

Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija  
Patērētāju tiesību aizsardzības centrs

K.Valdemāra ielā 157, Rīgā, LV – 1013 • tālr. (+371) 67388624 • fakss (+371) 67388634 • e-pasts: [ptac@ptac.gov.lv](mailto:ptac@ptac.gov.lv)

## LĒMUMS

Rīgā

2009.gada 26.februārī.

Nr. E03-REUD -12

### Par administratīvā soda uzlikšanu

**Par Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.panta otrās daļas 2.punktā noteikto negodīgas komercprakses īstenošanu, par kuru paredzēts administratīvais sods Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta trešajā daļā**

Patērētāju tiesību aizsardzības centra direktores vietniece Brigita Liepiņa, saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 260.panta trešo daļu, nepiedaloties sabiedrības ar ierobežotu atbildību „Glaskek Latgale” pārstāvim, juridiskā adrese: Imantas iela 23, Daugavpils, LV-5401, vienotās reģistrācijas numurs: 41503031770, izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmo daļu, pēc personas iesnieguma saņemšanas ir izvērtējis SIA „Glaskek Latgale” (turpmāk – Sabiedrība) īstenotās komercprakses, izplatot reklāmas Madonas rajona laikrakstā „Stars”, atbilstību NKAL un citu normatīvo aktu prasībām.

Pamatojoties uz iesniedzēja sniegto informāciju, Sabiedrība ir izplatījusi reklāmu, kurā cita starpā minēts: *PVC koka logi un durvis - 35% PVC konstrukcijām! Tikai novembrī* (turpmāk – Reklāma1), kas tika konstatēta Madonas rajona laikrakstā „Stars” 29.11.2008., kā arī reklāmu, kurā cita starpā minēts: *PVC koka logi un durvis – 37% dāvana jūsu mājām*, kas izplatīta Madonas rajona laikrakstā „Stars” 06.12.2008. (turpmāk – Reklāma2). Savukārt saskaņā ar Madonas rajona laikraksta „Stars” sniegto precizējošo informāciju Reklāma1 ir publicēta minētā laikraksta 22.11.2008. numurā.

2008.gada 19.decembrī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-07/10329, kurā PTAC norādīja, ka ir konstatējis Reklāmā1 un Reklāmā2 Reklāmas likuma 6.panta pirmās daļas pārkāpumus. Vienlaikus PTAC norādīja, ka saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punktu Reklāmas1 un Reklāmas2

izplatīšana ir uzskatāma par komercpraksi NKAL izpratnē, jo reklāmu izplatīšana ir tieši saistīta ar preces pārdošanas veicināšanu patērētājiem. Lai izvērtētu Sabiedrības īstenotās komercprakses atbilstību NKAL prasībām, PTAC pieprasīja Sabiedrībai sniegt rakstisku skaidrojumu par to, kādām precēm vai pakalpojumiem un kādā laika periodā tika piemērota Reklāmā2 piedāvātā atlaide – 37% (dāvana).

2009.gada 5.janvārī PTAC saņēma Sabiedrības vēstuli Nr.1-03.01/2, kurā tā informē PTAC, ka Reklāma1 tika izplatīta Madonas laikraksta „Stars” 2008.gada 7., 15. un 21.novembra numuros. Sabiedrība cita starpā informē, ka Reklāma2 bija publicēta Madonas laikraksta „Stars” 2008.gada 6.decembrī, un tajā uzņēmums piedāvā PVC un koka logus un durvis, piedāvājot atlaidi – 37% minētajām precēm, ko tēlaini var uzskatīt par piedāvājumu – dāvanu, tā kā piedāvātā preces cena, ņemot vērā minēto atlaidi, ir salīdzinoši zema. Diemžēl maketētāju kļūdas dēļ piedāvājumā netika izvietota informācija, ka minētais piedāvājums ir spēkā no 01.12.2008. līdz 31.12.2008., jeb visu decembri. Līdz ar to minētais piedāvājums pēc 6.decembra vairs netika publicēts, un potenciālajiem pasūtītājiem, kas pēc reklāmas izlasīšanas vēlēšies iegādāties minētās preces ar 37% atlaidi, šī atlaide tiks piedāvāta PVC logiem un durvīm visu decembri – 01.12.-31.12.2008., kā tas bija plānots. Sabiedrība vēstulē apņemas turpmāk precīzi ievērot Reklāmas likuma 6.panta pirmās daļas nosacījumus reklāmās, kurās izteikts speciāls piedāvājums.

2009.gada 12.janvārī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-07/247, kurā informēja Sabiedrību, ka PTAC ir izvērtējis Sabiedrības īstenoto komercpraksi, izplatot Reklāmu1 un Reklāmu2, un, ņemot vērā Sabiedrības 2009.gada 5.janvāra vēstulē Nr.1-03.01/2 sniegto informāciju, PTAC ir konstatējis, ka Sabiedrības īstenotā komercprakse saskaņā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu ir uzskatāma par maldinošu, līdz ar to par negodīgu. PTAC informēja Sabiedrību, ka ir uzsācis lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā par pieļautu Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta trešajā daļā minēto pārkāpumu – „par negodīgu komercpraksi”. Vienlaicīgi PTAC pieprasīja Sabiedrībai sniegt rakstveida informāciju, vai un kādos preses izdevumos Sabiedrība ir izplatījusi reklāmas, kurās ir izteikts speciālais piedāvājums 2009.gada janvārī.

2009.gada 22.janvārī PTAC saņēma Sabiedrības vēstuli Nr.1-03.01/22, kurā Sabiedrība sniedza informāciju, ka Sabiedrības reklāmas 2009.gada janvārī preses izdevumos nav izvietotas. Vēstulē Sabiedrība norāda, ka izplatītā Reklāma1 un Reklāma2 netika maldinājusi patērētājus, jo Sabiedrība uzskata, ka patērētājs pieņem vai var pieņemt lēmumu par līguma slēgšanu par preces iegādi tikai pēc individuālas konsultācijas ar konsultantu, kuras laikā tiek sniegta vispusīga informācija par pasūtāmo precī – cenu, izgatavošanas termiņu, piegādi, garantijas saistībām un apmaksu. Sabiedrība vēstulē norāda- tā kā uzņēmums PVC konstrukcijas ražo no 2 veidu PVC profiliem (Aluplast un Schuco) un konstrukcijas tiek pārsvarā ražotas no tā profila, kas konkrētajā brīdī atrodas noliktavā, tad 2008.gada novembrī (Reklāmā1) konstrukcijas tika

piedāvātas no Aluplast PVC profila, bet 2008.gada decembrī (Reklāmā2) no Schuco PVC profila. Minēto profilu tehniskie parametri būtiski neatšķiras, bet vidējā starpība cenas ziņā sastāda aptuveni 2% (konkrēta pasūtījuma cena ir atkarīga no katras konkrētas konstrukcijas specifikācijas). Līdz ar to piedāvātā preces cena 2008.gada novembrī un decembrī (Reklāmā1 un Reklāmā2) neatšķīrās, bet ikvienam potenciālajam patērētājam, kurš interesējās par PVC konstrukciju iegādes iespējām, tika sniegta vispusīga informācija un atrunāta iespēja izgatavot konstrukcijas kā no Aluplast, tā no Schuco profila, atrunājot preces izgatavošanas termiņu un cenu.

2009.gada 4.februārī PTAC nosūtīja Sabiedrībai vēstuli Nr.21-07/876, kurā PTAC informēja par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas vietu un laiku. Tāpat arī PTAC informēja, ka Sabiedrībai saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 62.panta pirmo daļu ir tiesības izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā un aicināja Sabiedrību rakstveida viedokli un argumentus iesniegt līdz 2009.gada 23.februārim.

2009.gada 23.februārī PTAC saņēma Sabiedrības 2009.gada 20.februāra vēstuli Nr.1-03.01/67, kurā Sabiedrība atkārtoti norāda, ka nav pamata uzskatīt, ka tā īsteno negodīgu – maldinošu komercpraksi, jo ikvienam potenciālajam pircējam, kurš interesējas par PVC konstrukcijas iegādes iespējām, tiek sniegta vispusīga un patiesa informācija. Sabiedrība atkārtoti norāda uz vēstulē Nr.1-03.01/22 sniegto informāciju, ka tā ražo PVC konstrukcijas no 2 veidu PVC profiliem – Aluplast un Schuco. Sabiedrība norāda, ka NKAL 7.panta otrās daļas 1.punkts nenosaka, ka potenciālā patērētāja zvans informācijas saņemšanas nolūkos, lai iegūtu patērētāju konkrētu interesējošu informāciju par precī, ko patērētājs vēlas iegādāties, ir uzskatāms par patērētāja ekonomiskās rīcības negatīvu ietekmēšanu. Šāda informācijas sniegšana un saņemšana būtiski paplašina patērētāja iespēju pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC norāda:

Saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punktu *komercprakse – darbība (uzvedība, apgalvojums, komerciālā saziņa, tirgvedība) vai bezdarbība (noklusējums), kas tieši saistīta ar tirdzniecības veicināšanu, preces (ķermeniskas vai bezķermeniskas lietas) pārdošanu vai pakalpojuma sniegšanu patērētājam*. Tādējādi Reklāmas1 un Reklāmas2 izplatīšana ir uzskatāma par komercpraksi NKAL izpratnē, jo to izplatīšana ir tieši saistīta ar preces pārdošanas veicināšanu patērētājiem.

Savukārt NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punkts nosaka, ka *ražotājs, pakalpojuma sniedzējs vai pārdevējs, kas savas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros īsteno komercpraksi, kā arī jebkura cita persona, kas rīkojas ražotāja, pakalpojuma sniedzēja vai pārdevēja vārdā vai uzdevumā ir komercprakses īstenotājs*. Saskaņā ar iepriekš minēto Sabiedrība ir uzskatāma par komercprakses īstenotāju.

Saskaņā ar NKAL 14.panta pirmo daļu un Reklāmas likuma 13.panta pirmo daļu PTAC atbilstoši savai kompetencei uzrauga NKAL un Reklāmas likuma ievērošanu.

Sabiedrības Reklāma1, kurā piedāvāta 35% atlaide PVC konstrukcijām tikai novembrī, un Reklāma2, kurā piedāvāta 37% atlaide, dāvana mājām, ir neikdienišķi piedāvājumi, tātad tie ir uzskatāmi par speciāliem piedāvājumiem, uz kuriem attiecas Reklāmas likuma 6.panta noteikumi.

Reklāmas likuma 6.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai, kurā izteikts speciālais piedāvājums vai pasludināta izpārdošana, jāatbilst vispārējām reklāmas prasībām un tajā norāda: 1) speciālā piedāvājuma priekšmetu; 2) datumu, kurā speciālais piedāvājums vai izpārdošana sākas un beidzas; 3) nosacījumus, no kuriem atkarīgs speciālais piedāvājums vai izpārdošana.*

Sabiedrības Reklāmā1 minēts, ka 35% atlaide PVC konstrukcijām ir spēkā tikai novembrī, tomēr saskaņā ar Reklāmas likuma 6.panta pirmās daļas 2.punktu ir jānorāda konkrēts datums, kad speciālais piedāvājums sākas un beidzas.

No Reklāmas2 teksta nav saprotams, kāds ir speciālā piedāvājuma priekšmets, kuram ir spēkā 37% atlaide, kā arī Reklāmā2 nav norādīts datums, kad speciālais piedāvājums sākas un beidzas, līdz ar to Reklāmā1 un Reklāmā2 nav ievērota noteiktā kārtība reklāmas sniegšanā.

PTAC izvērtējot Sabiedrības īstenoto komercpraksi, izplatot Reklāmu1 un Reklāmu2, un, ņemot vērā 2009.gada 5.janvāra vēstulē Nr.1-03.01/2 sniegto informāciju, ir konstatējis, ka saskaņā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu, kas nosaka, ka *komercpraksi uzskata par maldinošu, ja, ņemot vērā visus apstākļus, patērētājs tās ietekmē pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis. Komercpraksi uzskata par maldinošu ja tās ietvaros tiek sniegta nepatiesa informācija vai šī informācija jebkādā veidā, tostarp vispārējās pasniegšanas ziņā, maldina vai varētu maldināt vidusmēra patērētāju pat tad, ja faktiski ir pareiza, Sabiedrības īstenotā komercprakse ir uzskatāma par maldinošu, jo Reklāmā1 Sabiedrība apgalvo, ka ierobežotu laiku – tikai vienu konkrētu mēnesi – patērētājiem tiek piedāvāts iegādāties PVC un koka logus un durvis ar īpašiem noteikumiem – atlaidi līdz 35%, savukārt Reklāmā2 Sabiedrība piedāvā iegādāties analogu produktu – PVC un koka logus un durvis ar atlaidi līdz 37% arī nākamajā mēnesī. Līdz ar to Reklāmā1 patērētāji tika maldināti, ka konkrētās preces ar atlaidi 35% būs pieejamas tikai vienu mēnesi – novembrī, bet nākamajā mēnesī – decembrī – var konstatēt, ka konkrētajām precēm piedāvātā atlaide ir spēkā un kļuvusi par 2% lielāka. Atlaižu piedāvāšanu decembrī nenoliedz arī pati Sabiedrība. Tādējādi PTAC secina, ka patērētāji varēja tikt rosināti pieņemt lēmumu par līguma slēgšanu par konkrētu preču iegādi laika posmā līdz 30.novembrim, kādu, iespējams, nebūtu pieņēmuši, ja būtu informēti par patieso piedāvājuma darbības laiku.*

No iepriekš konstatētā secināms, ka Sabiedrības īstenotā komercprakse, izplatot Reklāmu1, saskaņā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu ir uzskatāma par maldinošu, līdz ar to – par negodīgu, jo Sabiedrība tajā nepatiesi

apgalvoja, ka konkrētās preces (gan PVC un koka logi (neatkarīgi no profila) gan durvis) ar īpašiem noteikumiem, proti, ar atlaidi līdz 35% būs pieejamas tikai ierobežotu laiku.

Sabiedrība 2009.gada 22.janvāra vēstulē Nr.1-03.01/22 norāda, ka izplatītā Reklāma1 un Reklāma2 netika maldinājusi patērētājus, jo Sabiedrība uzskata, ka patērētājs pieņem vai var pieņemt lēmumu par līguma slēgšanu par preces iegādi tikai pēc individuālas konsultācijas ar konsultantu, kuras laikā tiek sniegta vispusīga informācija par pasūtāmo precī. Sabiedrība 2009.gada 20.februāra vēstulē Nr.1-03.01/67 norāda, ka potenciālais pircējs, kurš vēlas iegādāties precī, pirms pieņemt galīgo lēmumu par preces iegādāšanos, interesējas par preces iegādes iespējām (cenu, izgatavošanas laiku un tml.) pie vairākiem dotās preces ražotājiem un/vai tirgotājiem, salīdzinot piedāvājumus un vērtējot to izdevīgumu, neatkarīgi no tā, vai šie preces tirgotāji ir vai nav dotajā laika periodā izvietājuši reklāmu. Pircējs jebkurā gadījumā izvēlas sev izdevīgāko variantu. Līdz ar to Sabiedrība uzskata, ka patērētāja lēmums par informācijas iegūšanu pirms preces iegādāšanās vai pakalpojuma saņemšanas, piezvanot Sabiedrībai un/vai firmām-konkurentiem, lai iegūtu informāciju par konkrēto, patērētāju interesējošo precī, nevar tikt vērtēts kā negodīgi īstenotas komercprakses aspekts un patērētāja ekonomiskās rīcības negatīva ietekmēšana.

Attiecībā uz iepriekš minēto, PTAC norāda, ka saskaņā ar NKAL 7.panta otrās daļas 1.punktu, kurš nosaka, ka *par patērētāja pieņemtu lēmumu slēgt līgumu jebkurā gadījumā uzskatāms patērētāja lēmums iegādāties precī vai saņemt pakalpojumu, vai atturēties no šādas rīcības*, vērtējot komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām, nav obligāts nosacījums, ka patērētājam līgums ir jānoslēdz – pietiek, ja komercprakses ietekmē patērētājs pieņem lēmumu iegādāties precī vai saņemt pakalpojumu vai atturēties no šādas rīcības, jo tikai pēc konkrēta lēmuma pieņemšanas patērētājs rīkojas, piemēram, zvana uz reklāmā norādīto tālruni, lai iegūtu informāciju par konkrēto precī.

Atbilstoši NKAL 2.pantam *likuma mērķis ir nodrošināt patērētāju tiesību un ekonomisko interešu aizsardzību, aizliedzot komercprakses īstenotājiem izmantot negodīgu komercpraksi attiecībā pret patērētājiem*. Tādējādi nav pieļaujams, ka Sabiedrības īstenotā komercprakse sava negodīgā rakstura dēļ negatīvi ietekmē patērētāju ekonomisko rīcību.

NKAL 15.panta astotā daļa nosaka, ka *Uzraudzības iestāde atzīst komercpraksi par negodīgu, tā ir tiesīga pieņemt vienu vai vairākus lēmumus, ar kuriem: 1) uzliek komercprakses īstenotājam par pienākumu atbilstošā veidā sniegt papildu informāciju, kas nepieciešama, lai nodrošinātu komercprakses atbilstību šā likuma prasībām; 2) uzliek komercprakses īstenotājam par pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi; 3) aizliedz negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama; 4) uzliek komercprakses īstenotājam par pienākumu publicēt attiecīgajai komercpraktei atbilstošā saziņas līdzeklī paziņojumu, kurā norāda laboto informāciju, atsaucot negodīgo komercpraksi; 5) piemēro administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā*.

Izvērtējot lietderības apsvērumus, PTAC uzskata, ka Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt kādu no NKAL 15.panta astotajā daļā 1.–4.punktā paredzētajiem tiesiskajiem pienākumiem, jo komercprakses negatīvā ietekme jau ir notikusi. PTAC uzskata, ka, pamatojoties uz NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu, attiecībā uz Sabiedrības īstenoto komercpraksi piemērojams administratīvais sods.

Ar administratīvā soda palīdzību Sabiedrība tiks motivēta savā turpmākajā komercdarbībā nepieļaut atkārtotu iepriekš minētā pārkāpuma izdarīšanu. Arī juridiskajā literatūrā pausts viedoklis, ka „*soda kā piespiedu līdzekļa speciālās prevencijas uzdevums ir panākt, lai administratīvā akta adresāts neizdarītu jaunus prettiesiskus nodarījumus. Soda ģenerālās prevencijas uzdevums ir panākt, lai tos neizdarītu citas personas*” (Māris Baltais. Iestādes rīcības brīvība un lietderības apsvērumi. Jurista Vārds, Nr.18(373), 17.05.2005.).

Nemot vērā, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums un lietā nepastāv apstākļi, kas ir pamats lietvedības izbeigšanai (Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 239.pants), kā arī nepastāv apstākļi, lai nepiemērotu administratīvo sodu, un tā iemesla dēļ, lai atturētu pārkāpēju un citus tirgus dalībniekus no administratīvo pārkāpumu izdarīšanas, kā arī šādu pārkāpumu atkārtotāšanās, nepieciešams Sabiedrībai piemērot administratīvo sodu.

Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, kurš ir paredzēts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta trešajā daļā – *par negodīgu komercpraksi*.

Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 32.panta pirmā daļa nosaka, ka *sodu par administratīvo pārkāpumu uzliek ietvaros, ko nosaka normatīvais akts, kurā paredzēta atbildība par izdarīto pārkāpumu, stingrā saskaņā ar šo kodeksu un citiem aktiem par administratīvajiem pārkāpumiem*. Saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.<sup>13</sup> panta trešo daļu *par negodīgu komercpraksi - uzliek naudas sodu juridiskajām personām - līdz desmittūkstoš latiem*.

Lemjot par naudas soda piemērošanu, PTAC ņem vērā Administratīvā procesa likuma 5., 13.pantu un 66.panta pirmajā daļā minētos tiesību principus un lietderības apsvērumus, lai noteiktu lēmuma par personas sodīšanu piemērotību un atbilstību, konkrētajā gadījumā ievērojot samērību starp pie atbildības sauktā tirgus dalībnieka rīcību un tam uzliekamo ierobežojumu, kā arī patērētāju (visas sabiedrības) tiesiskās intereses, t.sk., tiesības saņemt normatīvajiem aktiem atbilstošu komercpraksi, un šo interešu aizskārums, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtotāšanās atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 33.pantu mīkstinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu un nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 34.pantu pastiprinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, pārkāpēja mantisko stāvokli, atbildību mīkstinājošo un pastiprinošo apstākļu neesamību, PTAC uzskata, ka par negodīgas komercprakses īstenošanu, Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 100,00 kas ir uzskatāms par samērīgu, ņemot vērā izdarīto pārkāpumu.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 14.<sup>1</sup> pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 166.<sup>13</sup> panta trešo daļu, 215.<sup>4</sup> pantu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, 260.panta trešo daļu, Administratīvā procesa likuma 5.pantu, 6.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, NKAL 1.panta pirmās daļas 1. un 2.punktu, 2.pantu, 9.panta pirmās daļas 1.punktu, 14.panta pirmo daļu, 15.panta pirmo daļu un 15.panta astotās daļas 5.punktu, Reklāmas likuma 6.panta pirmās daļas 1. un 2.punktu, 13.panta pirmo daļu,

### **n o l e m t s:**

uzlikt SIA „Glaskek Latgale”,  
juridiskā adrese: Imantas iela 23, Daugavpils, LV-5401,  
vienotās reģistrācijas numurs: 41503031770,  
naudas sodu Ls 100,00 (viens simts) apmērā.

Pieņemto lēmumu par administratīvo pārkāpumu SIA „Glaskek Latgale” ir tiesības pārsūdzēt likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar NKAL 16.pantu uzraudzības iestādes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā Rīgā, Antonijas ielā 6 viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stājas spēkā.

Naudas sods jāsamaksā ar pārskaitījumu, maksājuma uzdevumā norādot:

Saņēmējs:	Valsts kase Reģistrācijas numurs 90000050138
Saņēmēja iestāde:	Valsts kase BIC kods TREL LV22 Konts (IBAN) LV12TREL1060121019400
Maksājuma mērķis:	Lēmums Nr. E03-REUD-12
Pieņemšanas datums:	2009.gada 26.februāris

Naudas sods jāsamaksā ne vēlāk kā 30 dienu laikā pēc dienas, kad saņemts lēmuma noraksts.

Direktores vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS