

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

LĒMUMS

Rīgā

2010.gada 9.decembrī

Nr. E03-KREUD-63

Par administratīvā soda un tiesiskā pienākuma uzlikšanu

Par Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.panta otrās daļas 1.,2.,3.punktā noteikto negodīgas komercprakses īstenošanu, par kuru paredzēts administratīvais sods Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 166.¹³ 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 „VISION MARKETING” juridiskā adrese: Alberta iela 1-16, Rīga, LV-1010 vienotās reģistrācijas numurs: 40103290733 pārstāvim,

izskatīja administratīvo lietu un konstatēja:

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC) pēc vairāku personu iesniegumu saņemšanas, pamatojoties uz Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma (turpmāk – NKAL) 15.panta pirmo daļu, ir izvērtējis SIA „VISION MARKETING” (turpmāk – Sabiedrība) īstenotās komercprakses saistībā ar patērētājiem piedāvātajiem/noslēgtajiem izmitināšanas pakalpojumu līgumiem atbilstību NKAL un citu patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošo normatīvo aktu prasībām.

Saskaņā ar PTAC rīcībā esošo informāciju Sabiedrība piedāvājusi patērētājiem un slēgusi ārpus tās pastāvīgās tirdzniecības vietas ar patērētājiem līgumus par izmitināšanas pakalpojumiem īstermiņa brīvdienās *Premier Holidays Marketing* kompānijas augstākās klases apartamentos Tenerifē („*El Marques Palace*”), Maltā („*San Antonio hotel SPA*”), Maljorkā („*Cala Pi Club*”) un Ēģiptē („*EL Pyramisa Resort*”) (turpmāk – Līgumi).

Patērētāju iesniegumos cita starpā norādīts, ka Sabiedrība nenodrošina Patērētāju tiesību aizsardzības likuma (turpmāk – PTAL) 12.pantā noteikto atteikuma tiesību realizāciju, neatmaksājot visu samaksāto līguma summu (piem., Ls 665.00 vai Ls 980.00 apmērā), ieturot Līgumu 7.5.1.punktā noteiktās administratīvās izmaksas, kā arī norādīts uz iespējamiem pārkāpumiem sakarā ar informācijas sniegšanu prezentācijas laikā.

Lai varētu izvērtēt Sabiedrības īstenotās komercprakses apstākļus un atbilstību normatīvo aktu prasībām, PTAC 2010.gada 12.augustā vēstulē Nr.21-04/6366-P-354

cita starpā pieprasīja Sabiedrībai noteiktā termiņā iesniegt PTAC lietas pilnīgai izskatīšanai nepieciešamo informāciju – divu prezentāciju, kuru laikā Sabiedrība demonstrē patērētājiem piedāvāto pakalpojumu, ierakstus. Noteiktajā termiņā Sabiedrība pieprasīto informāciju PTAC netika sniegusi, līdz ar to PTAC 2010.gada 6.septembrī pieņēma lēmumu uzsākt lietvedību administratīvā pārkāpuma, par kuru paredzēta atbildība Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – LAPK) 175.⁹ pantā, lietā pret Sabiedrību. 2010.gada 3.novembrī PTAC pieņēma lēmumu Nr.EO3-RIG-245 Par administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu, ar kuru piemēroja Sabiedrībai administratīvo naudas sodu Ls 3000.00 apmērā.

2010.gada 29.novembrī PTAC ierakstītā vēstulē Nr.21-06/9197-P-102 nosūtīja Sabiedrībai uzaicinājumu uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu saistībā ar negodīgo komercpraksi, informējot Sabiedrību par uzsākto lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā, lietas izskatīšanas vietu un laiku, kā arī uzaicinot Sabiedrības pārstāvi ierasties uz administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanu un pieprasot Sabiedrībai sakarā ar tās īstenoto komercpraksi sniegt pilnīgu un patiesu informāciju par ar patērētājiem noslēgto līgumu kopējo skaitu un to noslēgšanas vietām Latvijā. Vienlaikus līdz ar minēto PTAC informēja Sabiedrību par tās tiesībām izteikt viedokli un argumentus lietā saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 62.panta pirmo daļu.

Līdz lietas izskatīšanas brīdim Sabiedrība nav sniegusi nekādu informāciju/viedokli lietā. Uz lietas izskatīšanu Sabiedrības pārstāvis neieradās, un PTAC nav saņēmis Sabiedrības lūgumu atlikt lietas izskatīšanu.

Ņemot vērā lietā esošos materiālos, PTAC secina turpmāk minēto:

Saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktu, kas 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, Sabiedrības darbība/bezdarbība saistībā ar patērētājiem piedāvātajiem/noslēgtajiem izmitināšanas pakalpojumu līgumiem, ir uzskatāma par komercpraksi NKAL izpratnē. Savukārt, Sabiedrība ir atzīstama par komercprakses īstenotāju saskaņā ar NKAL 1.panta pirmās daļas 2.punktu, kas paredz, ka *komercprakses īstenotājs ir 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.**

NKAL 4.panta pirmā daļa nosaka, ka *negodīga komercprakse ir aizliegta, un saskaņā ar NKAL 4.panta otrās daļas 1.-3.punktu komercprakse ir negodīga, ja tā neatbilst profesionālajai rūpībai un negatīvi ietekmē vai var negatīvi ietekmēt tāda vidusmēra patērētāja vai tādas vidusmēra patērētāju grupas ekonomisko rīcību, kam šī komercprakse ir adresēta vai ko tā skar; tā ir maldinoša; tā ir agresīva.*

NKAL 6.pantā paredzēts: *Komercpraksi uzskata par profesionālajai rūpībai neatbilstošu, ja tā netiek veikta ar tāda līmeņa prasmi un rūpību, ko patērētājs var pamatoti sagaidīt un kas atbilst attiecīgajā saimnieciskās vai profesionālās darbības jomā vispārārtīgai godīgai tirgus praksei un labas ticības principam.* NKAL 10.panta pirmās daļas 1.punkts nosaka, ka *komercpraksi uzskata par maldinošu, ja, ņemot vērā visas tās īpatnības un apstākļus, var secināt, ka tiek noklusēta būtiska informācija, kas*

vidusmēra patērētājam ir nepieciešama, lai pieņemtu uz informāciju balstītu lēmumu, un komercprakses ietekmē vidusmēra patērētājs pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu citādi nebūtu pieņēmis. Savukārt, atbilstoši NKAL 12.panta pirmās daļas noteikumiem komercprakse ir uzskatāma par agresīvu, ja, ņemot vērā visas tās īpatnības un visus apstākļus, var secināt, ka tā faktiski ietver neatlaidīgas darbības, piespiešanu, tostarp fiziska spēka vai nesamērīgas ietekmes izmantošanu, negatīvi ietekmē vai var negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāja izvēles vai rīcības brīvību attiecībā uz preci vai pakalpojumu un rezultātā patērētājs pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu citādi nebūtu pieņēmis.

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.*

Tāpat PTAC norāda, ka saskaņā ar NKAL 7.panta otrās daļas noteikumiem *par patērētāja pieņemtu lēmumu slēgt līgumu jebkurā gadījumā uzskatāms patērētāja lēmums iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu, vai atturēties no šādas rīcības; kādā veidā un ar kādiem noteikumiem iegādāties preci vai saņemt pakalpojumu; samaksāt preces vai pakalpojuma cenu pa daļām vai kopumā; paturēt preci, pieņemt pakalpojumu vai izmantot iespēju īstenot savas likumīgās patērētāja tiesības. No minētās tiesību normas izriet, ka, vērtējot komercprakses atbilstību, jāņem vērā, ka patērētāja ekonomiskās rīcības ietekmēšana attiecas gan uz komercprakses īstenotāja darbībām/bezdarbību saistībā ar pakalpojuma sniegšanu līdz līguma noslēgšanai ar patērētāju, gan uz darbībām/bezdarbību pēc pakalpojuma sniegšanas, gan tā sniegšanas laikā. Turklāt no konkrētā panta izriet, ka, vērtējot komercprakses atbilstību normatīvo aktu prasībām, nav obligāts nosacījums, ka patērētājam līgums ir jānoslēdz – pietiek vien, ja komercprakses ietekmē patērētājs pieņem lēmumu saņemt pakalpojumu vai atturēties no šādas rīcības, jo tikai pēc konkrēta lēmuma pieņemšanas patērētājs rīkojas, piemēram, veic noteiktas darbības pakalpojuma saņemšanai, un konkrētā*

patērētāja rīcība jau ir atzīstama par komercprakses sekām, kuru ietvaros var tik ietekmēta arī patērētāja ekonomiskā rīcība.

[1] No lietā esošajiem materiāliem izriet, ka Sabiedrība, organizējot prezentācijas, ir piedāvājusi patērētājiem slēgt un slēgusi ar patērētājiem līgumus par izmitināšanas pakalpojumiem īstermiņa brīvdienās attiecīgajos apartamentos, proti, līgumus, kas noslēgti ārpus uzņēmuma pastāvīgās tirdzniecības vietas, par kādiem tie uzskatāmi PTAL 9.panta pirmās daļas izpratnē. PTAC paskaidro, ka uz līgumiem, kas starp patērētāju un pakalpojuma sniedzēju ir noslēgti prezentācijas, ko organizē pakalpojuma sniedzējs, laikā ārpus uzņēmuma pastāvīgās tirdzniecības vai pakalpojuma sniegšanas vietas bez patērētāja izteikta pieprasījuma, ir attiecināmas normatīvo aktu prasības patērētāju tiesību aizsardzības jomā, kas paredzētas attiecībā uz konkrētā veida līgumiem.

PTAC norāda, ka saskaņā ar PTAL 12.panta otrās daļas 1.punktu *patērētājs var izmantot atteikuma tiesības, lai atkāptos no līguma, kas noslēgts ārpus pastāvīgās tirdzniecības vai pakalpojumu sniegšanas vietas. Turklāt 2006.gada 25.aprīļa Ministru kabineta noteikumu Nr.320 „Noteikumi par ārpus pastāvīgās tirdzniecības vietas vai pakalpojuma sniegšanas vietas noslēgtajā līgumā ietveramo informāciju un atteikuma tiesību realizēšanas termiņu un kārtību” (turpmāk – Noteikumi) 5.punkts paredz, ka patērētājs ir tiesīgs izmantot atteikuma tiesības un vienpusēji atkāpties no līguma 14 kalendāra dienu laikā, nosūtot pārdevējam vai pakalpojuma sniedzējam atteikuma veidlapu vai rakstisku atteikumu. Atteikuma tiesību izmantošanas termiņu skaita no dienas, kad patērētājs ir saņēmis precī vai preces (preču) daļu, vai no līguma noslēgšanas dienas, ja tiek sniegti pakalpojumi.*

Izvērtējot PTAC rīcībā esošo informāciju, PTAC konstatē, ka saskaņā ar patērētāju sūdzībām Sabiedrība patērētājiem nav sniegusi būtisku un patērētāju lēmumu par līguma slēgšanu NKAL 7.panta izpratnē pieņemšanai nepieciešamu informāciju par patērētāju likumīgajām atteikuma tiesībām, kas saskaņā ar normatīvajiem aktiem ir paredzētas gadījumā, kad tiek noslēgts līgums ārpus uzņēmuma pastāvīgās tirdzniecības vietas. Šajā sakarā PTAC vērš uzmanību uz NKAL 10.panta trešās daļas 5.punktu, kas nosaka, ka par būtisku ir uzskatāma informācija par atteikuma tiesībām, kā arī minētās tiesību normas ceturtās daļas noteikumiem, saskaņā ar kuriem par būtisku informāciju ir uzskatāmas arī prasības, kas informācijas sniegšanai noteiktas citos patērētāju tiesību aizsardzību vai preču pārdošanu un pakalpojumu sniegšanu reglamentējošos normatīvajos aktos. Līdz ar to Sabiedrībai, sniedzot pakalpojumus ārpus tās pastāvīgās tirdzniecības vietas, bija/ir jāievēro iepriekš minēto Noteikumu prasības, tostarp, Noteikumu 4.punktā noteiktā prasība, ka *pakalpojumu sniedzējs, slēdzot līgumu ar patērētāju vai pēc patērētāja piedāvājuma izteikšanas (ja patērētājam ir saistošs viņa izteiktais piedāvājums, kā arī ja piedāvājums ir saistošs tikai tad, kad to pieņēmis pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs), izsniedz patērētājam Patērētāju tiesību aizsardzības likumā noteikto atteikuma veidlapu, kurā norādīts datums un ziņas, pēc kurām var identificēt konkrēto līgumu.* Tādējādi PTAC secina, ka, nesniedzot patērētājiem informāciju par atteikuma tiesībām, kā arī neizpildot minētās Noteikumu prasības, Sabiedrība ir noklusējusi būtisku informāciju, kas vidusmēra patērētājam ir nepieciešama, lai pieņemtu uz informāciju balstītu lēmumu, kā rezultātā vidusmēra patērētājs pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu citādi nebūtu pieņēmis, piemēram, lēmumu par atteikuma tiesību neizmantošanu.

[2] Tāpat PTAC konstatē, ka no patērētāju sūdzībām izriet ne vien tas, ka Sabiedrība nav informējusi patērētājus par atteikuma tiesībām, bet arī Sabiedrība nav ievērojusi patērētāja atteikuma tiesības. Vairākās patērētāju sūdzībās norādīts, ka Sabiedrība nav vēlējusies lauzt noslēgto līgumu un atgriezt (visu) samaksāto naudas summu. Piemēram, kāda patērētāja sūdzībā minēts: „(..)Manas prasības [uzskatīt līgumu par lauztu un atgriezt iemaksāto naudas summu] netika ņemtas vērā un vienīgo iespēju man piedāvāja vienpusēji lauzt līgumu, bet apmaksājot administratīvos izdevumus saskaņā ar līguma nosacījumiem(..)” Cits patērētājs sūdzībā norādījis: „(..)Tikšanās laikā nenonācām pie vienota slēdziena, jo kompānija atteicās atmaksāt iemaksāto naudas summu (..). Rakstisku atbildi uz iesniegto iesniegumu par līguma izbeigšanu, kompānijas pārstāvji tā arī nav devuši(..)” Savukārt, vēl cita patērētāja sūdzībā rakstīts: „(..)SIA „Vision Marketing” nosūtīju iesniegumu (elektroniski un pa pastu) ar līgumu lauzt līgumu un atmaksāt man samaksāto par pakalpojumu naudu pilna apmēra, kur arī tika paskaidroti laušanas iemesli. No iesnieguma iesniegšanas brīža pagāja jau vairāk nekā mēnesis, bet SIA „Vision Marketing” nav veicis naudas atmaksu(..)”

Turklāt PTAC konstatē, ka ar patērētājiem noslēgto Līgumu noteikumos Sabiedrība saistībā ar patērētāja likumīgo atteikuma tiesību izmantošanu ir ietvērusi netaisnīgus līguma noteikumus. PTAC norāda, ka Līgumu 7.5.1.apakšpunkts, kas paredz, ka *Pusei savlaicīgi rakstveidā paziņojot otrai Pusei ir tiesības izbeigt Līgumu pirms termiņa, ja šis Līgums tiek izbeigts pirms termiņa pēc Pakalpojuma saņēmēja iniciatīvas 7 (septiņu) dienu laikā no šī Līguma noslēgšanas brīža, tad Pakalpojuma sniedzējs atmaksā Pakalpojuma saņēmējam daļu no iemaksātās Pakalpojuma maksas, ieturot no Pakalpojumu saņēmēja administratīvās izmaksas LVL 300,00 (trīs simti lati) apmērā*, kā arī Līgumu 7.5.2.apakšpunkts, kas nosaka, ka *Pusei savlaicīgi rakstveidā paziņojot otrai Pusei ir tiesības izbeigt Līgumu pirms termiņa, ja šis Līgums tiek izbeigts pirms termiņa pēc Pakalpojuma saņēmēja iniciatīvas pēc šī Līguma 7.5.1.punktā norādītā termiņa, tad Pakalpojuma saņēmēja iemaksātā Pakalpojuma maksa netiek viņam atmaksāta*, saskaņā ar PTAL 6.panta trešās daļas 1.punktu (kontekstā ar PTAL 5.panta otrās daļas 4.punktu) ir atzīstami par netaisnīgiem līguma noteikumiem, jo neļauj patērētājam atkāpties no līguma 14 dienu laikā bez administratīvo izmaksu (zaudējumu) atlīdzības. Ņemot vērā minēto un to, ka Sabiedrība patērētājiem neļauj atkāpties no Līgumiem Noteikumu 5.punktā noteiktajā termiņā un pieprasa administratīvās izmaksas par vienpusēju atkāpšanos no līguma, Sabiedrība ir pieļāvusi patērētāju tiesību pārkāpumus, kas noteikti PTAL 3.panta 2.punktā un 7.punktā.

Ņemot vērā minēto, PTAC secina, ka Sabiedrība, liedzot patērētājiem realizēt atteikuma tiesības (neievērojot patērētāju izteikto gribu lauzt līgumu, neatmaksājot patērētāju iemaksātās naudas summas, neatbildot uz patērētāju iesniegumiem u.c.), pārkāpjot PTAL un Noteikumos noteikto, ir rīkojusies pretlikumīgi un likusi patērētājiem apgrūtinošus šķēršļus gadījumos, kad viņi vēlējušies/vēlas izmantot likumā un līgumā noteiktās tiesības, tostarp, tiesības izbeigt līgumu. Tādējādi Sabiedrība, veicot piespiešanu un izmantojot nesamērīgu ietekmi, ir negatīvi ietekmējusi vai varējusi negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāja izvēles vai rīcības brīvību attiecībā uz pakalpojumu, kā rezultātā patērētājs varēja pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu citādi nebūtu pieņēmis, piemēram, lēmumu par noslēgtā līguma izbeigšanu vai lēmumu par cita pakalpojuma sniedzēja izvēli. Izdarot minēto secinājumu, PTAC ņem vērā arī Sabiedrības un patērētāju starpā noslēgto līgumu

veidu, raksturu, to noslēgšanas vietu, kas prezumē apstākļus, kuri varētu mazināt patērētāja spriestspēju konkrētā veida līguma noslēgšanā.

[3] Izvērtējot iepriekš minēto, PTAC secina, ka Sabiedrības īstenotā komercprakse ir vērtējama (arī) kā profesionālajai rūpībai neatbilstoša, kas negatīvi ietekmēja/ietekmē vai varēja/var negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāja ekonomisko rīcību, jo tā nav veikta ar tāda līmeņa prasmi un rūpību, ko patērētājs var pamatoti sagaidīt no Sabiedrības un kas atbilst konkrētajā saimnieciskās darbības jomā vispāratzītai godīgai tirgus praksei, kā arī labas ticības principam. PTAC uzsver, ka patērētājs varēja/var pamatoti sagaidīt no Sabiedrības kā profesionāla komersanta konkrētajā saimnieciskās darbības jomā, ka Sabiedrība ievēros patērētāja likumīgās tiesības, tostarp, tiesības saņemt patērētāja lēmuma pieņemšanai būtisku informāciju, patērētāja atteikuma tiesības, kā arī neietvers patērētājiem piedāvātajos līgumos netaisnīgus noteikumus un rīkosies atbilstoši konkrētajā tirgus jomā vispāratzītai godīgai tirgus praksei un labas ticības principam.

Līdz ar to, apkopojot iepriekš minēto, PTAC secina, ka Sabiedrība:

- 1) ir īstenojusi maldinošu komercpraksi (maldinoša noklusēšana) saskaņā ar NKAL 10.panta pirmās daļas 1.punktu (kontekstā ar NKAL 10.panta trešās daļas 5.punktu), jo ir noklusējusi būtisku informāciju, kas vidusmēra patērētājam ir nepieciešama, lai pieņemtu uz informāciju balstītu lēmumu, kā rezultātā vidusmēra patērētājs pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu citādi nebūtu pieņēmis, piemēram, lēmumu par likumīgo atteikuma tiesību neizmantošanu;
- 2) ir īstenojusi agresīvu komercpraksi saskaņā ar NKAL 12.panta pirmo daļu (kontekstā ar NKAL 12.panta otro daļu, trešās daļas 1.,4.,5.punktu), jo, ņemot vērā tās īpatnības un apstākļus, var secināt, ka tā faktiski ietver piespiešanu un nesamērīgas ietekmes izmantošanu un negatīvi ietekmē vai var ietekmēt vidusmēra patērētāja izvēles vai rīcības brīvību, kā rezultātā patērētājs pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu citādi nebūtu pieņēmis, piemēram, lēmumu par noslēgtā līguma izbeigšanu vai lēmumu par cita pakalpojuma sniedzēja izvēli;
- 3) ir īstenojusi profesionālajai rūpībai neatbilstošu komercpraksi saskaņā ar NKAL 6.pantu, jo tā nav veikta ar tāda līmeņa prasmi un rūpību, ko patērētājs var pamatoti sagaidīt un kas atbilst attiecīgajā saimnieciskās darbības jomā vispāratzītai godīgai tirgus praksei un labas ticības principam, kas negatīvi ietekmē vai var negatīvi ietekmēt patērētāja ekonomisko rīcību, patērētājam pieņemot tādu lēmumu par līguma slēgšanu, kādu citādi nebūtu pieņēmis.

Vadoties no iepriekš minētā, PTAC secina, ka Sabiedrība atbilstoši NKAL 4.panta otrās daļas 1.-3.punktam ir īstenojusi negodīgu komercpraksi un ir pārkāpusi NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikto negodīgas komercprakses aizliegumu.

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 pienākumu atbilstošā veidā sniegt papildu informāciju, kas nepieciešama, lai nodrošinātu komercprakses atbilstību šā likuma prasībām; 2) uzliek komercprakses īstenošanai pienākumu nekavējoties izbeigt negodīgu komercpraksi; 3) aizliedz negodīgu komercpraksi, ja tā vēl nav uzsākta, bet ir paredzama; 4) uzliek komercprakses īstenošanai pienākumu publicēt attiecīgajai komercpraksei atbilstošā saziņas līdzeklī paziņojumu, kurā norāda laboto informāciju,*

atsaucot negodīgo komercpraksi; 5) piemēro administratīvo sodu likumā noteiktajā kārtībā.

Ņemot vērā iepriekš minēto 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, PTAC uzskata, ka Sabiedrībai nav lietderīgi uzlikt kādu no NKAL 15.panta astotās daļas 1., 3.,4.punktā paredzētajiem tiesiskajiem pienākumiem. Ņemot vērā to, ka PTAC rīcībā nav Sabiedrības sniegtas informācijas par negodīgas komercprakses izbeigšanu, PTAC uzskata par lietderīgu, pamatojoties uz NKAL 15.panta astotās daļas 2.punktu, uzlikt Sabiedrībai tiesisku pienākumu izbeigt negodīgu komercpraksi, savukārt, ņemot vērā to, ka komercprakses iespējamā negatīvā ietekme jau ir neatgriezeniski notikusi, patērētāju ekonomiskā rīcība ir negatīvi ietekmēta un to, ka saskaņā ar LAPK 9.panta pirmo daļu Sabiedrība ir izdarījusi administratīvo pārkāpumu, PTAC uzskata, ka Sabiedrībai, pamatojoties uz NKAL 15.panta astotās daļas 5.punktu, ir piemērojams ietekmēšanas līdzeklis par administratīvo pārkāpumu, nosakot administratīvo sodu, kas paredzēts LAPK 166.¹³panta 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.*¹ 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 atkārtošanās, nepieciešams Sabiedrībai piemērot administratīvo sodu.

Kā iepriekš konstatēts, Sabiedrība ir īstenojusi negodīgu komercpraksi, tādējādi pārkāpjot NKAL 4.panta pirmajā daļā noteikto negodīgas komercprakses aizliegumu, un līdz ar to Sabiedrība tiek saukta pie administratīvās atbildības par administratīvo pārkāpumu, par kuru administratīvais sods ir paredzēts LAPK 166.¹³ 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 166.¹³ panta trešo daļu *par negodīgu komercpraksi - uzliek naudas sodu juridiskajām personām – no piecdesmit līdz desmittūkstoš latiem.*

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

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 atkārtošanas atturošām.

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

Izvērtējot iepriekš minētos apstākļus, kā arī ņemot vērā komercprakses īstenošanas veidu; izdarītā pārkāpuma raksturu un būtību, atbildību mīkstinošo apstākļu un pastiprinošo apstākļu neesamību, saskaņā ar PTAC rīcībā esošo informāciju par uzraudzības iestādē saņemto sūdzību skaitu par Sabiedrības darbību/bezdarbību (laika posmā no 15.07.2010. līdz 03.12.2010. PTAC saņemtas 26 patērētāju sūdzības), PTAC uzskata, ka par negodīgas komercprakses īstenošanu Sabiedrībai ir uzliekams naudas sods Ls 7000.00 apmērā, kas ir uzskatāms par samērīgu naudas sodu, ņemot vērā izdarītā pārkāpuma – negodīgas komercprakses īstenošana – raksturu, būtību un apjomu.

Izvērtējot lietas materiālus un lietas izskatīšanā konstatētos apstākļus, pamatojoties uz LAPK 14.¹ pantu, 23.panta pirmās daļas 2.punktu, 32.panta pirmo un otro daļu, 166.¹³ panta trešo daļu, 215.⁴ pantu, 274.pantu, 260.panta trešo daļu, 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., 2.punktu, 2.pantu, 4.panta pirmo daļu, 4.panta otrās daļas 1.,2.,3.punktu, 6.pantu, 7.pantu, 10.panta pirmās daļas 1.punktu, 10.panta trešās daļas 5.punktu, 10.panta ceturto daļu, 12.pantu, 14.panta pirmo daļu, 15.panta trešo daļu un astotās 2., 5.punktu,

n o l e m t s:

uzlikt sabiedrībai ar ierobežotu atbildību „VISION MARKETING”
juridiskā adrese: Alberta iela 1-16, Rīga, LV-1010
vienotās reģistrācijas numurs: 40103290733

- 1) **tiesisku pienākumu izbeigt negodīgu komercpraksi**, kas izpaužas kā profesionālajai rūpībai neatbilstošas, maldinošas un agresīvas komercprakses īstenošana, piedāvājot patērētājiem un noslēdzot ar patērētājiem izmitināšanas pakalpojumu līgumus;
- 2) **naudas sodu Ls 7000.00 (septiņi tūkstoši) apmērā.**

Pieņemto lēmumu SIA „VISION MARKETING” ir tiesības pārsūdzēt likumā paredzētajā kārtībā. Saskaņā ar NKAL 16.pantu uzraudzības iestādes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no dienas, kad lēmums stāties spēkā. Lēmuma pārsūdzēšana neaptur tā darbību.

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-KREUD-63	
Pieņemšanas datums:	2010.gada 9.decembris	

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

Direktores vietniece

(paraksts)

B.Liepiņa

Ar lēmumu iepazīnos _____ 2010. gada 9.decembrī
(personas, kuras iepazīnās ar lēmumu, paraksts)

Lēmuma norakstu saņēmu _____ 2010. gada 9.decembrī
(personas, kuras iepazīnās ar lēmumu, paraksts)

IZRAKSTS PAREIZS