



KP aicina novērst konkurences ierobežojumus biļešu tirdzniecības pakalpojumu iepirkumos

Publicēts: 12.06.2020.

[Jaunami](#)

Konkurences padome (KP) [tirgus uzraudzībā](#) secina, ka kultūras iestādes, izvēloties biļešu tirdzniecības pakalpojumu sniedzējus, iepirkumos iekļauj konkurenci ierobežojošus noteikumus. Vienlaikus kultūras iestādēm, iepirkumos izvēloties sadarbības partnerus, svarīgi būtu papildus vērtēt apkalpošanas maksas, ko biļešu tirgotāji piemēro patērētājiem par biļešu iegādi. KP uzraudzības mērķis ir palielināt konkurenci koncentrētā biļešu izplatīšanas tirgū un mazināt izmaksas pasūtītājiem un arī patērētājiem.

Biļešu tirdzniecības pakalpojumu nozarē Latvijā darbojas divi nozīmīgi un savstarpēji līdzvērtīgi konkurenti – SIA „Biļešu serviss” un SIA „Biļešu paradīze”. Kultūras iestādēs lielākoties biļešu tirdzniecību nodrošina SIA „Biļešu paradīze”, savukārt SIA „Biļešu serviss” kopējais tirdzniecību vietu skaits ir vairāk nekā trīs reizes lielāks. Papildu tam biļešu tirdzniecības pakalpojumu sniedz arī vairāki mazie tirgus dalībnieki, piemēram, SIA „Ekase”, SIA „Aula Events”, SIA „First Row Technology” un citi.

Nevērtē apkalpošanas maksas patērētājiem

Biļešu tirdzniecības uzņēmumi gūst ienākumus no tirdzniecības vietu, t.sk. valsts un pašvaldību kultūras iestāžu un kapitālsabiedrību komisijas maksām par biļešu pārdošanu, kā arī no patērētājiem papildu piemērotās apkalpošanas maksas par biļešu iegādi internetā. Atkarībā no izvēlēta biļešu tirgotāja tās tiek noteiktas gan fiksētas maksas veidā līdz 1,50 eiro par vienu biļeti, gan procentuālā formā līdz pat 7 % no biļetes summas. KP tirgus uzraudzībā konstatēja, ka kultūras iestādes, izvēloties iepirkumā saimnieciski izdevīgāko pakalpojumu, ne vienmēr ņem vērā patērētājiem piemērotās apkalpošanas maksas apmēru. KP ieskatā, lai radītu lielāku konkurenci, kā arī iepirktu finansiāli izdevīgāko risinājumu patērētājiem, tās būtu jāparedz iepirkuma prasībās.

Tāpat KP novēroja, ka sadarbības līgumi par biļešu tirdzniecību tiek slēgti uz pārmērīgi ilgu laiku, tāpēc ierasto piecu gadu vietā līgumus būtu ieteicams slēgt uz periodu no gada līdz trim gadiem. KP secina, ka atruna par biļešu tirgotāju komerciālajiem riskiem nav pietiekama, lai attaisnotu konkurences izslēgšanu uz tik ilgu periodu.

Iepirkumos nepieciešams vērtēt ietekmi uz konkurenci

Pasūtītāja noteiktajiem iepirkuma nosacījumiem ir būtiska ietekme, vai starp pretendentiem pastāvēs konkurence un vai tās rezultātā būs iespējams saņemt piedāvājumu par zemāku cenu un augstākā kvalitāti. Tādējādi kultūras iestādēm nepieciešams rūpīgi izvērtēt, cik pamatotas ir konkurenci ierobežojošās prasības, lai neizslēgtu potenciālo konkurentu iespējas piedalīties iepirkumā.

Par konkurences ierobežojumu var uzskatīt arī atsevišķos iepirkumos iekļauto prasību nodrošināt dāvanu karšu pārdošanu tieši plastikāta formā, ko pašlaik piedāvā tikai viens no tirgotājiem. KP ieskatā, iespēju patērētājiem nezaudēt un saglabāt nākamajam pirkumam neiztērēto dāvanu kartes atlikumu var nodrošināt arī citos veidos, ne tikai plastikāta dāvanu karšu formā, ko savukārt piedāvā konkurējošs tirgotājs.

Vienlaikus arvien vairāk biļešu tirdzniecība norit attālināti, kas mazina tirdzniecības klātienē nozīmi. Neskaitot divus lielākos tirgus spēlētājus, pārējie biļešu tirgotāji savus pakalpojumus piedāvā tikai internetā. KP ieskatā, kultūras iestādēm būtu jāpaplašina biļešu tirdzniecības iespējas internetā, jo prasība iepirkumos pēc klātienē tirdzniecības vietām ietekmē uzņēmumu piemērotās komisijas maksas un samazina konkurenci. Taču, ņemot vērā, ka kultūras iestādēm joprojām ir augsts pieprasījums pēc klātienē tirdzniecības vietām, ieteicams nodrošināt iespēju vairākiem biļešu tirgotājiem uzstādīt biļešu kases un tirgot biļetes uz kultūras

pasākumiem.

<https://www.kp.gov.lv/lv/kp-aicina-noverst-konkurences-ierobezojumus-bilesu-tirdzniecibas-pakalpojumu-iepirkumos>