



Klusēšana = piekrišana?

2023-01-20

Guna Pūce, SIA "Zvērinātu advokātu birojs CersJurkāns", jurista palīgs

Laikā, kad ekonomiskā situācija daudziem uzņēmumiem ir piespiedusi pārskatīt savu cenu politiku, izskatīsim kādu lēmumu, kurā tiek vērtēta situācija, kad uzņēmums palielina pakalpojuma cenu, nesaskaņojot to ar pakalpojuma lietotāju – šajā gadījumā fizisko personu.

Katru dienu starp komersantiem un patērētājiem tiek slēgts ievērojams skaits daudzveidīgu darījumu. Līdz ar to gan komersantiem, gan patērētājiem ir svarīgi apzināties savas tiesības, kā arī tiesiskos pienākumus. Komersants ir ieinteresēts gūt peļņu konkurences mainīgajos apstākļos brīvā tirgus ekonomikas modelī. Savukārt patērētājam ir izvēles brīvība iegādāties vai neiegādāties konkrētu pakalpojumu, ko aizsargā izvēles brīvības princips – viens no Patērētāju tiesību aizsardzības likuma un Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma pamatprincipiem.

Lietas būtība

Minētie jautājumi tika vērtēti administratīvās lietas SKA-1084/2022

(<https://manas.tiesas.lv/eTiesasMvc/nolemumi/pdf/490174.pdf>) ietvaros. Īpaša uzmanība pievērsta tieši jautājumam, vai komersants izmantoja negodīgu (agresīvu) komercpraksi, nodrošinot pārveidotu pakalpojumu ar izmainītu pakalpojuma cenu bez patērētāja aktīva gribas izteikuma.

Minētajā lietā komersantam ar patērētājiem jau bija noslēgti elektronisko sakaru pakalpojumu līgumi, ar kuriem tika nodrošināts noteikta tarifa mobilā interneta pieslēgums. Tomēr komersants bija pieņēmis lēmumu veikt grozījumus vairākos iepriekš noteiktos tarifa plānos, atceļot datu patēriņa ierobežojumus (mainot pakalpojuma apjomu) un nosakot pakalpojuma maksas palielinājumu attiecīgajiem tarifu plāniem. Tādējādi tika mainītas komersanta sniegtā pakalpojuma īpašības un arī cena, piemērojot to klientiem, kas komersanta norādītajā termiņā nepaziņoja par nevēlēšanos šo pakalpojumu saņemt. Proti, pirms pārveidotā pakalpojuma nodrošināšanas komersants informēja attiecīgā pakalpojuma saņēmējus ar īsziņas starpniecību, kā arī izvietoja paziņojumu komersanta interneta mājas lapā, dodot iespēju noteiktā laika periodā no attiecīgā pakalpojuma atteikties.

Ar informēšanu nepietiek

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (PTAC) pēc patērētāju sūdzību saņemšanas veica komersanta īstenotās komercprakses izvērtēšanu un ar savu lēmumu aizliedza komersantam īstenot negodīgu (šajā gadījumā – agresīvu) komercpraksi, kā arī piemēroja tam 20 000 eiro sodu.

Stratēģijas, kā pārdot produktu, var būt dažādas – gan godīgas, gan negodīgas – un robeža starp šo stratēģiju veidiem nereti var būt šaura

JAUNUMS!

(bānlers/handle/bānlers/1013)

PTAL ieska, konkrētajā gadījumā bija tikusi īstenota negodīga (agresīva) komercprakse, jo pateretāji nebija veikusi attiecīga (pārveidotā) pakalpojuma pasūtījumu un komersants, tikai informējot patērētājus, nebija saņēmis aktīvu gribas izteikumu jeb akceptu no patērētājiem turpmāk iegādāties pārveidoto pakalpojumu ar atbilstošām cenas izmaiņām. Tādā veidā komersants bija pārkāpis patērētāju izvēles brīvības principu.

Komersants nepiekrita šādam PTAC lēmumam un vērsās ar pieteikumu administratīvajā tiesā par PTAC lēmuma atcelšanu.

Saistībā ar minēto jānorāda, ka brīvā tirgus ekonomikas pamatā ir konkurence un patērētāja izvēles brīvība. Konkurence starp komersantiem nodrošina plašu piedāvājumu, no kā patērētājs brīvi var izvēlēties saviem standartiem piemērotāko preci vai pakalpojumu. Komersantam tas nozīmē pielāgošanos tirgus apstākļiem un dažādiem citiem ārējiem faktoriem, kas ietekmē tirgu, kā arī preces vai pakalpojuma nemītīgu uzlabošanu, lai ar pēc iespējas mazākiem izdevumiem varētu gūt lielāku peļņu. Līdz ar to komersanti uzņēmējdarbības veikšanas nolūkos apkopo datus, veic apjomīgus aprēķinus, tirgus analīzi, kā arī izstrādā biznesa stratēģiju turpmākajiem periodiem. Visa pamatā ir noskaidrot, kāds ir izdevīgākais un ienesīgākais pakalpojuma modelis, ko komersants var piedāvāt patērētājiem.

Visbiežāk pats vidusmēra patērētājs, jo īpaši iegādājoties ikdienas pakalpojumus un preces, šādai detalizētai informācijai nepievērš uzmanību vai tajā pietiekami neiedziļinās, jo galvenokārt fokusējas uz gala produktu – tā īpašībām, cenu un atbilstību savām prasībām. Papildus tam, ka izstrādāts vai izmainīts pakalpojuma koncepts atbilstoši tirgus situācijai, nepieciešama arī efektīva stratēģija, kā jauno vai uzlaboto pakalpojumu veiksmīgi pārdot patērētājam (un tas nav viegls uzdevums). Minēto iemeslu dēļ patērētājs nereti var nonākt situācijā, kad atsevišķos jautājumos kļūst grūti orientēties gan plašā piedāvājuma klāsta, gan komersantu izmantoto mārketinga stratēģiju dēļ. Turklāt stratēģijas, kā pārdot produktu, var būt dažādas – gan godīgas, gan negodīgas – un robeža starp šo stratēģiju veidiem nereti var būt šaura. Tāpēc likumdevējs cita starpā ir paredzējis aizsardzības mehānismus tieši patērētājiem, kas iekļauti Patērētāju tiesību aizsardzības likumā (<https://likumi.lv/ta/id/23309-pateretaju-tiesibu-aizsardzibas-likums>) (PTAL) un Negodprātīgas komercprakses aizlieguma likumā (<https://likumi.lv/ta/id/167759-negodigas-komercprakses-aizlieguma-likums>).

Tiesas spriedums

Konkrētajā gadījumā gan pirmās instances, gan apelācijas instances tiesa komersanta pieteikumu lietā par PTAC lēmuma atcelšanu noraidīja. Savukārt Senāts nolēma neierosināt kasācijas tiesvedību sakarā ar komersanta iesniegto kasācijas sūdzību, kā rezultātā PTAC lēmums tika atstāts spēkā, atzīstot, ka komersants ir pieļāvis negodīgu (agresīvu) komercpraksi.

Saistībā ar minēto jānorāda, ka saskaņā ar Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma 4.panta (<https://likumi.lv/ta/id/167759-negodigas-komercprakses-aizlieguma-likums/#p4>) 2.daļu viens no negodīgas komercprakses veidiem ir tieši agresīva komercprakse, un 12.panta (<https://likumi.lv/ta/id/167759-negodigas-komercprakses-aizlieguma-likums/#p12>) 1.daļā skaidrots, ka *komercpraksi uzskata par agresīvu, ja, ņemot vērā visas tās īpatnības un visus apstākļus – neatlaidīgas darbības, piespiešanu, tostarp arī fiziska spēka vai nesamērīgas ietekmes izmantošanu, tā būtiski ietekmē vai var būtiski ietekmēt vidusmēra patērētāja izvēles vai rīcības brīvību attiecībā uz preci vai pakalpojumu un rezultātā patērētājs pieņem vai var pieņemt tādu lēmumu par rīcību saistībā ar darījumu, kādu citādi nebūtu pieņēmis.*

Atbilstoši direktīvas 2011/83/ES (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/HTML/?uri=CELEX:32011L0083&from=LV>) par patērētāju tiesībām 27.pantam un PTAL 4.panta (<https://likumi.lv/ta/id/23309-pateretaju-tiesibu-aizsardzibas-likums/#p4>) 3.daļai patērētājam ir tiesības saņemt tieši to, ko viņš pasūtījis. Savukārt PTAL 3.pantā (<https://likumi.lv/ta/id/23309-pateretaju-tiesibu-aizsardzibas-likums/#p3>) noteikts, ka patērētāja tiesības ir pārkāptas, ja, saņemot pakalpojumu, nav ievērota patērētāja izvēles brīvība un viņa izteiktā griba.

Patērētāja tiesības ir pārkāptas, ja, saņemot pakalpojumu, nav ievērota patērētāja izvēles brīvība un viņa izteiktā griba

Lai pakalpojuma līgums būtu noslēgts un spēkā esošs, ir nepieciešams pušu gribas izteikums stāties līgumiskās attiecībās, kā arī pušu vienošanās par līguma būtiskajām sastāvdaļām (pakalpojumu un atlīdzību par to). Civillikuma 1428.pantā (<https://likumi.lv/ta/id/90220/#p1428>) paredzēts, ka gribu var izteikt arī klusējot, bet PTAL (<https://likumi.lv/ta/id/23309-pateretaju-tiesibu-aizsardzibas-likums>) izpratnē klusēšana nevar būt pietiekama gribas izpausme.

Kā atzina Senāts administratīvajā lietā SKA-1084/2022 (<https://manas.tiesas.lv/eTiesasMvc/nolemumi/pdf/490174.pdf>) – neierosinot kasācijas tiesvedību, patērētāja piekrišanai ir jābūt aktīvi sniegtai. Savukārt attiecībā uz līguma priekšmetu saskaņā ar brīvās gribas principu patērētājam pašam ir jāizvēlas un jāizvērtē, vai tas vēlas pirt konkrētu pakalpojumu par

konkrētu cenu.

Patērētājam ir tiesības izvēlēties

Tā kā attiecīgajā gadījumā tika izmainītas gan pakalpojuma īpašības, gan cena, ko vēlāk Administratīvā apgabaltiesa lietas izskatīšanas gaitā novērtēja kā "jaunu pakalpojumu", tad komersantam nebija tiesību to piemērot automātiski pat tad, ja patērētājs neiebilda un nereaģēja uz komersanta paziņojumu, jo patērētājs pirms tam bija piekritis sākotnēji noteiktajām pakalpojuma īpašībām (apjomam) un cenai atbilstoši savām ekonomiskajām interesēm. Arī komersanta veikts pētījums, ka patērētājam būs vajadzīgs jauns pakalpojums vēl nenozīmē to, ka tā uzskata arī pats patērētājs un ka šis jauns pakalpojums ir atbilstošs patērētāja ekonomiskajām interesēm.

Līdz ar to gadījumā, ja komersants piedāvā patērētājam tādu pakalpojumu, ko patērētājs iepriekš nav akceptējis un pasūtījis, tad vispirms nepieciešams saņemt patērētāja akceptu jeb piekrišanu šādam pakalpojumam un tā cenai, ļaujot pašam patērētājam brīvi izvērtēt un izvēlēties, kāds pakalpojums viņam ir nepieciešams. Situācijā, ja patērētāja piekrišana nav saņemta, bet pakalpojums tiek sniegts, tad patērētājam saskaņā ar direktīvas 2011/83/ES (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/HTML/?uri=CELEX:32011L0083&from=LV>) par patērētāju tiesībām 27.pantu un PTAL 4.panta (<https://likumi.lv/ta/id/23309-pateretaju-tiesibu-aizsardzibas-likums/#p4>) 3. un 4.daļu nav pienākuma attiecīgo pakalpojumu pieņemt un veikt tā apmaksu.