

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

2010.gada 21.oktobrī

Nr. E03-KREUD-57

**Par administratīvā soda piemērošanu un tiesiskā pienākuma uzlikšanu**

**Par negodīgu komercpraksi, par kuru paredzēts 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 sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „Market Wave”, juridiskā adrese: Ganību dambis 26, Rīga, LV-1005, vienotās reģistrācijas numurs: 40003823197,

izskatīja administratīvā pārkāpuma lietu par tālāk minēto un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC) 10.08.2010. saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmo daļu uzsāka izvērtēt SIA „Market Wave” (turpmāk – Sabiedrība) īstenotās komercprakses, š.g. 7.augustā laikraksta „Teļeprogramma s djadei Mišei” Nr.31 sniedzot reklāmu krievu valodā, kurā tiek piedāvātas 8 preces (turpmāk – Reklāma) (Pielikums Nr.1), kā arī sniedzot informāciju mājas lapā [www.bestmw.com](http://www.bestmw.com) par piedāvātajām precēm, atbilstību patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošo un citu normatīvo aktu, kā arī NKAL prasībām.

NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punkts nosaka, ka komercprakse ir *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*. Tādējādi Reklāmas un informācijas par precēm sniegšana ir uzskatāma par komercpraksi, jo ir tieši saistīta ar preces pārdošanu patērētājam. Savukārt Sabiedrība, kā izriet no Reklāmā sniegtās informācijas un saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktu, ir atzīstama par komercprakses īstenotāju.

Ņemot vērā minēto un pamatojoties uz NKAL 15.panta otro daļu, PTAC 10.08.2010. vēstulē Nr.21-06/6278-P-103 un atkārtoti 03.09.2010. vēstulē Nr.21-06/7013-P-103 pieprasīja Sabiedrībai līdz 13.09.2010. iesniegt dokumentārus pierādījumus par Reklāmā norādītajām preču cenām pirms Reklāmā izteiktā piedāvājuma sākuma datuma, t.i. – dokumentārus pierādījumus par Reklāmā norādīto preču cenu laika posmā no 2010.gada 2.jūlija līdz 2.augustam, kā arī pierādījumus par

Reklāmā iekļautā apgalvojuma attiecībā uz turbo aerogrīlu – „pati populārākā prece pasaulē!” – patiesumu. Sabiedrība 20.08.2010. vēstulē 20082010/1 sniedza informāciju, ka minētais apgalvojums ir kļūda, kas radusies neprecīza tulkojuma rezultātā, bet preču akciju cenas tiek noteiktas ar uzņēmuma iekšējiem dokumentiem, kuru kopijas pievienoja. Pierādījumi, ka preces ir pārdotas par cenām, kas norādītas Reklāmā kā preču iepriekšējās cenas, PTAC nav saņēmti.

Neskatoties uz to, ka Sabiedrība nav iesniegusi pierādījumus par preču cenu patiesumu, tā 2010.gada 16.oktobra laikraksta „Teļeprogramma s djadei Mišeī” Nr.41 ir sniegusi reklāmu, kurā tiek piedāvātas 3 preces, kuru vizuālais attēlojums, par precīzi sniegtā informācija un cena ir analoga Reklāmā sniegtajam piedāvājumam; katras preces piedāvājumam vēl ir pievienota dāvana. Minētajā reklāmā nav sniegta informācija par pārdevēju un patērētāju normatīvajos aktos noteiktajām tiesībām atteikties no preces. Par šīs informācijas norādīšanas nepieciešamību, kas noteikta NKAL 10.panta trešajā daļā, PTAC informēja Sabiedrību 2010.gada 3.septembra vēstulē Nr.21-06/7013-P-103. Arī mājas lapā [www.bestmw.com](http://www.bestmw.com) preču cenas, par kurām PTAC pieprasīja un nesaņēma pierādījumus, lēmuma pieņemšanas dienā norādītas analogas Reklāmā norādītajām.

NKAL 15.panta trešā daļa nosaka - *Ja komercprakses īstenotājs nesniedz saskaņā ar šā panta otro daļu pieprasīto informāciju vai sniedz to nepilnīgi, Uzraudzības iestāde ir tiesīga uzskatīt, ka komercpraksē izmantotā informācija ir neprecīza vai nepatiesa.*

PTAC paskaidro, ka Sabiedrības īstenoto komercpraksi PTAC vērtē no vidusmēra patērētāja uztveres viedokļa, ņemot vērā Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvā 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”), un Eiropas Kopienas tiesas (turpmāk – EKT) praksē norādītos vidusmēra patērētāja kritērijus – patērētājs, kurš ir pietiekoši zinošs un labi informēts, kā arī pietiekoši vērīgs un piesardzīgs (skat. Direktīvas preambulas 18.punkts; EKT C-112/99, 52.paragrāfs; C-44/01, 55.paragrāfs; C-356/04, 78.paragrāfs; C-381/05, 23.paragrāfs).

Saskaņā ar Negodīgas komercprakses direktīvas (2005/29/EK, 2005.gada 11.maijs) preambulas 11.punktu ar šo direktīvu ir sasniedzama augsta līmeņa patērētāju tiesību aizsardzība, nosakot vienotu vispārēju aizliegumu tādai negodīgai komercpraksi, kas kropļo patērētāju saimniecisko rīcību.

Minētās direktīvas 2.panta e) punkts nosaka, ka *būtiski kropļot patērētāja saimniecisko rīcību” nozīmē izmantot komercpraksi, lai būtiski mazinātu patērētāja spējas pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu, tādējādi liekot patērētājam pieņemt tādus lēmumus par darījuma veikšanu, kādus viņš citādi nebūtu pieņēmis. Savukārt 2.panta k) punkts nosaka, ka „lēmums veikt darījumu” ir jebkurš patērētāja pieņemts lēmums par to, vai, kā un pēc kādiem noteikumiem veikt pirkumu, vai veikt pilnus vai daļējus maksājumus, paturēt produktu vai no tā atbrīvoties, vai attiecībā uz to izmantot līgumtiesības, neatkarīgi no tā, vai patērētājs nolemj rīkoties vai no rīcības atturēties.*

Izvērtējot Sabiedrības īstenoto komercpraksi, PTAC konstatē, ka ievērojama cenu samazinājuma iespaidā (cenu starpība Reklāmā norādītajām „iepriekšējām” cenām un piedāvātajām ir 40 Ls, 10 Ls, 10 Ls, 9 Ls, 21 Ls, 21 Ls, 16 Ls un 32 Ls) patērētāji pieņēma vai varēja pieņemt tādu lēmumu par preču iegādi, kādu viņi nebūtu pieņēmuši, ja zinātu, ka faktiski preču cenas pastāvīgi ir tādas, kādas tiek piedāvātas Reklāmā, turklāt vidusmēra patērētājs saista preces kvalitāti ar preces cenu, t.i. – patērētājs paredz, ka augstāka kvalitāte būs precei, kuras cena ir augstāka kā citai precei. Tādējādi, uzzinot, ka parasti preces cena ir ievērojami augstāka, patērētājs pieņem vai var pieņemt, ka preces kvalitāte ir atbilstoša iepriekš norādītajai augstākajai cenai, kā rezultātā viņš pieņem vai var pieņemt lēmumu par preces iegādi, kas radies, balstoties uz šo nepatieso informāciju. PTAC ieskatā arī norāde par preces lielo popularitāti pasaulē var ietekmēt patērētāja izvēli un viņa lēmumu par preces iegādi, jo tā norāda uz lielu skaitu preces lietotāju, kuri ir bijuši apmierināti ar precī un par to informējuši citus potenciālos patērētājus.

Ņemot vērā minēto, PTAC konstatē, ka Sabiedrība ir sniegusi maldinošu informāciju. NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punkts 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.*

Saskaņā ar NKAL 7.panta otrās daļas 1.punktu *par patērētāja pieņemtu lēmumu slēgt līgumu jebkurā gadījumā uzskatāms patērētāja lēmums iegādāties precī vai saņemt pakalpojumu, vai atturēties no šādas rīcības.*

Tādējādi Sabiedrība, sniedzot maldinošu informāciju par precī un tās cenu, saskaņā ar NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punktu un NKAL 4.panta otrās daļas 2.punktu, ir maldinājusi patērētājus un īstenojusi negodīgu komercpraksi, kas saskaņā ar NKAL 4.panta pirmo daļu ir aizliegta.

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 īstenošanai par pienākumu atbilstošā veidā sniegt papildu informāciju, kas nepieciešama, lai nodrošinātu komercprakses atbilstību šā likuma prasībām; 2) uzliek komercprakses īstenošanai par pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi; 3) aizliedz negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama; 4) uzliek komercprakses īstenošanai par pienākumu publicēt attiecīgajai komercpraktī atbilstošā saziņas līdzeklī paziņojumu, kurā norāda laboto informāciju, atsaucot negodīgo komercpraksi; 5) piemēro administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā”.*

Ņemot vērā iepriekš minēto, PTAC rīcībā esošo informāciju par turpmāku analogu reklāmu un informācijas sniegšanu un 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, un to, ka saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 9.panta pirmo daļu Sabiedrība ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, PTAC uzskata, ka Sabiedrībai ir lietderīgi uzlikt NKAL 15.panta astotās daļas 2.punktā noteikto tiesisko pienākumu un saskaņā ar minētās tiesību normas 5.punktu uzlikt administratīvo sodu, kas paredzēts LAPK 166.<sup>13</sup> panta trešajā daļā *Par negodīgu komercpraksi.*

PTAC uzskata, ka 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 un 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.*<sup>1</sup> 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 iepriekš minēto, 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 atkārtotāšanās, nepieciešams Sabiedrībai piemērot administratīvo sodu.

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 – no piecdesmit līdz desmittūkstoš latiem*.

Saskaņā ar LAPK 32.panta otrās daļas noteikumiem, uzliekot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, viņa vainas pakāpi, mantisko stāvokli, atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus. Iestāde pārkāpēju ir tiesīga atbrīvot no administratīvās atbildības saskaņā ar LAPK 21.panta pirmās daļas noteikumiem tikai tādā gadījumā, ja izdarītais pārkāpums ir maznozīmīgs. Konkrētajā gadījumā no lietas materiāliem izriet, ka Sabiedrība ir pieļāvusi normatīvajiem aktiem neatbilstošas komercprakses īstenošanu, kas nav uzskatāms par maznozīmīgu pārkāpumu.

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 aizskārumu, to, ka piemērojamām sankcijām jābūt efektīvām un no pārkāpuma atkārtotāšanās atturošām.

Izvērtējot administratīvās lietas materiālus, PTAC nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 34.pantu pastiprina atbildību par administratīvo pārkāpumu un nav konstatējis apstākļus, kas saskaņā ar LAPK 33.pantu mīkstina atbildību par administratīvo pārkāpumu.

---

<sup>1</sup> Māris Baltāis. Iestādes rīcības brīvība un lietderības apsvērumi. Jurista Vārds, Nr.18(373), 17.05.2005.

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī ņemot vērā komercprakses īstenošanas veidu un apjomu, izdarītā pārkāpuma raksturu un būtību, atbildību mīkstinošo apstākļu un atbildību pastiprinošo apstākļu neesamību, PTAC uzskata, ka par negodīgas komercprakses īstenošanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 500.00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma – negodīgas komercprakses īstenošana – raksturu un tās īstenošanas apjomu.

Izvērtējot lietas materiālus un izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 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, 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, NKAL 1.panta pirmās daļas 1. un 2.punktu, 2.pantu, 4.panta pirmo daļu, 4.panta otrās daļas 2.punktu, 9.panta pirmās daļas 1.punktu, 14.panta pirmo daļu, 15.panta trešo daļu un astotās daļas 2. un 5.punktu,

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

**uzlikt** SIA „Market Wave”,  
juridiskā adrese: Ganību dambis 26, Rīga, LV-1005  
vienotās reģistrācijas numurs: 40003823197,

**par pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi, pārtraucot sniegt nepatiesu informāciju par SIA „Market Wave” piedāvāto preču cenu pirms piedāvājuma izteikšanas**

un

**uzlikt naudas sodu Ls 500.00** (pieci simti) apmērā

Pieņemto lēmumu SIA „Market Wave” 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. Lēmuma pārsūdzēšana neaptur tā darbību.

[..]

Direktores vietniece (paraksts)

B.Liepiņa

IZRAKSTS PAREIZS