



Avots: [megan rexazin](#) no Pixabay.

Tiesības uz informāciju par precēm un pakalpojumiem ir patērētāja pamattiesības, kuras ir nostiprinātas ne tikai Latvijas, bet arī starptautiskajos tiesību aktos. Tās ir ietvertas gan ES direktīvās un regulās, gan arī ANO vadlīnijās par patērētāju aizsardzību (United Nations Guidelines on Consumer Protection).

Tiesību akti nosaka ne tikai to, kāda informācija ir jāsniedz, bet arī to, kādā veidā tas jā dara, proti, ka informācija patērētājiem jāsniedz **skaidrā un labi saprotamā veidā**, bet būtiskākā informācija patērētājam ir jāsaņem jau **pirms pirkuma vai pasūtījuma izdarīšanas**.

Tiesības uz informāciju ir svarīgas, jo tikai saņemot patiesu, pilnīgu un savlaicīgu informāciju, patērētājs ir spējīgs izdarīt viņa vajadzībām un likumiskām interesēm atbilstošu izvēli.

Viss teiktais var likties pašsaprotams, tomēr praksē daudzi uzņēmēji attiecas pret savu pienākumu sniegt patērētājiem patiesu, pilnīgu un savlaicīgu informāciju gaužam nevērīgi.

Šis ir otrais no rakstu sērijas, kurā skaidrosim kādēļ šāda uzņēmēja pieeja ir netālredzīga un novedīs pie uzņēmējam ļoti nelabvēlīgām sekām. Šajā rakstā apskatīsim informācijas sniegšanas nozīmi **nosakot vai pārdevējs būs atbildīgs par preces neatbilstību līguma noteikumiem**.

Pirmais sērijas raksts atrodams [šeit](#).

Neprecīza vai nepilnīga informācija var novest pie neatbilstības līguma noteikumiem

Viens svarīgs iemesls, kādēļ uzņēmējam ir vērts pievērst īpašu uzmanību informācijai par preci, ir viņa likumiska atbildība par tās neatbilstību līguma noteikumiem. Patērētāju tiesību aizsardzības likums (17.pants) paredz pārdevēja un pakalpojuma sniedzēja pienākumu **pirms patērētājam kļūst saistošs līgums vai attiecīgs piedāvājums** sniegt viņam noteiktu informāciju, tajā skaitā **informāciju par preces vai pakalpojuma galvenajām īpašībām**

Turklāt, likumā ir noteikti arī kritēriji, balstoties uz kuriem nosaka vai prece uzskatāma par atbilstošu līguma noteikumiem (14.pants). Virknē gadījumu preces atbilstība būs lielā mērā atkarīga tieši no sniegtās informācijas, proti, ja:

- prece neatbilst preces aprakstam un īpašībām, kurus līguma slēgšanas vai piedāvājuma izteikšanas laikā pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs norādījis, tajā skaitā, izmantojot preču paraugus vai modeļus.

Piemēram, datora aprakstā, kas ievietots tirgotāja interneta veikala mājaslapā ir norādīts, ka tajā ir uzstādīta Windows 10 operētājsistēma, bet patiesībā tajā ir uzstādīta cita operētājsistēma vai cita Windows operētājsistēmas versija;

- pārdevējs apstiprinājis, ka prece ir derīga mērķiem, kurus patērētājs norādīja pārdevējam, slēdzot līgumu, bet tas neatbilst patiesībai.

Piemēram, ja patērētājs informēja pārdevēju par to, ka vēlas nopirkt zāles plāvēju, kurš var nogriezt arī nelielus krūmus un pārdevējs rekomendēja patērētājam zāles plāvēju, kuram nav šādas īpašības;

- precei nepiemīt īpašības un izpildījums, kāds parasti piemīt tāda paša veida precēm un kādu patērētājs var pamatoti gaidīt, ņemot vērā preces raksturu un jebkurus, īpaši reklāmā vai preces marķējumā sniegtus publiskus paziņojumus par noteiktām preces īpašībām.

Piemēram, ja ražotājs vai pārdevējs reklāmas materiālos apgalvo, ka ledusskapim ir "izcila" enerģoefektivitāte, lai gan patiesībā tā ir tāda pati, kā vairumam citu modeļu, kas ir pieejami tirgū.

Informācijas sniegšana, ja tirgo lietotās preces vai preces ar trūkumiem

Jānorāda, ka pārdevēja atbildība par preces neatbilstību līguma noteikumiem ilgst divus gadus neatkarīgi no tā vai viņš tirgo lietotas preces vai preces ar defektiem. Šāds likuma regulējums parasti rada izbrīnu. Tomēr, jāatceras, ka likums paredz arī to, ka prece nav uzskatāma par

Kā informācijas sniegšanas pienākuma neizpilde nodara kaitējumu pašam uzņēmējam? II.daļa

Autors Andrejs Vanags

Piektdiena, 29 oktobris 2021 07:12 - Pēdējās izmaiņas Sestdiena, 06 novembris 2021 20:06

neatbilstošu līguma noteikumiem, ja līguma slēgšanas brīdī patērētājs zināja vai nevarēja nezināt par preces neatbilstību līguma noteikumiem.

Tādējādi, informācijas par precī sniegšana patērētājam skaidrā, saprotamā un izsmeļošā veidā kļūst īpaši aktuāla. Darot to, uzņēmējs ievēro ne tikai patērētāja, bet arī savas intereses.

Piemēram, ja pārdevējs tirgo lietotu viedtālruni, kas tika atjaunots, nomainot vairākas detaļas, tad viņam par to skaidri jāinformē patērētāji, lai neradītu maldīgu priekšstatu, ka tiek tirgoti jauni viedtālruņi. Savukārt, ja pārdevējs tirgo preces ar defektiem, tad viņam ir skaidri un konkrēti jānorāda kādi defekti ir katrai atsevišķai precei.

Tāpat, ja pārdevējs konstatēja, ka reklāmā, preces marķējumā vai citādi sniegtais publiskais paziņojums satur nepatiesu vai nepilnīgu informāciju, viņam ir jāinformē par to patērētājs pirms pirkuma izdarīšanas.

Piemēram, ja uz apģērba birkas norādītais preces sastāvs neatbilst patiesībai un pārdevējs par to informēja patērētāju pirms pirkuma izdarīšanas, tad patērētājs, iegādājoties precī, zaudē iespēju atsaukties uz apģērba sastāva neatbilstību norādītajam uz birkas.