



Vartotojų apsaugos paskaitos

Dr. Danguolė Bublienė

2013

4 tema. Vartotojų teisės

- Vartotojų teisės. Vartotojų teisių ir žmogaus teisių santykis.
- Teisė savo nuožiūra įsigyti ir naudoti prekes ir paslaugas ir jos įgyvendinimo užtikrinimas.
- Teisė į saugumą ir sveikatos apsaugą ir jos įgyvendinimo užtikrinimas. Kokybės (saugos) samprata. Gamintojo, pardavėjo, paslaugų teikėjo pareiga užtikrinti produktų (prekės) ar paslaugos saugą.
- Teisė į informavimą ir švietimą ir jos įgyvendinimo užtikrinimas. Vartotojų švietimo samprata (informavimas, konsultavimas, ugdymas). Gamintojo, pardavėjo, paslaugų teikėjo pareiga teikti informaciją vartotojui. Reikalavimai informacijos teikimui (informacijai). Reklama, jos samprata, rūšys.
- Teisė į ekonominių interesų apsaugą ir jos įgyvendinimo užtikrinimas.
- Teisė į pažeistų teisių gynimą ir žalos (nuostolių) atlyginimą ir jos įgyvendinimo užtikrinimas.
- Teisė į atstovavimą (teisė būti išklausytiems) ir jos įgyvendinimo užtikrinimas.
-

1975 m. Europos ekonominių bendrijų Preliminarioj programa dėl vartotojų apsaugos ir informacijos teikimo politikos

vartotojų interesai gali būti
apibendrinti į penkias
pagrindines teises:

- teisės į sveikatos apsaugą
ir saugą
- teisių į ekonominių
interesų gynimą
- teisės į kompensavimą
(žalos atlyginimą)
- teisės į informaciją ir
švietimą
- teisės atstovavimą (teisė
būti išklausytam)

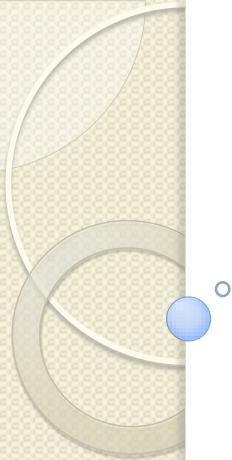
Pagrindinės ir klasikinės
teisės

+

vartotojo teisę savo
nuožiūra įsigyti prekes ir
paslaugas.

VTAĮ 3 str.

- Vartotojai turi teisę:
 - savo nuožiūra įsigyti ir naudoti prekes ir paslaugas (pasirinkti pardavėją, paslaugų teikėją)
 - įsigyti saugias, tinkamos kokybės prekes ar paslaugas
 - gauti teisingą ir visapusišką informaciją valstybine kalba apie parduodamas prekes, teikiamas paslaugas
 - gauti informaciją apie savo teisių įgyvendinimo ir gynimo tvarką
 - į pažeistų teisių gynimą ir į turtinės ir neturtinės žalos (nuostolių) atlyginimą
 - kreiptis dėl pažeistų teisių gynimo į ginčus nagrinėjančias institucijas ar teismą
 - jungtis į vartotojų asociacijas
 - į švietimą vartojimo srityje
 - į ekonominių interesų apsaugą
- Vartotojai turi ir kitas šio įstatymo ir kitų teisės aktų nustatytas teises.



Vartotojų teisės

- Svarbu ne tiek nustatyti vartotojų teises, bet numatyti jų įgyvendinimo, apsaugos (gynimo) mechanizmą
- Vartotojų teisių įgyvendinimo mechanizmas, priemonės kurių valstybė imasi šių teisių įgyvendinimo užtikrinimui, specialus atsižvelgiant į vartojimo santykių specifiškumą

Vartotojų teisių ir žmogaus teisių santykis

- Tiesiogiai Europos žmogaus teisių ir laisvių įgyvendinimo konvencija vartotojų teisių nereglamentuoja, tačiau vartotojų teisės yra susijusios su žmogaus teisėmis
- Tarptautinė teisė tiesiogiai negina vartotojų teisių

Teisė savo nuožiūra įsigyti ir naudoti prekes ir paslaugas

- Vartotojo pasirinkimo laisvės ir vartotojo valios išraiškos principas
- Teisė užtikrinanti ir konkurencingą rinką
- Vartotojo informuotas ir savanoriškas sprendimas

Įgyvendinimo priemonės

Negatyvios

- Sutarties laisvės principas v. silpnesnės šalies doktrina
- Teisė atsisakyti sutarties
- Vartotojo teisės į informaciją ir švietimą vystymas
- Nesąžiningų sąlygų kontrolė
- Marketinginių priemonių reguliavimas

Pozityvios

- Rinkos skatinimas

Latvijas pavyzdys

- Latvijos Vartotojų teisių apsaugos įstatymas nustato, kad gamintojas, pardavėjas ar paslaugų teikėjas privalo pasirinkti, kad vartotojas turėtų pasirinkimo laisvę ir galėtų įgyvendinti savo valią, pirkdamas būtent tokios rūšies prekes ar gaudamas tokias paslaugas, kokių jis nori
- Įstatymas taip pat nustato jų pareigą gerbti tokią vartotojo valią (norus)
- Vartotojo valia ir pasirinkimas gali būti išreiškiama sutarčių sąlygose arba gali matytis iš aplinkybių.

Teisė į informavimą ir švietimą

- labai svarbi vartotojo teisė, nes detali pakankama informacija vartotojus įgalina geriau naudoti savo pajamas, padaryti laisvesnį ir protingą sprendimą dėl siūlomų įvairių prekių ir paslaugų ir įtakoti kainas ir prekių, tai yra įvertinti prekių ir paslaugų kainas, kokybę, kiekybę ir rinkos tendencijas, naudoti prekes ir paslaugas saugiai ir kad patenkintų jo poreikius, pasinaudoti savo teisių gynyba įsigijus prekes ir paslaugas nesaugias
- skaidrumo principas (transparency principle)
- doktrinoje pateikiamos ir abejonės dėl šios teisės reikšmingumo

Vartotojo įvaizdžio modeliai

- atsakingas vartotojas (responsible consumer)
- silpnas vartotojas (weak consumer)
- pasitikintis vartotojas (confident consumer)

Vidutinis vartotojas (I)

- Vidutinio vartotojo standartas išvystytas ETT praktikoje taikant reklamos direktyvas ir intelektinę nuosavybę reglamentuojančias direktyvas
- ETT savo praktikoje išvystė ne silpno, tačiau pakankamai racionalaus, protingo, apdairaus ir sugebančio susirinkti informaciją vartotojo standartą

Vidutinis vartotojas (II)

- Nesąžiningos komercinės praktikos direktyva tiesiogiai naudoja vidutinio vartotojo standartą:
 - visų pirma, direktyvoje naudojamas *vidutinis vartotojas, kuris yra gana gerai informuotas ir gana atidus bei apdairus, kaip standartas, atsižvelgiant į socialinius, kultūrinius bei kalbinius veiksnius*
 - antra, išskiriama labiau pažeidžiama vartotojų grupė ir vidutinis tos grupės nario standartas
 - nepateikta tikslus vidutinio vartotojo sąvokos apibrėžimas, siekiant palikti ją vystyti teismų praktikai (įgalina atsižvelgti į jau ETT išvystytą vidutinio vartotojo koncepciją ir į galimas jos modifikacijas tolesnėje ETT praktikoje)

Vidutinis vartotojas (III)

- Nesąžiningos komercinės veiklos draudimo įstatymas
 - 3 str. 13 d. - **vidutinis vartotojas** – vartotojas, kuris yra pakankamai informuotas, protingai atidus ir apdairus, atsižvelgiant į socialinius, kultūrinius ir kalbinius veiksnius
 - 4 str. 3 d. Kai komercinė veikla, kurią kaip nesąžiningą komercinės veiklos subjektas galėjo pagrįstai numatyti, yra nukreipta į aiškiai nustatomą grupę vartotojų, kurių elgesys dėl jų psichinės arba fizinės negalios, amžiaus arba patiklumo gali būti ypač lengvai iškreipiamas komercine veikla ar siūlomu produktu, ir kai ši komercinė veikla gali iš esmės iškreipti tokios vartotojų grupės nario ekonominį elgesį, komercinė veikla vertinama vidutinio tos grupės nario atžvilgiu

Vidutinis vartotojas (IV)

- Iki NKPD vidutinis vartotojas buvo skirtingai suprantamas ES VN:
 - Vokietijoje buvo naudojamas statistinio vartotojo testas
 - Skandinavijos šalys suprato panašiai kaip yra apibrėžta NKPD
- Tai hipotetinė sąvoka, „vidutinis vartotojas“ realiai neegzistuoja

Vidutinis vartotojas – teismų praktika Lietuvoje

- Samprata išvystyta taikant Reklamos įstatymą (tiek ir administraciniuose teismuose)
- Vėliau ir taikant nesąžiningų sąlygų kontrolę reglamentuojančias normas
- Vidutinis vartotojas - normalių gebėjimų asmuo

Įgyvendinimo priemonės

- Verslininko pareiga teikti informaciją vartotojui
- Kitos kaip ir įgyvendinant teisę savo nuožiūra įsigyti ir naudoti prekes ir paslaugas

Informacijos atskleidimo pareiga verslininkui

- tiek ikisutartiniuose santykiuose, tiek vykdant sutartį
- nustatyta tiek CK (6.163, 6.353 str. ir kt., tiek ir VTAĮ bei Mažmeninės prekybos taisyklėse, tiek kituose teisės aktuose, pvz., Produktų saugos įstatyme, Lietuvos Respublikoje parduodamų daiktų (prekių) ženklinimo ir kainų nurodymo taisyklėse ir t.t..
- Reikalavimai informacijai (jos turiniui) nustatyti CK, VTAĮ ir Mažmeninės prekybos taisyklėse ir kituose teisės aktuose

Reikalavimai informacijai

- Teisingumo ir išsamumo reikalavimas
- Valstybinės kalbos reikalavimas
- Reglamentuojamas tokios informacijos turinys

Teisingumo ir išsamumo reikalavimas

- bendrą reikalavimas - vartotojui turi būti pateikta būtina, teisinga ir išsami informacija, tiksli ir aiški. Informacija apie parduodamus daiktus neturi būti klaidinanti. Kitaip tariant neteisinga informacija, tai yra dezinformacija yra draudžiama, todėl informacijai taikytinas tiesos reikalavimas
- Informacija raštu ir/ar žodžiu
- Informacija pateikiama per prekių ženklina

Prekių ženklavimas (I)

- Ženklinimo taisyklės patvirtintos Lietuvos Respublikos ūkio ministro 2004 m. balandžio 27 d. įsakymu Nr. 4-134 „Dėl Lietuvos Respublikos ūkio ministro 2002 m. gegužės 15 d. įsakymo Nr. 170 „Dėl Lietuvos Respublikoje parduodamų daiktų (prekių) ženklinimo ir kainų nurodymo taisyklių“ pakeitimo“ (Žin., 2004, Nr. 76 – 2630)
- Ženklinimas - vartotojui skirtos spausdintinės, rašytinės ar grafinės informacijos apie prekę ir su ja susijusią riziką bei naudojimo saugą pateikimas ant prekės ir (ar) jos pakuotės

Prekių ženklavimas (II)

- Ženklinimo rekvizitai - konkrečios prekės (prekių grupės) ženklinimą reglamentuojančiame teisės akte ar Prekių ženklinimo taisyklėse nustatyta vartotojui skirta informacija, kurią reikalaujama pateikti ženklinant prekes (prekės pavadinimas, gamintojo pavadinimas, prekės ženklas, tinkamumo naudoti terminas, kiekis, įspėjimai dėl rizikos ir atsargumo priemonių, naudojimo ypatumai ir (ar) kita informacija apie prekę)
- Ženklinimo rekvizitams yra nustatyti analogiški reikalavimai kaip ir vartotojui pateikiamai informacijai (t.y. CK 6.353 str. 1 d.)

Prekių ženklinimas (III)

- Ženklavimo pareigą turi visų pirma gamintojas, o vėliau pateikus prekes į rinką ir pardavėjas
- Gamintojas yra atsakingas už tokios informacijos pateikimą, kuri suteiktų galimybę vartotojui įvertinti prekę ir su ja susijusią riziką per visą nurodytą, įprastą ar numatomą prekės naudojimo laiką

Valstybinės kalbos reikalavimas

- VTAĮ 5 str - Gamintojas, pardavėjas, paslaugos teikėjas vartotojams privalo valstybine kalba suteikti CK ir kituose teisės aktuose nustatytą informaciją ir teisės aktų nustatyta tvarka ženklinti prekes; Valstybinė kalba privaloma visuose vartotojams skirtuose viešuosiuose išoriniuose ir vidiniuose prekybos ir paslaugų teikimo vietų užrašuose, įskaitant prekybos ir paslaugų teikimo vietų pavadinimus

Informacijos turinio reikalavimai (I)

- CK - informacija apie parduodamus daiktus: jų kaina (įskaitant visus mokesčius), kokybė, vartojimo būdas ir saugumas, kokybės garantijos terminas, tinkamumo naudoti terminas bei kitas daiktų ir jų naudojimo savybės, atsižvelgiant į daiktų pobūdį, jų paskirtį, vartotojo asmenį bei mažmeninės prekybos reikalavimus
- Atitinkamus reikalavimus nustato ir kiti teisės aktai

Informacijos turinio reikalavimai (II)

- Nustatomi reikalavimai nurodant kainą - kiekvieno daikto ar vienos rūšies daiktų pardavimo kainą ir to daikto tinkamo standartinio vieneto kainą
- Daikto pardavimo kaina ar standartinio vieneto kaina gali būti nenurodomos, kai daiktai:
 - pateikiami teikiant paslaugas;
 - parduodami aukcionuose arba tai yra meno dirbiniai ir antikvariniai daiktai.
- Daikto standartinio vieneto kaina gali būti nenurodoma:
 - daiktų, kurių kaina nepriklauso nuo jų svorio ar tūrio;
 - jeigu ji sutampa su pardavimo kaina
 - daiktams ar daiktų grupėms, kurių sąrašą tvirtina Vyriausybė ar jos įgaliota institucija

Informacijos pateikimo būdas

- Ženklinant
- Naudojant marketingines priemones – svarbu nesąžiningos komercinės praktikos/reklamos reglamentavimas

Nesąžininga komercinė veikla (I)

- Nesąžininga komercinė veikla draudžiama
- Bendrasis kriterijus - komercinė veikla yra nesąžininga, jeigu ji neatitinka profesinio atidumo reikalavimų ir:
 - iš esmės iškreipia arba gali iš esmės iškreipti vidutinio vartotojo ekonominį elgesį siūlomo produkto atžvilgiu, arba
 - iš esmės iškreipia, arba gali iš esmės iškreipti vartotojų grupės vidutinio nario ekonominį elgesį siūlomo produkto atžvilgiu, kai komercinė veikla nukreipta į tam tikrą vartotojų grupę
- Specialusis kriterijus
 - Klaidinanti komercinė veikla - klaidinantys veiksmai arba klaidinantis informacijos neatskleidimas
 - Agresyvi komercinė veikla

Nesąžininga komercinė veikla (II)

Bendrasis kriterijus – profesinis atidumas/esminė įtaka vartotojo ekonominiam elgesiui

Specialusis kriterijus

Klaidinanti komercinė veikla
Veikimas Neveikimas

Agresyvi veikla

Juodasis sąrašas

Nesąžininga komercinė veikla (III)

- Naudingas praktinis pranešimas EK puslapyje:
- http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/fair_bus_pract/ucp_lt.pdf

Institucijų kompetencija (I)

Veikla	Kompetencija
Bendrasis kriterijus	VVTAT
Specialusis kriterijus - Klaidinanti komercinė reklama	Konkurencijos taryba
Kita Klaidinanti komercinė veikla	VVTAT
Specialusis kriterijus - Agresyvi komercinė veikla	VVTAT

Institucijų kompetencija (II)

- Problemos

- kompetencijos atribojimas
- skirtinga praktika
 - KT išsamiai motyvuoja ir skelbia sprendimus
 - VVTAT bent jau paskelbtuose nėra motyvacijos
- grėsmė funkcijų nevykdymui

- LVAT 2010 m. gruodžio mėn. 23 d. nutartis a.b. Nr.A-502-1684-10 – „Pareiškėjas teigia, kad nagrinėjamu atveju jo trumpąja žinute paskleista informacija laikytina klaidinančia reklama, todėl Nutarimą priėmė tam neįgaliotas subjektas. Teisėjų kolegija sutinka su pareiškėjo teiginiu, kad minėta informacija atitinka klaidinančios reklamos požymius (Reklamos įstatymo 5 str. 2 d. 2 p.), tačiau pažymi, kad **nagrinėjamu atveju buvo vertinama Bendrovės veiksmų visuma, t. y. ne tik reklaminė kampanija, bet ir su ja nagrinėjamu atveju neatsiejamai susijusi kainodara, kitaip tariant tam tikras Bendrovės rinkodaros segmentas.** Taigi Tarnyba, spręsdama dėl atitinkamų Bendrovės veiksmų atitikties įstatymo reikalavimams, neviršijo jai įstatyme (9 str. 1 d.) nustatytos kompetencijos, o ta aplinkybė, jog **Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba nagrinėjamu atveju neįgyvendino jai įstatymo 9 straipsnio 2 dalyje nustatytos kompetencijos, nėra šios bylos nagrinėjimo dalykas.**“

Klaidinantys veiksmai (5 str.)

- Klaidinantys veiksmai – apgaulingos informacijos arba informacijos, kuri nors ir faktiškai tiksli, tačiau dėl vieno arba kelių išvardytų elementų apgauna arba gali apgauti vidutinį vartotoją, pateikimas, kai dėl to vartotojas skatinamas arba gali būti skatinamas priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs: produkto egzistavimo arba pobūdžio; pagrindinių produkto savybių, pavyzdžiui, prieinamumo, naudingumo, pavojingumo, atlikimo, sudėties, priedų, pagalbos ir skundų nagrinėjimo vartotojui įsigijus produktą, pagaminimo ar pateikimo metodo ir datos, pristatymo, tinkamumo paskirčiai, vartojimo (naudojimo) sąlygų, kiekio, techninių reikalavimų, geografinės arba komercinės kilmės, rezultatų, kurių galima tikėtis jį vartojant (naudojant), arba produkto bandymų ar patikrų rezultatų, kt

Klaidinantis informacijos neatskleidimas (6 str.)

- Atsižvelgiant į informacijos perdavimo priemonių ribotumą, klaidinančiu informacijos neatskleidimu laikomi tokie veiksmai, dėl kurių vidutinis vartotojas skatinamas arba gali būti skatinamas priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio kitomis aplinkybėmis jis nebūtų priėmęs:
 - esminės informacijos, kuri vidutiniam vartotojui reikalinga tam, kad jis galėtų priimti informacija paremtą sprendimą dėl sandorio, neatskleidimas arba
 - esminės informacijos, kuri vidutiniam vartotojui reikalinga tam, kad jis galėtų priimti informacija paremtą sprendimą dėl sandorio, nuslėpimas ar jos pateikimas neaiškiai, nesuprantamai, dviprasmiškai ar ne laiku, arba
 - komercinės veiklos tikslo, jeigu jis neaiškus pagal kitas aplinkybes, neatskleidimas

Klaidinančios komercinės veiklos prezumpcijos, pvz.

- apgaulingas tvirtinimas, kad komercinės veiklos subjektas yra saistomas elgesio kodekso;
- apgaulingas tvirtinimas, kad produktą bus galima įsigyti tik per ypač trumpą laikotarpį arba kad tik tuo laikotarpiu jį bus galima įsigyti nustatytais sąlygomis, taip siekiant paskatinti vartotoją nedelsiant priimti sprendimą, nesuteikiant vartotojui galimybės ar pakankamai laiko priimti informacija paremtą sprendimą;
- teisės aktuose numatytų vartotojo teisių nurodymas kaip išskirtinė komercinės veiklos subjekto pasiūlymo sąlyga;
- apgaulingas tvirtinimas, kad komercinės veiklos subjektas ketina netrukus nutraukti prekybą arba pakeisti prekybos vietą;
- produkto apibūdinimas kaip „papildomai už tą pačią kainą“, „nemokamas“ ar panašiai, jeigu vartotojas turi mokėti, išskyrus būtinas išlaidas, susijusias su produkto įsigijimu, paėmimu ar mokėjimu už jo pristatymą
- apgaulingo įspūdžio sudarymas, kad produktui bus suteikiamos priežiūros paslaugos kitoje valstybėje narėje, negu jis buvo parduotas;
- piramidinės prekių platinimo sistemos sukūrimas, kai vartotojui suteikiama galimybė gauti atlygį pirmiausia už kitų vartotojų įtraukimą į tą sistemą, o ne už produktų pardavimą ar naudojimą, taip pat šios sistemos naudojimas ar reklamavimas

Pavyzdžiai-LVAT 2010 m. gruodžio mėn. 23 d. nutartis a.b. Nr.A-502-1684-10

- „Bendrovė 2009 m. sausio 29 d. asmenims, turintiems „Privilegija“ korteles (tokių kortelių, Bendrovės pateikiamais duomenimis (b. l. 60), yra 139 180), išsiuntinėjo tokio turinio trumpąsias žinutes: „**Paskutinis išpardavimas visose STEP TOP, ZYGIO BATAI, RENO avalynės parduotuvėse. Papildoma 20 %% nuolaida nuo galutinės išpardavimo kainos TIK PRIVILEGIJA klubo nariams sausio 30 – vasario 1 dienomis!**“ (b. l. 49).
Nagrinėjamu atveju Tarnyba tyrimą dėl galimo Įstatymo pažeidimo pradėjo I. K. skundo (b. l. 18) pagrindu. I. K. į Tarnybą kreipėsi dėl to, jog minėtoje trumpojoje žinutėje nurodyta 20 proc. nuolaida buvo taikoma nuo jos išsiuntimo dieną (2009 m. sausio 29 d.) nustatytos batų kainos (459,99 Lt), kuri buvo didesnė už dar 2009 m. sausio 28 d., kai, Bendrovės pateiktais duomenimis, vyko „Didžiojo išpardavimo“ akcija, buvusią šios prekės kainą (399,99 Lt). „

Pavyzdžiai-LVAT 2010 m. gruodžio mėn. 23 d. nutartis a.b. Nr.A-502-1684-10

- „Teisėjų kolegija atkreipia dėmesį į tai, jog iš į bylą pateiktos Bendrovės reklaminės medžiagos pavyzdžių (b. l. 48) matyti, kad minėtos akcijos pabaiga joje nebuvo nurodyta, ir laikosi pozicijos, kad **labiausiai tikėtina, jog vidutinis vartotojas (kaip jis apibūrinamas Įstatymo 2 str. 13 d.), gavęs trumpąją žinutę, kurioje pateikiamos formuluotės „paskutinis išpardavimas“ bei „papildoma <...> nuolaida nuo galutinės išpardavimo kainos“ ir atsižvelgęs į įprastinę (t. y. nusistovėjusią, o ne specialiąją) jose vartojamų žodžių** (paskutinis: 1. galinis eilėje, po kurio kito nebėra; 2. vienintelis likęs; 3. prasciausias, bjauriausias (Dabartinės lietuvių kalbos žodynas. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas, 2000, p. 514); galutinis: 1. gale esantis, galinis, paskutinis; 2. baigiamasis, visiškas (Dabartinės lietuvių kalbos žodynas. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas, 2000, p. 162-163)) **reikšmę, šios trumposios žinutės turinį suprato kaip specialų, t. y. tik asmenims, turintiems „Privilegiją“ kortelės skirtą, pasiūlymą, kuris susideda iš to, kad toks asmuo gali įsigyti atitinkamą prekę geresnėmis paskutinio išpardavimo galutinėmis sąlygomis (kainomis) negu kiti Bendrovės klientai, t. y. asmenys, kurie neturi „Privilegijos“ kortelių.**
- Teisėjų kolegija laikosi pozicijos, kad tokį įspūdį turėjo sustiprinti ir ta aplinkybė, kad **toks asmuo nėra eilinis Bendrovės klientas, nes jis, turėdamas „Privilegiją“ kortelę, automatiškai patenka į specialią Bendrovės klientų grupę, kuriai, akivaizdu, Bendrovė taiko papildomas privilegijas ir kuriems, bent jų pačių manymu, turėtų būti taikomas aukštesnis rūpestingumo standartas.** Taigi Bendrovė turėjo ir galėjo suprasti, kad labiausiai tikėtina, jog jos siunčiamos trumposios žinutės turinį jos adresatai iššifruos būtent taip. Ta aplinkybė, kad Bendrovė, formuluodama minėtos trumposios žinutės turinį, turėjo tikslą pateikti klientams informaciją, kuri būtų šifruojama taip, kaip ji to siekia, t. y. kad „galutinio išpardavimo kaina“ turi būti suprantama laiko, o ne kiekybės prasme, nagrinėjamu atveju neturi reikšmės, be to, kaip minėta, vadovaujantis įprastinėmis šios frazės žodžių reikšmėmis, nėra pagrindo ją taip suprasti, o nuorodos, kad aptariamoje trumpojoje žinutėje atitinkami žodžiai buvo vartojami specialiąja prasme, nebuvo.
- Teisėjų kolegija atkreipia dėmesį ir į tai, jog nuo 2009 m. sausio 30 d. iki 2009 m. vasario 1 d. jokia kita komercinė akcija STEP TOP parduotuvėje nevyko, taigi nors batų kaina tuo metu buvo mažesnė nei pirminė (599,99 Lt), jos nėra pagrindo laikyti galutine išpardavimo kaina ir atitinkamai nėra pagrindo teigti, jog asmuo, gavęs pirmiau nurodyto turinio trumpąją žinutę ir manydamas, kad nuolaida jam bus taikoma nuo žemiausios atitinkamos prekės kainos, turėjo papildomai pasidomėti, kokia buvo batų kaina trumposios žinutės gavimo dieną. Juolab kad joje nieko nenurodoma apie papildomas komercinės akcijos sąlygas ar pan. **Taigi nagrinėjamu atveju, pasitelkus atitinkamą kainodaros modelį, tokiems asmenims buvo sukurtas iliuzinis ypatingos kainos pranašumas, nepriklausomai nuo to, ar jie žinojo, kokia buvo batų kaina „Didžiojo išpardavimo“ ar kurios kitos komercinės akcijos metu, t. y. ar jiems buvo žinoma žemiausia jų kaina.“**

Pavyzdžiai-LVAT 2010 m. gruodžio mėn. 23 d. nutartis a.b. Nr.A-502-1684-10

- „Atsižvelgusi į tai, teisėjų kolegija daro išvadą, kad Bendrovės veiksmai nagrinėjamu atveju neatitiko profesinio atidumo reikalavimo ir galėjo iš esmės iškreipti vartotojų ekonominį elgesį siūlomo produkto atžvilgiu. **Pažymėtina, kad pareiškėjas nepagrįstai teigia, jog tokia veika būtinai turi sukelti atitinkamas pasekmes (nors nagrinėjamu atveju ir šis faktas buvo nustatytas), nes, idant būtų galima konstatuoti tokio pobūdžio įtaką vartotojų ekonominiam elgesiui, užtenka nustatyti tokios įtakos galimybę, t. y. nėra būtina, kad būtų sudarytas bent vienas sandoris, kurio vartotojas kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs.** Teisėjų kolegija laikosi pozicijos, kad vien tos aplinkybės, jog nuolaida taikoma nuo prieš tai pakeltos siūlomo produkto kainos, nepriklausomai nuo to, kokia buvo jo aukščiausia ir žemiausia kainos, pakanka, kad būtų galima konstatuoti nesąžiningą komercinę veiklą.“

Pavyzdžiai - LVAT 2010 m. lapkričio mėn. 18 d. nutartis a.b. Nr.A-502-1384-10

- „Teisėjų kolegija pažymi, kad byloje nėra ginčo dėl to, jog pareiškėjas viešai – spaudoje ir skrajutėmis (tyrimo bylos Nr. 08/09/2/5/07/11/089 medžiaga, b. l. 3-7, 10, 37-39, 47) – skleidė atitinkamą reklaminę informaciją (Reklamos įstatymo 2 str. 7 d.), t. y. teiginius: „skyrybų advokatų paslaugos“, „geriausi skyrybų advokatai“, „geriausių skyrybų advokatų paslaugos“, „ypač kvalifikuotos ir pigios visos advokatų paslaugos“, „skyrybų centras – advokatai“, „pasaulio skyrybų čempionai – skyrybos per 3 dienas“, „skubus alimentų priteisimas iš skolininko“, „atstovavimas teisme“, „profesionalus atstovavimas teisme“, „<...> ir atstovavimas teisme“, t. y. kad Bendrovė yra reklamos davėjas (Reklamos įstatymo 2 str. 8 d.), taip pat ir dėl to, jog minėti reklaminiai teiginiai buvo skelbiami atitinkamą laikotarpį, t. y. mažiausiai nuo 2007 m. sausio 8 d. iki 2009 m. kovo 13 d., – ginčas iš esmės kilo dėl to, jog atsakovas minėtus teiginius pripažino klaidinančia reklama.
- Reklamos įstatymo 2 straipsnio 4 dalis apibrėžia, kad klaidinanti reklama yra reklama, kuri bet koku būdu, įskaitant ir jos pateikimo būdą, klaidina arba gali suklaidinti asmenis, kuriems ji skirta arba kuriuos ji pasiekia, ir kuri dėl savo klaidinančio pobūdžio gali paveikti jų ekonominį elgesį arba kuri dėl šių priežasčių pakenkia ar gali pakenkti kito asmens galimybėms konkuruoti.
- Bendrovės skleisti reklaminiai teiginiai išskirtini į dvi grupes, t. y. teiginiai „skyrybų advokatų paslaugos“, „geriausi skyrybų advokatai“, „geriausių skyrybų advokatų paslaugos“, „ypač kvalifikuotos ir pigios visos advokatų paslaugos“, „skyrybų centras – advokatai“, „atstovavimas teisme“, „profesionalus atstovavimas teisme“ ir „<...> ir atstovavimas teisme“, priskirtini tai grupei teiginių, kurie, pagal Reklamos įstatymo 5 straipsnio 6 dalį ir Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo 7 straipsnio 4 punktą, atitinka klaidinančios reklamos prezumpciją, ir teiginių („pasaulio skyrybų čempionai – skyrybos per 3 dienas“ ir „skubus alimentų priteisimas iš skolininko“), kurie vertintini remiantis Reklamos įstatymo 5 straipsnio 2 dalies 1 punktu, grupe.“

Agresyvi komercinė veikla (8 str.)

- Komercinė veikla laikoma agresyvia, jeigu ji priekabiavimu, prievarta, įskaitant fizinės jėgos panaudojimą arba pernelyg didelę įtaką, labai apriboja arba gali labai apriboti vidutinio vartotojo pasirinkimo laisvę arba elgesį produkto atžvilgiu ir jeigu taip vidutinis vartotojas skatinamas arba gali būti skatinamas priimti tokį sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs

Agresyvos komercinės veiklos prezumpcijos, pvz.

- įspūdžio sudarymas, kad vartotojas negali palikti patalpų, kol sutartis nebus sudaryta
- atkaklus ir nepageidaujamas raginimas telefonu, faksu, elektroniniu paštu ar kitomis nuotolinio ryšio priemonėmis, išskyrus atvejus, kai tai leidžiama pagal kitų Lietuvos Respublikos teisės aktų nuostatas, siekiant užtikrinti sutartinės prievolės vykdymą
- reikalavimas, kad vartotojas, ketinantis pareikšti reikalavimą pagal draudimo sutartį, pateiktų dokumentus, kurie negali būti pagrįstai laikomi svarbiais nustatant, ar vartotojo reikalavimas pagrįstas, arba nuolatinis vengimas atsakyti į vartotojo bandymus susisiekti raštu, žodžiu ar kitais būdais, siekiant įtikinti vartotoją nesinaudoti savo sutartinėmis teisėmis
- įtraukimas į reklamą vaikams skirto tiesioginio raginimo pirkti arba įtikinti tėvus ar kitus suaugusius asmenis nupirkti jiems reklamuojamus produktus
- reikalavimas nedelsiant sumokėti už komercinės veiklos subjekto pateiktus produktus, taip pat atidėto mokėjimo reikalavimas arba reikalavimas tokius produktus grąžinti ar saugoti, kai vartotojas jų neužsakė, išskyrus atvejus, kai iki sutarties sudarymo ar sutartyje vartotojas su komercinės veiklos subjektu buvo susitarę, kad jeigu komercinės veiklos subjektas negali gauti vartotojo užsakyto produkto, jis gali pateikti vartotojui kitą tokios pat kokybės ir kainos produktą
- apgaulingo įspūdžio sudarymas, kad vartotojas jau gavo, gaus arba atlikęs nustatytą veiksmą gaus dovanų arba kitokios lygiavertės naudos, kai iš tiesų nėra jokios dovanos ar kitokios lygiavertės naudos, arba vartotojas gali reikalauti dovanų ar kitokios lygiavertės naudos tik sumokėjęs pinigų arba patyręs išlaidų

**LESS WRINKLES
IN ONLY MINUTES**



simulated imagery

TRY IT TODAY!



www.dermitage.com

Grožio šukos

Veido stangrumas ir skaistumas jau po 15 minučių!

Stebuklingosios šukos iš Japonijos grąžina grožį, jaunystę bei švytėjimą veido odai!

Populiaru Japonijoje!
Poveikis akivaizdus vos po kelių minučių!
Pagrįstas senovės Rytų medicinos žiniomis ir šiuolaikinėmis technologijomis!

Plačiau >



Ar Ričardas yra nesąžiningos komercinės veiklos auka?

- Ričardas pamatė tokią reklamą:
- „**Kreipkitės dėl savo NEMOKAMO prizo ir bandykite laimėti kelionę dviems į Vimbildoną**“.
- Jis apsilankė tinklavietėje ir pateikė savo informaciją, norėdamas dalyvauti burtų traukime. Jis taip pat pamatė norimą įsigyti „Propulsion“ teniso raketę, neatsilaikęs išsitraukė savo kredito kortelę ir už ją sumokėjo. Jo nemokamas prizas – keletas teniso kamuoliukų – gauti po savaitės pašte.

Atsakymas: NE

- Jis, kaip ir buvo reklamuojama, gavo savo nemokamą prizą ir neturėjo nieko mokėti, kad jį atsiimtų. Norėdamas dalyvauti konkurse ar atsiimti savo nemokamą prizą, jis neturėjo nieko mokėti.

Ar Jonas yra nesąžiningos komercinės veiklos auka ?

- Keliaujant atostogų į Maroką, oro linijos pameta Jono bagažą. Jis pageidauja, kad draudimo bendrovė padengtų nuostolius, tačiau kai tik jam pavyksta prisiskambinti, dėl kitų įeinančių skambučių ryšys nutrūksta. Po mėnesio Jonas pateikia bendrovei skundą, tačiau vis dar negavo atsakymo.

Atsakymas: Taip

- Johanas yra nesąžiningos komercinės veiklos, įtrauktos į Juodąjį sąrašą, auka: „Reikalavimas, kad vartotojas, ketinantis pateikti reikalavimą remdamasis draudimo sutartimi, pateiktų dokumentus, kurie negali būti pagrįstai laikomi svarbiais nustatant ar reikalavimas pagrįstas, arba nuolatinis vengimas atsakyti į atitinkamą korespondenciją, siekiant įtikinti vartotoją nesinaudoti savo sutartinėmis teisėmis.“
- Johanas turėtų susisiekti su viena iš socialinių vartotojų asociacijų ir išsiaiškinti, kaip pateikti skundą dėl draudimo bendrovės ir užtikrinti, jog būtų įvykdytos sutartyje numatytos teisės.

Ar Ana yra nesąžiningos komercinės veiklos auka?

- Ana pamato tokią reklamą:

„Nokia SV-4000 už mažiausią kainą” Ji nuskuba į elektronikos parduotuvę, ketindama įsigyti įmantrų naują „Nokia“ telefoną.

Tačiau pardavėjas teigia, kad nauja telefonų siunta bus atsiųsta tik už šešių mėnesių. Jis pataria įsigyti kitą modelį – Nokia SV-3000. Telefonas yra seno modelio ir už Nokia SV-4000 pigesnis vos 20 eurų.

Atsakymas: **TAIP**

- Ana yra nesąžiningos komercinės veiklos, įtrauktos į Juodąjį sąrašą, auka:
„Kvietimas pirkti nurodyta kaina ir tuomet:
a) vartotojams atsisakoma parodyti reklamuotą daiktą;
b) atsisakoma priimti to daikto užsakymą ar pristatyti jį per deramą laiką; ar
c) rodomas brokuotas to daikto pavyzdys, ketinant reklamuoti kitą produktą“.

Ar Valentinas yra nesąžiningos komercinės veiklos auka?

- Valentinas nori aplankyti savo merginą, esančią Barselonoje. Jis labai apsidžiaugia pamatęs tokią reklamą:
-
- **„Keliaukite į Barseloną tik už 1 eurą!”** * Kainos nurodytos be oro uosto ir draudimo mokesčių.
- Valentinas skambina, norėdamas užsisakyti bilietą. Jis lengvai gauna vietą. Su oro uosto mokesčiais ir draudimu pilna kaina yra 49,95 euro.

Atsakymas: **Taip**

Remiantis NKPD, bendrovės reklamuojamame pasiūlyme pateikiama kaina turi būti nurodyta su visais mokesčiais ir papildomomis išlaidomis.

Naudinga informacija

- www.isitfair.eu
- www.dolceta.eu

ESTT praktika NKPD atŽvilgiu

Reklama

- **Reklama** - bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama informacija, susijusi su asmens komercine-ūkiine, finansine ar profesine veikla, skatinanti įsigyti prekių ar naudotis paslaugomis, įskaitant nekilnojamojo turto įsigijimą, turtinių teisių ir įsipareigojimų perėmimą
- **Konstitucinis teismas** - reklamos požymiai atskiriantys ją nuo kitų informacijos formų: 1) specialus jos tikslas – skatinti vartoti reklamuojamą dalyką arba vykdyti kitus reklamuotojo užsakymus; 2) atlygintinumas (už reklamą užsakovas kokiu nors būdu atsilygina) (KT 1997 m. vasario 13 d. nutarimas; 2004 m. sausio 26 d. nutarimas)
- **Reklama yra informacija, bet ne kiekviena informacija yra reklama**

Reklamos kontrolė

- **Klaidinanti** - informacija, kuri dėl savo klaidinančio poveikio gali paveikti vartotojų ekonominę elgesį
- **Lyginamoji** - reklama, kurioje tiesiogiai arba netiesiogiai nurodomas reklamos davėjo konkurentas, jo prekės ar paslaugos
- **Paslėpta** - bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama informacija apie gamintoją ar paslaugos teikėją, jo pavadinimą ar veiklą, prekės ar paslaugos ženklą, pateikiama tokia forma, kuri gali suklaidinti reklamos vartotojus dėl šios informacijos pateikimo tikrojo tikslo
- CK civilinė atsakomybė; Ekonominės sankcijos; kontroliuoja KT, pvz. AB „Stumbras“ reklamavo prekę ant – gėrimą Dozė etiketės užrašydamas Campari+Apelsina, tačiau nenurodė, kad šiame gėrime nėra Campari, o tik jo kvapiosios medžiagos
- Ekonominės sankcijos, kontroliuoja KT, pvz., Tele 2 reklama su užrašu Jūs gaunate tą patį, o mokate?, kurioje lygino trijų pagrindinių mobiliųjų operatorių minutės kainą ir buvo nurodyta, kad Tele 2 kaina mažiausia. KT nusprendė, kad reklama yra klaidinanti, nes lyginant kainą, reikia lyginti nurodant vienodus parametrus
- Ekonominės sankcijos, kontroliuoja VVTAT

Vartotojo teisė į švietimą

- Vartotojų švietimu yra laikomas procesas, kurio metu vartotojams sudaromos galimybės įgyti žinių ir sugebėjimų, kurių reikės perkant ir naudojant prekes bei paslaugas asmeniniams, šeimos, namų ūkio poreikiams tenkinti, vartotojo teisėms įgyvendinti bei ginti

Vartotojų švietimas-vartotojų ugdymas, informavimas, konsultavimas

- **Vartotojų informavimas** - tai žinių, susijusių su vartotojų poreikių tenkinimu bei jų teisių apsauga, suteikimas bei skleidimas
- **Vartotojų konsultavimas** - tai patarimai ir praktinė pagalba vartotojams vartotojų teisių apsaugos klausimais
- **Vartotojų ugdymas** - tai procesas, kurio metu pagrindinis dėmesys skiriamas vartotojų teisių suvokimui, kritinio mąstymo, sprendimų bei informacijos priėmimo gebėjimams ugdyti.

Įgyvendinimo priemonės

- Užtikrina VVTAT, ŠMM, kitos valstybinės institucijos, kurios pagal kompetenciją turi teikti informaciją vartotojams pvz., Aplinkos ministerija, į kurios reguliavimo sritį įeina statyba ji turėtų teikti informaciją susijusi su statybomis, bei savivaldybės
- Teisę turi ir vartotojų teisių gynimo organizacijos
- Įsteigtas Vartotojų švietimo centras, kuris rengia, kaupia, sistemina, analizuoja informaciją vartotojų švietimo klausimais ir teikia šią informaciją vartotojams, valstybės institucijoms, įstaigoms ir savivaldybėms, vartotojų teises ginančioms asociacijoms, verslo atstovams, atlieka ir reguliariai skelbia vartotojų nuomonių tyrimus, kuria ir administruoja informacines duomenų bazes, informuoja ir konsultuoja vartotojus
- Įsteigtas Europos vartotojų centras, informuojantis vartotojus apie jų teises kitose ES valstybėse. Šis centras teikia pagalbą ir konsultacijas dėl tarpininkavimo ir procedūrų; nukreipia į kitas valdžios institucijas; teikia Europos Komisijai reikalingą informaciją

Teisė į saugumą ir sveikatos apsaugą – ES teisė

- ES teisėje skiriamas didelis dėmesys
- Tikslas užtikrinti kiek įmanoma greitesnį nesaugių produktų pašalinimą iš rinkos
- Horizontalusis ir vertikalusis reguliavimas (atskirų gaminių saugą ES teisėje reglamentuoja „vertikaliosios“ direktyvos, pvz., vaikų žaislų, statybos gaminių, asmeninių apsaugos priemonių, mašinų saugą, o bendrąją gaminių saugą ir atsakomybę nustato „horizontaliosios“ direktyvos, kuriomis siekiama užpildyti ES teisės aktų spragas, reglamentuojant gaminių, kuriems nėra nustatyti saugos reikalavimai ir atsakomybė, saugą, taip pat papildyti „vertikaliasias“ direktyvas nuostatomis, kurių jose nėra)
- EK vadovas, kuriame yra aiškinama, kaip reikia taikyti „vertikaliųjų“ ir „horizontaliųjų“ direktyvų nuostatas (skirtas ESVN ir verslui)

RAPEX sistema: veikimas

- Kai nustatoma, kad ne maisto produktas yra nesaugus nacionalinis kontaktinis asmuo informuoja Europos Komisiją (Directorate-General for Health and Consumer Protection) apie produktą, vartotojams jo keliamą riziką ir priemones, kurių ėmėsi institucija, kad užkirti kelią rizikai ei įvykiams
- Europos Komisija paskleidžia šią informaciją kitų ESVN kontaktiniams asmenims ir kas savaitę internete paskelbia atnaujintą informaciją ir apie priemones, kurių buvo imtasi
- Kontaktiniai asmenys kiekvienoje ESVN užtikrina, kad kompetentingos institucijos patikrintų ar nesaugūs gaminiai yra rinkoje. Jei jie yra rinkoje – institucijos imasi priemonių pašalinti riziką arba reikalaujant, kad produktas būtų pašalintas iš rinkos, ar iš vartotojų arba paskleidžiant perspėjimus
- Lietuvos kontaktinis asmuo VVTAT darbuotojas

Teisė į saugumą ir sveikatos apsaugą - Lietuva

- Produktų saugos reguliavimas Produktų saugos įstatyme, Civiliniame kodekse, Maisto įstatyme, Vartotojų apsaugos įstatyme ir kituose teisės aktuose
- Atsakomybė tiek privatinės teisės aspektu, tiek viešosios teisės aspektu

Produktų sauga ir kokybė (I)

- Sąvokos painiojamos
- CK 3.363 str. apie daiktų kokybę ir saugą kalba kaip apie vieną dalyką
- CK 6.294 st. apibrėžia netinkamos kokybės sampratą.- „produktas (paslaugos) yra netinkamos kokybės, jeigu jis neatitinka saugos reikalavimų, kurių protingai gali tikėtis vartotojas. Ar produktas (paslaugos) yra tinkamos ar netinkamos kokybės, nustatoma atsižvelgiant į: 1) nurodomas produkto (paslaugų) savybes (reklamą); 2) tai, ar produktą (paslaugas) galima naudoti tam, kam tikimasi jį naudoti; 3) laiką, kai produktas (paslaugos) buvo išleistas į apyvartą; 4) produkto (paslaugų) konstrukcinius, receptinius ar kitokius trūkumus; 5) kitas aplinkybes. Negalima produkto laikyti netinkamos kokybės tik dėl to, kad vėliau į apyvartą išleistas geresnis produktas“

Produktų sauga ir kokybė (II)

- Produktų saugos įstatymas : saugus gaminys, pavojingas produktas
- „Saugus gaminys - bet koks gaminys, kurio naudojimas įprastomis, gamintojo nustatytomis ar galimomis iš anksto pagrįstai numatyti vartojimo sąlygomis, įskaitant ilgalaikį naudojimą, taip pat surinkimo, įrengimo bei priežiūros naudojant reikalavimus, nesukelia jokios rizikos arba kelia vartotojų gyvybei ir sveikatai tik minimalią riziką, kuri yra suderinama su gaminio vartojimu ir laikoma priimtina bei atitinkančia aukštą vartotojų saugos ir sveikatos apsaugos lygį, ypač atkreipiant dėmesį į: 1) gaminio parametrus, jo sandarą, pakuotę, surinkimo ir naudojimo tvarką, priežiūrą naudojant; 2) poveikį kitiems gaminiams, jei yra pagrindas numatyti, kad jis bus naudojamas su kitais gaminiais; 3) gaminio pateikimą vartotojui, ženklينimą, įspėjimus, užrašus ant gaminio ar pakuotės, naudojimo ir sunaikinimo po naudojimo instrukciją ir kitą gamintojo pateiktą informaciją; 4) vartotojų grupes, ypač vaikus ir pagyvenusius žmones, kuriems gaminio vartojimas gali sukelti didesnę riziką.“

Produktų sauga ir kokybė (II)

- „Saugi paslauga - kiekviena paslauga, kuri teikiama laikantis numatytų sąlygų ir nepažeidžiant teisės aktuose paslaugai nustatytų saugos reikalavimų ir teikimo metu ar po to nekelianti jokios rizikos arba kelianti vartotojų gyvybei ir sveikatai minimalią riziką, kuri yra būdinga paslaugai ir laikoma priimtina bei atitinkančia aukštą vartotojų saugos ir sveikatos apsaugos lygį.“
- „Pavojingas produktas - vartotojams skirtas gaminys ar paslauga, kuris neatitinka šiame įstatyme saugiam gaminiui ar saugiai paslaugai nustatytų reikalavimų.“

Bendrieji saugos reikalavimai – Produktų saugos įstatymas (I)

- **Bendrasis reikalavimas** – į rinką teikiamas produktas turi būti saugus
- **Didesnis saugumas** (Galimybė užtikrinti aukštesnį saugos lygį arba gauti kitus produktus, kuriuos vartojant yra mažesnė rizika negu leistina, neturi būti pagrindas priskirti produktą prie pavojingų, jeigu jis atitinka teisės aktuose nustatytus produktų saugos reikalavimus)

Bendrieji saugos reikalavimai – Produktų saugos įstatymas (II)

- ES teisės aktai
- ES teisės aktai nereglamentuoja – ES VN nacionaliniai reikalavimai (Kai nėra konkretaus produkto saugą reglamentuojančių ES teisės aktų, produktas laikomas saugiu, jei jis atitinka konkrečius ES VN, kurioje yra pateiktas į rinką, nacionalinius teisės aktus, kurie priimti laikantis Europos Bendrijos steigimo sutarties, visų pirma jos 28 ir 30 straipsnių, ir nustato sveikatos bei saugos reikalavimus, kuriuos produktas turi tenkinti, kad jį galima būtų pateikti į rinką toje valstybėje narėje)
- Europos standartų reikšmė (Produktas yra saugus, kai pavojaus ir pavojaus kategorijų aspektu jis atitinka savanoriškai taikomus kaip nacionalinius standartus perimtus Europos standartus, nuorodos į kuriuos buvo paskelbtos EB oficialiajame leidinyje, o Lietuvos nuorodos į tokius nacionalinius standartus nustatyta tvarka buvo paskelbtos "Valstybės žiniuose,, (Standartizacijos departamento prie Aplinkos ministerijos 2011 m. sausio 6 d. įsakymas Nr.V-1 „Dėl darnųjų Lietuvos standartų sąrašo skelbimo“ VŽ, 2011, Nr. 4-146))
- Principai ir kt. (Kitais atvejais produktas vertinamas kaip atitinkantis bendruosius saugos reikalavimus pirmiausia atsižvelgiant į savanoriškai taikomus kitus ES standartus perimančius nacionalinius standartus, kitus nacionalinius standartus, EK rekomendacijas, nustatančias produktų saugos vertinimo gaires, atitinkamame sektoriuje galiojančius geros gamybos praktikos kodeksus, naujausius mokslo ir technikos laimėjimus, saugą, kurios vartotojas gali pagrįstai tikėtis)

Gamintojas, platintojas – Produktų saugos įstatymas

- **Gamintojas** – fizinis ar juridinis asmuo (ar kita organizacija) teisės aktų nustatyta tvarka vykdomas savo veiklą (įsteigtas) Lietuvos Respublikoje ar Europos Bendrijoje (Europos Sąjungoje), kuris:
 - 1) pagamino gaminį arba apie gaminį viešai pareiškė pažymėdamas jį savo pavadinimu, prekės ženklu ar kitu skiriamuoju ženklu, arba gaminį perdirbo;
 - 2) veikia kaip gamintojo atstovas, kai gamintojas nėra įsisteigęs Europos Bendrijoje (Europos Sąjungoje), arba, jei Europos Bendrijoje (Europos Sąjungoje) įsisteigusio gamintojo atstovo nėra, gaminį importuoja;
 - 3) kaip gaminio tiekimo proceso dalyvis gali daryti poveikį teikiamo į rinką gaminio saugai.
- **Paslaugos teikėjas** – fizinis arba juridinis asmuo, nustatyta tvarka įregistravęs savo veiklą ir teikiantis paslaugas
- **Platintojas** – teikiantis produktus į rinką fizinis arba juridinis asmuo, kurio veikla neturi poveikio produkto saugos ypatybėms

Gamintojo ir platintojo pareigos – Produktų saugos įstatymas

- teikti į rinką tik saugius gaminius
- tinkamai ženklinti gaminius ir teikti vartotojams reikiamą informaciją prieš jiems perduodamas gaminį, kad vartotojai galėtų įvertinti su gaminiu susijusią riziką per visą nurodytą, įprastą ar numanomą jo vartojimo laiką, kai rizika be reikiamo perspėjimo nėra akivaizdi. Įspėjimų pateikimas neatleidžia gamintojo nuo prievolės laikytis kitų šiame įstatyme ir kituose produktų saugą reglamentuojančiuose teisės aktuose nustatytų reikalavimų
- žinoti apie galimą su gaminiu susijusią riziką per visą gaminio vartojimo laiką
- sužinojęs, kad gaminys kelia riziką vartotojų saugai, imtis atitinkamų veiksmų rizikai pašalinti
- sužinojęs, kad gaminys pavojingas, nedelsdamas informuoti apie tai vartotojus, Tarybą bei atitinkamos srities kontrolės institucijas, pašalinti jį iš rinkos, ir, jei būtina, gaminį susigrąžinti
- bendradarbiauti su kontrolės institucijomis, kad būtų išvengta tiekiamų ar patiektų į rinką gaminių rizikos
- vykdyti kontrolės institucijų nurodymus ir reikalavimus
- įstatymų nustatyta tvarka atlyginti vartotojui pavojingu gaminiu padarytą žalą
- vykdyti kitas pareigas, nustatytas šiame įstatyme ir kituose produktų saugą reglamentuojančiuose teisės aktuose

Priemonės – Produktų saugos įstatymas

- Rinkos ribojimo priemonės:
 - reikalauti, kad bet koks produktas, kuris konkrečiomis aplinkybėmis gali kelti riziką, būtų paženklintas valstybine kalba surašytais tinkamais, aiškiais ir lengvai suprantamais įspėjimais apie galimą su gaminiu susijusią riziką; nustatyti išankstines produkto prekybos sąlygas, kuriomis siekiama užtikrinti jo saugą;
 - nurodyti, kad apie bet kokio produkto, kuris gali kelti riziką konkrečioms asmenims, keliamą riziką šie asmenys būtų laiku ir tinkamai, įskaitant ir specialių įspėjimų paskelbimą, įspėti;
 - laikinai, kol bus atlikti įvairūs saugos įvertinimai, patikrinimai ir kontrolė, uždrausti tiekti, siūlyti tiekti ir demonstruoti bet kokį produktą, dėl kurio yra pagrįstai įtariama, kad jis gali būti pavojingas;
 - uždrausti bet kokio pavojingo produkto pardavimą ir toliau imtis priemonių, kurios užtikrintų tokio draudimo laikymąsi;
 - nurodyti nedelsiant pašalinti iš rinkos bet kokį jau rinkoje esantį pavojingą produktą arba organizuoti tokį pašalinimą ir įspėti vartotojus apie su tokiu produktu susijusią riziką; nurodyti arba koordinuoti, arba prireikus kartu su gamintojais ir platintojais organizuoti, kad šis produktas būtų susigrąžintas iš vartotojų ir sunaikintas atitinkamomis sąlygomis.
- Ekonominės sankcijos

Teisė į ekonominių interesų apsaugą

- Teisė daugelyje dokumentų minima, nors nėra aiškiai apibrėžta
- Teisė susijusi su kitomis teisėmis
- 1975 m. preliminarioji programa – nustatė ekonominių interesų apsaugos 7 principus:
 - vartotojas turi būti apsaugotas nuo pardavėjo piktnaudžiavimą valdžia, o ypač esant vienos šalies parengtoms standartinėms sutarčių sąlygoms, nesąžiningų esminių teisių panaikinimo (pašalinimo) sutartyse, grubias kredito sąlygas, reikalavimus mokėti už prekes, kurių vartotojas neprašė, darančius spaudimą pardavimo metodus,
 - turi būti apsaugotas prieš žalą darančių jo ekonominiams interesams nekokybiškų produktų ar nesaugių paslaugų atveju
 - prekių ir paslaugų, įskaitant finansines paslaugas, pristatymas ir siūlymas (reklama) neturi būti klaidinanti, nei tiesiogiai, nei netiesiogiai nei asmens, kuris siūlo tas prekes nei (žodžiu asmuo turi būti apsaugotas nuo klaidinančios reklamos)
 - jokia reklamos forma (nei vizualinė (vaizdinė), nei žodinė) neturi klaidinti potencialaus pirkėjo
 - visa informacija nustatyta etiketėse turi būti tinkama
 - vartotojas turi turėti teisę į aptarnavimą po pardavimo ilgalaikio vartojimo prekėms, įskaitant ir reikiamų detalių pakeitimą
 - prekių ir paslaugų pasiūla turi būti tokia, kad vartotojas turėtų adekvatų pasirinkimą

Teisė į pažeistų teisių gynimą ir žalos (nuostolių) atlyginimą

- Viena vertus, ši teisė yra teisė, kuri yra nustatyta LR Konstitucijoje, CK (1.137 – 1.138 str.), užtikrinta kitais įstatymais, kaip pvz., CPK vartotojui kaip apskritai teisinių santykių subjektui ir civilinių teisinių santykių subjektui
- Kita vertus, atsižvelgiant į tai, kad vartotojas yra silpnesnė šalis ir yra reikalingas didesnis valstybės įsikišimas į vartojimo santykius ir į tai, kad vartojimo santykiai yra kaip viešas interesas civilinėje teisėje, jų atžvilgiu reikalingas didesnis reguliavimas (dažniausiai pasitelkiant imperatyvaus pobūdžio normas) tiek CK, tiek atskiruose įstatymuose yra specialių normų aptariančių vartotojų teisę į žalos atlyginimą, taip pat kitų priemonių vartotojo teisėms apginti

Įgyvendinimo priemonės

- Specialūs vartotojų teisių gynimo būdai ar jų taikymo sąlygos (materialinės teisės požiūriu)
- Ginčų sprendimo ne teismo tvarka mechanizmas
- Valstybinių institucijų teisė taikyti ekonomines sankcijas, taip užtikrinant kolektyvinio intereso gynimą
- Valstybinių institucijų dalyvavimas teismo procese išvadai teikti
- Nuo 2011 m. spalio 1 d. vartotojai atleidžiami nuo žyminio mokesčio – bylose dėl visų reikalavimų, atsirandančių iš vartojimo teisinių santykių

Teisė į neturtinės žalos atlyginimą

- VTAĮ 3 str. - Vartotojai turi teisę:
 - į pažeistų teisių gynimą ir į turtinės ir neturtinės žalos (nuostolių) atlyginimą
- Pakankamas pagrindas pripažinti vartotojo teisę į beturtinės žalos atlyginimą?

Teismų praktika – LAT CBS 2009 m. birželio 1 d. nutartis N.Č v UAB „Makveža“ c.b. Nr. 3K-3-256/2009 (I)

- „Be CK 6.363 straipsnio 4 ir 8 dalyse išvardytų vartotojo teisių gynimo būdų, visais atvejais vartotojas turi teisę į nuostolių, atsiradusių dėl netinkamos kokybės prekės pardavimo, atlyginimą (6.363 straipsnio 5 dalis). Įstatymu garantuota vartotojo teisė tiek į turtinės, tiek į neturtinės žalos, padarytos nekokybiškos prekės pardavimo, atlyginimą. Vartotojo teisė į neturtinės žalos (nuostolių) atlyginimą įtvirtinta Vartotojų teisių apsaugos įstatymo (2007 m. sausio 12 d. įstatymo Nr. X-1014 redakcija) 3 straipsnio 1 dalies 5 punkte. Sprendžiant dėl vartotojo teisės į neturtinės žalos atlyginimą įgyvendinimo taikytinos bendrosios CK normos, reglamentuojančios civilinę atsakomybę. Pagal CK 6.250 straipsnio 1 dalį neturtinė žala – tai fizinis skausmas, dvasiniai išgyvenimai, nepatogumai, dvasinis sukrėtimas ir kt., teismo įvertinta pinigais. Neturtinės žalos dydis teismo nustatomas pagal reikšmingų kriterijų visumą, CK 6.250 straipsnio 2 dalyje įtvirtintas nebaigtinis tokių kriterijų sąrašas: žalos pasekmės, žalą padariusio asmens kaltė, jo turtinė padėtis, padarytos turtinės žalos dydis bei kitos turinčios reikšmę bylai aplinkybės, taip pat sąžiningumo, teisingumo ir protingumo kriterijai. „

Teismų praktika – LAT CBS 2009 m. birželio 1 d. nutartis N.Č v UAB „Makveža“ c.b. Nr. 3K-3-256/2009 (II)

- LAT suformuluoti principai dėl neturtinės žalos atlyginimo:
 - neturtinės žalos atlyginimui yra būtina nustatyti civilinės atsakomybės sąlygas, tarp jų - žalos padarymo faktą, nes ne kiekvienas teisės pažeidimas kartu reiškia ir neturtinės žalos padarymą
 - neturtinė žala, išreikšta pinigais, yra laikoma bendraisiais nuostoliais, kurių įrodinėjimo specifika yra ta, kad piniginės kompensacijos, reikalaujamos neturtinei žalai atlyginti, dydis kiekvienu konkrečiu atveju nustatomas teismo nagrinėjamoje byloje pagal įstatyme nustatytus ir teismo reikšmingais pripažintus kriterijus (CK 6.250 straipsnio 2 dalis, 6.251 straipsnio 2 dalis, 6.282 straipsnis), vadovaujantis sąžiningumo, protingumo ir teisingumo principais, nagrinėjamos bylos aplinkybių kontekste atsižvelgiant į šiuo klausimu jau suformuotą teismų praktiką; neturtinės žalos dydį lemia, be kita ko, objektas, dėl kurio pažeidimo asmuo patiria neturtinės žalos;
 - nustatydami neturtinės žalos atlyginimo dydį, teismai turi vadovautis ne tik teisės normose ir teismų praktikoje suformuotais neturtinės žalos dydžio kriterijais, tačiau turi atsižvelgti ir į teismų analogiškose bylose priteistus žalos dydžius (LAT CBS 2003 m. kovo 26 d. nutartis c.b. N. Ž. v. SP UAB „Vilniaus troleibusai“, bylos Nr. 3K-3-371/2003; 2006 m. rugsėjo 6 d. nutartis civilinėje byloje A. Ž. v. UAB „Ranga IV“, bylos Nr. 3K-3-450/2006; 2006 m. birželio 12 d. nutartis civilinėje byloje P. D. v. R. V., A. V. ir kt., bylos Nr. 3K-3-394/2006; 2007 m. balandžio 18 d. nutartis civilinėje byloje A. L. v. Lietuvos ir Kanados UAB „Pajūrio mediena“, bylos Nr. 3K-3-157/2007; kt.)

Teismų praktika – LAT CBS 2009 m. birželio 1 d. nutartis N.Č v UAB „Makveža“ c.b. Nr. 3K-3-256/2009 (II)

- LAT suformuluoti principai dėl neturtinės žalos atlyginimo:
 - Deliktinės atsakomybės už netinkamos kokybės prekių ir paslaugų tiekimą taikymo klausimu kasacinis teismas yra išaiškinęs, kad pagal CK 6.299 str įtvirtintą žalos, padarytos dėl netinkamos kokybės paslaugos suteikimo, atlyginimo principą neturtinė žala turi būti atlyginama ne tik kaip sveikatos sužalojimu asmens patirtų skausmo, išgyvenimų padarinyš, bet ir tuo atveju, kada netinkamos kokybės paslaugos suteikimu tiesioginė žala asmens sveikatai nėra padaroma, bet apskritai pažeidžiamos asmens neturtinės vertybės (CK 6.250 str); reikalavimas atlyginti neturtinę žalą yra savarankiškas teisių gynimo būdas, kuris egzistuoja, nesvarbu turtinė žala ar žala sveikatai atsirado ar neatsirado (LAT CBS 2005 m. gegužės 11 d. nutartis c.b. J.A.J. v. UAB „Omnitel“, bylos Nr. 3K-3-297/2005).
 - Turtinių teisių pažeidimo atvejais patirtos neturtinės žalos atlyginimui kasacinio teismo praktikoje priklausomai nuo konkrečios bylos aplinkybių priteisiama 1000- 8000 Lt (LAT CBS 2007 m. liepos 18 d. nutartis c.b. V.J. v. UAB „Plienai“ bylos Nr. 3K-3-386; 2008 m. rugsėjo 29 d. nutartis c.b. Z. R. K. v. O. M., bylos Nr. 3K-3-423/2008; 2009 m. balandžio 14 d. nutartis c.b. V. B. v. V. R. N., bylos Nr. 3K-3-166/2009)

Teismų praktika- apžvalga

- „Įstatymo garantuota vartotojo teisė tiek į turtinės, tiek į neturtinės žalos, padarytos netinkamos kokybės prekės pardavimu, atlyginimą. Vartotojo teisė į neturtinės žalos (nuostolių) atlyginimą įtvirtinta Vartotojų teisių apsaugos įstatymo (2007 m. sausio 12 d. įstatymo Nr. X-1014 redakcija) 3 straipsnio 1 dalies 5 punkte (*Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegijos 2009 m. birželio 1 d. nutartis, priimta civilinėje byloje Nr. 3K-3-256/2009*). Kartu pažymėtina, kad sprendžiant dėl vartotojo teisės į neturtinės žalos atlyginimą ypatingas dėmesys turi būti skiriamas padarinių, kuriuos netinkamos kokybės daikto pardavimas sukėlė pirkėjui (vartotojui), vertinimui. Turi būti sprendžiama, ar netinkamos kokybės prekės pardavimu sukelti neigiami išgyvenimai, nepatogumai ir kt. buvo intensyvūs ir ar tai yra pakankamas pagrindas neturtinei žalai atlyginti.“

Teisē į atstovavimą (teisē būti išklausytiems)

- Vartotojų galimybė išsakyti savo nuomonę, jungtis į vartotojų teises ginančias organizacijas ir per jas išsakyti savo nuomonę
- Užtikrinama tiek reguliacinėmis, tiek skatinamosiomis priemonėmis