nodarbojas; 2) šāda tirdzniecība notiek ierobežotā laikposmā; 3) cenas ir zemākas nekā attiecīgo preču vai pakalpojumu parastās cenas, kā arī pēc cenu pazemināšanas, atlaižu vai izpārdošanas publiskas izsludināšanas jābūt skaidri norādītai preču un pakalpojumu sākotnējai cenai un cenai pēc pazemināšanas.

¹³ Skat. PTAC 2012.gada 15.novembra lēmumu Nr. E03-PTU-K155-50;

http://www.ptac.gov.lv/upload/ptac_lemumi/2012/ap_pien_rh_market_155.pdf

termiņa pagarināšana uz noteiktu laiku (stundu vai dienu skaitu) var tikt attiecināta tikai uz tūrisma pakalpojumiem un kompleksajiem tūrisma pakalpojumiem, kam jau akcijas piedāvājumā tiek norādīts konkrēts pakalpojuma sniegšanas laiks un kas dalībnieku/braucēju nepietiekama skaita dēļ nenotiks.

Kompleksā tūrisma pakalpojuma vai tūrisma pakalpojuma akcijas piedāvājuma pagarinājumam jābūt ierobežotam laikposmā un pēc šī termiņa notecēšanas akcijas piedāvājuma pagarinājums vairs nav pieļaujams. Jebkurā gadījumā akcijas piedāvājumu termiņa un tā pagarināšanas informācijas pasniegšanas veids patērētājam vērtējams Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma izpratnē, proti, šī informācija jebkādā veidā, tostarp vispārējās pasniegšanas ziņā, nedrīkst maldināt vidusmēra patērētāju.

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

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

Tāpat attiecībā uz izpildes kārtību svarīgs faktors ir līguma izpildes termiņš. Tas ir termiņš, kādā patērētājs ir tiesīgs veikt kupona maiņu pret preci 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, nevis saņems pašu pakalpojumu.

Līguma izpildes kārtībā jāietver arī informācija par kārtību, kādā patērētājam jārikojas 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 nesusniedzot noteikto pirkumu skaitu, darījums nav noticis un patērētājam ir tiesības saņemt atpakaļ par produktu samaksāto naudas summu, kas jāatmaksā patērētājam ne vēlāk kā 30 kalendāra dienu laikā no dienas, kad saņemts patērētāja pasūtījums¹⁴.

Saistībā ar **patērētāju sūdzību izskatīšanas kārtību** jāatzīmē, ka informācijas sniegšana par šo kārtību ir būtiska, jo konkrētajā tirdzniecības veidā tā atšķiras no ierastās kārtības preču iegādes un pakalpojumu saņemšanas gadījumos.

Noteikumi Nr.631¹⁵ nosaka kārtību, kādā piesakāms prasījums par līguma noteikumiem neatbilstošu preci vai pakalpojumu, tomēr, ņemot vērā vietnes kā kolektīvās iepirkšanās portāla īpatnības un ar konkrēto tiešsaistes iepirkšanās veidu saistīto preču un pakalpojumu pasūtīšanas un līgumu izpildes specifiku, kolektīvās iepirkšanās portālos ir jāsniedz informācija par to, kādā veidā (kādā kārtībā) ir risināmi jautājumi par patērētāju sūdzībām, kas ir saistītas ar iegādātajiem kuponiem un noslēgto preču pirkuma un pakalpojumu sniegšanas līgumu pienācīgu izpildi. Šeit jānorāda informācija, kādā veidā (e-pasta vēstule, iesniegums pa pastu vai iesniegts personīgi) un pie kā (kupona pārdevējs, preces

¹⁴ 2002.gada 28.maija Ministru kabineta noteikumu Nr.207 „Noteikumi par distances līgumu” 16.punkts

¹⁵ Ministru kabineta noteikumi Nr.631 „Kārtība, kādā piesakāms un izskatāms patērētāja prasījums par līguma noteikumiem neatbilstošu preci vai pakalpojumu”

pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs) patērētājam ir jāvēršas un kādā laika posmā iesniegums tiks izskatīts (laika posms jānorāda, ja pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs paredz iespēju izskatīt sūdzību kārtībā, ko nereglamentē Noteikumi Nr.631).

Jāvērš uzmanība, ka 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, kupona pārdevējam saprātīgi iespēju robežās atbilstoši profesionālās rūpības prasībām ir jāiesaistās patērētāju sūdzību risināšanā 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.). Līdz ar to šādos gadījumos kuponu pārdevējam būtu jāpalīdz patērētājam sakontaktēties ar preces pārdevēju vai pakalpojuma sniedzēju, jāsniedz iespējamā 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).

➤ 2.5. Informācija par atteikuma tiesībām

Kolektīvās iepirkšanās portālu darbība ir balstīta uz distances līgumu slēgšanu ar patērētājiem, līdz ar to attiecībā uz minētajiem līgumiem ir piemērojamas **atteikuma tiesības** un informācijas sniegšana par šīm tiesībām un to izmantošanu ir būtiska konkrētā veida tiesiskajos darījumos.

Atteikuma tiesības ir patērētāja tiesības noteiktā termiņā vienpusēji atkāpties no līguma (atteikt pasūtījumu), nemaksājot līgumsodu, procentus vai zaudējuma atlīdzību¹⁶.

Patērētājs, realizējot atteikuma tiesības, ir tiesīgs atkāpties no līguma, nenorādot minēto tiesību izmantošanas iemeslu. Vienīgie atteikuma tiesību izmantošanas ierobežojumi ir noteikti Noteikumos Nr.207¹⁷, kas paredz gadījumus, kad atteikuma tiesības nav izmantojamas, līdz ar to citos gadījumos pārdevējam vai pakalpojuma sniedzējam nav tiesības atteikt patērētājam atteikuma tiesību īstenošanu.

Noslēdzot līgumu par kuponu 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**. Informācijai par atteikuma tiesībām ir jābūt nodrošinātai kolektīvās iepirkšanās portālos, informējot patērētājus par viņu tiesībām 14 dienu laikā atkāpties no noslēgtā distances līguma – gan no kuponu, gan preces, gan pakalpojuma iegādes līguma.

Noklusējot informāciju par atteikuma tiesībām vai sniedzot neatbilstošu informāciju par šīm tiesībām, tiek noklusēta būtiska informācija un nepamatoti ierobežota patērētāju likumīgo tiesību izmantošanu, tādējādi īstenojot negodīgu komercpraksi.

➤ 2.6. Prasības, kas informācijas sniegšanai noteiktas citos patērētāju tiesību aizsardzību vai preču pārdošanu un pakalpojumu sniegšanu reglamentējošos normatīvajos aktos

Speciālas prasības, kas ir jāizpilda, sniedzot piedāvājumus un norādot tajos informāciju, ir noteiktas tādos normatīvajos aktos, kas paredz informācijas sniegšanu par:

- *distances līgumu*,

¹⁶ Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 12.panta pirmā daļa

¹⁷ 2002.gada 28.maija Ministru kabineta noteikumu Nr.207 „Noteikumi par distances līgumu” 15.punkts

- *preču un pakalpojumu cenu norādēm,*
- *informācijas sabiedrībai sniedzamiem pakalpojumiem,*
- *kompleksiem tūrisma pakalpojumiem,*
- *u.c. specifiskās preču un pakalpojumu jomās.*

Komercprakses īstenotājam, ievērojot profesionālās rūpības prasības, ir jāpārlicinās, ka patērētājiem ir sniegta visa informācija, kas noteikta attiecīgās jomas, kurā tas darbojas, regulējošajos normatīvajos aktos.

3. NETAISNĪGI LĪGUMA NOTEIKUMI

Netaisnīgu līguma noteikumu piedāvāšana un piemērošana ir patērētāja tiesību pārkāpums. Kuponu pārdevējs nedrīkst piedāvāt tādus līguma noteikumus, kas ir pretrunā ar līgumslēdzēju pušu tiesiskās vienlīdzības principu, PTAL un citiem normatīvajiem aktiem.¹⁸

Piemērojot līgumattiecībās ar patērētājiem šādus noteikumus, kuponu pārdevējs īsteno profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi, kā arī atsevišķos gadījumos var tikt konstatēta agresīvas komercprakses īstenošana¹⁹.

Par netaisnīgiem līguma noteikumiem uzskatāmi šādi līguma noteikumi: turpmāk tekstā minēti atsevišķi (biežāk sastopamie) netaisnīgu līguma noteikumu piemēri, ņemot vērā praksē konstatēto.

➤ Līguma noteikumi, kas nosaka: *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.punktu 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, kas saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktu arī ir uzskatāms par komercprakses īstenošanu, kolektīvās iepirkšanās portālā nodrošina patērētāju iepirkšanās iespējas. Tas nosaka vietnē piedāvāto preču pārdevēju un pakalpojumu sniedzēju loku un kontrolē pārdevēju un pakalpojumu sniegtās informācijas izvietojuma 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 izvietojuma, 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 noteikums, kas paredz: *Sabiedrība neatbild par nepārvaramas varas apstākļiem, tehniskām problēmām vai sakaru traucējumiem, kas var ietekmēt aktīvo Akciju norisi vai Sabiedrības saistību izpildi. Sabiedrībai ir tiesības pārtraukt Akcijas jebkurā laikā, par to atsevišķi iepriekš nepaziņojot.*

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 Sabiedrības (kuponu pārdevēja) atbildību, patērētāji tiek nostādīti neizdevīgā stāvoklī un šādu kuponu 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, kuponu pārdevējs ir atbildīgs par patērētājiem nodarītajiem zaudējumiem tiktāl, ciktāl tā rīcībai ir iespējams pierādīt cēlonisko

¹⁸ Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 3.panta 2.punkts, 5.pants, 6.pants

¹⁹ Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 6.pants, 12.pants

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 kuponu pārdevējs nav tiesīgs piedāvāt patērētājiem līguma noteikumus par atteikšanos no šīm normatīvajos aktos noteiktajām patērētāju tiesībām.

Akcijas piedāvājumu sniegšana ir uzskatāma par kuponu pārdevēja darbībām, kas vērstas uz preču tirdzniecību un pakalpojumu sniegšanu patērētājiem, tādēļ, ievērojot profesionālās rūpības prasības, nepieļaujot patērētāju tiesību pārkāpumu un izpildot patērētāju informēšanas pienākumu, kuponu pārdevējam nekavējoties būtu jāinformē patērētāji, kuri iegādājušies attiecīgos kuponus, par uzsāktajām un no patērētājiem neatkarīgu apstākļu dēļ pārtrauktajām akcijām, kā arī būtu jāsniedz informācija par to, kādā veidā patērētāji var saņemt atpakaļ to samaksāto maksu par kuponiem, ar kuru iegādi saistītās akcijas ir atceltas.

➤ Saskaņā ar līguma noteikumiem: ***Pircējs apzinās un saprot, ka Pārdevējs ir Preces pārdevējs/Pakalpojuma sniedzējs, kas atbildīgs par jebkāda veida zaudējumiem, kas nodarīti Pircējam Kupona un Preces/Pakalpojuma pārdošanas sakarā. Tāpēc Kupona pārdevēja pienākums ir atlīdzināt Klientam tikai tiešos zaudējumus, ko Kupona pārdevējs nodarījis Pircējam Līguma ietvaros. Kuponu pārdevēja atbildības apmērs ir ierobežots ar Pirkuma maksas apmēru.***

Tā kā 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, un, 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 portāla uzturētājs, nevis preces/pakalpojuma pārdevējs. Kuponu pārdevējs ir atbildīgs par visiem zaudējumiem, kas nodarīti patērētājam savas 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 noteikums, kurā paredzēts: ***Kuponu pārdevējs ir tiesīgs jebkurā laikā pēc saviem ieskatiem mainīt šos noteikumus un šīs izmaiņas stājas spēkā ar brīdi, kad tās ir publicētas Portālā.***

Šāds noteikums, samazinot kuponu pārdevēja kā kolektīvās iepirkšanās organizēšanas un informācijas sabiedrības pakalpojumu sniedzēja atbildību, saskaņā ar PTAL 5.panta otrās daļas 1.punktu un 6.panta trešās daļas 1.punktu ir uzskatāms par netaisnīgu līguma noteikumu, jo paredz kuponu pārdevēja tiesības atkāpties no PTAL 17.panta pirmajā daļā noteiktā pilnīgas un patiesas informācijas par pakalpojumu sniegšanas pienākuma, piemēram, attiecībā uz spēkā esošu piedāvājumu, kas var nostādīt patērētāju neizdevīgā stāvoklī. Šāds līguma noteikums ir uzskatāms par netaisnīgu arī saskaņā ar PTAL 6.panta trešās daļas 12.punktu, jo paredz Sabiedrībai tiesības vienpusēji grozīt līguma noteikumus attiecībā uz jau spēkā esošiem noslēgtiem līgumiem.

➤ Līguma noteikumi nosaka: ***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 kuponu pārdevējam 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, ka 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: ***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. Ņemot vērā profesionālās rūpības prasības, kuponu pārdevējs, kas saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktu ir uzskatāms par komercprakses īstenotāju, kolektīvās iepirkšanās mājaslapā nodrošina patērētāju iepirkšanās iespējas, nosaka vietnē piedāvāto preču pārdevēju un pakalpojumu sniedzēju loku un kontrolē pārdevēju un pakalpojumu sniegtās informācijas izvietošanas iespējas, kopā ar pārdevējiem un pakalpojumu sniedzējiem ir līdzatbildīgs par noslēgto distances līgumu kvalitāti un sniegtās informācijas atbilstību un pietiekamību, bet norobežošanās no šīs atbildības nostāda patērētājus neizdevīgā stāvoklī un ir pretrunā labas ticības principam.

Kuponu pārdevējam konkrētajā situācijā 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 noteikums, kurā noteikts: ***Ja kādu iemeslu dēļ pircējs nevar ierasties, viņam ir jābrīdina par to vismaz 24 h iepriekš, citādi kupons tiks uzskatīts par izmantotu un par kuponu samaksātā naudas summa netiks atmaksāta.***

Minētais līguma noteikums, pamatojoties uz PTAL 5.panta otrās daļas 5.punktu un 6.panta trešās daļas 1.punktu, ir uzskatāms par netaisnīgu līguma noteikumu, jo, neļaujot patērētājam izmantot kuponu, piemēram, noteikta pakalpojuma saņemšanai, un paturot patērētāja veikto samaksu, ja tas nebrīdina par neierašanos vismaz 24 stundas pirms pakalpojuma saņemšanas, patērētājs tiek nostādīts neizdevīgā stāvoklī, un šāds noteikums ir uzskatāms par neatbilstošu normatīvo aktu prasībām un ir pretrunā labas ticības principam, proti, vispārējā gadījumā nav konstatējams objektīvi pamatots iemesls patērētāja visas veiktās samaksas ieturēšanai, ja viņš vismaz 24 stundas iepriekš noteiktā termiņā nebrīdina par ierašanās neiespējamību. Tomēr, atsevišķos gadījumos, ņemot vērā produktu specifisku un citus objektīvus apstākļus, šāds noteikums nevarētu tikt vērtēts kā netaisnīgs.

➤ Saskaņā ar līguma noteikumu: ***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. KOMPLEKSIE TŪRISMA PAKALPOJUMI

Ņemot vērā komplekso tūrisma pakalpojumu specifiku un īpašo šajā jomā pastāvošo normatīvo regulējumu, piedāvājot patērētājiem kompleksos tūrisma pakalpojumus, kuponu pārdevējam 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 likumu²⁰ *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 ar kuponu mājas lapas starpniecību un maksu par kuponu saņem kuponu mājas lapa, tad uzskatāms, ka kuponu mājas lapa darbojas kā aģents, līdz ar ko uz kuponu mājas lapu attiecas *Tūrisma likuma* 16.panta (1¹) 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.

Ja kuponu mājas lapa darbojas kā aģents, kupona iegādes brīdī piedāvājot patērētājam iegādāties kuponu par kompleksā tūrisma pakalpojuma iegādi uz noteiktu vietu, noteiktā laikā, tad, ievērojot pakalpojuma specifiku, saskaņā ar Noteikumu Nr.207 15.11.apakšpunktā atrunāto izņēmuma gadījumu patērētājs nevar izmantot atteikuma tiesības. Savukārt, ja kuponu mājas lapas darbojas tikai kā kompleksā tūrisma operatora „izplatīšanas platforma”, kas izplata tūrisma operatoru izstrādātus un patērētājiem piedāvātus kompleksos tūrisma pakalpojumus ar tiesībām patērētājam iegādāties konkrēta tūrisma operatora pakalpojumus, noslēdzot ar to attiecīgu līgumu, tad šajā gadījumā kuponu mājas lapas *nav tiesīgas liegt patērētājam iespēju izmantot atteikuma tiesības* un saņemt visu par kuponu iemaksāto naudas summu, kas lielākoties ir tūrisma pakalpojuma vērtībā, pamatojot to ar Noteikumu Nr.207 15.11.apakšpunktā atrunāto izņēmuma gadījumu.

➤ 4.2. Pakalpojuma cenas norādīšana

Cena ir būtiska informācija, kas kuponu mājas lapā jānorāda, jau piedāvājot patērētājam iegādāties komplekso tūrisma pakalpojumu. Šajā gadījumā cena ir jānorāda tā, lai patērētājam būtu pilnīgi skaidrs, *kāda ir kompleksā tūrisma pakalpojuma cena un kādas ir cenas par tūrisma operatora papildus piedāvājumiem*, 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

²⁰ Tūrisma likuma 1.panta 14.punkts

Kuponu mājas lapām, 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.

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), kuponu mājas lapai, tūrisma aģentam un tūrisma operatoram nav atļauts lietot vārdus „atlaide”, „pazemināta cena” vai citus līdzīgas nozīmes vārdus vai apzīmējumus, kas varētu maldināt par atlaidi.

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

Vispārēja informācija par pakalpojuma sniedzēja pienākumu iepazīstināt patērētāju ar patiesu un pilnīgu informāciju par piedāvāto pakalpojumu noteikta PTAL 17.panta pirmajā daļā. 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 Nr.353), kur norādītas specifiskas informācijas sniegšanas prasības pirms līguma noslēgšanas.

Svarīgi pirms katra kompleksā tūrisma pakalpojuma piedāvājuma ieviešanas kuponu mājas lapā 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 TATO. 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 līgumslēdzējām pusēm (Noteikumu Nr.353 12.punkts).

Piedāvājumam pievienotās bildes/foto nedrīkst radīt maldinošu priekšstatu par pakalpojumu (proti, gadījumos, ja bildes pievieno kuponu mājas lapā, nepieciešams saskaņot tās ar tūrisma aģentu vai operatoru).

Svarīgi, lai patērētājs netiktu maldināts par to, kas ietilpst piedāvātajā pakalpojumā. Nav pieļaujams pie iespējamajiem papildus 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 braucieni 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 kuponu mājas lapās 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 jārēķinās.

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 jārēķinās.

Tādējādi svarīgi, lai patērētājam tiktu **nodrošināta iespēja pieņemt lēmumu par pakalpojuma iegādi, balsītu 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.

➤ 4.4. Līgums par kompleksā tūrisma pakalpojuma saņemšanu

Svarīgi nodrošināt patērētājam iespēju iepazīties ar līguma noteikumiem pirms patērētājs pieņem lēmumu iegādāties kuponu (piemēram, ievietojot mājas lapā 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). Līdz ar to, ja līgumu ar patērētāju par kompleksā tūrisma pakalpojuma iegādi slēdz kuponu mājas lapā, darbojoties kā tūrisma aģents, līgumā norādāms, ka tas tiek slēgts konkrēta tūrisma operatora vārdā (pamatojoties uz pilnvarojuma vai cita civiltiesiska līguma pamata). Papildus informācija par komplekso tūrisma pakalpojumu sniegšanu norādīta PTAC mājas lapas sadaļā „Informācija uzņēmējiem” → „Vadlīnijas uzņēmējiem” → „Vadlīnijas komplekso tūrisma pakalpojumu sniedzējiem”.

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 pārliecināties 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.

5. TEHNISKO NOTEIKUMU IZPILDE ATBILSTOŠI PROFESIONĀLĀS RŪPĪBAS PRASĪBĀM

Papildus iepriekš minētajam, ievērojot profesionālo rūpību, 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 Informācijas sabiedrības pakalpojumu likumu²¹, informācijas sabiedrības pakalpojumu sniedzējiem, tai skaitā tiešsaistes iepirkšanās platformu uzturētājiem un personām, kas ir atbildīgas par šādu vietņu izmantošanu saimnieciskās darbības nolūkos, ir pienākums nodrošināt, ka patērētāji var iepazīties ar līguma noteikumiem un tos saglabāt. Savukārt Noteikumi Nr.207²² nosaka, ka pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja pienākums ir pirms līguma izpildes, bet ne vēlāk kā preču piegādes vai pakalpojuma sniegšanas brīdī patērētājam rakstiskā vai vizuāli vai audiāli uztveramā un saglabājamā veidā **sniegt Noteikumos Nr.207 minētās informācijas rakstisku apstiprinājumu** (ja šī informācija patērētājam pieejamā vizuāli uztveramā un saglabājamā veidā nav sniegta pirms līguma noslēgšanas).

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 Informācijas sabiedrības pakalpojumu likumā un Noteikumos Nr.207 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 Patērētāju tiesību aizsardzības likumu²³ 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 Tiesa²⁴ 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, šīs 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 platformā sniegtās informācijas saturu patērētājiem ir iespējams izdrukāt vai saglabāt, izmantojot tikai, piemēram, interneta pārlūkprogrammas izdrukā vai ekrānšāviņu [PrintScreen] iespējas.

²¹ Informācijas sabiedrības pakalpojumu likuma 7.panta pirmā daļa un otrā daļa

²² 2002.gada 28.maija Ministru kabineta noteikumu Nr.207 „Noteikumi par distances līgumu” 6.1.apakšpunkts

²³ Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 1.panta 2¹.punktu

²⁴ EST 05.07.2012 spriedums lietā Nr.C49/11(Content Services lieta), 43.apsvērums, www.curia.eu

Tiesību normās, kas nosaka līguma noteikumu saglabāšanas prasības, 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.*²⁵

➤ 5.2. Tehniskās prasības atteikuma veidlapas nodrošināšanai

Saskaņā ar Patērētāju tiesību aizsardzības likumu²⁶ ražotājs, pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs distances līgumu noslēgšanas brīdī vai preces pārdošanas vai pasūtījuma nodošanas brīdī iesniedz patērētājam rakstveida atteikuma veidlapu, kurā minēts ražotāja, pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja nosaukums (firma), vārds, uzvārds un adrese, kā arī sniegts atteikuma tiesību apraksts. No minētās tiesību normas izriet, ka pārdevējiem un pakalpojumu sniedzējiem, kas savu produktu tirdzniecībai patērētājiem izmanto tiešsaistes iepirkšanās platformas, ***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.

Ņemot vērā tiešsaistes kolektīvās iepirkšanās biznesa modeļa īpatnības, daudzos gadījumos kolektīvās iepirkšanās kupona vai līdzīga kolektīvās iepirkšanas 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, pamatojoties uz likumīgajām atteikuma tiesībām, 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 izmantojama, atsakoties 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***

²⁵ EST 05.07.2012 spriedums lietā Nr.C49/11(Content Services lieta), 46. un 50.apsvērums, www.curia.eu

²⁶ Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 12.panta trešā daļa

*nesēja*²⁷. 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.

Saskaņā ar šobrīd spēkā esošajām normatīvo aktu prasībām atteikuma veidlapa ir nodrošināma ne vēlāk kā: 1) preces vai pasūtījuma nodošanas brīdī vai 2) gadījumā, kad līguma izpilde nav saistīta ar preces vai pasūtījuma nodošanu, līguma noslēgšanas brīdī.

Par atbilstošu minimālām prasībām attiecībā uz atteikuma veidlapas piegādes veidu ir uzskatāma atteikuma veidlapas nodrošināšana, ***piedāvājot interneta vietnē tās lejupielādi, atvēršanu saglabājamā teksta vai attēla formātā vai nosūtot uz patērētāja norādīto elektroniskā pasta adresi.***

Atteikuma ***veidlapas saturā*** ir jābūt iekļautai informācijai par pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja nosaukumu (firmu), juridisko adresi (nepieciešamības gadījumā papildinot šo informāciju ar citu adresi) un atteikuma tiesību izmantošanas aprakstu²⁸.

*Atteikuma tiesību izmantošanas apraksta piemērs*²⁹:

- *Jums ir tiesības 14 dienu laikā atteikties no šā līguma, neminot iemeslu.*
- *Atteikuma termiņš beigsies pēc 14 dienām, sākot no*
- *Lai izmantotu atteikuma tiesības, Jums ar nepārprotamu paziņojumu (piemēram, pa pastu nosūtītu vēstuli, faksu vai e-pastu) mūs ir jāinformē par lēmumu atteikties no šā līguma. Jūs varat izmantot šo atteikuma veidlapas paraugu, bet tas nav obligāti.*
- *Lai atteikuma termiņš būtu ievērots, pietiek, ja savu paziņojumu par atteikuma tiesību izmantošanu Jūs nosūtīsiet pirms atteikuma termiņa beigām.*
- *Atteikuma radītās sekas: Ja jūs atteiksieties no šā līguma, mēs jums atmaksāsim visus no Jums saņemtos maksājumus, tostarp piegādes izmaksas (izņemot papildu izmaksas, kas radušās tādēļ, ka Jūs esat izvēlēties piegādes veidu, kas nav mūsu piedāvātais vislētākais standarta piegādes veids), bez nepamatotas kavēšanās un jebkurā gadījumā ne vēlāk kā 30 kalendāro dienu laikā no atteikuma nosūtīšanas dienas. Šādu atmaksāšanu mēs veiksime, izmantojot tādu pašu maksāšanas līdzekli, kādu Jūs izmantojāt sākotnējam darījumam, ja vien jūs neesat skaidri piekritis to darīt citādi. Jebkurā gadījumā Jums šādas atmaksāšanas rezultātā nebūs jāmaksā nekāda maksa.*

²⁷ Šāds 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/EEK” (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.

²⁸ Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 12.panta trešā daļa

²⁹ Piemērs sagatavots, ņemot vērā šobrīd spēkā esošās Noteikumu Nr.207 prasības un Patērētāju tiesību direktīvas I Pielikumā iekļauto informāciju.

6. CITAS PRASĪBAS

Īstenojot godīgu, tostarp profesionālajai rūpībai atbilstošu komercpraksi kolektīvās iepirkšanās jomā, ir jāievēro arī citas 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.

➤ 6.1. Pārdevēju un pakalpojumu sniedzēju atbilstības kontrole

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

- pārliecināties par šajās vietnēs izvietojamam 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;

- pārliecināties 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.

- pārliecināties 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 maksātnespējas 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 jāpārliecinās, 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 īstenoātājs nedrīkst pilnībā norobežot savu atbildību no mājaslapā 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. gadījumos, 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 un jāsniedz iespējamā 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 samērojāmības ar preces pārdevēja/pakalpojuma sniedzēja iespējām nodrošināšanai

Kolektīvās iepirkšanās vietnes uzturētājam ir pienākums pārliecināties, 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 pārliecināties, 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 pārliecinātam, 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 Patērētāju tiesību aizsardzības likumu³⁰ darījumu apliecināšana 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 2007.gada 2.maija noteikumu Nr.282 „Nodokļu un citu maksājumu reģistrēšanas elektronisko ierīču un iekārtu lietošanas kārtība” 2. un 32.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 kases čeku. Līdz ar to pakalpojuma sniedzējam vai preču pārdevējam, saņemot no pircēja kolektīvo

³⁰ Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 3.panta 8.punkts

iepirkumu portālā iegādāto kuponu, darījuma summa jāreģistrē kases aparātā, jāizdrukā un jāizsniedz pircējam darījumu apliecinošais dokuments – kases čeks. Ja pakalpojuma sniedzējs vai preču pārdevējs Ministru kabineta 2007.gada 2.maija noteikumos Nr.282 „Nodokļu un citu maksājumu reģistrēšanas elektronisko ierīču un iekārtu lietošanas kārtība” norādītajos gadījumos nelieto kases aparātu, pircējam jāizsniedz attiecīgs darījumu apliecinošais dokuments – noformēta un Valsts ieņēmumu dienestā reģistrēta kvīts vai biļete.

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

No patērētāju tiesību aizsardzības viedokļa ir būtiski saņemt darījumu apliecinošu 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 precīzi vai pakalpojumu, pārdevēju vai pakalpojuma sniedzēju, cenu, preces vai pakalpojuma saņemšanas brīdi, arī varētu kalpot kā attiecīgus faktus apliecinošs dokuments.

NOBEIGUMS

Apkopojot vadlīnijās minēto, PTAC īpaši vēlas ieteikt uzņēmējiem, kas īsteno komercpraksi kolektīvās iepirkšanās jomā:

- izvērtēt paredzētās komercprakses, tostarp, izteikto piedāvājumu, ietekmi uz patērētāju un komercprakses atbilstību patērētāju tiesību aizsardzības jomu reglamentējošo normatīvo aktu prasībām, īpaši, ņemot vērā Patērētāju tiesību aizsardzības likuma un Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma normas;
- 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 ziņošs, 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.

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. Īpaši 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. 67388627 (par kompleksajiem tūrisma pakalpojumiem).