

PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS CENTRS

09.06.2026.

Nr. 5

Vadlīnijas*
preču un pakalpojumu cenu
norādīšanai, tostarp godīgas
komercprakses īstenošanā

RĪGA

*Šis dokuments nav oficiāla tiesību normu interpretācija, bet ir Patērētāju tiesību aizsardzības centra kā uzraudzības iestādes
viedoklis par tiesību normu interpretāciju.

SATURS

1. Normatīvie akti.....	4
2.Prasības komerciālajai saziņai, kurā ir izmantota cenas informācija	4
2.1.Vispārējās prasības komerciālajai saziņai, kurā izmantota cenas informācija.....	4
2.1.1. Patērētāju tiesības tikt informētiem par galīgo cenu	6
2.1.2. Ģeoblokēšanas pārkāpumi.....	8
2.1.3. Paziņojumi “Atlaides līdz ...%” vai “Cena no....”.....	9
2.1.4. Salīdzinošā reklāma	9
2.2. Paziņojumi par cenas samazinājumu.....	10
2.2.1. Sākotnējā un atlaides cena precēm	11
2.2.2. Sākotnējā cena „jaunām” precēm	14
2.2.3. Izņēmumi sākotnējās cenas norādīšanai.....	14
2.2.4. Preču izpārdošana.....	15
2.2.5. Lojalitātes piedāvājumi	17
2.2.6. Piedāvājumi par cenas samazinājumu pakalpojumiem.....	19
3. Cenas informācijas atspoguļošana cenu zīmēs.....	20

Ievads

Preču un pakalpojumu cenu norādīšana kalpo kā iespēja patērētājam, pieņemot lēmumu par darījuma slēgšanu, veikt cenu salīdzināšanu, tādējādi vienlaikus sniedzot svarīgu informāciju patērētājam pirms preču pirkuma un pakalpojumu saņemšanas. Skaidra preces vai pakalpojuma cenas norādīšana ļauj patērētājam ne tikai zināt pirkuma vērtību, bet arī salīdzināt dažādas preces un pakalpojumus. Skaidra un nepārprotama informācija par precī dod labumu gan patērētājiem, gan uzņēmējiem. Dodot patērētājiem iespēju salīdzināt cenas, tiek veicināta godīga konkurence.

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (turpmāk – PTAC) ir izstrādājis šīs vadlīnijas (turpmāk – vadlīnijas), lai skaidrotu cenu norādīšanas pamatprasības un nodrošinātu, ka pārdevēji un pakalpojumu sniedzēji (turpmāk tekstā katrs atsevišķi un abi kopā – tirgotāji) vai citas to vārdā vai uzdevumā darbojošās personas, sniedzot patērētājiem informāciju par cenām, nepārkāptu negodīgas komercprakses aizliegumu un ievērotu patērētāju tiesības.

Vadlīnijas izstrādātas, ņemot vērā PTAC līdzšinējo uzraudzības praksi, tirgū konstatētās tendences, patērētāju sūdzības, kā arī normatīvo aktu prasības, tai skaitā noteikumus, ko paredz Modernizācijas direktīva¹ un ar to grozītā Cenu norādīšanas direktīva.²

Šīs vadlīnijas aizstāj PTAC 2023. gada 5. septembra dokumentu Nr. 8 “*Vadlīnijas preču un pakalpojumu cenu norādīšanai, tostarp godīgas komercprakses īstenošanā.*”

¹ Eiropas Parlamenta un Padomes 2019. gada 27. novembra Direktīva (ES) 2019/2161, ar ko groza Padomes Direktīvu 93/13/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 98/6/EK, 2005/29/EK un 2011/83/ES attiecībā uz Savienības patērētāju tiesību aizsardzības noteikumu labāku izpildi un modernizēšanu.

² Eiropas Parlamenta un Padomes 1998. gada 16. februāra Direktīva 98/6/EK par patērētāju aizsardzību, norādot patērētājiem piedāvāto produktu cenas.

1. Normatīvie akti

Būtiskākie normatīvie akti, kuri nosaka prasības cenu norādīšanai un cenas informācijas izmantošanai komerciālajā saziņā ar patērētājiem, ir:

- Patērētāju tiesību aizsardzības likums (turpmāk – PTAL);
- Negodīgas komercprakses aizlieguma likums (turpmāk – NKAL);
- Ministru kabineta 1999.gada 18.maija noteikumi Nr.178 „Kārtība, kādā norādāmas preču un pakalpojumu cenas” (turpmāk – NOTEIKUMI).

PTAL nosaka galvenās prasības attiecībā uz patērētājiem sniedzamo informāciju, t.sk. informāciju par cenu, patērētāju tiesībām, kuras izriet no neskaidriem līguma noteikumiem un patērētāju prasījumiem neatbilstošu līgumu gadījumā, kā arī šajā normatīvajā aktā ir iekļautas patērētāju tiesību jomas būtiskākās definīcijas.

NKAL aizliedz patērētājiem adresēt negodīgu komercpraksi, t.sk. komercpraksi, kurā maldinošā, agresīvā vai profesionālajai rūpībai neatbilstošā veidā tiek izmantota cenas informācija. NKAL ir pārņemtas prasības, kuras Eiropas Savienības tiesību sistēmā nosaka Negodīgas komercprakses direktīva.³ Negodīgas komercprakses aizliegums ir attiecināms gan uz fiziskām, gan juridiskām personām, kuras ir iesaistītas komercprakses īstenošanā attiecībā uz patērētājiem, kā arī citām personām, kuras rīkojas viņu vārdā vai uzdevumā.

NOTEIKUMOS iekļautas patērētājiem adresētu piedāvājumu, cenu pazemināšanas paziņojumu un cenu zīmju prasības. NOTEIKUMOS iekļautās tiesību normas ir skatāmas kopā ar NKAL prasībām, vienlaikus paredzot arī formālās prasības attiecībā uz cenu norādīšanu cenu zīmēs un citā patērētājiem adresētajā tirgus saziņā. Ar NOTEIKUMIEM ir pārņemtas Cenu norādīšanas direktīvas⁴ un Modernizācijas direktīvas⁵ normas.

Augstāk minēto tiesību aktu ievērošanas uzraudzību savas kompetences ietvaros veic PTAC.

2. Prasības komerciālajai saziņai, kurā ir izmantota cenas informācija

2.1. Vispārējās prasības komerciālajai saziņai, kurā izmantota cenas informācija

No patērētāju ekonomisko interešu viedokļa preces un pakalpojuma, tostarp digitālā pakalpojuma vai digitālā satura (turpmāk tekstā – pakalpojuma), cena ir viens no būtiskākajiem un noteicošajiem tirgus vides elementiem, kas ir nepieciešams, lai patērētājs pieņemtu uz informāciju balstītu lēmumu atbilstoši savām vajadzībām.

Patērētājiem adresētajai informācijai par preču un pakalpojumu cenu, tai skaitā cenu zīmēs, cenrāžos, reklāmā un citā komerciālajā saziņā, ir jāatbilst zemāk norādītajiem kritērijiem:

³ 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”).

⁴ Eiropas Parlamenta un Padomes 1998.gada 16.februāra Direktīva 98/6/EK par patērētāju aizsardzību, norādot patērētājiem piedāvāto produktu cenas.

⁵ Eiropas Parlamenta un Padomes 2019.gada 27.novembra Direktīva (ES) 2019/2161, ar ko groza Padomes Direktīvu 93/13/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 98/6/EK, 2005/29/EK un 2011/83/ES attiecībā uz Savienības patērētāju tiesību aizsardzības noteikumu labāku izpildi un modernizēšanu.

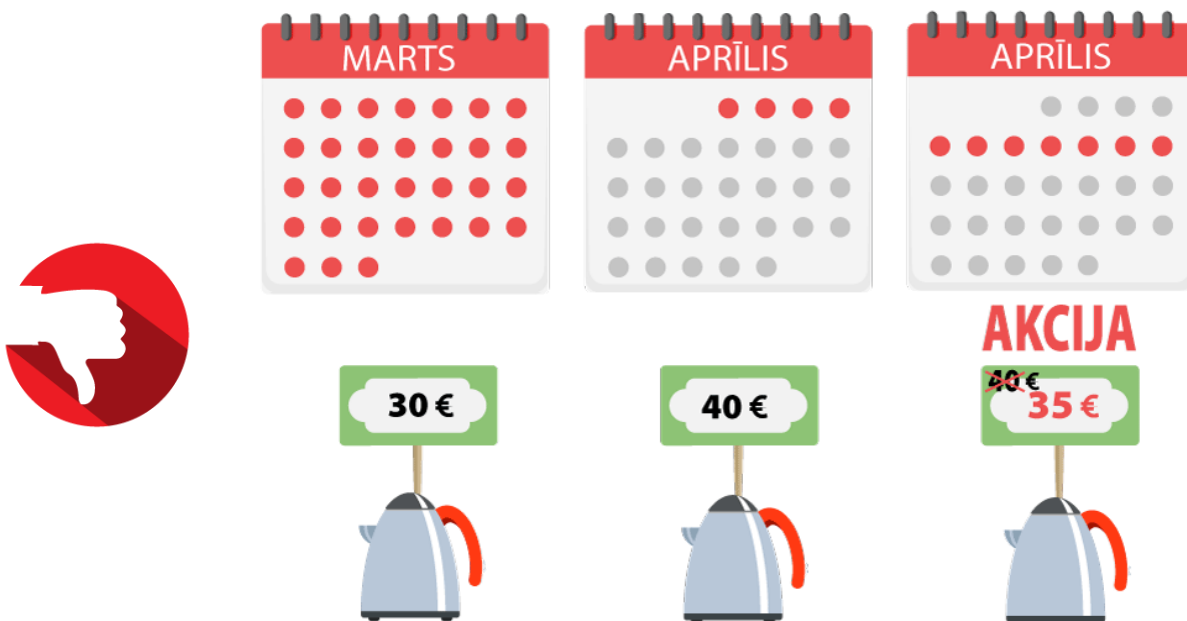
- cenas informācija ir patiesa un skaidri salasāma;
- cena ir nepārprotama (*pie preces norādīta gabalcena un noteiktas mērvienības cena atbilstoši normatīvajiem aktiem*);
- cena ir viegli identificējama, lai patērētājam būtu pilnīgi skaidrs, uz kuru preci un pakalpojumu tā attiecas.

Cenu norādēm jābūt pietiekami lielām, redzamām un salasāmām (vērtējot no vidusmēra patērētāja uztveres viedokļa). Saskaņā ar Veselības ministrijas sniegto viedokli par burtu lielumu drukātajos paziņojumos un reklāmās, lai patērētāji varētu izlasīt un saprast paziņojumos sniegto informāciju, nepiepūlējot un nebojājot redzi, drukātajos paziņojumos burtu augstums (t.i., burtu vai ciparu vertikālās līnijas garums, mm) nedrīkstētu būt mazāks par 1,5 –1,75 mm, savukārt attālums starp burtu rindām un attālums starp atsevišķiem vārdiem nedrīkstētu būt mazāks par 2 mm. Cenu norāda rakstiski, izņemot gadījumu, kad patērētājs cenu var uzzināt citā vizuāli uztveramā veidā.

Cenu zīmes vizuālais noformējums nedrīkst traucēt informācijas ieguvei par konkrēto preci vai pakalpojumu, piemēram, jāpievērš uzmanība krāsu salikumiem, burtu lielumiem, burti nedrīkst būt saplūduši u.tml.

Patērētājiem adresētajā komerciālajā saziņā nedrīkst sniegt maldinošu informāciju par preces un pakalpojuma patieso cenu, tai skaitā piedāvātās atlaides apmēru.

Negodīga prakse - tirgotājs paaugstina preces vai pakalpojuma cenu uz īsu periodu pirms atlaides piemērošanas un pēc tam atlaidi aprēķina no šīs paaugstinātās cenas.



Tirgotājam jāspēj pierādīt uzraudzības iestādei, ka atlaide ir patiesa attiecībā pret tirgotāja piedāvāto pamata cenu.

Negodīga prakse - tirgotājs reklāmā ietver saukli „zemākās cenas garantija”, bet nespēj pierādīt, ka tā piedāvātā cena ir zemākā tirgū piedāvātā cena.



Ja patērētājiem tiek piedāvāti personalizēti cenas piedāvājumi (parasti - distances tirdzniecībā) - konkrētam patērētājam adresēti cenas piedāvājumi, balstoties uz individuāliem apstākļiem (piemēram, saistībā ar patērētāja iepriekšēju izvēli vai cita veida ekonomisko uzvedību, tirgotājam sekojot līdz patērētāja pirkumu interesei vai pirkumiem, veicot patērētāja kā pircēja profilēšanu), maldinošu komercpraksi varētu saskatīt, piemēram, šādos gadījumos:

- personalizētājā piedāvājumā tiek norādīts, ka piedāvātā cena ir “labākā cena” vai “īpaša cena”, bet pārējiem patērētājiem tiek piedāvāta tāda pati vai izdevīgāka cena;
- uzaicinājumā veikt pirkumu tiek norādīta zemāka cena, bet pasūtīšanas/pirkuma veikšanas procesā tā tiek palielināta;
- tiek noklusēta informācija, ka piedāvātā cena ir personalizēta.⁶

2.1.1. Patērētāju tiesības tikt informētiem par galīgo cenu

Patērētājiem adresētajā piedāvājumā, tostarp reklāmā, kurā tiek norādīta cena, tai ir jābūt galīgajai cenai, ieskaitot nodokļus un nodevas. Galīgā cena ietver visas nepieciešamās izmaksas un papildu maksājumus, no kuriem patērētājs nevar atteikties. Atsevišķa norāde par to, ka cenā ir iekļauti nodokļi un citi obligātie maksājumi, nav obligāti nepieciešama.

Depozīta maksu preces cenas zīmē depozīta iepakojuma pārdevējs norāda atsevišķi.⁷

Negodīga prakse - tirgotāja tīmekļvietnē tiek piedāvāts grupas ceļojums uz Sāmsalu par kopējo cenu – 60 EUR. Ceļojuma pirkšanas procesā tiek pievienots obligāts papildu maksājums, bez kura pakalpojuma saņemšana nav iespējama. Proti, vēl ir jāiegādājas prāmja biļete uz/no Sāmsalas par 15 EUR.

⁶ Organisation for Economic Co-operation and Development; Personalised Pricing in the Digital Era; 36.-37.lpp.; pieejams [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2018\)13/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2018)13/en/pdf)

⁷ Iepakojuma likuma 18.⁵ pants



Interneta vidē, adresējot patērētājiem cenas piedāvājumus, jābūt skaidri norādītam, vai cena ietver piegādes izmaksas. Piemēram, par atbilstošu būtu uzskatāms, ja interneta veikala noteikumos ir norāde, ka cenā nav ietvertas piegādes izmaksas.

Ja preces vai pakalpojuma īpašību dēļ cenu nav iespējams aprēķināt iepriekš, patērētājam adresētajā piedāvājumā ir jānorāda cenas aprēķināšanas veids, kā arī citi izdevumi, ja tādi ir. Ja aprēķināšanas veids ir sarežģīts vai veicams tikai pēc pakalpojuma sniegšanas (atkarīgs no konkrētā darba specifikas, ko var novērtēt tikai darba procesā), tirgotājam ir jānodrošina saziņa, lai patērētājs varētu noskaidrot detalizētu informāciju par cenu un tās aprēķināšanu.

Cenai ir jābūt iekļautai un viegli saskatāmai noslēgtajā rakstveida līgumā.

Papildus informāciju par galīgās cenas norādīšanu atsevišķās jomās (distances tirdzniecībā un elektronisko sakaru pakalpojumu jomā) skatīt PTAC tīmekļvietnes sadaļā “Darbības jomas” → “Komersantiem” → “Vadlīnijas komersantiem” → “Vadlīnijas godīgas komercprakses īstenošanai distances tirdzniecības jomā”, “Vadlīnijas godīgas komercprakses īstenošanai elektronisko sakaru pakalpojumu jomā” un “Vadlīnijas taisnīga elektronisko sakaru pakalpojumu līguma sastādīšanai”.

Par negodīgu komercpraksi uzskatāma tāda darbība, kuras ietvaros patērētājiem tiek piedāvāta prece vai pakalpojums par noteiktu cenu, bet šī cena pasūtījuma veikšanas gaitā vai pēc līguma noslēgšanas tiek palielināta, vai arī par attiecīgo cenu netiek piegādāta, piemēram, konkrētajam patērētājam piedāvājot precī par augstāku cenu.⁸

⁸ NKAL 11.panta 5. un 6.punkts

2.1.2. Ģeobloķēšanas pārkāpumi

Ģeobloķēšana ir tirgotāja rīcība, kuras ietvaros attiecībā uz patērētājiem tiek īstenota nevienlīdzīga attieksme vai radīti citi ierobežojumi piekļuvei precēm vai pakalpojumiem, ņemot vērā patērētāja valstspiederību vai dzīvesvietu.

Kopš 2018.gada 3.decembra ir spēkā Ģeogrāfiskās bloķēšanas regula⁹, kas aizliedz tiešsaistes tirgotājiem diskriminēt patērētājus, tostarp piedāvāt atšķirīgus cenu piedāvājumus Eiropas Savienības patērētājiem, pamatojoties uz viņu valstspiederību, dzīvesvietu vai uzņēmuma reģistrācijas vietu. Tādējādi Eiropas Savienības iekšējā tirgū visiem patērētājiem ir tiesības saņemt līdzvērtīgus cenu piedāvājumus.

Negodīga prakse - Latvijā reģistrēts tirgotājs internetveikalā piedāvā pārdošanai putekļu sūcējus. Latvijas patērētājiem konkrēta ražotāja attiecīgā modeļa putekļu sūcējs tiek piedāvāts par 300 EUR, bet patērētājiem, kuri internetveikalā norāda savu dzīves vietas adresi Lietuvā, šis pats piedāvājums maksā 350 EUR.




Latvijā reģistrēta komersanta
INTERNETVEIKALS

	Dzīves vieta: <input checked="" type="checkbox"/> LATVIJA <input type="checkbox"/> LIETUVA		Dzīves vieta: <input type="checkbox"/> LATVIJA <input checked="" type="checkbox"/> LIETUVA
			

Negodīga prakse - Latvijas interneta veikalā par pirkumu nav iespējams norēķināties, izmantojot interneta veikala noteikumos paredzēto kredītkarti, jo tās izdevējs ir Lietuvas kredītiestāde.



Latvijas
INTERNETVEIKALS

	Kredītkarte izdota <input checked="" type="checkbox"/> LATVIJA <input type="checkbox"/> LIETUVA	Kredītkarte izdota <input type="checkbox"/> LATVIJA <input checked="" type="checkbox"/> LIETUVA
	<input checked="" type="checkbox"/> DARĪJUMS AKCERTĒTS	<input type="checkbox"/> DARĪJUMS NORĀIDĪTS

⁹ Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) 2018/302 (2018. gada 28. februāris), ar ko novērš nepamatotu ģeogrāfisko bloķēšanu un citus diskriminācijas veidus iekšējā tirgū klientu valstspiederības, dzīvesvietas vai uzņēmējdarbības veikšanas vietas dēļ un groza Regulas (EK) Nr. 2006/2004 un (ES) 2017/2394 un Direktīvu 2009/22/EK.

Plašāka informācija un skaidrojums par prasībām, kas izriet no Ģeogrāfiskās bloķēšanas regulas, ir pieejams Eiropas Komisijas tīmekļvietnē.¹⁰

2.1.3. Paziņojumi “Atlaides līdz ...%” vai “Cena no...”

Sniedzot paziņojumu par cenas samazinājumu un norādot maksimālo atlaides lielumu (*piemēram, “Atlaides līdz 80%”*), jānodrošina, ka vislielākā procentuālā atlaide ir vismaz 10% no attiecīgā preču klāsta.

Piedāvājumā norādot minimālo cenu (*t.i., izmantojot paziņojumu “Cena no...”*), par zemāko cenu jābūt piedāvātiem vismaz 10% no attiecīgā preču klāsta.

Nemot vērā apstākli, ka patērētājiem izdevīgākie preču piedāvājumi var tikt izpirkti, tirgotājam jāspēj pierādīt, ka iepriekš minētie nosacījumi tika izpildīti piedāvājuma sākumposmā.

2.1.4. Salīdzinošā reklāma

Salīdzinošā reklāma ir atļauta, ja tā nemaldina patērētājus.¹¹ Veidojot un sniedzot preču un pakalpojumu salīdzinošo reklāmu, kurā ir uzsvērts cenas izdevīgums, ir jāievēro šādas prasības, kas ir skatāmas kopsakarā, nevis atrauti viena no otras:

- Salīdzinātās preces un pakalpojumi ir savstarpēji aizstājami, proti, apmierina tās pašas patērētāju vajadzības, ir paredzēti vienam un tam pašam nolūkam. Salīdzinātās preces un pakalpojumi ir sastāva, kvalitātes līmeņa un aizstājamības ziņā līdzīgas, bet tās var nebūt identiskas.



Atbilstošs salīdzinājums – tiek salīdzināta Holandes siera cena ar puscietai vai cietā siera, kuram ir līdzīgs tauku saturs un citas īpašības, cenu



Neatbilstoši salīdzinājumi:

- *tiek salīdzināta Holandes siera cena ar Parmesan tipa vai bri tipa siera cenu;*
 - *tiek salīdzināts tiešsaistes video nomas abonēšanas pakalpojums ar pakalpojumu, kurā iekļauta gan televīzijas apraide, gan video nomas abonēšana;*
 - *tiek salīdzinātas tehnoloģiski nelīdzvērtīgu mobilo viedtālrunu cenas*
- Salīdzinājums objektīvi atspoguļo preču vai pakalpojumu cenu līmeni tirgū.
 - *Ja nozarē vai kādā laika periodā raksturīgas ilgstošas un regulāras cenu izmaiņas, cenu salīdzinājums reklamēšanas brīdī var būt nepatiess.*
 - Salīdzinājums ir korekts un tajā netiek negodīgi izmantota tirgus informācija:
 - salīdzinājums ir veicams attiecībā pret sastāva, kvalitātes līmeņa un aizstājamības ziņā līdzīgu preču vai pakalpojumu lētākajiem konkurentu piedāvājumiem;
 - netiek salīdzinātas atlaižu kampaņu vai lojalitātes piedāvājumu cenas ar konkurentu piedāvājumu parastajām cenām;

¹⁰ Jautājumi un atbildes par Ģeogrāfiskās bloķēšanas regulu elektroniskās komercijas kontekstā - <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/geo-blocking-regulation-questions-and-answers>

¹¹ Skatīt, piemēram, Eiropas Savienības Tiesas 2010.gada 18.novembra spriedums lietā Nr.C-159/09 Lidl SNC pret Vierzon Distribution SA; Eiropas Savienības Tiesas 2017.gada 8.februāra spriedums lietā Nr.C-562/15 Carrefour Hypermarkets SAS pret ITM Alimentaire International SASU

- netiek veikts salīdzinājums preču grozam, kurš veidots ar mērķi panākt pēc iespējas zemāka savu preču cenu līmeņa atspoguļošanu, neņemot vērā konkurentu produktu aizstājamību, aizstājamo produktu cenas un kvalitāti;
- ja tiek salīdzinātas preču gabalcenas (vienības cena), salīdzinājums ir veicams attiecībā pret konkurentu precēm, kurām ir tāds pats tilpums vai masa;
- salīdzinot preču grozus, cenas salīdzinājums precēm var tikt veikts attiecībā pret konkurentu precēm, kurām ir atšķirīga masa vai tilpums, ja salīdzināto preču iepakojumu izmēri nav būtiski atšķirīgi, un nodrošinot, ka tiek salīdzinātas cenas par vienādu masu vai tilpumu. *Piemēram, nedrīkst salīdzināt 0,5 l iepakojuma piena pakas cenu ar 2 litru iepakojuma cenu, bet var salīdzināt 180 g sviesta pakas cenu ar 200 g sviesta pakas cenu, to attiecīgi pārrēķinot pēc vienādas masas.*
- Salīdzinošajā reklāmā skaidri un uzskatāmi sniegta būtiskākā informācija, kas nepieciešama patērētājiem, lai izvērtētu salīdzinājuma apstākļus, piemēram:
 - *informācija par laika posmu, kurā veikts salīdzinājums;*
 - *informācija par tirdzniecības vietām, kurās veikts salīdzinājums.*

2.2. Paziņojumi par cenas samazinājumu

Organizējot cenu samazināšanu – atlaižu kampaņas un preču izpārdošanas, ievērojami šādi principi:

- paziņojumi par cenas samazinājumu ir patiesi, skaidri saprotami un nav maldinoši, kā arī ir skaidri saprotams piedāvājums (*cenas atlaide, pazeminātas cenas kampaņa, preču izpārdošana u.tml.*);
- tiek sniegta skaidra informācija par cenu pirms un pēc atlaides piemērošanas;
- ir norādīts piedāvājuma par cenas samazinājumu spēkā esamības termiņš (*no kura un līdz kuram datumam piedāvājums ir spēkā*). Termiņu var nenorādīt pastāvīgiem piedāvājumiem noteiktām (ierobežotām) patērētāju kategorijām (*piemērām, senioriem*) vai atkārtotiem, regulāriem un ilgstošiem piedāvājumiem. Izpārdošanas gadījumā var nenorādīt konkrētu izpārdošanas termiņu, ja tā vietā norāda spēkā esamības nosacījumus. *Piemēram, "Kamēr prece pieejama veikalā"*;
- ir skaidri saprotama piedāvājuma par cenas samazinājumu darbības vieta un adresātu loks (ja piedāvājums adresēts ierobežotam personu lokam);
- iespējams identificēt tirgotāju, ja tas nav skaidrs no paziņojuma konteksta vai tā izvietojuma vietas.

Vispārināti piedāvājumā par cenas samazinājumu ievērojami šādi principi:

- 1) cenas samazinājuma spēkā esamības termiņam nevajadzētu būt ilgākam par vienu mēnesi;
- 2) piedāvājumi par cenas samazinājumu netiek pārāk bieži organizēti – laika posmam starp piedāvājumiem par cenas samazinājumu jābūt pietiekami ilgam, lai nemaldinātu patērētājus par piedāvājuma izdevīgumu; precēm, kuras ātri bojājas un kurām drīz beigsies derīguma termiņš, piedāvājumi par cenas samazinājumu var tikt organizēti biežāk;
- 3) piedāvājuma par cenas samazinājumu termiņa pagarināšana nav pieļaujama, izņemot izpārdošanas gadījumus (*par preču izpārdošanu vairāk skatīt šo vadlīniju 2.2.4.punktā*).

2.2.1. Sākotnējā un atlaides cena precēm

Paziņojumus par cenas samazinājumu iedala vispārīgos paziņojumos un skaitliskos paziņojumos.

Piemēri vispārīgam paziņojumam

- *Veikalā X izdevīgas cenas*
- *Zemas cenas sezonas precēm*
- *Iepazīšanās cena*

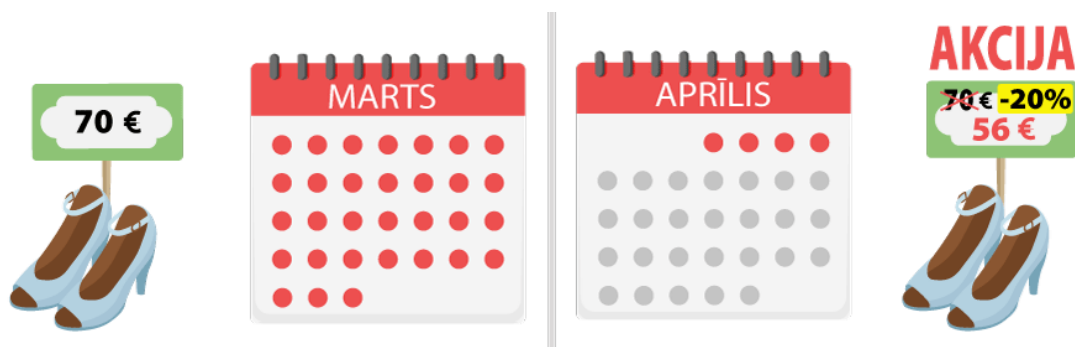
Piemēri skaitliskiem paziņojumiem:

- *20% atlaide*
- *preces cena 10 EUR tikai šodien, vakar 20 EUR*

Skaitliskos paziņojumos ir jānorāda informācija par sākotnējo cenu un atlaides cenu (cena pēc pazemināšanas).

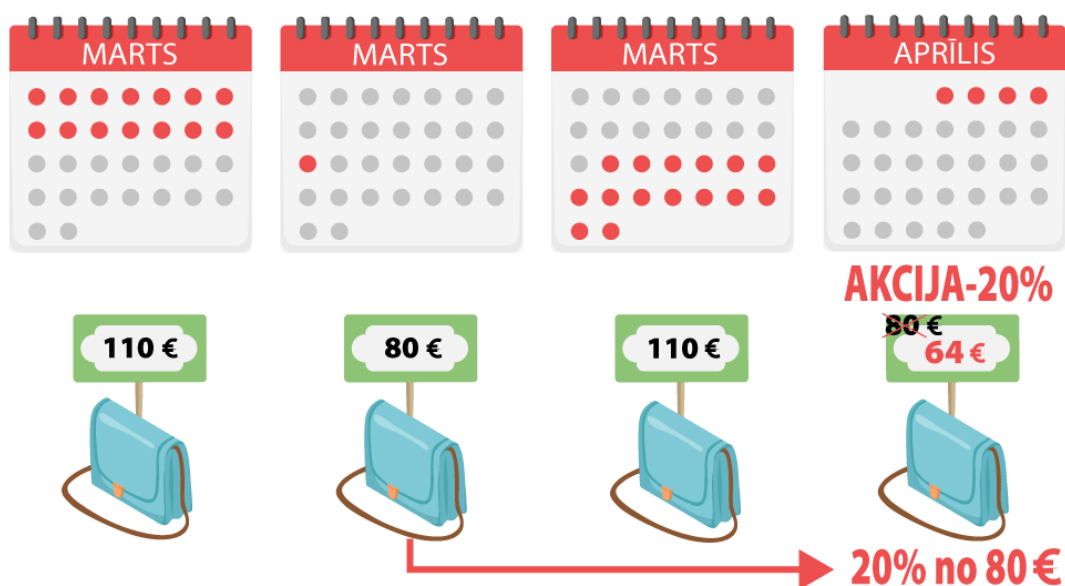
Preces sākotnējā cena ir viszemākā cena, ko tirgotājs piedāvājis vai reklamējis ikvienam patērētājiem 30 dienu laikā pirms konkrētā piedāvājuma par cenas samazinājumu¹². Tai skaitā par sākotnējo cenu uzskatāma preces cena, kas piedāvāta vai reklamēta iepriekšējo 30 dienu laikā, organizējot citas akcijas, izpārdošanas un citus pārdošanas veicināšanas piedāvājumus.

Atlaides procentos aprēķināmas no sākotnējās cenas, skaidri un uzskatāmi norādot sākotnējo un atlaides cenu.



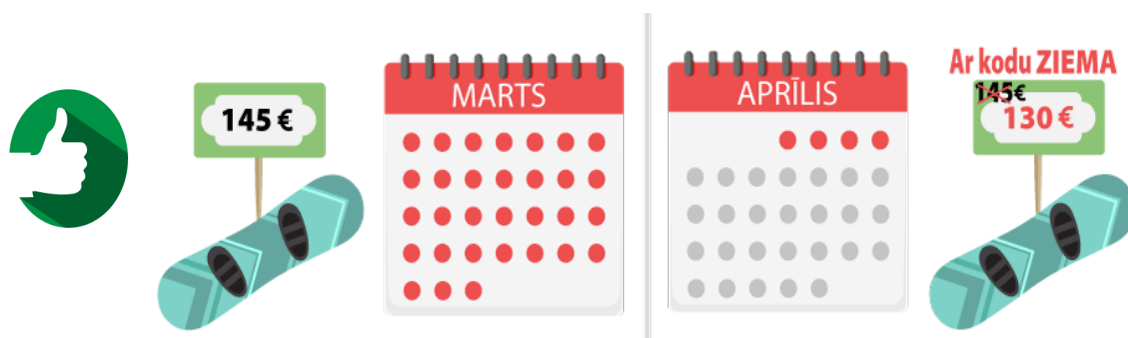
Pat, ja iepriekšējo 30 dienu laikā organizēta zemākas cenas akcija tikai uz vienu dienu, atlaides aprēķināšanā kā sākotnējā cena izmantojama šī zemākā cena.

¹² NOTEIKUMU 14.¹ punkts



Prasības par sākotnējās un atlaides cenas norādīšanu attiecas arī uz gadījumiem, kad piedāvājuma par cenas samazinājumu ietvaros visiem klientiem, tai skaitā arī lojalitātes programmas dalībniekiem, tiek piedāvāti “vaučeri” vai atlaižu kuponi.¹³

Atbilstoša prakse - izsludināts piedāvājums par cenas samazinājumu: “Iepērkoties internetveikalā “Dēļi” no 1. – 4.aprīlim un izmantojot kodu “Ziema” (vai uzrādot atlaižu kuponu “Ziema”) firmas “Snow” ražotajam snovborda dēlim akcijas cena 130 EUR”. Viszemākā cena, kas piedāvāta ikvienam patērētājam pēdējo 30 dienu laikā pirms akcijas rīkošanas, ir 145 EUR. Kā sākotnējā cena jānorāda 145 EUR, bet atlaides cena 130 EUR.



¹³ Ministru kabineta 2021.gada 14.decembra noteikumu Nr.807 “Grozījumi Ministru kabineta 1999. gada 18.maija noteikumos Nr.178 “Kārtība, kādā norādāmas preču un pakalpojumu cenas” sākotnējās ietekmes novērtējuma ziņojums (anotācija) (turpmāk atsaucēs – NOTEIKUMU grozījumu Anotācija) 5.lp; pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/328529-grozijumi-ministru-kabineta-1999-gada-18-maija-noteikumos-nr-178-kartiba-kada-noradamas-precu-un-pakalpojumu-cenas>

un

Guidance on the interpretation and application of Article 6a of Directive 98/6/EC of the European Parliament and of the Council on consumer protection in the indication of the prices of products offered to consumers (turpmāk atsaucēs – Guidance on PID (Price Indication Directive) section 2.3. “Loyalty programmes and personalised price reductions”; pieejamas: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52021XC1229\(06\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52021XC1229(06))

Prasības par sākotnējo un atlaides cenu norādīšanu neattiecas, piemēram, uz:

- ✓ apjoma jeb vairuma pirkuma cenas piedāvājumiem, kā arī dažādu preču komplektiem, ja tie netiek piedāvāti organizētu kampaņu veidā, piemēram:
 - *minerālūdens iepakojums (6 pudeles) katra maksā 0,80 EUR, bet, pērkot atsevišķi, viena minerālūdens pudele maksā 1 EUR;*
 - *komplektu, kurā ietilpst matu šampūns, balzāms un putas, cena ir 10 EUR, bet katra no šīm precēm atsevišķi maksā 4 EUR;*
- ✓ ar pirkuma izdarīšanu saistītajiem piedāvājumiem, kuros iepriekš, pirms pirkuma izdarīšanas nav iespējams identificēt konkrētas preces. *Piemēram, no 8. – 13.martam pirkumu grozam, kas pārsniedz 100 EUR, 5% atlaide;*
- ✓ pastāvīgiem un ilgstošiem cenas samazinājuma piedāvājumiem, kas adresēti tikai atsevišķai tirgus auditorijai. *Piemēram, 10% atlaide pensionāriem līdz plkst. 12.00 katru dienu.*

Ja preces cena ir atkarīga no iegādājamo vienību skaita, šāds piedāvājums var tikt piedāvāts, gan kā pastāvīgs cenas piedāvājums dažāda apjoma preču iegādei, gan kā īpaša īslaicīga cenas samazinājuma kampaņa (akcija). Ja vairākas preces vai to komplektācija par pazeminātu cenu tiek piedāvāta cenas samazinājuma kampaņas veidā, tad uz to ir attiecināma prasība par pēdējo 30 dienu zemāko cenu kā sākotnējo cenu. *Piemēram, Paziņojumam, kurš pievienots **pie konkrētās preces**: “Pērkot vismaz 2 griķu pakas “Garšīgi 250 gr” kopā ar jebkuru griķu paku vai rīsu paku, griķu pakai atlaide -25%.”, ir jānorāda griķu pakas “Garšīgi 250 gr” 30 dienu zemākā cena (sākotnējā cena). Vienlaikus šī piedāvājuma atlaide (-25%) jāņem vērā, organizējot attiecīgās preces turpmākās akcijas un izpārdošanas.*

Prasības par sākotnējās cenas un atlaides cenas norādīšanu ir skatāmas vienas konkrētās tirdzniecības vietas ietvaros, ja vien patērētājam adresētais paziņojums par cenas samazinājumu nenorāda uz to, ka konkrētais piedāvājums ir attiecināms uz visām vai vairākām tirgotāja tirdzniecības vietām. Tādējādi, ja viens un tas pats tirgotājs pārdod preces dažādos klātienē vai tiešsaistes veikalos, kā sākotnējā cena jānorāda cena, kas tiek piemērota attiecīgajā veikalā vai tirdzniecības vietā/vietnē, uz kuru attiecināms paziņojums par cenas samazinājumu, nevis jebkurā citā veikalā/tirdzniecības vietā.¹⁴

Situācijās, kurās piedāvāti skaitliski, bet nekonkretizēti, vispārināti piedāvājumi par cenas samazinājumu (*piemēram 20% atlaides visām precēm, 20% atlaides preču grupai, visas vasaras sezonas preces par pus cenu u.tml.*):

- preču cenu zīmes var nemainīt, ja cenu zīmē norādītā cena ir zemākā 30 dienu laikā;
- atlaides cenu var nenorādīt;¹⁵
- informācija par procentuālo atlaides apmēru ir skaidra un viegli izmantojama matemātiskai atlaides cenas aprēķināšanai.¹⁶

Piedāvājumos par cenas samazinājumu jāņem vērā, ka reklamētajai atlaidei ir jābūt patiesai, proti, piemērotai no sākotnējās cenas (zemākās cenas pēdējo 30 dienu laikā).

¹⁴ NOTEIKUMU grozījumu Anotācija 5.lp;

¹⁵ NOTEIKUMU 14.⁴ punkts

¹⁶ NOTEIKUMU grozījumu Anotācijas 3. – 4.lpp.

2.2.2. Sākotnējā cena „jaunām” precēm

Jaunu preču (kas piedāvāta vai pārdota tirdzniecības vietā laika posmā, kas īsāks par 30 dienām) piedāvājumu gadījumā sākotnējās cenas noteikšanai paredzēto 30 dienu vietā piemērojams termiņš ne īsāks kā 7 dienas.¹⁷

Par jaunu precī ir uzskatāmas arī tādas preces, kurām ražotājs mainījis iepakojumu, masu, sastāvu.¹⁸

Pieļaujams, ka par jaunu precī uzskatāma tāda prece, kura ilgstoši konkrētajā tirdzniecības vietā nav piedāvāta un pārdota. Par ilgstošu laika posmu vispārīgā gadījumā uzskatāms laika periods, kas ilgāks par vienu gadu.

Par jaunām precēm nav uzskatāmas sezonas preces, kas tiek tirgotas periodiski.

Par jaunām precēm nav arī uzskatāmas preces, kas tiek tirgotas viena un tā paša tirgotāja jaunatvērtā veikalā. Jauna veikala atvēršanas gadījumā tirgotājs drīkst organizēt tādus pašus piedāvājumus par cenas samazinājumu, kuri ir spēkā citos esošajos veikalos, atbilstoši informējot patērētājus, pret kuras tirdzniecības vietas cenām ir piemērots cenas samazinājums.

2.2.3. Izņēmumi sākotnējās cenas norādīšanai

Ja piedāvājums par cenas samazinājumu attiecas uz precēm, kuras ātri bojājas vai kurām drīz beigsies derīguma termiņš, NOTEIKUMU prasības attiecībā uz sākotnējās cenas aprēķināšanu un atspoguļošanu, nav piemērojamas.¹⁹ Šādās situācijās tirgotājs sākotnējo cenu var nenorādīt.²⁰ Šādā gadījumā var izmantot iepriekšējo preces pamata cenu, lai parādītu piedāvājuma izdevīgumu.

Preces, kuras ātri bojājas – par šīs kategorijas precēm uzskatāmas preces, kuru derīguma termiņš nepārsniedz 30 dienas. Piemēram, pārtika un dzērieni ar īsu derīguma termiņu, ieskaitot tādus, kas jāuzglabā ledusskapī, gatavi/pagatavoti ēdieni. Piemēram, augļi, dārzeņi, piens, gaļa, zivs, svaigi saceptas smalkmaizītes.²¹

Preces, kurām drīz beigsies derīguma termiņš – preces, kuru derīguma termiņš notecēs turpmāko 30 dienu laikā.

Par precēm, kuras ātri bojājas vai kurām drīz beigsies derīguma termiņš, nav uzskatāmas, piemēram, sezonas preces, preces, kuras ir morāli novecojušas, preces, kuras ir plānots izņemt no tirdzniecības preču sortimenta izmaiņu dēļ vai citiem tirdzniecības organizēšanas apstākļiem.

Praksē iespējamās situācijas, kurās vienas preces dažādām partijām ir dažādi derīguma termiņi, un līdz ar to daļa no šo preču krājumiem var tikt pārdoti, nepiemērojot nosacījumus par sākotnējās cenas norādīšanu. Šādās situācijās preču krājumi, kuriem drīz beigsies derīguma termiņš, būtu nošķirami no tām pašām precēm, kurām derīguma termiņš ir ilgāks. Veidojot piedāvājumus par cenas samazinājumu un nosakot sākotnējo cenu precēm, kuru derīguma termiņš ir ilgāks, sākotnējās cenas noteikšanā nav jāņem vērā tā preču cena, kura tika izmantota, lai izpārdotu preces, kurām drīz beigsies derīguma termiņš. Vienlaikus šādā situācijā tirgotājam ir jānodrošina, lai jebkāda veida komerciālajā saziņā patērētājam būtu saprotama atšķirība

¹⁷ NOTEIKUMU 14.² punkts

¹⁸ NOTEIKUMU grozījumu Anotācijas 7.lpp.

¹⁹ NOTEIKUMU 14.³ punkts

²⁰ NOTEIKUMU grozījumu Anotācijas 6.lpp.

²¹ NOTEIKUMU grozījumu Anotācijas 6.lpp.

starp šiem piedāvājumiem, un patērētājam tiek sniegta skaidra informācija, ka prece ātri bojājas, ir ātri patērējama, tai ir īss derīguma termiņš.

Atbilstoša prakse - tirgotājs iztirgo krēma "Vasariņa" partiju, kurai ir īss atlikušais derīguma termiņš. Vienlaikus tirdzniecības vietā tiek piedāvāts krēms "Vasariņa", kura derīguma termiņš ir ilgs.

Krēms "Vasariņa" ar īso derīguma termiņu tiek novietots atsevišķā plauktā veikalā un tam tiek piemērota pazemināta cena nolūka pēc iespējas ātrāk atbrīvoties no šīs preces krājumiem atlikušajā īsajā derīguma termiņā. Rīkojot atlaižu kampaņu krēma "Vasariņa" partijām ar ilgo derīguma termiņu, sākotnējās cenas aprēķināšanai krēma "Vasariņa" partijas ar īso derīguma termiņu cena netiek ņemta vērā.

Prasības par sākotnējās cenas aprēķināšanu un atspoguļošanu nav piemērojamas arī situācijā, ja prece, kas ātri bojājas/kam tuvojas derīguma termiņš, vienlaikus ir arī jauna prece.²²

2.2.4. Preču izpārdošana

Izpārdošana ir mērķtiecīgs pasākums, kura nolūks ir veicināt konkrētu preču krājumu iztirgošanu. Tam par pamatu var būt preču sezonālitate, veikala slēgšana, pilnīga noteiktu preču vai preču grupu izslēgšana no turpmākās preču tirdzniecības, preču ātra bojāšanās derīguma termiņa tuvošanās vai līdzīgi iemesli.

Izsludinot izpārdošanu, ir skaidri jānorāda izpārdodamo preču klāsts, un patērētājam ir jāspēj skaidri identificēt, uz kurām precēm šis pasākums attiecas.

Tirgotājam ir pienākums informēt patērētājus par cenas samazinājuma iemesliem, ja tie ietekmē preces kvalitāti vai izmantošanu, piemēram, īsu atlikušais preces derīguma termiņš. Preces, kuras ir ātri patērējamas, kurām ir īss derīguma termiņš, vai kurām ir citi to kvalitātes vai izmantošanas trūkumi, nav pielīdzināmas precēm, kurām šādi ierobežojumi nepastāv. Līdz ar to šādu preču atlaižu piedāvājumi, kas pēc būtības ir izpārdošanas, nevar tikt reklamēti kā akcijas.



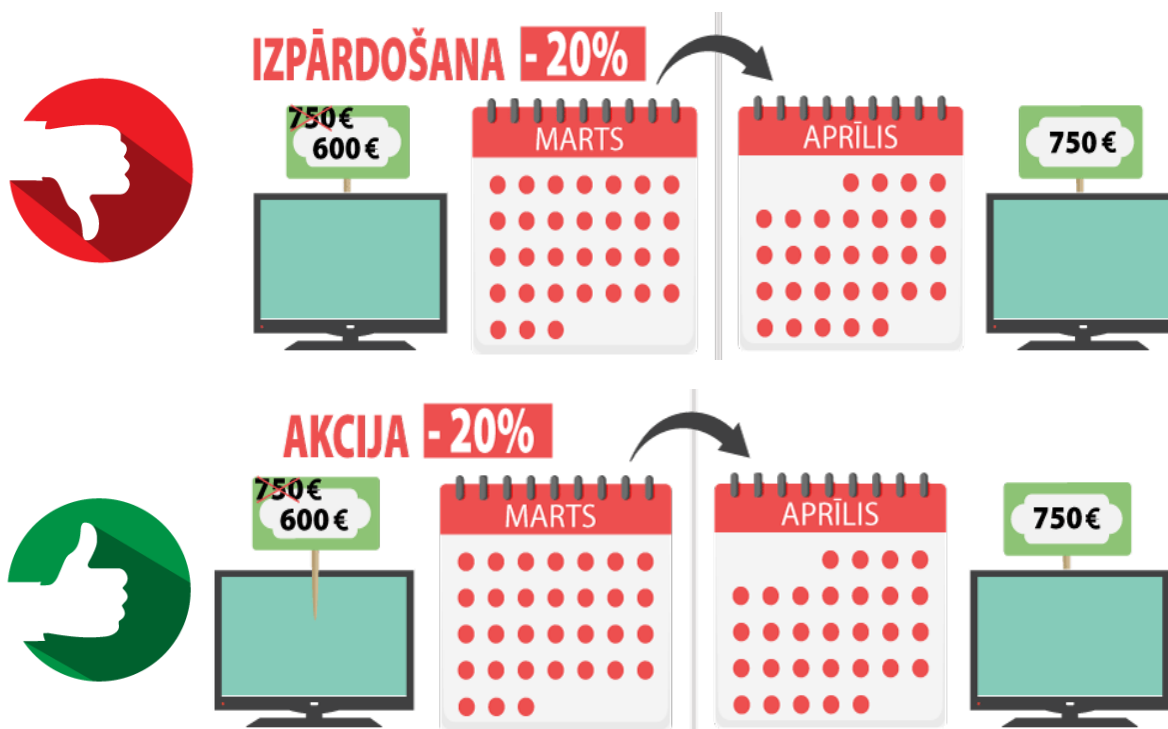
²² NOTEIKUMU grozījumu Anotācijas 7.lpp.



NOTEIKUMOS²³ ir minēts, ka izpārdošana nozīmē, ka konkrētās preces tiek izņemtas no sortimenta, pārtikas preču gadījumā tas nenozīmē, ka, piemēram, piens, gurķi vai zemenes vairs netiks tirgotas, bet gan to, ka konkrētās preces no konkrētās partijas tiks iztirgotas, lai nodrošinātu, ka tās tiek pārdotas pirms preces derīguma termiņa beigām.

Izpārdošana un tās reklamēšana nav pieļaujama, ja attiecīgais pārdošanas veicināšanas pasākums pēc būtības neatbilst izpārdošanas nozīmei.

Neatbilstoša prakse – izsludināta visu televizoru izpārdošana ar 20% atlaidi, bet tirgotājs turpina piegādāt jaunas konkrēto modeļu partijas. Atbilstoša prakse būtu šo cenu samazinājuma piedāvājumu dēvēt par akciju vai atlaidēm.



²³ NOTEIKUMU 14.⁶ punkts

Izpārdošanas ietvaros atļauts pieaugošs preces atlaides cenas samazinājums, ievērojot sākotnējās cenas prasības. Proti, sākotnējā cena ir zemākā 30 dienu laikā, kas pastāvējusi pirms izpārdošanas, un tā nemainīgi ir norādāma katrā atlaides cenas pakāpeniskajā paziņojumā.²⁴



Ja izpārdošana ir organizēta ierobežotā laika posmā (*proti, ir jānorāda izpārdošanas spēkā esamības termiņš*). Tomēr, norādot konkrētus, objektīvus un pamatotus iemeslus, kas nodrošina izpārdošanas galvenā mērķa (*pēc iespējas ātrāka un pilnīgāka preču krājumu iztirgošana*) ievērošanu, sākotnēji plānotais izpārdošanas spēkā esamības termiņš var tikt pagarināts.

2.2.5. Lojalitātes piedāvājumi

NOTEIKUMU prasības par sākotnējās cenas norādīšanu neattiecas uz šādiem piedāvājumiem par cenas samazinājumu lojalitātes programmas dalībniekiem:

- uz lojalitātes sistēmas piedāvājumiem, kuri ir pastāvīgi un regulāri. Piemēram, lojalitātes programmas ietvaros tiek piedāvātas atlaižu kartes, kas patērētājam dod tiesības uz cenu atlaidi visiem produktiem vai noteiktiem produktiem;

²⁴ NOTEIKUMU 14.⁵ punkts un Guidance on PID (Price Indication Directive); section 4.3. “Progressive price reductions”)



- uz personalizētiem piedāvājumiem par cenas samazinājumu lojalitātes programmas dalībnieka īpašu dzīves notikumu gadījumos, piemēram, klienta dzimšanas vai vārda dienā²⁵;



- uz piedāvājumiem, kuri ilgstoši noteiktās situācijās pastāvīgi piedāvā atlaidi preču pirkumiem.²⁶ Piemēram, kādā konkrētā nedēļas dienā katru nedēļu vai katrās brīvdienās atlaide vai cits piedāvājums par cenas samazinājumu konkrētai precei vai preču kategorijai, uzrādot klienta karti; vai arī atlaide visām precēm lojalitātes programmas dalībniekiem vai konkrētām patērētāju grupām (piemēram, senioriem).

NOTEIKUMU prasības par sākotnējās un atlaides cenas norādīšanu (*par sākotnējo cenu plašāk skatīt šo vadlīniju 2.2.1.punktu*) lojalitātes programmas ietvaros ir piemērojamas uz ierobežotā laika posmā organizētiem piedāvājumiem par cenas samazinājumu (atlaižu kampaņām un preču izpārdošanām).

²⁵ NOTEIKUMU grozījumu Anotācijas 4.lpp. un Guidance on PID (Price Indication Directive); section 2.3. “Loyalty programmes and personalised price reductions”

²⁶ NOTEIKUMU grozījumu Anotācijas 6.lpp. un Guidance on PID (Price Indication Directive) section 1.1. “Meaning of price reduction announcement” and section 2.3. “Loyalty programmes and personalised price reductions”

Ja šāds piedāvājums par cenas samazinājumu ir skaidri adresēts tikai tirgotāja lojalitātes programmas dalībniekiem, tad sākotnējā cena ir 30 dienu zemākā cena, kas piedāvāta lojalitātes programmas dalībniekiem.

Atbilstoša prakse - preces viszemākā cena no 1. – 30.aprīlim – 23 EUR, bet lojalitātes programmas dalībniekiem – 20 EUR. Tiek organizēts piedāvājums par cenas samazinājumu, reklāmā izmantojot paziņojumu: “Tikai lojalitātes programmas dalībniekiem, uzrādot klienta karti no 1. – 7.maijam atlaide – 50%, ~~20 EUR~~; 10 EUR”.



Ja piedāvājums par cenas samazinājumu attiecas uz ikvienu pircēju, neatkarīgi no tā, vai pircējs ir vai nav lojalitātes programmas dalībnieks, tad sākotnējā cena ir 30 dienu zemākā cena, kas piedāvāta ikvienam pircējam.

2.2.6. Piedāvājumi par cenas samazinājumu pakalpojumiem

Piedāvājumiem par cenas samazinājumu pakalpojumiem nav paredzēta prasība par sākotnējās cenas (tas ir, pēdējo 30 dienu laikā viszemākās cenas) norādīšanu, bet ir skaidri jānorāda atlaides cena un cena pirms atlaides piemērošanas.²⁷

Atlaides cena ir cena pēc tās pazemināšanas jeb pakalpojuma cena, kurai piemērota atlaide.

Cena pirms atlaides piemērošanas – pakalpojuma cena pirms patērētājiem piedāvātās atlaides jeb cenas pazemināšanas.



²⁷ NOTEIKUMU 20.¹ punkts

3. Cenas informācijas atspoguļošana cenu zīmēs

Lai patērētājs varētu brīvi orientēties veikala piedāvātajā preču klāstā un saprastu, kuru preci pirkt, NOTEIKUMOS paredzēta cenu norādīšanas kārtība precēm un pakalpojumiem.

NOTEIKUMU 4. un 7.punkts nosaka, ka norādāma pārdošanas cena jeb gabalcena un noteiktas mērvienības cena, pastāvot šādiem cenu norādīšanas veidiem:

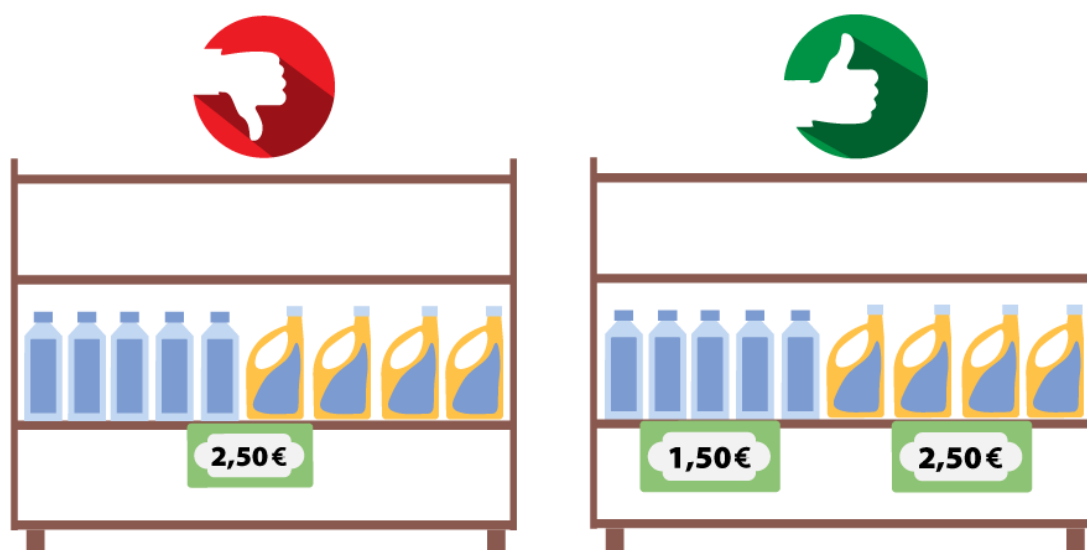
- *uz preces;*
- *uz preces iepakojuma;*
- *cenu zīmē/cenrādī;*
- *citā cenas informācijas norādē.*

Gabalcena ir cena par vienu preces vienību, nedalāmu preces daudzumu vai iepakojumu.

Noteiktas mērvienības cena ir cena par vienu kilogramu, litru, metru, kvadrātmētru vai kubikmetru, vai citu preces daudzuma mērvienību saskaņā ar NOTEIKUMU prasībām.

Ja preces cena tiek norādīta cenu zīmē, tā novietojama tā, lai tajā norādīto cenu nevar sajaukt ar citas preces cenu, kā arī patērētājam nepārprotamā veidā norāda preci, uz kuru cena attiecas (NOTEIKUMU 7.punkts).

Cenu norādēm ir jābūt tādām, lai novērstu jebkurus pārpratumus un nodrošinātu, ka patērētājam nav nepieciešams minēt, uz kuru preci, kura cena attiecas.



Ja praktisku iemeslu dēļ nav iespējams cenu norādīt uz preces, tās iepakojuma vai cenu zīmē (piemēram, maza izmēra precēm vai gadījumos, kad vairākas preces izvietotas vienā preču grozā vai uz vienas preču paletes), preces gabalcenu un noteiktas mērvienības cenu var norādīt cenrādī, uz speciāla ekrāna cenu norādīšanai vai citā vizuāli uztveramā veidā (NOTEIKUMU 8.punkts).

Ja pārdošanā tiek piedāvāti vienas preču grupas dažādi veidi, kur vairākām precēm noteiktas vienādas cenas (piemēram, sēklas, pērles, izšūšanas piederumi u.c.), preces var būt sadalītas pa kategorijām, tās apzīmējot ar krāsu kodiem, burtiem,

cipariem u.tml. Informatīvajā plakātā vai cenrādī tādā gadījumā norāda cenu katrai kategorijai.



Ja uz preces etiķetes ir norādītas vairākas cenas, kas paredzētas dažādām valstīm, tad tirgotājam ir jānodrošina, ka patērētājam ir skaidri norādīta cena *euro* Latvijā, lai to nevarētu sajaukt ar pārējām cenām.

Ja tirgotāji piedāvā īpašas cenas (piemēram, pastāvīgajiem klientiem, klientiem ar klientu kartēm, atlaižu kartēm, lojalitātes programmas lietotājiem u.tml.), tad šīm cenām un informācijai par klientu grupu, uz ko tā attiecas, jābūt skaidri un viegli uztverami norādītai cenu zīmē, lai patērētājam ir nepārprotama informācija, par kuru cenu viņš precīzi var iegādāties. Īpašās cenas cenu zīmē var nenorādīt gadījumos, kad atsevišķām klientu grupām regulāras atlaides tiek paredzētas lojalitātes programmu līgumos.

Par labas prakses piemēriem uzskatāmi gadījumi, ja piedāvātā īpašā cena, kas attiecas tikai uz konkrēto patērētāju grupu vai norādīto preces daudzumu, vizuāli nav piesaistošāka par norādīto pamatcenu, tā tiek norādīta tādā pašā vai mazākā izmērā un tādā pašā krāsā kā pamatcena, lai pamatcena ir vizuāli labi pamanāma.



Precei, kurai tiek piedāvāta īpašā cena (ar klienta karti, apjoma cena u.c.), mērvienības cena norādāma pie visām cenu zīmē norādītajām pozīcijām, par kuru patērētājam iespējams precīzi iegādāties.

Informācijai par apjoma cenu piemērošanu cenu zīmē jābūt norādītai tā, lai patērētājam būtu skaidrs, ka apjoma cena ir norādīta par vienu preces vienību, nevis par vairākām kopā.



“Lieliskais piena kombināts”
piens “Lieliskais” 0.5 l

1,22 EUR
2,44 EUR/l

pērkot 3 gab.
cena 1,10 EUR par gab.
2,20 EUR/l



“Lieliskais piena kombināts”
piens “Lieliskais” 0.5 l

1,22 EUR
2,44 EUR/l

ar klienta karti
cena 1,12 EUR
2,24 EUR/l



Kā un kad jānorāda mērvienības cena?

Noteiktas mērvienības cenu norāda tām precēm, kas tiek pārdotas atbilstoši to tilpumam, masai, garumam vai virsmas laukumam, cenu attiecinot uz vienu tilpuma, masas, garuma vai virsmas laukuma mērvienību.

Ja prece tiek pārdota daudzumos, kas ir daudz lielāki vai daudz mazāki par vienu litru, metru, kilogramu vai kvadrātmetru, par mērvienību uzskata arī mērvienības daudzkārtņi vai tās daļu, nodrošinot patērētājam skaidri saprotamu informāciju par mērvienību, uz kuru cena ir attiecināta (NOTEIKUMU 6.punkts).

NOTEIKUMU 6.punktā paredzētajā kārtībā mērvienības cenu drīkst norādīt tikai tādām precēm, kuras tiek pārdotas daudzumos, kas ir daudz lielāki vai daudz mazāki par vienu litru, metru, kilogramu vai kvadrātmetru, piemēram, garšvielām noteiktas mērvienības cenu var norādīt par 100 g, smaržām, zobu pastai, ziepēm – 100 ml, celtniecības materiāliem – 10 kg vai 100 kg. Turklāt viena veida precēm tirdzniecības vietā mērvienības cena norādāma vienāda. Piemēram, visām smaržām veikalā mērvienības cenu norāda par 100 ml.



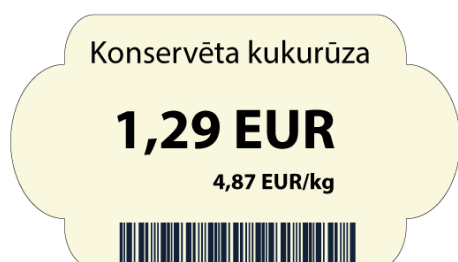
Mērvienības cenu nedrīkst attiecināt uz mērvienības daudzkārtni vai tā daļu gadījumos, kad prece parasti netiek pārdota tuvu šim mērvienības daudzkārtnim vai daļai:



Šādos gadījumos nav atbilstoši NOTEIKUMU prasībām un informāciju var uzskatīt par maldinošu, ja papildus mērvienības cenai, kas jānorāda atbilstoši NOTEIKUMU prasībām (piemēram, cena par kilogramu), tiek norādīta arī cena par citu daudzumu – mērvienības daudzkārtni vai daļu. Šādos gadījumos 100 g cena var tikt uztverta kā gabalcena.



Ja pārtikas prece ir sagatavota mērcē, marinādē vai citā šķidrumā, kura vienīgā funkcija ir vides radīšana, noteiktas mērvienības cenu aprēķina, gabalcenu dalot ar preces sauso tīrsvaru, nevis kopējo masu (NOTEIKUMU 15.punkts).



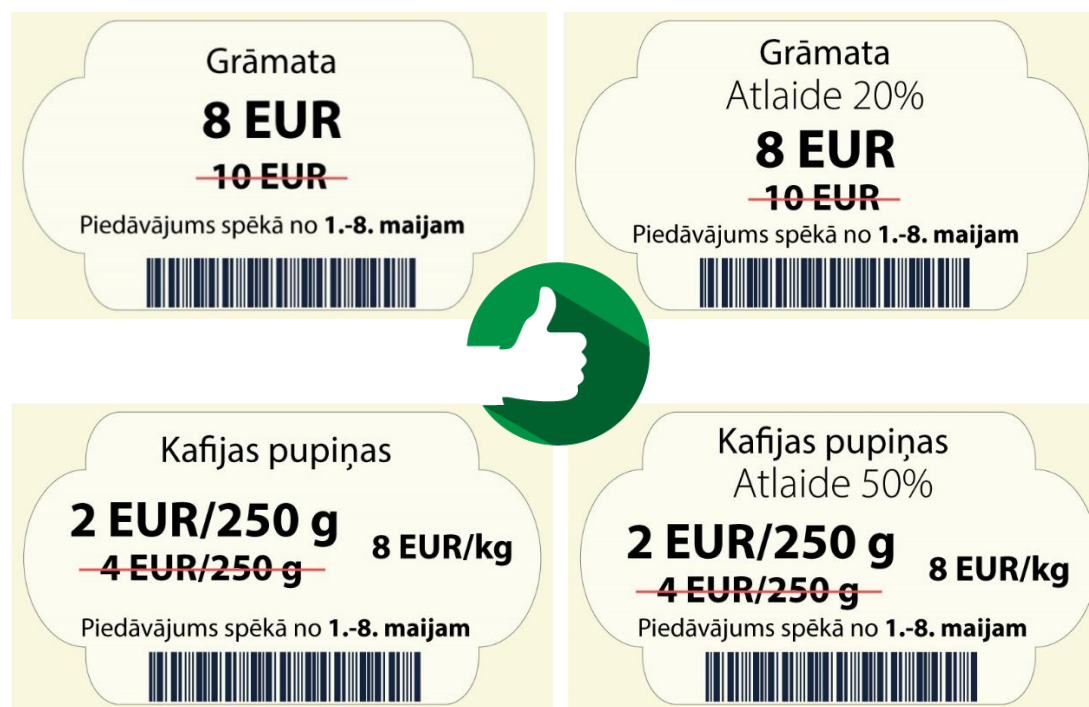
*Noteiktās mērvienības
cenas aprēķināšana
pret sauso tīrsvaru
(1,29 / 0,265 = 4,87)*

Gadījumos, kad par fiksētu cenu iespējams iegādāties dažāda svara vai tilpuma preces vienības, piemēram, “pērc par 2 euro jebkurus divus šokolādes batoniņus”, ja piedāvājumā ir batoniņi ar dažādu svaru no 50 gramiem līdz 75 gramiem, atbilstoši NOTEIKUMU 12.6.apakšpunktam mērvienības cenu var nenorādīt.

Noteiktas mērvienības cenu var nenorādīt mazās tirdzniecības vietās, kurās nav iespējams nodrošināt noteiktas mērvienības cenas norādīšanu patērētājam viegli identificējamā un skaidri salasāmā veidā (NOTEIKUMU 12¹.punkts). Mazās tirdzniecības vietās, kurās prece ir izvietota plauktos aiz tirgotāja, mērvienības cenas norādīšana nav lietderīga, jo vizuāli tā ir grūti saskatāma.

Mērvienības cenām jābūt norādītām visās pašapkalpošanās tirdzniecības vietās neatkarīgi no veikala platības.

Organizējot piedāvājumus par cenas samazinājumu precēm, vispārīgos gadījumos cenu zīmes ir noformējas atbilstoši zemāk minētajiem piemēriem (*par izņēmuma situācijām, kad sākotnējo vai atlaides cenu nav nepieciešams norādīt, skatīt šo vadlīniju 2.2.1. – 2.2.5.punktu*).



Saskaņā ar Iepakojuma likuma 18⁵ pantu **depozīta maksu preces cenas zīmē tirgotājs norāda atsevišķi no preces cenas**. Saskaņā ar 2020.gada 11.augusta Ministru kabineta noteikumu Nr.519 „Depozīta sistēmas darbības noteikumi” 7.punktu, depozīta maksa par depozīta iepakojuma vienību ir 0,10 EUR.

Gadījumos, kad preces cena nav norādīta cenu zīmē, bet ir norādīta uz preces vai tā iepakojuma (piemēram, nomarkēta) depozīta maksu jānorāda citā saprotamā veidā, piemēram, papildus nomarkējot preci vai izvietojot papildus norādes/plakātus ar informāciju patērētājiem.



Pakalpojumu cenrādī jānorāda galīgā pārdošanas cena vai abonēšanas cena (t.i., cena, kādu patērētājam jāmaksā par pakalpojumu), bet, ja pakalpojuma galīgā cena nav zināma/to nav iespējams iepriekš norādīt, cenrādī ***skaidri norāda veidu, kādā cena tiek aprēķināta***. Patērētājs šādos gadījumos individuāli jāinformē par pakalpojuma cenu un raksturojumu vai apmēru, pirms līgums vai attiecīgais piedāvājums kļūst saistošs.



Baseina apmeklējums

10 EUR/st.

Individuāla
peldētāpmācība

20 EUR/st.



Pakalpojumiem, norādot veidu, kā tiek aprēķināta cena, jāņem vērā katra pakalpojuma specifika un iespējas precīzi atspoguļot aprēķina metodiku.

Pakalpojumiem, kuri sastāv no atsevišķiem pakalpojumiem (sastāvdaļām) un kurus iespējams individuāli komplektēt, jānorāda katra atsevišķā pakalpojuma cena.



Bērnu
ballītes organizēšanas
CENRĀDIS



Pasākuma vadītājs	1,5h – 60 EUR
Piepūšamās atrakcijas noma	1,5h – 40 EUR
Glitera tetovējumi	3 EUR (katram)
Sejiņu apgleznošana	25 EUR (10 bērniem)
Fotografēšana	25 EUR
+2 EUR par bilžu ierakstīšanu DVD diskā	
lelūgumu sagatavošana un nosūtīšana 7 EUR	



Pakalpojumiem, kuri tiek piedāvāti noteiktā komplektācijā un to saturu nav iespējams mainīt, jānorāda komplekta gala cena, un precīzs pakalpojuma satura izklāsts.



Kompleksais tūrisma pakalpojums

ANTĀLIJA, TURCIJA

450 EUR/ vienai personai


Pakalpojumā ietilpst:

- 7 naktis izvēlētajā 4* viesnīcā divvietīgā numuriņā
- Viesnīcā esošā SPA apmeklējums un pludmales dvielī
- Avioreiss – Rīga – Antālija – Rīga
- Transfērs lidosta – viesnīca – lidosta
- Brokastis un vakariņas viesnīcā



Pakalpojumiem, kuru gala cena var atšķirties atkarībā no individuālā pasūtījuma, ņemot vērā parametrus vai kritērijus, kurus nav iespējams standartizēt, ir pieļaujama arī cenu amplitūdas noteikšana.

Šādos gadījumos patērētājam sniedz informāciju par kritērijiem, kas ietekmē gala cenu (audums, modeļa sarežģītība un citi kritēriji), un pirms pakalpojuma saņemšanas precizē galīgo cenu.



Šūšanas pakalpojumu CENAS

(atkarīgas no auduma un modeļa sarežģītības vai citiem kritērijiem):

- Kleita no **40 – 70** EUR
- Mētelis no **50 – 80** EUR
- Bikses no **30 – 50** EUR

