



APSTIPRINU

Patentāņu tiesību aizsardzības centra

direktors

B. Vītoliņa

(personiskais paraksts)

2015. gada 16. marta

PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS CENTRS

2015. gada 16. martā

Nr.2

Vadlīnijas*

godīgas komercprakses īstenošanai

cenu salīdzināšanas mājaslapās

(vadlīniju nosaukums)

RĪGA

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

SATURS

IEVADS.....	3
1. NORMATĪVAIS REGULĒJUMS.....	4
2. SALĪDZINĀŠANAS PAKALPOJUMU RAKSTUROJUMS.....	5
3. PATĒRĒTĀJU EKONOMISKĀ RĪCĪBA.....	6
4. PRASĪBAS INFORMĀCIJAI PAR PRODUKTA PIEDĀVĀJUMU.....	8
4.1. PIEDĀVĀJUMĀ SNIEDZAMĀ INFORMĀCIJA.....	8
4.1.1. INFORMĀCIJA PAR PRODUKTU.....	9
4.1.2. INFORMĀCIJA PAR CENU.....	9
4.1.3. INFORMĀCIJA PAR TIRGOTĀJU.....	10
4.1.4. INFORMĀCIJA PAR PIEGĀDES UN CITĀM PAPILDUS IZMAKSĀM....	11
4.2. INFORMĀCIJA PAR PRODUKTA PIEEJAMĪBU.....	12
4.3. AIZLIEGUMS PIEDĀVĀT PRODUKTUS, KURU PASŪTĪJUMU NAV IESPĒJAMS NODROŠINĀT.....	12
4.4. PIEDĀVĀJUMA INFORMĀCIJAS IEGŪŠANAS UN ATJAUNOŠANAS LAIKS.....	13
4.5. SAZIŅAS LĪDZEKĻA IEROBEŽOJUMI.....	14
4.6. PIEDĀVĀJUMA INFORMĀCIJAS PASNIEGŠANAS VEIDS.....	14
4.7. PATĒRĒTĀJU ATSAUKSMES UN VĒRTĒJUMS.....	16
5. VIETŅU UZTURĒTĀJU ATBILDĪBA.....	17
5.1. INFORMĀCIJA PAR VIETNES UZTURĒTĀJU.....	17
5.2. PATĒRĒTĀJU SŪDZĪBU IZSKATĪŠANAS KĀRTĪBA.....	18
5.3. LĪGUMS PAR CENU SALĪDZINĀŠANAS MĀJASLAPĀ SNIEGTO PAKALPOJUMU IZMANTOŠANU.....	18
5.4. TEHNISKO LĪDZEKĻU IZMANTOŠANA PIEDĀVĀJUMU KONTROLEI..	19
5.5. ATBILDĪBA PAR PUBLICĒTĀJIEM PIEDĀVĀJUMIEM.....	20
6. TIRGOTĀJU ATBILDĪBA.....	22
NOBEIGUMS.....	23

IEVADS

Elektroniskās un mobilās komercijas vidē tiek izmantoti dažādi tiešsaistes līdzekļi, kas vērsti uz patērētājiem paredzētu preču un pakalpojumu (turpmāk preces un pakalpojumi – produkti) piedāvāšanu, reklamēšanu un tirdzniecību. Viens no tiešsaistes līdzekļiem, ko aktīvi izmanto patērētāji, ir cenu salīdzināšanas mājaslapas. Cenu salīdzināšanas mājaslapās sniegto informāciju un to funkcionālās iespējas patērētāji izmanto, lai pieņemtu lēmumus, kas saistīti ar patērētāju ekonomiskajām interesēm. Izmantojot cenu salīdzināšanas mājaslapās sniegtos pakalpojumus, patērētājiem tiek nodrošināta iespēja iepazīties ar dažādiem preču pārdevēju un pakalpojumu sniedzēju (turpmāk pārdevēji un pakalpojuma sniedzēji – tirgotāji) piedāvājumiem, kā arī tās aktīvi tiek izmantotas patērētājiem adresētas reklāmas izplatīšanai.

Komerčiālo piedāvājumu salīdzināšanas līdzekļu tehniskās un komerciālās iespējas, kā arī to izmantošana strauji attīstās, un elektroniskās komercijas vides apstākļos liela nozīme ir tam, lai to izmantošana nodrošinātu patērētājiem iespēju pieņemt uz informāciju balstītus lēmumus. Šobrīd cenu salīdzināšanas pakalpojumu sniegšana galvenokārt tiek nodrošināta, izmantojot interneta pārlūkprogrammas, bet tuvākajā nākotnē ir paredzama to aktīva sniegšana, izmantojot mobilo ierīču lietojumprogrammas (aplikācijas).

Neatkarīgi no tehnoloģijām, kas tiek izmantotas komerciālo piedāvājumu salīdzināšanai, personām, kas attiecīgos salīdzināšanas pakalpojumus izmanto savā saimnieciskajā vai profesionālajā darbībā, ir pienākums ievērot patērētāju tiesības reglamentējošo normatīvo aktu prasības. Minētās prasības ir attiecināmas uz cenu salīdzināšanas mājaslapu uzturētājiem (turpmāk – vietņu uzturētāji), mobilo lietojumprogrammu izstrādātājiem un produktu tirgotājiem, kā arī citiem komercprakses īstenotājiem.

Vadlīniju mērķis ir nodrošināt skaidrojumu par patērētāju ekonomisko interešu aizsardzību un patērētāju tiesības reglamentējošo normatīvo aktu prasībām interneta cenu salīdzināšanas mājaslapās sniegto pakalpojumu vidē.

Vadlīnijas ir paredzētas vietņu uzturētājiem un tirgotājiem, kas savas saimnieciskās vai profesionālās darbības ietvaros tirgus saziņā ar patērētājiem un veicot noieta veicināšanas pasākumus, izmanto cenu salīdzināšanas mājaslapu iespējas un tajās sniegtos pakalpojumus.

Galvenie jautājumi, kas ietverti vadlīnijās, ir saistīti ar skaidrojumu par patērētāju ekonomiskās rīcības ietekmēšanu, izmantojot cenu salīdzināšanas mājaslapas, tai skaitā raksturojot patērētāju ekonomisko lēmumu pieņemšanai nepieciešamo būtisko informāciju un tās nodrošināšanas iespējas. Vadlīnijās ir ietverti jautājumi par prasībām, kas attiecībā uz informācijas sniegšanas pienākumu ir jāievēro vietņu uzturētājiem un tirgotājiem, kā arī jautājumi, kas saistīti ar atbildību par cenu salīdzināšanas mājaslapās publicētajiem komerciālajiem piedāvājumiem.

1. NORMATĪVAIS REGULĒJUMS

Galvenie ārējie normatīvie akti, kuri nosaka prasības vietņu uzturētājiem un tirgotājiem, kas saimnieciskās darbības veikšanai izmanto patērētājiem paredzētas cenu salīdzināšanas mājaslapas, ir:

- Reklāmas likums, pieņemts 1999.gada 20.decembrī;
- Patērētāju tiesību aizsardzības likums, pieņemts 1999.gada 18.martā;
- Informācijas sabiedrības pakalpojumu likums, pieņemts 2004.gada 4.novembrī;
- Negodīgas komercprakses aizlieguma likums, pieņemts 2007.gada 22.novembrī;
- 1999.gada 18.maija Ministru kabineta noteikumi Nr.178 „Kārtība, kādā norādāmas preču un pakalpojumu cenas”;
- 2014.gada 20.maija Ministru kabineta noteikumi Nr.255 „Noteikumi par distances līgumu”.

Patērētāju tiesību aizsardzības likums (turpmāk – PTAL) nosaka galvenās prasības (sniedzot terminu skaidrojumu, nosakot patērētāju tiesību pārkāpumus, galvenās informācijas par pakalpojumu sniegšanas prasības u.c.), kas jāievēro, lai tiktu nodrošināta iespēja patērētājam īstenot un aizsargāt savas likumīgās tiesības tiesiskajās attiecībās ar pārdevējiem un pakalpojumu sniedzējiem.

Kopš 2008.gada 1.janvāra ir spēkā Negodīgas komercprakses aizlieguma likums (turpmāk – NKAL), kurā iekļautas tiesību normas, kas izriet no Eiropas Parlamenta un Padomes 2005.gada 11.maija direktīvas 2005/29/EK¹.

NKAL mērķis ir nodrošināt patērētāju tiesību un ekonomisko interešu aizsardzību, aizliedzot komercprakses īstenotājiem izmantot negodīgu komercpraksi attiecībā pret patērētājiem. NKAL normas ir paredzētas, lai nodrošinātu augstu patērētāju aizsardzības līmeni, nosakot speciālu regulējumu komercpraksi, kas vērsta pret patērētājiem. NKAL nostiprinātais tiesiskais regulējums attiecināms uz tādu komercpraksi, kura var vai varētu būtiski ietekmēt patērētāju rīcību.

Ņemot vērā NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punktā noteikto komercprakses īstenotāja definīciju, personas, proti, vietņu uzturētāji, tirgotāji, reklāmas devēji un citas personas, kas, vēršoties pie patērētājiem, cenu salīdzināšanas mājaslapas izmanto savas saimnieciskās vai profesionālās darbības veikšanai, ir uzskatāmas par komercprakses īstenotājiem. Komercprakses īstenotājiem ir pienākums ievērot NKAL noteikto negodīgas komercprakses aizliegumu, tai skaitā nepieļaujot maldinošas, agresīvas un tādas profesionālajai rūpībai

¹ 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”) (turpmāk – „Negodīgas komercprakses direktīva 2005/29/EK”)

neatbilstošas komercprakses īstenošanu, kas būtiski negatīvi ietekmē vai var būtiski negatīvi ietekmēt vidusmēra patērētāja vai to grupas ekonomisko rīcību.¹

Līdz ar NKAL spēkā stāšanos notikušas ievērojamas izmaiņas reklāmas jomu reglamentējošajos aktos, kā rezultātā Reklāmas likumā esošais maldinošās un salīdzinošās reklāmas regulējums turpmāk attiecas tikai uz uzņēmējiem paredzētām reklāmām, kamēr attiecībā uz patērētājiem īstenoto komercpraksi pilnībā attiecas NKAL nostiprinātais tiesiskais regulējums.² Tomēr pārējās Reklāmas likuma prasības arī turpmāk piemērojamas attiecībā uz patērētājiem paredzētajām reklāmām.³ Izmantojot cenu salīdzināšanas mājaslapas reklāmas sniegšanai, ir jāievēro normatīvajos aktos noteiktās vispārējās un speciālās prasības, kuras attiecināmas uz reklāmas sniegšanu un izplatīšanu.

Cenu salīdzināšanas mājaslapās sniegtie pakalpojumi tiek nodrošināti, izmantojot elektroniskās tiešsaistes vides iespējas. Vispārējās prasības, kuras piemērojamas elektroniskās komercijas videi, kas vērsta uz patērētājiem, nosaka Informācijas sabiedrības pakalpojumu likums (turpmāk – ISPL), PTAL, kā arī 2014.gada 20.maija Ministru kabineta noteikumi Nr.255 „Noteikumi par distances līgumu” (turpmāk – Noteikumi Nr.255).

Augstāk minēto tiesību aktu ievērošanas uzraudzību savas kompetences ietvaros (informācijas sabiedrības pakalpojumu aprites, reklāmas, komercprakses un distances tirdzniecības uzraudzības jomā) veic Patērētāju tiesību aizsardzības centrs.

2. SALĪDZINĀŠANAS PAKALPOJUMU RAKSTUROJUMS

Cenu salīdzināšanas mājaslapās patērētājiem tiek nodrošināta iespēja sameklēt, atlasīt, sakārtot un apskatīt tirgotāju komerciālos piedāvājumus. Kritērijiem atbilstošas atlases rezultātā cenu salīdzināšanas mājaslapās parasti tiek apkopota un strukturizēti sakārtota informācija par produktu piedāvājumiem, norādot tirgotāja nosaukumu, produkta raksturojumu un cenu. Papildus minētajai informācijai, cenu salīdzināšanas mājaslapās publicētajos piedāvājumos var tikt sniegta informācija par produktu pieejamību, preču piegādes izmaksām, pakalpojuma sniegšanas nosacījumiem, tirgotāju kontaktinformāciju, patērētāju vērtējumu par produktu vai tirgotāju, kā arī citu patērētāju sniegtās atsauksmes.

¹ NKAL 4.panta pirmā un otrā daļa.

² Arī judikatūrā atzīts, ka jautājumus, kas saistīti ar patērētāju tiesību un ekonomisko interešu aizsardzību, uzņēmējiem (komercprakses īstenošanai) īstenojot komercpraksi, no 2008.gada 1.janvāra risina Negodīgas komercprakses aizlieguma likums. Tādējādi Negodīgas komercprakses aizlieguma likums ir uzskatāms par speciālo likumu attiecībā pret Reklāmas likumu.

Skat. Administratīvās apgabaltiesas 23.08.2010. spriedumu lietā Nr.A42597408, Motīvu daļas 12.punktu; http://www.tiesas.lv/files/AL/2010/08_2010/23_08_2010/AL_2308_apg_AA43-0964-10_3.pdf

³ Reklāmas likuma 2.¹ panta pirmā daļa nosaka, ka Reklāmas likumu piemēro, ja uz attiecīgo gadījumu nav attiecināms Negodīgas komercprakses aizlieguma likums.

Parasti cenu salīdzināšanas mājaslapās iekļautie piedāvājumi ir sasaistīti ar atbilstošajiem piedāvājumiem tirgotāju interneta vietnēs, tādējādi nodrošinot patērētājiem tūlītēju iespēju piekļūt tirgotāja vietnē sniegtajai informācijai un noslēgt distances līgumu par konkrētā produkta iegādi.

Atkarībā no tā, kādu produktu piedāvājumi tiek salīdzināti vai kādu produktu mērķauditorijai cenu salīdzināšanas mājaslapas ir paredzētas, tās var tikt iedalītas pēc to izmantošanas mērķa.

Piemērs: *Šobrīd Latvijas patērētājiem tiek piedāvātas cenu salīdzināšanas mājaslapas, kas paredzētas dažādu patēriņa preču un pakalpojumu piedāvājumu salīdzināšanai, apdrošināšanas pakalpojumu piedāvājumu salīdzināšanai, kreditēšanas pakalpojumu salīdzināšanai, avio biļešu cenu salīdzināšanai u.tml.*

3. PATĒRĒTĀJU EKONOMISKĀ RĪCĪBA

Cenu salīdzināšanas mājaslapās sniegtā informācija un to funkcionālās iespējas ietekmē patērētāju ekonomisko rīcību, jo šo komerciālās saziņas un produktu virzības līdzekļu izmantošanas rezultātā patērētāji pieņem vai var pieņemt lēmumus par rīcību saistībā ar darījumu, piemēram, salīdzinot un izvēloties sev izdevīgāko piedāvājumu attiecībā uz cenu, produktu vai tirgotāju, izvēloties produkta pasūtīšanu konkrētā laika brīdī, atbilstoši konkrētiem noteikumiem vai ņemot vērā produktu pieejamību.

Cenu salīdzināšanas mājaslapu piedāvājumos sniegto informāciju patērētāji izmanto, lai veiktu salīdzinājumu vai gūtu vispārēju priekšstatu par dažādu produktu pieejamību tirgū, to cenas līmeņiem, pasūtīšanas iespējām un izmaksām, līdzīgu produktu vai produktu grupu aizvietošanas iespējām, kā arī par tirgotājiem, kas darbojas konkrētu produktu tirgū.

Svarīgi! *Cenu salīdzināšanas mājaslapās, kas lielam skaitam patērētāju ir brīvi pieejamas interneta vidē, sniegtā informācija par produktu piedāvājumiem būtiski ietekmē vai var būtiski ietekmēt daudzu patērētāju ekonomisko rīcību.*

Pieņemot uz cenu salīdzināšanas mājaslapās sniegto informāciju balstītus lēmumus, patērētāji izdara vai var izdarīt izvēli par konkrēta produkta iegādi, par produkta iegādi no konkrēta pārdevēja, par produkta iegādi par konkrēto piedāvāto cenu vai saskaņā ar konkrētiem noteikumiem. Cenu salīdzināšanas mājaslapās sniegtās vai noklusētās informācijas ietekmē patērētāji pieņem vai var pieņemt lēmumus par atteikšanos iegādāties konkrētus produktus, par konkrēta produkta aizvietošanu ar lētāku vai cita pārdevēja piedāvātu produktu, par attiecīgā produkta iegādi distances līguma veidā un citus līdzīgus ekonomiska rakstura lēmumus.

Par patērētāja ekonomisko rīcību būtiski negatīvi ietekmējošu ir uzskatāma komercprakse, kura būtiski mazina patērētāja iespēju pieņemt uz informāciju

balstītu lēmumu un kuras rezultātā patērētājs var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu citādi nebūtu pieņēmis.¹

Svarīgi! *Maldinoša, tai skaitā pasniegšanas veida ziņā nepatiesa vai nepietiekoša informācija par tirgotāju, produktu, tā cenu un piegādes izmaksām, raksturo pazīmes, kas liecina par esošu vai iespējamu komercprakses pārkāpumu (negodīgu komercpraksi).*

¹ NKAL 7.panta pirmā daļa.

4. PRASĪBAS INFORMĀCIJAI PAR PRODUKTA PIEDĀVĀJUMU

Lai patērētāji varētu pieņemt uz informāciju balstītus lēmumus par cenu salīdzināšanas mājaslapās publicēto piedāvājumu izvēli, tajās sniegtajai informācijai ir jābūt pietiekošai, patiesai, pārbaudāmai un tādai, kas satura un pasniegšanas veida ziņā nemaldina patērētājus.

Cenu salīdzināšanas mājaslapas piedāvājuma informācijas atbilstība ir vērtējama no vidusmēra patērētāja viedokļa, ņemot vērā cenu salīdzināšanas mājaslapas izmantošanas mērķi, tajā piedāvātos produktus, tirgus mērķa auditoriju, kā arī informācijas sniegšanai paredzētā komerciālās saziņas līdzekļa ierobežojumus.

Informācija par cenu un produkta īpašībām, kas komerciālajā saziņā adresēta patērētājiem, veido „*uzaicinājumu veikt pirkumu*”.¹ Informācija par produkta galvenajām īpašībām, cenu, tirgotāja identitāti un līguma noteikumiem ir uzskatāma par būtisku „*uzaicinājuma veikt pirkumu*” gadījumā². Vienlaicīgi minētā informācija ir uzskatāma par neatņemamu distances līguma un tā piedāvājuma noteikumu sastāvdaļu.³

Cenu salīdzināšanas mājaslapās publicēts piedāvājums ir uzskatāms par patērētājiem izteiktu „*uzaicinājumu veikt pirkumu*” un distances līguma piedāvājumu.

4.1. PIEDĀVĀJUMĀ SNIEDZAMĀ INFORMĀCIJA

Par patērētājiem būtisku un cenu salīdzināšanas mājaslapu piedāvājumos obligāti sniedzamu informāciju ir uzskatāma informācija par tirgotāju, produktu, cenu, piegādes un citām papildus izmaksām (ja tās ir attiecināmas).⁴ Patērētājiem adresētā informācija ir uzskatāma par sniegtu atbilstoši, ja tā satura ziņā ir patiesa un pietiekoša, kā arī tās pasniegšanas veids patērētājiem nerada maldinājuma risku. Pamatojoties uz cenu salīdzināšanas mājaslapā sniegto informāciju un izmantojot tās iespējas, patērētājam ir jābūt nodrošinātai iespējai:

- 1) pārliecināties par piedāvājuma spēkā esamību un / vai aktualitāti;
- 2) identificēt tirgotāju;
- 3) ātri un efektīvā veidā sazināties ar tirgotāju;
- 4) identificēt piedāvāto produktu;
- 5) iepazīties ar produkta galvenajām īpašībām;
- 6) pārliecināties par produkta pieejamības nosacījumiem;

¹ NKAL 10.panta trešā daļa.

² NKAL 10.panta trešās daļa.

³ Noteikumu Nr.255 5.1., 5.2., 5.5.apakšpunkts un 8.punkts.

⁴ Noteikumu Nr.255 5.1.apakšpunkts, NKAL 10.panta trešā daļa

- 7) noteikt produkta cenu;
- 8) saņemt informāciju par cenā iekļautajiem nodokļiem un izmaksām;
- 9) noteikt piegādes, pasūtīšanas vai citas būtiskas papildus izmaksas.

Cenu salīdzināšanas mājaslapās, kuru izmantošanai ir specializēts mērķis vai kurās tiek piedāvāti produkti, kuru aprītei ir piemērojami īpaši noteikumi, par būtisku var tikt uzskatīta arī cita normatīvajos aktos noteiktā informācija, piemēram, kreditēšanas pakalpojumu gadījumā, informācija par gada procentu likmi.

4.1.1. INFORMĀCIJA PAR PRODUKTU

Cenu salīdzināšanas mājaslapās publicētajos piedāvājumos ir jābūt sniegtai informācijai par produkta galvenajām īpašībām¹. Vietnes uzturētājiem ir pienākums nodrošināt, ka cenu salīdzināšanas mājaslapās ir iespējams publicēt tikai tādu piedāvājumu, kuros sniegta informācija par produktu galvenajām īpašībām.

Svarīgi! *Informējot patērētājus par produktu, ir jānorāda konkrēto produktu identificējošas pazīmes, produkta būtiskākās īpašības un informācija par nozīmīgiem komplektācijas elementiem.*

Raksturojot produktu var tikt izmantots ne vien teksta veidā sniegts apraksts, bet arī elektroniskajai videi atbilstošas attēlu (grafiskās), video un audio iespējas.

Piemērs: *Planšetdatora piedāvājumā produkts var tikt raksturots, norādot modeļa un ražotāja nosaukums, preces attēlu, informāciju par mobilā interneta funkciju nodrošinājumu un papildus atmiņas kartes iekļaušanu komplektācijā. Pārējā informācija par produkta galvenajām īpašībām var tikt sniegta, izmantojot atsauci uz vietnes sadaļu, kas paredzēta konkrētā produkta piedāvājuma detalizētai raksturošanai vai uz tirgotāja vietnē iekļauto atbilstošo produkta piedāvājumu.*

4.1.2. INFORMĀCIJA PAR CENU

Cenu salīdzināšanas mājaslapās publicētajos piedāvājumos ir jābūt sniegtai informācijai par produkta cenu.² Vietnes uzturētājiem ir pienākums nodrošināt, ka cenu salīdzināšanas mājaslapās ir iespējams publicēt tikai tādu piedāvājumu, kuros sniegta informācija par produktu cenu.

Svarīgi! *Patērētājiem adresētajos piedāvājumos ir jāsniedz informācija par produkta cenu, ieskaitot visus nodokļus un norādot tos. Sniedzot informāciju par produkta cenu, patērētāji ir jāinformē par to, vai cenā ir iekļautas piegādes*

¹ Noteikumu Nr.255 5.1., 5.20., 5.21.apakšpunkts, NKAL 10.panta trešās daļas 1.punkts

² Noteikumu Nr.255 5.5.apakšpunkts, NKAL 10.panta trešās daļas 3.punkts, ISPL 4.panta otrā daļa

izmaksas, norādot to apmēru.¹ Informācija par cenu ir jāsniedz nepārprotamā veidā, skaidri un salasāmi.

Izstrādājot cenu salīdzināšanas mājaslapas un nosakot to izmantošanas noteikumus, vietņu uzturētājiem ir iespējams ietekmēt tirgotāju veidoto piedāvājumu kvalitāti. Tirgotāju piedāvājumu atbilstība var tikt nodrošināta, izmantojot līgumisko atbildību un tehniskos līdzekļus, piemēram, nosakot piedāvājumu struktūru un obligāti sniedzamo informāciju, kā arī iespēju robežās veicot tirgotāju sniegtās informācijas pārbaudi.

Svarīgi! *Cenu salīdzināšanas nolūkos, novēršot patērētāju maldinājumu, produktu cenas ir norādāmas, neiekļaujot piegādes un citas papildus izmaksas. Informācija par piegādes un citām papildus izmaksām piedāvājumā ir norādāma atsevišķi.*

Nemot vērā, ka preces piegādes vai citas pasūtījuma papildus izmaksas ir atšķirīgas un to pievienošana produkta cenai rada vai var radīt patērētājam maldinošu priekšstatu par piedāvājuma izdevīgumu salīdzinājumā ar līdzīgiem piedāvājumiem, produkta cena ir norādāma, neiekļaujot tajā piegādes un citas papildus izmaksas. Informācija par piegādes un citām papildus izmaksām piedāvājumā ir norādāma, skaidri un nepārprotami, nodalot tās no produkta cenas. Informējot patērētājus par produkta cenu, ir jānorāda, ka tajā ir iekļauti visi attiecināmie nodokļi, bet nav iekļautas preces piegādes izmaksas.

Piemērs: *Piedāvājumā vai cenu salīdzināšanas mājaslapas pastāvīgi redzamā sadaļā tiek norādīts, ka cenā ir iekļauts pievienotās vērtības nodoklis, bet nav iekļautas piegādes izmaksas, savukārt konkrētajā piedāvājumā tiek norādīti piegādes noteikumi, izmaksas vai to aprēķināšanas veids, piemēram, piegāde Rīgā precēm līdz 100 kg 5,00 EUR.*

4.1.3. INFORMĀCIJA PAR TIRGOTĀJU

Cenu salīdzināšanas mājaslapās publicētajos piedāvājumos ir jābūt sniegtai informācijai par tirgotāju. Informējot patērētājus par tirgotāju, ir jānorāda:²

- tirgotāja nosaukums (firma);
- reģistrācijas numurs;
- juridiskā adrese;
- faktiskā adrese, ja tā atšķiras no juridiskās adrese;
- tālruna numurs;
- elektroniskā pasta adrese.

¹ Noteikumu Nr.255 5.5.apakšpunkts, NKAL 10.panta trešās daļas 3.punkts, ISPL 4.panta otrā daļa.

² Noteikumu Nr.255 5.2., 5.3.apakšpunkts, NKAL 10.panta trešās daļas 2.punkts.

Piemērs: *Cenu salīdzināšanas mājaslapā publicētajā piedāvājumā pārskatāmības nolūkos sākotnēji ir redzams tikai tirgotāja nosaukums, uz kuru uzklikšķinot ar datora peli, tiek atvērts papildu informācijas lauks, kurā sniegta informācija par tirgotāja nosaukumu (firmu), reģistrācijas numuru, juridisko adresi, faktisko adresi (ja tā atšķiras no juridiskās), tālruņa numuru, un elektroniskās pasta adresi.*

Svarīgi! *Sniedzot tirgotāju kontaktinformāciju, patērētājiem ir jāpiedāvā tādi līdzekļi, ko iespējams izmantot, lai ātri un efektīvi varētu sazināties ar tirgotāju.*

Vietņu uzturētājiem ir jāseko, lai cenu salīdzināšanas vietnēs netiktu publicēti anonīmu vai neidentificējamu personu veidoti piedāvājumi, kā arī jānovērš tādu piedāvājumu publicēšana, kuru tirgotāju rīcība ir prettiesiska vai attiecībā pret patērētājiem negodprātīga. Vietņu uzturētājiem īpaša uzmanība būtu jāpievērš tādu tirgotāju iesniegtajiem piedāvājumiem, kuru iespējas nodrošināt līgumisko saistību izpildi ir pakļautas būtiskam maksātnespējas riskam, piemēram, gadījumos, kas pret tirgotājiem ir uzsākts un turpinās maksātnespējas process.

4.1.4. INFORMĀCIJA PAR PIEGĀDES UN CITĀM PAPILDUS IZMAKSĀM

Produktu piegādes izmaksas, vērtējot tās gan atsevišķi, gan kopsakarā ar produkta cenu, ir būtisks faktors, kas ietekmē patērētāju lēmumus par piedāvātā produkta izvēli. Ņemot vērā normatīvo aktu prasības¹, cenu salīdzināšanas mājaslapās ir jābūt sniegtai informācijai par produktu piegādes maksu vai informācijai par to, ka piegādes maksa netiek piemērota.

Ņemot vērā, ka produktu piegādes izmaksas katrā konkrētā gadījumā var būt atkarīgas no piegādes adreses, piegāžu veikšanas noteikumiem un citiem apstākļiem. Tā kā piegādes maksa dažādu pasūtījumu gadījumā ir atšķirīga, cenu salīdzināšanās mājaslapās var tikt sniegta informācija, kas vispārināti raksturo piegādes noteikumus un izmaksu līmeni.

Piemērs: *Precēm līdz 100 kg piegāde Rīgā darba dienās no 09:00 līdz 18:00 – 5,00 EUR.*

Ņemot vērā normatīvo aktu prasības², ir secināms, ka iepriekš minētais ir attiecināms arī uz citām izmaksām un maksājumiem, ar kurām patērētājiem jārēķinās, atsaucoties uz cenu salīdzināšanas mājaslapās piedāvāto produktu piedāvājumiem.

Piemērs: *Cenu salīdzināšanas mājaslapā tiek sniegta informācija par pasūtījuma noformēšanas, apdrošināšanas, iesaiņošanas, glabāšanas vai citām ar pasūtījumu saistītām izmaksām, kuras nav iekļaujamas*

¹ Noteikumu Nr.255 5.6.apakšpunkts, NKAL 10.panta trešās daļas 3.punkts.

² NKAL 10.panta trešās daļas 3.punkts.

produkta cenā, bet ir uzskatāmas par svarīgām konkrētā pasūtījuma kontekstā.

Svarīgi! *Saskaņā ar normatīvajiem aktiem¹ maksa par piegādi vai citiem papildus pakalpojumiem vai maksājumiem, ir norādāma, ietverot visus nodokļus.*

4.2. INFORMĀCIJA PAR PRODUKTA PIEEJAMĪBU

Par patērētājiem svarīgu informāciju ir uzskatāma informācija par produkta pieejamību. Produkta pieejamību raksturo, piemēram, preču atlikums noliktavā, preču vai pakalpojumu pieejamība noteiktā laika posmā vai teritorijā. Ņemot vērā vietņu uzturētāju un tirgotāju tehniskās un komerciālās iespējas, minētās informācijas nodrošināšanai var pastāvēt dažādi ierobežojumi un šķēršļi, taču, tirgotājiem un vietņu uzturētājiem profesionālās rūpības ietvaros ir jānodrošina minētās informācijas atbilstība, nepieļaujot patērētāju maldinājuma risku. Vienlaicīgi cenu salīdzināšanas mājaslapās svarīgi ir nodrošināt patērētājiem iespēju pārbaudīt piedāvājuma spēkā esamību, produktu pieejamību un to raksturojošās informācijas atbilstību faktiskajai situācijai.

Piemērs: *Cenu salīdzināšanas mājaslapas piedāvājumā tiek iekļauta tirgotāja kontaktinformācija, ko patērētājs var izmantot, lai ātri un efektīvā veidā sazinātos ar produkta tirgotāju, piemēram, elektroniskā pasta adrese un tālruņa numurs. Vienlaikus piedāvājumā ir iekļauta tiešsaistes atsauce uz atbilstošo tirgotāja interneta vietnes piedāvājumu, nodrošinot patērētājam papildus iespēju, pārbaudīt piedāvājuma atbilstību un saņemt papildus informāciju no tirgotāja.*

Svarīgi! *Nav pieļaujama situācija, ka patērētājiem netiek nodrošināta vai ir apgrūtināta iespēja pārbaudīt cenu salīdzināšanas vietnes piedāvājuma atbilstību un ar to saistīto produktu pieejamību.*

4.3. AIZLIEGUMS PIEDĀVĀT PRODUKTUS, KURU PASŪTĪJUMU NAV IESPĒJAMS NODROŠINĀT

Tirgotāji ir tiesīgi patērētājiem piedāvāt tikai tādus piedāvājumus, kuru pasūtījumus tie ir spējīgi izpildīt vai kuru izpilde piedāvājuma izteikšanas brīdī pamatoti ir sagaidāma. Ja tirgotājs nav spējīgs pierādīt, ka cenu salīdzināšanas mājaslapā piedāvāto produktu pasūtīšanas gadījumā veikto pasūtījumu ir iespējams izpildīt vai tirgotājs pamatoti (piemēram, saskaņā ar preču piegādes līgumu vai pakalpojumu sniegšanas līgumu) var paļauties, ka konkrētā

¹ 1999.gada 18.maija Ministru kabineta noteikumu Nr.178 „Kārtība, kādā norādāmas preču un pakalpojumu cenas” 4.punkts.

produkta pasūtījuma izpilde ir iespējama, tad produktu piedāvāšana gan cenu salīdzināšanas, gan tirgotāja vietnē ir uzskatāma par maldinošu komercpraksi.¹

Vietņu uzturētājiem būtu jāizstrādā, jāievieš un jākontrolē cenu salīdzināšanas mājaslapas izmantošanas politika, tai skaitā iespēju robežās sekojot līdzi cenu salīdzināšanas vietnēs sniegto piedāvājumu kvalitātei un tirgotāju rīcībai, kas saistīta ar piedāvāto produktu pasūtījumu izpildi.

Svarīgi! *Nav pieļaujama situācija, ka cenu salīdzināšanas vietnēs tiek piedāvātas preces, kuras pārdevēji nevar piegādāt, vai pakalpojumi, kurus pakalpojumu sniedzēji nevar nodrošināt.*

Svarīgi! *Par vienu no būtiskākajiem informācijas avotiem, kas vietņu uzturētājiem dod iespēju konstatēt piedāvājumu neatbilstību un ar šiem piedāvājumiem saistīto pasūtījumu pienācīgu nepildīšanu, ir patērētāju sūdzības.*

4.4. PIEDĀVĀJUMA INFORMĀCIJAS IEGŪŠANAS UN ATJAUNOŠANAS LAIKS

Vērtējot piedāvājumos sniegtās informācijas pietiekamību, atbilstību un ticamību, svarīgi ir ņemt vērā metodes un tehnoloģijas, kuras cenu salīdzināšanas mājaslapās tiek izmantotas produktu piedāvājumu informācijas iegūšanai no tirgotājiem, tai skaitā apstākli, ka informācija, kas tiek atspoguļota cenu salīdzināšanas mājaslapu piedāvājumos, tiek iegūta noteiktā brīdī un tiek atjaunota pēc noteikta laika.

Svarīgi! *Atkarībā no piedāvājumu informācijas atjaunošanas biežuma, proti, laika posma jeb intervāla, kurā tiek iegūta un pēc kura tiek atjaunota informācija par katru cenu salīdzināšanas mājaslapā izvietoto piedāvājumu, darījumu aktivitātes un citiem no patērētāja neatkarīgiem apstākļiem, būtiski var mainīties piedāvājumos sniegtās informācijas ticamība un atbilstība un tādejādi varētu tikt maldināti patērētāji. Par patērētājiem būtisku informāciju ir uzskatāma norāde par piedāvājuma iegūšanas vai atjaunošanas datumu un laiku.*

Lai nodrošinātu iespēju patērētājiem izvērtēt cenu salīdzināšana mājaslapās sniegtās informācijas ticamību un aktualitāti un tādejādi mazinātu patērētāju maldinājuma risku, kā arī vērstu patērētāju uzmanību uz nepieciešamību veikt papildus darbības konkrētās informācijas atbilstības noskaidrošanai, cenu salīdzināšanas mājaslapu piedāvājumos ir nodrošināma informācija par laika brīdi, kurā ir veikta katra cenu salīdzināšanas mājaslapā iekļautā piedāvājuma informācijas iegūšana vai tās pēdējā atjaunošana.

Piemērs: *Katrā cenu salīdzināšanas mājaslapas piedāvājumā tiek sniegta informācija par konkrētā piedāvājuma informācijas iegūšanas*

¹ NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punkts.

vai atjaunošanas datumu un laiku, piemēram, „informācija atjaunota 01.06.2014 12:00”.

4.5. SAZIŅAS LĪDZEKĻA IEROBEŽOJUMI

Piedāvājumu informācijas sniegšanas iespējas cenu salīdzināšanas mājaslapās var būt ierobežotas un tādēļ iespējamās situācijas, kurās tiek vai var tikt noklusēta patērētājiem būtiskā informācija. Ja informācijas sniegšanai paredzētā saziņas līdzekļa ierobežojumi ir tik būtiski, ka to dēļ cenu salīdzināšanas mājaslapā netiek nodrošināta (tiek noklusēta) patērētāju lēmumu pieņemšanai nepieciešamā būtiskā informācija, cenu salīdzināšanas mājaslapas izmantošana rada vai var radīt būtisku apdraudējumu patērētāju ekonomiskajām interesēm.

Svarīgi! *No patērētāju ekonomisko interešu viedokļa informācijas atbilstības nodrošināšana ir būtiski svarīga un patērētāju lēmumu pieņemšanai nepieciešamās informācijas minimālā apjoma noklusējums cenu salīdzināšanas mājaslapās nevar tikt attaisnots ar komerciālās saziņas līdzekļa ierobežojumiem.*

Elektroniskās vides apstākļos patērētājiem būtiskās informācijas nodrošināšanai efektīvi ir iespējams izmantot dažādas elektroniskās vides piedāvātās iespējas.

Piemērs: *Lai sniegtu patērētājiem būtisko informāciju, var tikt izmantoti „slīdošie” informācijas lauki, „uzpeldošie” vai „uzlecošie” logi, „ritināšanas” joslas, atsauču pakalpojumi un līdzīgi tiešsaistes videi raksturīgie tehniskie līdzekļi.*

4.6. PIEDĀVĀJUMA INFORMĀCIJAS PASNIEGŠANAS VEIDS

Svarīgi! *Patērētāju lēmumu pieņemšanai būtiskā informācija ir sniedzama skaidri, uzskatāmi un nepārprotami. Neatbilstoša patērētājiem būtiskās informācijas pasniegšana, rada maldinoša noklusējuma risku¹.*

Patērētājiem būtiskā informācija nedrīkst tikt slēpta un tā nav uzskatāma par sniegtu atbilstoši, ja tā ir iekļauta „grūti pieejamās” vai no vidusmēra patērētāja uztveres viedokļa neatbilstošās mājaslapas sadaļās, tā nav pārskatāma, viegli atrodamā, vai arī tās pieejamība ir apgrūtināta ar sarežģītām vai citādi neatbilstošām procedūrām.

- **Piemērs:** *Par neatbilstoši sniegtu ir uzskatāma informācija, kuras piekļuvei ir nepieciešams secīgi veikt vairāku cenu salīdzināšanas mājaslapas sadaļu vai funkciju aktivizāciju, piemēram, secīgi veikt*

¹ NKAL 10.panta pirmās daļas 2.punkts.

daudzus datora peles „klikškus” līdz attiecīgā informācija kļūst pieejama.

Nemot vērā biežāk izmantoto cenu salīdzināšanas mājaslapu uzbūvi un tehniskās iespējas, ir secināms, ka patērētājiem būtiskā informācija var tikt sniegta vienā vai vairākās cenu salīdzināšanas mājaslapas sadaļās, kā arī minētās informācijas nodrošināšanai var tikt izmantotas tiešsaistes atsauces uz atbilstošo tirgotāja interneta vietnē izvietoto piedāvājumu.

Piemērs: *Patēriņa preču piedāvājumu atlases sadaļā jeb piedāvājumu sarakstā (turpmāk – piedāvājumu saraksts) pārskatāmības nodrošināšanai katra produkta piedāvājumā var tikt norādīts produkta attēls, būtiskākās produktu identificējošās pazīmes (piemēram, preces ražotāja nosaukums un modelis), produkta cena, tirgotāja nosaukums, piegādes izmaksas raksturojoša informācija un pieejamība.*

Savukārt cenu salīdzināšanas mājaslapas sadaļā, kas paredzēta konkrētā piedāvājuma detalizētai apskatei (turpmāk – piedāvājuma profils) un kura ir pieejama, izmantojot piedāvājumu saraksta atbilstošajā piedāvājumā iekļautos navigācijas līdzekļus, sākotnēji sniegtā informācija tiek papildināta, norādot arī citas produkta galvenās īpašības, komplektāciju un citu būtisku informāciju par produktu, cenu, tirgotāju, tā atrašanās vietu un kontaktinformāciju.

Norāde, ka cenās ir iekļauti visi nodokļi, bet nav iekļautas piegādes maksas var tikt iekļauta pastāvīgi redzamā cenu salīdzināšanas mājaslapas daļā vai citā atbilstošā un viegli pieejamā cenu salīdzināšanas mājaslapas sadaļā.

Gan piedāvājumu sarakstā, gan piedāvājuma profilā var tikt iekļauta (un ir vēlama) atsauce uz atbilstošo tirgotāja vietnē iekļauto piedāvājumu, taču, tā nav obligāta, ja cenu salīdzināšanas mājaslapā tiek nodrošināta visa būtiskā informācija par piedāvājumu un patērētājam tiek nodrošināta kontaktinformācija, kas ļauj ātri un efektīvi sazināties ar tirgotāju.

Piemērs: *Patēriņa preču piedāvājumu sarakstā tiek norādīts produkta attēls, būtiskākās produktu identificējošās pazīmes (piemēram, ražotāja nosaukums un modelis), cena, tirgotāja nosaukums, reģistrācijas numurs, juridiskā adrese, kontaktinformācija, piegādes izmaksas raksturojoša informācija un informācija par produkta pieejamību.*

Norāde, ka cenās ir iekļauti visi nodokļi, bet nav iekļautas piegādes maksas var tikt iekļauta pastāvīgi redzamā cenu salīdzināšanas mājaslapas daļā vai citā atbilstošā un viegli pieejamā cenu salīdzināšanas mājaslapas sadaļā.

Katrs piedāvājumu sarakstā iekļautais piedāvājums ar tiešsaistes atsauču palīdzību ir piesaistīts atbilstošajam tirgotāja vietnē iekļautajam piedāvājumam.

4.7. PATĒRĒTĀJU ATSAUKSMES UN VĒRTĒJUMS

Sniedzot informāciju par pārdevēju piedāvājumiem, cenu salīdzināšanas mājaslapās dažkārt tiek norādīta informācija par patērētāju atsauksmēm un patērētāju vērtējumu par konkrēto piedāvājumu, produktu vai tirgotāju.

Svarīgi! *Patērētāju atsauksmes un vērtējums ir informācija, kas ietekmē vai var ietekmēt patērētāju ekonomisko rīcību, jo šāda informācija iespaido patērētāju subjektīvu attieksmi pret konkrēto piedāvājumu, produktu vai tirgotāju, un tā rezultātā tiek vai var tikt ietekmēti patērētāju lēmumi, piemēram, par attiecīgo produktu pasūtīšanu vai par atteikšanos no sākotnēji iecerētā pasūtījuma veikšanas.*

Svarīgi! *Patērētāju atsauksmes un to sniegšanas iespējas ir aizliegts izmantot negodīgi.*

Par godīgi sniegtām un patērētāju interesēm atbilstošām atsauksmēm un vērtējumu ir uzskatāmi tādi izteikumi vai vērtējums, ko ir sniedzis patērētājs un kuru sniegšana nav saistīta ar tirgotāju vai vietņu uzturētāju rīcību, materiāli vai citā veidā motivējot patērētājus.

Piemērs: *Negodīga (maldinoša) atsauksmju veidošanas politika, tai skaitā tirgotāju vai vietņu uzturētāju rīcība, uzdodoties par patērētājiem un to vārdā sniedzot atsauksmes vai vērtējumu, pasūtot atsauksmju vai vērtējuma sniegšanu mārketinga pakalpojumu sniedzējiem vai citām personām vai panākot atsauksmju vai vērtējuma sniegšanu no patērētājiem apmaiņā pret samaksu, atlaidēm, citām priekšrocībām vai labumiem, ir uzskatāma maldinošu komercpraksi.¹*

Piemērs: *Tirgotāju vai vietņu uzturētāju rīcība, nepamatoti dzēšot negatīvās atsauksmes un vienlaicīgi atstājot pozitīvās atsauksmes, ir uzskatāma par nesamērīgas ietekmes izmantošanu, kuras rezultātā tiek īstenota agresīva komercprakse.²*

¹ NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punkts.

² NKAL 12.panta pirmā un otrā daļa.

5. VIETŅU UZTURĒTĀJU ATBILDĪBA

Vietņu uzturētāji ir uzskatāmi gan par informācijas sabiedrības pakalpojumu sniedzējiem¹, gan par komercprakses īstenotājiem². Līdz ar to būtiski noteikumi, kas nosaka vietņu uzturētāju rīcības atbilstību un to atbildību, ir iekļauti ISPL un NKAL tiesību normās.

5.1. INFORMĀCIJA PAR VIETNES UZTURĒTĀJU

Svarīgi! *Vietņu uzturētājiem ir pienākums cenu salīdzināšanas mājaslapās uzskatāmi, tieši un pastāvīgi pieejamā veidā sniegt informāciju par firmu (nosaukumu), juridisko adresi un reģistrācijas numuru. Ja vietnes uzturētājs ir fiziska persona, tad uzskatāmi, tieši un pastāvīgi pieejamā veidā ir norādāma informācija par personas vārdu, uzvārdu un deklarēto dzīvesvietas adresi.*³

Svarīgi! *Vietņu uzturētājiem ir pienākums uzskatāmi, tieši un pastāvīgi pieejamā veidā sniegt informāciju par elektroniskā pasta adresi, kas izmantojama, lai nodrošinātu iespēju ātri un tiešā veidā sazināties ar vietnes uzturētāju.*⁴

Papildus elektroniskā pasta adresei vietnes uzturētājs ir tiesīgs izmantot citus saziņas veidus, piemēram, vietnē iestrādātu datu ievades un nosūtīšanas formu.

Par informāciju, kas sniegta uzskatāmi, ir atzīstama tāda, kas ir labi pamanāma, nav slēpta un ir sniegta skaidrā un nepārprotamā veidā.

Piemērs: *Informācija ir nodrošināta tieši un pastāvīgi pieejamā veidā, ja tā ir sniegta uzskatāmi, vietnes pastāvīgi redzamajā daļā vai viegli pieejamās un loģiski attiecināmajās vietnes sadaļās, piemēram, „Par mums” vai „Kontakti”.*

Piemērs: *Informācija par vietnes uzturētāju nav uzskatāma par sniegtu uzskatāmi un tieši, ja tā ir iekļauta līguma vai vietnes lietošanas noteikumu tekstā, vai vietnes sadaļās, kuru nosaukumi patērētājiem neasociējas ar informāciju par vietnes uzturētāju vai kuru atrašana vai pieejamība ir apgrūtināta vai tml.*

Piemērs: *Informācija par vietnes uzturētāju nav sniegta pastāvīgi pieejamā veidā, ja tā tiek sniegta vietnes sadaļās, kas nav redzamas vai pieejamas, atverot vietnes mājaslapu [home-page], vai kurās sniegtajai informācijai ir mainīgs (dinamisks) raksturs.*

¹ ISPL 1.panta pirmās daļas 2.punkts.

² NKAL 1.panta pirmās daļas 1.punkts.

³ ISPL 4.panta pirmās daļas 1.punkts, NKAL 10.panta trešās daļas 2.punkts.

⁴ ISPL 4.panta pirmās daļas 2.punkts.

5.2. PATĒRĒTĀJU SŪDZĪBU IZSKATĪŠANAS KĀRTĪBA

Par cenu salīdzināšanas mājaslapas izmantošanu saimnieciskās darbības veikšanai, pirmkārt, ir atbildīgi vietņu uzturētāji un tajās sniegtās informācijas neatbilstība būtiski negatīvi ietekmē var būtiski negatīvi ietekmēt daudzu patērētāju ekonomisko rīcību. Lai novērstu patērētāju aizskārumu vai tā risku, vietņu uzturētājiem ir pienākums piedalīties patērētāju sūdzību risināšanā un veikt aktīvu rīcību, lai nepieļautu maldinošas informācijas publicēšanu cenu salīdzināšanas mājaslapās.

Svarīgi! *Patērētāju sūdzību izskatīšanas kārtība ir uzskatāma par cenu salīdzināšanas mājaslapu izmantošanas politikas sastāvdaļu, kas vērsta uz tajās sniegto pakalpojumu un īstenotās komercprakses atbilstības nodrošināšanu.*

Nemot vērā elektroniskās vides tehniskās iespējas un patērētāju elektroniskās komercijas videi atbilstošās profesionālās rūpības prasības, vietņu uzturētājiem ir jānodrošina iespēja patērētājiem iesniegt sūdzības par esošiem vai iespējamiem pārkāpumiem, kas saistīti ar cenu salīdzināšanas mājaslapu izmantošanu. Vietņu uzturētājiem ir jānodrošina patērētāju iesniegto sūdzību pieņemšana, savlaicīga izskatīšana, tajās norādīto pārkāpumu izvērtēšana un novēršana.

Piemērs: *Papildus elektroniskā pasta adresei, kas patērētājiem nodrošina ātru un efektīvu saziņu ar vietnes uzturētāju, cenu salīdzināšanas mājaslapās var tikt izmantota sistematizēta patērētāja sūdzības datu ievades un nosūtīšanas forma, kurā obligāti aizpildāmi datu ievades lauki, kas paredzēti informācijas par sūdzību ievadei un nosūtīšanai.*

Svarīgi! *Saņemot patērētāju sūdzības, vietņu uzturētājiem ar elektroniskiem līdzekļiem ir jāapstiprina katras konkrētās sūdzības saņemšanas fakts, kā arī saprātīgā laika posmā ir jāveic tās izskatīšana.*

Svarīgi! *Konstatējot pārkāpumus, vietņu uzturētājiem iespējami ātrākā laika posmā jāveic darbības to novēršanai.*

5.3. LĪGUMS PAR CENU SALĪDZINĀŠANAS MĀJASLAPĀ SNIEGTO PAKALPOJUMU IZMANTOŠANU

Par piedāvājumu publicēšanu cenu salīdzināšanas mājaslapās un tajās piedāvāto iespēju izmantošanu tirgotāji ar vietņu uzturētājiem slēdz līgumu par cenu salīdzināšanas mājaslapās sniegto pakalpojumu izmantošanu.

Līgums par cenu salīdzināšanas mājaslapās sniegto pakalpojumu izmantošanu ir viens no līdzekļiem, kuram būtu jānodrošina tirgotāju sniegtās informācijas atbilstību, tai skaitā, paredzot līgumiskās sankcijas par līgumā noteikto prasību nepildīšanu.

Svarīgi! Līgums par cenu salīdzināšanas mājaslapās sniegto pakalpojumu izmantošanu ir uzskatāms par minēto vietņu izmantošanas politikas sastāvdaļu un līguma noslēgšana, tā noteikumi, izpilde un izpildes kontrole raksturo gan vietņu uzturētāju, gan tirgotāju rīcības atbilstību normatīvo aktu un profesionālās rūpības prasībām.

5.4. TEHNISKO LĪDZEKĻU IZMANTOŠANA PIEDĀVĀJUMU KONTROLEI

Tehniskie līdzekļi, ko vietņu uzturētāji izmanto, lai no tirgotājiem saņemtu informāciju par piedāvājumiem un to publicētu cenu salīdzināšanas mājaslapās, elektroniskās vides apstākļos var tikt efektīvi pielietoti, lai nodrošinātu cenu salīdzināšanas vietnēs publicēto piedāvājumu satura struktūru, apjomu, kā arī informācijas patiesuma pārbaudi.

Piemērs: *Izmantojot tehniskos līdzekļus, vietņu uzturētājiem ir iespējams noteikt obligāti sniedzamo informāciju. Ja attiecīgās informācijas datu ievades lauks netiek aizpildīts vai tiek aizpildīts neatbilstošā veidā, attiecīgais piedāvājums netiek pieņemts publicēšanai.*

Piemērs: *Vietņu uzturētājiem, izmantojot tiešsaistes iespējas, tai skaitā iegūstot informāciju no publiski pieejamiem reģistriem, tirgotāju vietnēm un noliktavu datu bāzēm, ir iespējams pārliecināties par tirgotāju informācijas atbilstību, apstākļiem, kas saistīti ar maksātspējas procesiem, tirgotāju vietņu darbību, tajās iekļautajiem piedāvājumiem, tai skaitā produkta un cenas informācijas atbilstību. Iespēju robežās, pieslēdzoties tirgotāju un vairumtirgotāju datu bāzēm, vietņu uzturētājiem ir iespējams pārliecināties par preču pieejamību tirgū un to atlikumiem noliktavā.*

Vietņu uzturētāju rīcība, nodrošinot piedāvājumu kvalitātes atbilstību un kontroli, ir vērtējama kā apstāklis, kas raksturo vietņu uzturētāju rīcības atbilstību profesionālās rūpības prasībām.

Automatizēta cenu salīdzināšanas vietņu piedāvājumu informācijas iegūšana no tiešsaistes vidē brīvi pieejamās informācijas, neveicot šādas informācijas pārbaudi un nesaskaņojot minētās informācijas publicēšanu ar tirgotājiem, rada maldinošu piedāvājumu risku un liecina par vietņu uzturētāju rīcības neatbilstību profesionālās rūpības prasībām.

5.5. ATBILDĪBA PAR PUBLICĒTAJIEM PIEDĀVĀJUMIEM

Tirgotāji, kas cenu salīdzināšanas mājaslapās publicē produktu piedāvājumus vienlaicīgi ir uzskatāmi par komercprakses īstenotājiem un informācijas sabiedrības pakalpojumu saņēmējiem.

Tirgotāju piedāvājumu satura veidošanā vietņu uzturētāji parasti nepiedalās un par tirgotāju piedāvājumu satura atbilstību, pirmkārt, ir atbildīgi tirgotāji, taču, tā kā vietņu uzturētāji nosaka kārtību un noteikumus, kas jāievēro, lai piedāvājumu saturs tiktu publicēts cenu salīdzināšanas mājaslapās, kā arī tehniski veic tirgotāju piedāvājumu informācijas apstrādi un publicē tos, ka vietņu uzturētāji veic un tiem ir iespējams veikt kontroli pār cenu salīdzināšanas mājaslapās publicētās piedāvājumu informācijas atbilstību.

Tirgotāju piedāvājumu informācijas iegūšana un publicēšana cenu salīdzināšanas mājaslapās parasti tiek veikta automātiskā veidā ar noteiktu regularitāti.

Tirgotāju veidoto piedāvājumu saturs ir uzskatāms par prettiesisku informāciju, ja patērētājam adresētais piedāvājums neatbilst normatīvo aktu prasībām, tai skaitā ir maldinošs vai tiek izmantots prettiesisku darbību veikšanai. Tomēr noteiktos apstākļos vietņu uzturētāju rīcība, iegūstot, uzglabājot un cenu salīdzināšanas mājaslapās publicējot prettiesisku informāciju par tirgotāju produktu piedāvājumiem, var tikt atzīta par starpniecisku, un vietņu uzturētājiem var tikt piemēroti noteikumi par starpnieka pakalpojuma sniedzēja atbildību.¹

Nemot vērā ISPL noteikumus un Eiropas Savienības Tiesas praksi², skaidrojot Elektroniskās komercijas direktīvas³ tiesību normas, var secināt, ka vietņu uzturētāju darbības ir atzīstama par starpnieciskām tiktāl, ciktāl to iesaistīšanās tirgotāju piedāvājumu informācijas nodrošināšanā nav uzskatāma par aktīvu attiecībā uz piedāvājumos iekļautās informācijas izveidi, kontroli un optimizāciju.

Piemērs: *Ja tirgotāju piedāvājumu izveidošana un publicēšana cenu salīdzināšanas mājaslapās notiek automātiski bez vietņu uzturētāju aktīvas kontroles un līdzdalības, tai skaitā, neveicot tirgotāju piedāvājumu optimizēšanu, vietņu uzturētāju atbildībai par publicētajiem piedāvājumiem ir piemērojami noteikumi par starpnieka atbildību.*

Vietņu uzturētāji var atsaukties uz atbildības samazinājumu par cenu salīdzināšanas mājaslapās publicēto prettiesisko informāciju, ja spēj pierādīt:⁴

¹ ISPL 1.panta pirmās daļas 5.punkts, 10.panta piektā daļa.

² 2011.gada 12.jūlija Eiropas Savienības Tiesas spriedums lietā Nr. C-324/09, www.curia.eu.

³ Eiropas Parlamenta un Padomes 2000.gada 8.jūnija direktīvas 2000/31/EK par dažiem informācijas sabiedrības pakalpojumu tiesiskiem aspektiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību, iekšējā tirgū (direktīva par elektronisko tirdzniecību).

⁴ ISPL 10.panta pirmā un piektā daļa.

- 1) ka to rīcībā faktiski nav bijušas ziņas un, ņemot vērā profesionālās rūpības prasības, tiem nav bijis iespējams iegūt ziņas par to, ka publicētie piedāvājumi ir pretiesiski (normatīvajiem aktiem neatbilstoši, tai skaitā maldinoši), un
- 2) ka tie nekavējoties ir veikuši darbības, lai likvidētu vai liegtu piekļuvi pretiesiskajai, tai skaitā maldinošajai informācijai, tiklīdz iegūtas ziņas par to pretiesisko saturu.

Svarīgi! *Ja vietņu uzturētāju rīcībā ir ziņas par pretiesiskiem piedāvājumiem vai, ņemot vērā profesionālās rūpības prasības, tiem bija iespējams šādas ziņas iegūt, bet tie nav veikuši tūlītējas un efektīvas darbības pretiesisko piedāvājumu piekļuves ierobežošanai vai liegšanai, vietņu uzturētāji ir uzskatāmi par tieši atbildīgiem par normatīvajiem aktiem neatbilstošu komercpraksi, publicējot pretiesiskus, tai skaitā maldinošus patērētājiem adresētus produktu piedāvājumus.*

Cenu salīdzināšanas mājaslapās, kas paredzētas tirgotāju piedāvājumu informācijas sniegšanai pirms līguma slēgšanas stadijā, vietņu uzturētājiem profesionālās rūpības ietvaros ir pienākums kontrolēt piedāvājumu informācijas atbilstību, bet vietņu uzturētāji tiešā veidā nav atbildīgi par komercpraksi, kas izriet no tirgotāja rīcības, slēdzot ar patērētājiem līgumus un veicot līgumu izpildi. Tajā pašā laikā, vietņu uzturētājiem profesionālās rūpības prasību ietvaros ir pienākums sekot līdzi tirgotāju rīcībai, kas saistīta ar cenu salīdzināšanas vietnēs piedāvāto produktu pasūtīšanu un pasūtījumu izpildi.

- **Piemērs:** *Konstatējot, ka tirgotājs sistemātiski piedāvā preces par zemu cenu, taču patērētājiem nav iespējams par šo cenu attiecīgās preces pasūtīt, vai tirgotājs bez pienācīga attaisnojuma nepilda attiecīgā piedāvājuma pasūtījuma saistības, piemēram, nepiegādā patērētāja pasūtīto preci, vietņu uzturētājiem ir pienākums attiecīgi reaģēt, brīdinot tirgotājus vai izslēdzot to piedāvājumus no cenu salīdzināšanas mājaslapām.*

Informāciju par cenu salīdzināšanas mājaslapās publicēto tirgotāju piedāvājumu atbilstību vietņu uzturētāji var iegūt paši, veicot pārbaudes, izvērtējot patērētāju sniegto informāciju un atsauksmes, kā arī saņemot informāciju no uzraudzības iestādēm vai citiem avotiem.

6. TIRGOTĀJU ATBILDĪBA

Svarīgi! *Izstrādājot un vietņu uzturētājiem nododot cenu salīdzināšanas mājaslapās publicētos produktu piedāvājumus, tirgotāji ir atbildīgi par to atbilstību normatīvo aktu prasībām, tai skaitā par piedāvājumu patiesumu un tajos sniegtās informācijas pietiekamību un atbilstību normatīvo aktu prasībām.*

Normatīvajiem aktiem neatbilstošu piedāvājumu, kas adresēti patērētājiem, publicēšana cenu salīdzināšanas mājaslapās, var tikt atzīta par maldinošu un līdz ar to par negodīgu komercpraksi.¹

Svarīgi! *Nav pieļaujama situācija, ka tirgotāji izstrādā un vietņu uzturētājiem nodod piedāvājumus, kuru pasūtīšana patērētājiem nepamatoti tiek atteikta vai kuru pasūtījumus tirgotāji bez pamatota un tiesiska iemesla nav spējīgi izpildīt.*

Par pamatotiem atteikuma iemesliem varētu tikt uzskatīti apstākļi, kuros tirgotāja sākotnēji piedāvātais produkts vairs nav pieejams vai nav pieejams par piedāvāto cenu, bet tā piedāvāšanas brīdī pamatoti bija iespējams uzskatīt un paļauties, ka tirgotājs attiecīgā produkta pasūtījumus par piedāvāto cenu noteiktā (vai saprātīgā) laika posmā spēs nodrošināt. Šādā gadījumā tirgotājam jāspēj pierādīt produkta piedāvājuma atbilstību.

Piemērs: *Piedāvājuma atbilstība var tikt pamatota, izmantojot pierādījumus, kas apliecina, ka par attiecīgā produkta piegādi ar citu tirgotāju, vairumtirgotāju vai ražotāju ir noslēgts piegādes vai pakalpojuma sniegšanas līgums vai kas apliecina produkta krājumus tirgotāja noliktavā.*

Nemot vērā, ka informācija par tirgotāju piedāvājumiem cenu salīdzināšanas mājaslapās tiek atjaunota ar noteiktu regularitāti, proti, noteiktā laika posmā, par saprātīgu laika posmu, kurā tirgotājam ir pienākums nodrošināt piedāvājuma spēkā esamību, uzskatāms laika posms līdz nākošajam piedāvājumu informācijas atjaunošanas brīdim vai konkrēts laika posms, kurš norādīts tirgotāja piedāvājumā.

Svarīgi! *Ja tirgotājs nav spējīgs uzrādīt vai iesniegt pierādījumus, kas apstiprina piedāvājuma pamatotību, tad uzraudzības iestāde, ir tiesīga uzskatīt, ka tirgotāja piedāvājumā sniegtā informācija nav patiesa, bet tirgotāja īstenotā komercprakse ir uzskatāma par maldinošu un līdz ar to par negodīgu komercpraksi.²*

¹ NKAL 9.panta pirmās daļas 1.punkts, 4.panta otrās daļas 2.punkts.

² NKAL 15.panta trešā daļa, 9.panta pirmās daļas 1.punkts, 4.panta otrās daļas 2.punkts.

NOBEIGUMS

Apkopojot vadlīnijās minēto, PTAC īpaši vēlas ieteikt saimnieciskās vai profesionālās darbības veicējiem, kas īsteno komercpraksi, izmantojot cenu salīdzināšanas mājaslapas, turpmāk norādīto:

- izvērtēt cenu salīdzināšanas mājaslapās paredzētās komercprakses, tostarp, izteikto piedāvājumu, ietekmi uz patērētāju ekonomisko rīcību un komercprakses atbilstību patērētāju tiesību aizsardzību reglamentējošajām normatīvo aktu prasībām;
- nodrošināt, ka cenu salīdzināšanas mājaslapās tiek publicēta patiesa un normatīvajiem aktiem atbilstoša informācija par produktu piedāvājumiem, vietņu uzturētājiem un tirgotājiem;
- nodrošināt, ka cenu salīdzināšanas mājaslapās publicētā informācija tiek sniegta skaidri un nepārprotami vidusmēra patērētājam saprotamā un viegli uztveramā veidā;
- nodrošināt, ka patērētājiem ir iespējams ātrā un efektīvā veidā sazināties ar vietņu uzturētājiem un tirgotājiem;
- nodrošināt patērētājiem iespēju pārliecināties par cenu salīdzināšanas mājaslapās publicēto piedāvājumu aktualitāti un spēkā esamību, tai skaitā norādot publicēto piedāvājumu informācijas iegūšanas vai atjaunošanas datumu un laiku;
- izvērtēt cenu salīdzināšanas mājaslapās un tajās iekļautos piedāvājumos sniegto apgalvojumu, produktu apraksta un cenas informācijas atbilstību un patiesumu, ņemot vērā komercprakses īstenotāja pierādīšanas pienākumu;
- vietņu uzturētājiem izstrādāt, ieviest un kontrolēt cenu salīdzināšanas mājaslapu izmantošanas politiku, tai skaitā noteikumus par to sniegto pakalpojumu izmantošanu, piedāvājumu publicēšanu un patērētāju sūdzību iesniegšanas un izskatīšanas kārtību;
- vietņu uzturētājiem pieejamo iespēju robežās un ņemot vērā profesionālās rūpības prasības, veikt cenu salīdzināšanas mājaslapās publicēto piedāvājumu atbilstības pārbaudi, sekojot līdzi tajās publicēto piedāvājumu ticamībai un pamatotībai;
- vietņu uzturētājiem, konstatējot cenu salīdzināšanas mājaslapās publicēto piedāvājumu neatbilstību, veikt aktīvu rīcību, izslēdzot neatbilstošos piedāvājumus no cenu salīdzināšanas mājaslapām un veicot darbības, kas motivētu tirgotājus turpmāk atturēties no neatbilstošu piedāvājumu publicēšanas;
- gan vietņu uzturētājiem, gan tirgotājiem sadarboties ar patērētājiem to sūdzību izskatīšanas jomā – patērētāju sūdzības ir uzskatāmas informācijas avotu, ko jāņem vērā, nodrošinot cenu salīdzināšanas mājaslapās sniegto pakalpojumu atbilstību un kvalitāti.

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs aicina izstrādāt labas prakses kodeksu konkrētajā darbības nozarē, savstarpēji sadarbojoties uzņēmējiem un/vai to apvienībām.

Par negodīgas komercprakses īstenošanu ir paredzēta gan administratīvā, gan civiltiesiskā, gan kriminālatbildība.

Neskaidrību gadījumos komercprakses, līguma noteikumu un e-komercijas uzraudzības jautājumos aicinām vērsties Patērētāju tiesību uzraudzības departamenta Otrajā patērētāju kolektīvo interešu uzraudzības daļā, tālrunis 67388644.