

Citi dokumenti**Citi dokumenti**

Dalībvalsts: Latvija

Nosaukums: Izpārdošana un atlaides. Kas jāzina patērētājam

Izcelsme: Latvijas Vēstnesis, „Par likumu un valsti”

URL: <http://www.lvportals.lv/visi/skaidrojumi/256824>

Atslēgvārdi: clearance sale, discounts, price indication, retail price

PDF:

Direktīvas panti

Price Indication Directive, [Article 3, 1.](#), Price Indication Directive, [Article 4, 1.](#)

Ievadpiezīme

This article describes the requirements for indicating discount prices and prices during special sales. It also explains where a consumer may submit a complaint regarding the indication of prices.

Vispārēja piezīme

Please note that some of the legal provisions or their numbering cited in the article may have changed!

Pilns teksts

Izpārdošana un atlaides. Kas jāzina patērētājam

Laura Platace,

LV portāls

15.07.2013

[Ja precei ir piemērota kaut pāris santīmu atlaide, arī to var klasificēt kā atlaidi. Nedrīkst norādīt kā atlaidi cenu, kas ir identiska ar preces parasto cenu. LV portāla kolāža]

Ja precei ir piemērota kaut pāris santīmu atlaide, arī to var klasificēt kā atlaidi. Nedrīkst norādīt kā atlaidi cenu, kas ir identiska ar preces parasto cenu.

LV portāla kolāža

ĪSUMĀ

Apzīmējumu "izpārdošana" atļauts lietot, ja:

tas attiecas uz visu preču izpārdošanu vai norādītās daļas izpārdošanu;
izpārdošana notiek ierobežotā un norādītā laikposmā;
cenas ir zemākas nekā attiecīgo preču vai pakalpojumu parastās cenas.

Apzīmējums "atlaides" un "pazeminātas cenas" lietojams, ja:

tas attiecas uz tādas preces pārdošanu vai tāda pakalpojuma sniegšanu, ar kuru pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs pastāvīgi nodarbojas;
šāda tirdzniecība notiek ierobežotā laikposmā;
cenas ir zemākas nekā attiecīgo preču vai pakalpojumu parastās cenas.

Jābūt skaidri norādītai preču un pakalpojumu sākotnējai cenai un cenai pēc tās pazemināšanas.

Par izpārdošanu publiski jāpaziņo vismaz piecas dienas pirms tās sākuma.

Sezonas izpārdošana, iknedēļas atlaides, pazeminātas cenas precēm – tās ir ierastas reklāmas patērētājiem un redzamas tikpat kā visos veikalos. Taču mēdz būt situācijas, kad izpārdošana vai pazeminātas cenas pircējiem sagādā neērtības, piemēram, solītā atlaide nav tik liela, kā cerēts. LV portāls skaidro, kas jāzina patērētājiem, piedaloties izpārdošanā vai iegādājoties preci ar atlaidi.

Kad lietojami apzīmējumi "izpārdošana" un "atlaides"

Komercdarbībā vārdus "izpārdošana" un "atlaides" vai arī "pazeminātas cenas" komersants drīkst lietot tikai gadījumos, ja viņš ievēro noteiktus nosacījumus. Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 21.1panta pirmā daļa noteic, ka apzīmējumu "izpārdošana" vai citu līdzīgas nozīmes vārdu, piedāvājot preces, atļauts lietot tikai tad, ja ir ievēroti visi šādi nosacījumi:

tas attiecas uz visu preču izpārdošanu vai norādītās daļas izpārdošanu;
izpārdošana notiek ierobežotā un norādītā laikposmā;
cenas ir zemākas, nekā attiecīgo preču vai pakalpojumu parastās cenas.

Savukārt apzīmējumu "atlaides", "pazeminātas cenas" vai citu līdzīgas nozīmes vārdu, piedāvājot preces vai pakalpojumus, atļauts izvēlēties, ja ir ievēroti visi šādi nosacījumi:

tas attiecas uz tādas preces pārdošanu vai tāda pakalpojuma sniegšanu, ar kuru pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs nodarbojas pastāvīgi;
šāda tirdzniecība notiek ierobežotā laikposmā;
cenas ir zemākas, nekā attiecīgo preču vai pakalpojumu parastās cenas (Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 21.1panta otrā daļa).

Vēl šajā pantā ietvertais regulējums paredz, ka pēc cenu pazemināšanas, atlaižu vai izpārdošanas publiskas izsludināšanas jābūt skaidri norādītai preču un pakalpojumu sākotnējai cenai un cenai pēc pazemināšanas. Būtisks ir noteikums, ka par izpārdošanu publiski jāpaziņo vismaz piecas dienas pirms tās sākuma, izliekot paziņojumu tirdzniecības vietā.

Uz jautājumu, vai cenas pazeminājums par vienu santīmu skaitās atlaide, Patērētāju tiesību aizsardzības centra (PTAC) Patērētāju informēšanas un komunikāciju daļas vecākā konsultante Liene Kindzule atbild: "Jā, arī cenas samazināšanu par vienu santīmu var klasificēt kā atlaidi. Tomēr šādu atlaidi redzam ļoti reti, piemēram, degvielai vai kādai citai specifiskai precei."

Cenu atbilstību atlaižu un izpārdošanu laikā pārbauda

Atlaižu un izpārdošanu laikā norādīto cenu korektumu pārbauda šīs jomas kontrolējošā iestāde. L.Kindzule skaidro, ka cenu atspoguļošanas kārtības ievērošana, kā arī akciju un speciālo piedāvājumu satura uzraudzība atrodas PTAC kompetencē.

Centrs ik gadu pēc savas iniciatīvas veic pārbaudes un pastāvīgi sniedz konsultācijas par cenu norādīšanas kārtību, reklāmas prasībām un regulējumu, kas attiecas uz cenu pazemināšanu un speciālajiem piedāvājumiem.

PTAC pārstāve informē par 2012.gadā īstenotu cenu uzraudzības projektu. Viens no tā mērķiem bija apzināt esošo situāciju cenu norādīšanas jomā, pārbaudot, vai tiek sniegta patiesa informācija par speciālajiem piedāvājumiem. Tas nozīmē, vai, piemērojot atlaides vai cita veida cenu pazeminājumu, tiek atspoguļota preces sākotnējā cena un cena pēc pazemināšanas.

Projekta laikā kopumā veiktas 132 pārbaudes visā Latvijā. Tajās konstatēts, ka 12 gadījumos (9%) nav norādītas cenas pirms un/vai pēc to pazemināšanas. 30% no konstatēto pārkāpumu gadījumu nebija ievērota cenu atspoguļošanas kārtība preču izpārdošanas, cenu pazemināšanas vai atlaižu laikā. "Pēc cenu pazemināšanas, atlaižu vai izpārdošanas publiskas izsludināšanas jābūt skaidri norādītai preču un pakalpojumu sākotnējai cenai un cenai pēc pazemināšanas."

Salīdzinājumam. 2011.gadā cenu uzraudzības projekta laikā tika veiktas 189 pārbaudes un trīs gadījumos tika konstatēts, ka nav norādītas cenas pirms un/vai pēc to pazemināšanas. Bet 2010.gadā PTAC veica 241 kontroli dažādos mazumtirdzniecības uzņēmumos, pārbaudot cenu norādīšanas prasību ievērošanu. 43 pārbaudēs tika konstatēti pārkāpumi, no tiem 11 gadījumos preču izpārdošanas, cenu pazemināšanas vai atlaižu laikā nebija skaidri norādīta sākotnējā cena vai cena pēc pazemināšanas.

Kopumā L.Kindzule atzīst, ka vairumā gadījumu uzņēmēji pēc PTAC aicinājuma veic brīvprātīgos pasākumus pārkāpumu novēršanai.

Atlaižu un izpārdošanas reklāma

Reklamējot atlaides vai izpārdošanu, komersantam savukārt ir jāievēro vispārējās reklāmas prasības. Reklāmas likuma 6.panta pirmā daļa noteic, ka reklāmai, kurā izteikts speciāls piedāvājums vai pasludināta izpārdošana, jāatbilst vispārējām reklāmas prasībām un tajā norāda:

speciālā piedāvājuma priekšmetu;
datumu, kurā speciālais piedāvājums vai izpārdošana sākas un beidzas;
nosacījumus, no kuriem atkarīgs speciālais piedāvājums vai izpārdošana.

Reklāmas vispārīgās prasības ir ietvertas Reklāmas likumā. Šā likuma 3.pantā teikts, ka reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai un tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi.

Reklāma nedrīkst mazināt sabiedrības uzticēšanos tai, kā arī reklāmai jāatbilst godīgas konkurences principiem. Reklāmā atļauts iekļaut tikai tādus paziņojumus vai vizuālos attēlus, kas nepārkāpj ētikas, humānisma, morāles, tikumības un pieklājības normas.

Ja rodas strīdus situācija ar komersantu

PTAC vecākā konsultante atzīst, ka kopumā uzraugšajā iestādē par piedāvāto preču akcijām un speciālajiem piedāvājumiem ar sūdzībām vēršas pavisam neliels patērētāju skaits. "Pārsvārā šādu informāciju patērētāji sniedz telefoniski vai e-pasta veidā. Visbiežāk tiek saņemta informācija par akcijas un speciālā piedāvājuma preces cenas neatbilstību norādei. Vēl iedzīvotāji ir neapmierināti, ja akcijas vai speciālā piedāvājuma prece vairs nav pieejama un par ierobežoto pieejamību nav bijusi norāde. Mazāk sūdzību ir par akcijas speciālā piedāvājuma darbības laika nenorādīšanu vai neatbilstību, kā arī par to, kad ir neskaidrs piedāvājuma sastāvs vai priekšmets.

PTAC šāda veida iedzīvotāju sūdzības ir grūti izvērtēt, jo vairumā gadījumu problēma ir novērsta vēl pirms pārbaudes," stāsta L.Kindzule. "Par izpārdošanu publiski jāpaziņo vismaz piecas dienas pirms tās sākuma, izliekot paziņojumu tirdzniecības vietā."

Viņa vērš uzmanību uz to, kas jāzina pircējiem. Tātad - ja patērētājs ir saskāries ar pārkāpumu, tad viņam vispirms pašam ir jāpieņem lēmums tomēr neieieņadāties akcijās esošos produktus vai pakalpojumu, kā arī viņam ir tiesības informēt uzraudzības iestādi – Patērētāju tiesību aizsardzības centru – par šādu komercpraksi.

PTAC aicina patērētājus būt apdomīgiem un vērtēt akcijas speciālo piedāvājumu saturu, vai tas tik tiešām ir izdevīgs. Kā arī aicina būt vērtīgiem pie kases, jo var izrādīties, ka kases aparātam šis jums tik patīkamās cenu pārmaiņas "nav zināmas" un tas pēc svītru koda turpina nolasīt tās cenas, kas precēm bijušas pirms izpārdošanas un cenu atlaižu noteikšanas.

PTAC pārstāve vēlreiz uzsver: ja rodas strīdus situācija, piemēram, pie kases tiek konstatēts, ka precei un/vai pakalpojumam ir cita cena, nekā norādīts, pircējam ir tiesības no piedāvājuma atteikties.