

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 24.septembrī

Nr. E03-REUD-36

### 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, nepiedaloties sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „Izdevniecības nams FENSTER”, juridiskā adrese: Taisnā ielā 47, Rīga, LV-1063, vienotās reģistrācijas numurs: 40103095090, izskatīja administratīvo lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC), pamatojoties uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmo daļu, ir izvērtējis komercprakses, kura tika īstenota, SIA „Izdevniecības nams FENSTER” (turpmāk – Sabiedrība) laikrakstos „Televīzijas programma” un „TV programma” sniedzot reklāmrakstu par Leo Lī Gabora trīs Ķīnas monētām, atbilstību normatīvo aktu prasībām.

2009.gada 10.augustā pēc informācijas no SIA „Mediapool” saņemšanas PTAC konstatēja, ka laikrakstos „Televīzijas programma” Nr.27 un „TV programma” Nr.22 tika sniegts reklāmraksts (turpmāk – Reklāma) par Leo Lī Gabora trīs Ķīnas monētām, kas, kā minēts Reklāmā, *palīdz piepildīt trīs steidzamas ar naudas saņemšanu saistītas vēlēšanās [...] var palīdzēt laimēt daudz naudas, atrast labi apmaksātu darbu vai gluži negaidīti saņemt lielu naudu.*

Vizuāli Reklāma izskatās šādi:



vieta un laiku. Vienlaicīgi PTAC pieprasīja Sabiedrībai iesniegt laikrakstos „Televīzijas programma” un „TV programma” izplatītās Reklāmas kopiju un starp Sabiedrību un Reklāmas devēju noslēgtā līguma par Reklāmas izplatīšanu kopiju un aicināja Sabiedrību saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 62.pantu izteikt viedokli un argumentus administratīvajā lietā.

Līdz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanai ne pieprasītos dokumentus, ne Sabiedrības viedokli administratīvajā lietā PTAC nav saņēmis un uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu Sabiedrība neieradās. Par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanas vietu un laiku Sabiedrība tika savlaicīgi informēta, un PTAC no Sabiedrības nav saņēmis lūgumu atlikt konkrētās lietas izskatīšanu.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, PTAC secina turpmāk minēto:

PTAC norāda, ka NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punkts nosaka, ka *darbība (uzvedība, apgalvojums, komerciāla saziņa, tirgvedība) vai bezdarbība (noklusējums), kas tieši saistīta ar tirdzniecības veicināšanu, preces (ķermeniskas vai bezķermeniskas lietas) pārdošanu vai pakalpojuma sniegšanu patērētājam*, ir komercprakse. NKAL 1.panta otrā daļa paredz, ka *citi šā likuma termini un jēdzieni lietoti Patērētāju tiesību aizsardzības likuma izpratnē*.

Saskaņā ar Patērētāju tiesību aizsardzības likuma (turpmāk – PTAL) 1.panta 6.punktu *prece ir jebkura lieta, ko piedāvā vai pārdod patērētājam*, savukārt PTAL 1.panta 2.punkts nosaka, ka *pakalpojums ir personas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros par atlīdzību vai bez tās izpildīts patērētāja pasūtījums vai tāda ar patērētāju noslēgta līguma pildīšana, saskaņā ar kuru tiek iznomāta kāda lieta, izgatavota jauna lieta, uzlabota vai pārveidota esoša lieta vai tās īpašības vai veikts darbs, vai gūts nematerializēts darba rezultāts*.

No iepriekš minētajām definīcijām izriet, ka Reklāmā piedāvātās trīs Ķīnas monētas ir atzīstamas par precī, proti, par lietu, ko piedāvā patērētājam, PTAL izpratnē, savukārt konkrēto monētu atsūtīšana – par pakalpojumu, proti, par bez atlīdzības izpildītu patērētāja pasūtījumu. Tāpat arī no iepriekš minētajām definīcijām izriet, ka Reklāmas izplatīšana ir komercprakse NKAL izpratnē, jo konkrētā darbība ir atzīstama par tādu, kas tieši saistīta ar Reklāmā piedāvātā pakalpojuma – preces (trīs Ķīnas monētas) nosūtīšanu – sniegšanu patērētājiem.

Turklāt PTAC norāda, ka tā rīcībā ir materiāli, kas apliecina to, ka pēc Reklāmā minēto Ķīnas monētu pasūtīšanas patērētājs tās saņem bez maksas, bet, pretēji Reklāmā minētajam, patērētājs nesaņem bez maksas *Fen Šui rituālu aprakstu*, kas, kā minēts Reklāmā, *palīdz ātri piepildīt vēlēšanās, kas saistītas ar naudas iegūšanu*. Konkrēto *Fen Šui rituālu aprakstu* patērētājam piedāvā iegādāties par Ls 12,90 (+ Ls 3,90 par pasta un papildu pakalpojumiem). Tādējādi PTAC norāda, ka konkrētā darbība – Reklāmas izplatīšana – nepārprotami ir atzīstama par komercpraksi NKAL izpratnē.

Arī Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 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 (EK) Nr.2006/2004 („Negodīgas komercprakses direktīva”) (turpmāk – Direktīva), kura ir maksimālās harmonizācijas direktīva un kuras tiesību normas ir iekļautas NKAL, nosaka, ka *"uzņēmēja komercprakse attiecībā pret patērētājiem" ir jebkura tirgotāja*

veikta darbība, noklusējums, uzvedība vai apgalvojums, komerciāls paziņojums, tostarp reklāma un tirgdarbība, kas ir tieši saistīta ar produkta popularizēšanu, pārdošanu vai piegādi patērētājiem. Tādējādi secināms, ka, lai Reklāmas sniegšana tiktu atzīta par komercpraksi, nav obligāts nosacījums, ka tā būtu saistīta ar pirkšanas vai pārdošanas darījumiem. No iepriekš minētā izriet, ka komercprakse var būt saistīta arī tikai ar preču un/vai pakalpojumu popularizēšanu vai bez atlīdzības pakalpojumu sniegšanu.

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. Arī Direktīvas kontekstā par tirgotāju tiek uzskatīta *jebkura fiziska vai juridiska persona, kas komercpraksē, uz ko attiecas šī direktīva, darbojas nolūkos, kas attiecas uz tā uzņēmējdarbību, amatniecību vai profesiju, un arī jebkura persona, kas darbojas tirgotāja vārdā vai uzdevumā*.

No konkrētajām definīcijām izriet, ka par komercprakses īstenotāju ir atzīstams ne tikai pats pārdevējs/pakalpojuma sniedzējs, kurš īsteno komercpraksi, proti, sniedz Reklāmu, bet arī jebkura cita persona, kas rīkojas konkrētās personas vārdā vai uzdevumā, neatkarīgi no tā, vai konkrētais uzdevums ir dots tieši vai pastarpināti.

No PTAC rīcībā esošajiem lietas materiāliem izriet, ka Reklāmas devējs ir SIA „Mediapool”, kura Reklāmu nodevusi Sabiedrībai tālākai izplatīšanai, citas personas (pārdevēja/pakalpojuma sniedzēja) uzdevumā. Ņemot vērā, ka Sabiedrība Reklāmu ir pieņēmusi un izplatījusi, Sabiedrība ir atzīstama par komercprakses īstenotāju NKAL izpratnē, kas komercpraksi īstenojusi pārdevēja/pakalpojuma sniedzēja (trīs Ķīnas monētu piedāvātāja) uzdevumā.

NKAL 4.panta pirmā daļa nosaka, ka *negodīga komercprakse ir aizliegta*. Saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 2.punktu *komercprakse ir negodīga, ja tā ir maldinoša*. Savukārt NKAL 11.panta 16.punkts paredz, ka *komercprakse jebkuros apstākļos ir maldinoša, ja komercprakses īstenotājs apgalvo, ka prece vai pakalpojums var palīdzēt laimēt azartspēlēs, izlozēs vai loterijās*.

PTAC konstatē, ka Reklāmā sniegta konkrēta informācija:

**Šis trīs Ķīnas monētas  
palīdzēs jums piepildīt  
trīs steidzamas ar naudas  
sanemšanu saistītas  
vēlēšanās.**

cenu! Vienīgi tad, ja cilvēks zina šo trīs monētu lielo spēku, ir apjaušama to neizsakāmā vērtība: tās var palīdzēt laimēt daudz naudas, atrast labi apmaksātu darbu vai gluži negaidīti saņemt lielu naudu.

Labā vēsts nekad nenāk viena: lai palīdzētu vēl ātrāk piepildīt jebkuru ar naudas saņemšanu saistītu vēlēšanu, es par brīvu nosūtišu jums arī Fen Šui rituālu aprakstu (šos rituālus man atklāja dižie meistari, un tie lieliski palīdz ātri piepildīt vēlēšanās, kas saistītas ar naudas iegūšanu).

No Reklāmas izriet, ka Sabiedrība, izplatot Reklāmu, īstenojusi komercpraksi, kuras ietvaros tiek sniegts apgalvojums, ka trīs Ķīnas monētas, kuras pakalpojuma sniedzējs piedāvā bez maksas nosūtīt 734 patērētājiem, palīdzēs patērētājam laimēt daudz naudas. Tāpat arī Reklāmā tiek apgalvots, ka konkrētās monētas piepildīs trīs steidzamas ar naudas saņemšanu saistītas vēlēšanās, kas nozīmē, ka patērētājs var vēlēt ar laimēt naudu un ar trīs Ķīnas monētu palīdzību konkrētā vēlēšanās piepildīsies. Vienlaicīgi Reklāmā tiek apgalvots, ka patērētājs, pasūtot trīs Ķīnas monētas, bez maksas saņems arī Fen Šui rituālu aprakstu, kas palīdzēs vēl ātrāk piepildīt konkrētās ar naudas saņemšanu saistītās patērētāja vēlēšanās.

PTAC norāda, ka latviešu valodas skaidrojošajā vārdnīcā, kā, piemēram, LU aģentūras „Latvijas Universitātes Matemātikas un informātikas institūts” Mākslīgā intelekta laboratorijai piederošajā interneta vietnē [www.tezaurs.lv](http://www.tezaurs.lv), sniegts vārda „laimēt” skaidrojums, kurš paredz, ka vārds „laimēt” nozīmē *iegūt loterijā (naudu vai mantu), iegūt (ko vēlamu, piemēram, priekšmetu, vietu, pienākumu) izlozē, iegūt azartspēlē (naudu vai mantu)*. Līdz ar to secināms, ka, lietojot Reklāmā apgalvojumu „tās var palīdzēt laimēt daudz naudas”, sabiedrībai (patērētājiem) nepārprotami tiek sniegts vēstījums par to, ka trīs Ķīnas monētas palīdzēs patērētājam laimēt loterijās, izlozēs vai azartspēlēs. Tādējādi PTAC ieskatā apgalvojums „tās var palīdzēt laimēt daudz naudas” nepārprotami nozīmē to, ka Reklāmā tiek sniegts apgalvojums, ka trīs Ķīnas monētas var palīdzēt laimēt loterijās, izlozēs vai azartspēlēs.

Nemot vērā iepriekš minēto, PTAC konstatē, ka Sabiedrība, izplatot Reklāmu, īstenojusi negodīgu, proti, NKAL 11.panta 16.punktā noteikto jebkuros apstākļos maldinošu komercpraksi, kas saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 2.punktu ir negodīga un saskaņā ar NKAL 4.panta pirmo daļu – aizliegta.

Papildus PTAC paskaidro sekojošo:

[1] Kā jau iepriekš minēts, Sabiedrība konkrētajā gadījumā ir atzīstama par komercprakses īstenošanu NKAL izpratnē, un tādējādi tā arī nes atbildību par negodīgas komercprakses īstenošanu. PTAC informē, ka, vērtējot katras atsevišķas komercprakses īstenošanā iesaistītās personas atbildību, PTAC izvērtē to, cik lielā mērā attiecīgā persona zināja vai tai vajadzēja zināt par komercprakses negodīgo raksturu.

Izvērtējot lietas materiālus, PTAC uzskata, ka, tā kā Sabiedrība Reklāmu ir saņēmusi pirms tās publicēšanas, Sabiedrībai bija iespējams iepazīties ar Reklāmas saturu un izvērtēt tā atbilstību normatīvo aktu prasībām. Tāpat arī likuma „Par likumu un citu Saeimas, Valsts prezidenta un Ministru kabineta pieņemto aktu izsludināšanu, publicēšanu, spēkā stāšanās kārtību un spēkā esamību” 7.pants nosaka, ka *spēkā esošie likumi un Ministru kabineta noteikumi ir saistoši visā Latvijas teritorijā, un neviens*

nevar aizbildināties ar to nezināšanu. Likumu un Ministru kabineta noteikumu nezināšana neatbrīvo no atbildības. Līdz ar to PTAC norāda, ka Sabiedrība nevarēja nezināt, ka Reklāma, kurā sniegts apgalvojums, ka prece vai pakalpojums var palīdzēt laimēt loterijās, izlozēs vai azartspēlēs, ir uzskatāma par jebkuros apstākļos maldinošu un tādējādi aizliegtu komercpraksi.

[2] PTAC vērš Sabiedrības uzmanību uz to, ka Reklāmas likuma 3.panta pirmā daļa nosaka, ka *reklāmai ir jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi*. Reklāmām izvirzāmās vispārīgās prasības paredz Reklāmas likuma II nodaļa, kurā cita starpā noteikts, ka *papildu prasības reklāmas jomā var noteikt citos likumos* (Reklāmas likuma 7.panta pirmā daļa).

No minētā izriet, ka jebkura reklāma, kura neatbilst normatīvo aktu prasībām, respektīvi, ne tikai Reklāmas likumā noteiktajām vispārīgajām prasībām, bet arī citos normatīvajos aktos noteiktajām prasībām, ir pretlikumīga un līdz ar to aizliegta reklāma un neviena persona, tajā skaitā, Sabiedrība, nav tiesīga izplatīt šādu reklāmu, ja tā zina vai tai vajadzētu zināt par konkrētās reklāmas neatbilstošo raksturu, kā to paredz Reklāmas likuma 12.panta ceturtā daļa.

NKAL 15.panta astotā daļa nosaka: *„Ja 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 komercpraksi atbilstošā saziņas līdzeklī paziņojumu, kurā norāda laboto informāciju, atsaucot negodīgo komercpraksi; 5) piemēro administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā”*.

Izvērtējot lietderības apsvērumus, proti, to, ar kāda veida lēmumu konkrētajā situācijā tiktu panākta vispārēja augsta līmeņa patērētāju tiesību aizsardzība ne tikai šobrīd, bet arī nākotnē, kā arī ņemot vērā to, ka saskaņā ar PTAC rīcībā esošo informāciju Reklāma konkrētajā žurnālā jau ir atsaukta, PTAC ieskatā Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt kādu no NKAL 15.panta astotajā daļā 1. - 4.punktā paredzētajiem tiesiskajiem pienākumiem. Ņemot vērā, ka Reklāma jau ir tikusi sniegta un tādējādi komercprakses negatīvā ietekme jau ir notikusi un ņemot vērā Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 9.panta pirmo daļu, proti, ka Sabiedrība ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, par kuru likumā paredzēta administratīvā atbildība, PTAC secina, ka, pamatojoties uz NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu, Sabiedrībai nosakāms ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, piemērojot administratīvo sodu.

Ar administratīvā soda palīdzību Sabiedrība tiks motivēta savā turpmākajā komercdarbībā nepieļaut atkārtotu iepriekš minētā pārkāpuma izdarīšanu. Arī LAPK 1.panta pirmā daļa nosaka, ka *administratīvo pārkāpumu likumdošanas uzdevums ir aizsargāt sabiedrisko iekārtu, īpašumu, pilsoņu sociāli ekonomiskās, politiskās un personiskās tiesības un brīvības, kā arī komersantu, iestāžu un organizāciju tiesības un likumīgās intereses, noteikto pārvaldes kārtību, valsts un sabiedrisko kārtību, nostiprināt likumību, novērst tiesību pārkāpumus, audzināt pilsoņus likumu precīzas un stingras ievērošanas garā, ieaudzināt viņos cieņas pilnu attieksmi pret citu pilsoņu tiesībām, godu un pašcieņu, pret sadzīves noteikumiem, apzinīgu attieksmi pret saviem*

*pienākumiem un atbildību sabiedrības priekšā, un 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 Baltis. Iestādes rīcības brīvība un lietderības apsvērumi. Jurista Vārds, Nr.18(373), 17.05.2005.). Vienlaikus PTAC ņem vērā, ka saskaņā ar LAPK 22.pantu administratīvā soda piemērošanas mērķis ir arī audzināt personu, kura izdarījusi administratīvo pārkāpumu, lai tā ievērotu likumus.*

Ņemot vērā, ka ir izdarīts administratīvais pārkāpums un lietā nepastāv apstākļi, kas ir pamats lietvedības izbeigšanai (LAPK 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 atkārtošanās, nepieciešams Sabiedrībai piemērot administratīvo sodu.

Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.<sup>13</sup> panta trešajā daļā – *par negodīgu komercpraksi.*

LAPK 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 LAPK 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., 6., 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 aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtošanās atturošām. Tāpat arī, nosakot soda apmēru, PTAC ņem vērā, ka par Reklāmas izplatīšanu Sabiedrība no SIA „Mediapool” saņēma samaksu Ls (...) + PVN apmērā.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.pantu mīkstinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu, kā arī nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprinātu atbildību par administratīvo pārkāpumu.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī ņemot vērā komercprakses īstenošanas vietu, izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, atbildību mīkstinājošo un pastiprinošo apstākļu neesamību, kā arī ievērojot vienlīdzības principu, PTAC uzskata, ka par negodīgas komercprakses īstenošanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 700,00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma – negodīgas komercprakses, respektīvi, jebkuros apstākļos maldinošas komercprakses īstenošana – raksturu un tās īstenošanas vietu.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 9.panta pirmo daļu, 14.<sup>1</sup> pantu, 22.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, 260.panta trešo daļu, 274.pantu, 275.panta pirmās daļas 1.punktu, Administratīvā procesa likuma 5.pantu, 6.pantu, 12.pantu, 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, PTAL 1.panta 2. un 6.punktu,

NKAL 1.panta pirmās daļas 1. un 2.punktu, 1.panta otro daļu, 2.pantu, 4.panta pirmo daļu, 4.panta otrās daļas 2.punktu, 11.panta 16.punktu, 14.panta pirmo daļu un 15.panta astotās daļas 5.punktu,

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

**uzlikt** sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „Izdevniecības nams FENSTER”,  
juridiskā adrese: Taisnā iela 47, Rīga, LV-1063,  
vienotās reģistrācijas numurs: 40103095090,  
naudas sodu Ls 700,00 (septiņi simti) apmērā;

Pieņemto lēmumu SIA „Izdevniecības nams FENSTER” 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 stāties spēkā.

Naudas sods jāsamaksā ar pārskaitījumu, maksājuma uzdevumā norādot:

Saņēmējs:	Valsts kase	Reģistrācijas numurs 90000050138
Saņēmēja iestāde:	Valsts kase	BIC kods TRELLV22
Konts (IBAN)	LV12TREL1060121019400	
Maksājuma mērķis:	Lēmums Nr. E03-REUD-36	
Pieņemšanas datums:	2009.gada 24.septembris	

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

Direktores vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS