



Eiropas  
Komisija

LATVIJA: FAKTU LAPA

DECEMBRIS 2015

# EIROPAS DIGITĀLIE LĪGUMI



## Kāds ir pārrobežu e-komercijas neizmantotais potenciāls Latvijā?

### Uzņēmumi

Neskatoties uz e-komercijas straujo izaugsmi, lielākā daļā Latvijas uzņēmumu joprojām neizmanto visas iespējas, ko piedāvā digitālais vienotais tirgus.

**Tikai 10% Latvijas mazumtirgotāju** tirgo preces tiešsaistē patērētājiem no citām ES valstīm, vienlaikus **vairāk nekā trīs reizes lielāku** apjomu (31%) tirgojot tiešsaistē savā valstī.

Ja visā ES būtu spēkā vienādi e-komercijas noteikumi, **53% Latvijas uzņēmumu**, kas aktīvi darbojas vai ir ieinteresēti darboties tiešsaistes pārrobežu tirdzniecībā, „pavisam noteikti” vai „zināmā mērā” uzsāktu vai palielinātu savus tiešsaistes pārrobežu pārdošanas apjomus.

53%

52%

**Pieci no desmit Latvijas mazumtirdzniecības uzņēmumiem** (52%), kuri tirgo preces tiešsaistē, par nozīmīgu šķērslī pārrobežu tirdzniecībai uzskata atšķirības valstu līgumsaistību likumdošanā.

### Patērētāji

Patērētājiem Latvijā netiek piedāvāta arī iespēja izvēlēties plašāku produktu klāstu par labāku cenu. **Tikai 16%** patērētāju Latvijā jūtas droši, tiešsaistē iegādājoties preces no citas ES valsts.

35%

Zemais uzticēšanās līmenis spēlē nozīmīgu lomu: **tikai 35% patērētāju Latvijā jūtas droši**, tiešsaistē iegādājoties preces no citas ES valsts.

Tiesiskums  
un patērētāji

**Trīs no patērētāju desmit galvenajām bažām**, tiešsaistē pērkot preces no citām ES valstīm, ir saistītas ar būtiskākajām līgumtiesībām, piemēram, pasūtījuma nepiegādāšana, nepareizās vai bojātas preces piegāde, vai bojātas preces remonts vai nomaina.

**71 % Latvijas patērētāju**, kas pēdējo 12 mēnešu laikā ir izmantojuši četrus populārus **digitālā satura** paveidus

(mūziku, spēles, pretvīrusu aizsardzības programmatūru un mākoņdatu glabāšanu), radās **vismaz viena problēma** ar saturu, par kuru viņi bija samaksājuši, kvalitāti, piekļuvi vai noteikumiem un nosacījumiem. Turklāt **58 %** patērētāju vismaz vienreiz radās problēma saistībā ar saturu, par kuru viņi nebija maksājuši naudā.

58%

## Kādu risinājumu piedāvā Eiropas Komisija?

Komisija piedāvā divas direktīvas: vienu digitālajam saturam un otru – precēm. Kopā šīs abas direktīvas nodrošinās ka tie paši būtiskie līgumtiesību noteikumi būs spēkā visā ES preču iegādei un digitālā satura piedāvāšanai tiešsaistē.

### Uzņēmumi

#### Kā šīs direktīvas uzlabos uzņēmumu situāciju Latvijā?

Uzņēmumiem Latvijā tiks sniegta iespēja piedāvāt digitālo saturu un pārdot preces patērētājiem visā ES saskaņā ar vienu un to pašu līgumtiesību noteikumu komplektu. Tas uzlabos juridisko noteiktību un radīs uzņēmējdarbībai labvēlīgu vidi.



Piegādājot digitālo saturu, Latvijas uzņēmumi neradīsies izmaksas saistībā ar juridisko fragmentāciju ES mēroga likumdošanas trūkuma rezultātā, kā arī dēļ īpašu likumu ieviešanas atsevišķās dalībvalstīs. Pārdodot preces, uzņēmumi ietaupīs izmaksas, kas rodas, pielāgojoties to dalībvalstu likumiem, kurās uzņēmums vēlas pārdot savas preces.



Vienoti noteikumi visā ES samazinās ar līgumtiesībām saistītās patērētāju bažas. Vairāk **patērētāju iedrošināsies iegādāties preces tiešsaistē no citām ES valstīm**, izveidojot līdz 70 miljonu tiešsaistes pārrobežu pircēju lielu tirgu, un atklājot jaunus tirgus. Tas būs īpaši izdevīgi maziem un vidējiem uzņēmumiem (MVU), kuriem ir jāveido klientu bāze un bieži vien ir nepieciešama piekļuve tirgiem ārpus iekšzemes tirgus.



### Patērētāji

#### Kā šīs direktīvas uzlabos patērētāju situāciju Latvijā?

Patērētājiem Latvijā būs pieejami piedāvājumi no lielāka skaita tirgotāju visā ES un tādējādi viņi iegūs no **plašāka preču klāsta par konkurētspējīgākām cenām**.

Patērētājiem būs īpašas tiesības ar augsta līmeņa aizsardzību, izmantojot digitālo saturu vai pērkot preces

tiešsaistē. Attiecībā uz digitālo saturu noteikumi būs spēkā neatkarīgi no tā, vai patērētājs par saturu maksā ar naudu, vai ievadot savus personas datus (piemēram, vienkārši reģistrējoties).

## DIGITĀLAIS SATURS.



**Piegādātāja atbildība par defektiem.** Ja digitālajā saturā ir defekti, patērētājs ir tiesīgs pieprasīt kompensāciju. Piegādātāja atbildībai par šādiem defektiem nebūs noilgums, jo, atšķirībā no precēm, uz digitālo saturu neattiecas nolietojums.



**Pierādīšanas pienākuma izmaiņšana.** Ja digitālajā saturā ir defekti, patērētājam nav jāpierāda, ka attiecīgais defekts pastāvēja piegādes brīdī — drīzāk, piegādātājam jāpierāda, ka tādu defektu piegādāšanas brīdī nebija. Tas ir svarīgi, ņemot vērā digitālā satura tehnisko sarežģītību, kuras rezultātā patērētājiem varētu būt īpaši grūti pierādīt problēmas cēloni.



**Tiesības lauzt līgumu.** Patērētājiem būs tiesības lauzt ilgtermiņa līgumus, kā arī līgumus, kuriem piegādātājs veicis nozīmīgas izmaiņas.

## PRECES.



**Pierādīšanas pienākuma izmaiņa uz diviem gadiem.** Pašlaik Latvijā uz 6 mēnešiem patērētājam, kurš pieprasa kompensāciju par bojātu preci, nav jāpierāda, ka attiecīgais defekts pastāvēja preces piegādes brīdī; tas ir jāpierāda pārdevējam. Tagad šis laika periods, kādā pierādīšanas pienākums attiecas uz pārdevēju, tiks pagarināts līdz diviem gadiem.



**Paziņošanas pienākuma atcelšana.** Patērētājs nezaudēs savas tiesības pat ja noteiktā laikā nebūs pārdevēju informējums par bojātām precēm, kā to pašlaik Latvijā pieprasa likums.

---

## Kā šīs direktīvas veicinās ekonomikas izaugsmi?

Likvidējot ar līgumtiesībām saistītos šķēršļus, tiks veicināta pārrobežu tirdzniecība



Sagaidāms, ka ekonomiskās aktivitātes pieauguma ietekmē **ES IKP** palielināsies par **4 miljardiem eiro** salīdzinājumā ar pašreizējo līmeni.



Konkurences pieauguma ietekmē samazināsies preču cenas visā ES. Tas uzlabos patērētāju labklājību, un tiek lēsts, ka mājsaimniecību patēriņš ES palielināsies par **18 miljardiem eiro** salīdzinājumā ar pašreizējo līmeni.



**Sagaidāms, ka Latvijas IKP** palielināsies par aptuveni 2,3 miljoniem eiro.



Sagaidāms, ka **Latvijā**, pateicoties patēriņa preču cenu samazinājumam, mājsaimniecību patēriņš varētu palielināties par 15 miljoniem eiro.

AVOTI:

- *Flash Eurobarometer 396 'Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection' (2015)*
- *Flash Eurobarometer 413 'Companies engaged in online activities' (2015)*
- *Eurostat Survey on Internet purchases by individuals (2015)*
- *Eurobarometer 397 'Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection' (2014)*
- *'Consumer surveys identifying the main cross-border obstacles to the Digital Single Market and where they matter most', GfK (2015)*
- *'Economic Study on Consumer Digital Content Products', ICF International (2015)*
- *'The Macro-economic Impact of e-Commerce in the EU Digital Single Market' (2015)*

Tiesiskuma, patērētāju un dzimumu līdztiesības komisāre Vera Jurova (Věra Jourová)  #VeraJourova

Tiesiskuma un patērētāju ģenerāldirektorāts  #EU\_consumer  EUJustice  EUJustice

**#DigitalSingleMarket**  
**<http://ec.europa.eu/justice/dsm>**



Publikāciju birojs