



KONKURENCES PADOME

Brīvības ielā 55, Rīgā, LV-1010 ♦ tālr. 67282865 ♦ fakss 67242141 ♦ e-pasts: konkurence@kp.gov.lv

L Ē M U M S

Rīgā

Nr.E02-85

(Prot.Nr.60, 3.§)

2011.gada 16.decembrī

Lieta Nr.p/11/03.02/7

Par pārkāpuma konstatēšanu, naudas soda uzlikšanu un tirgus dalībnieku apvienošanu

Par Konkurences likuma 15.panta otrās daļas pārkāpumu viesnīcu operatora „Rezidor Hotels ApS Danmark” darbībā

Saskaņā ar Konkurences padomes rīcībā esošo informāciju Rezidor Hotel Group noslēdza pārvaldīšanas līgumus (turpmāk – Pārvaldīšanas līgums) ar Norvēģijas nekustamā īpašuma projektu attīstītāju Linstow. Minētais līgums stājās spēkā 01.06.2010., un attiecas uz trīs viesnīcām Rīgā. Šī vienošanās starp Rezidor Hotel Group un Reval Hotels (Linstow) attiecas uz šādiem īpašumiem Rīgā, kas kļuvuši par Radisson Blu: Reval Hotel Latvija, Reval Hotel Elizabete, Reval Hotel Rīdzene.

Izvērtējot Pārvaldīšanas līguma noslēgšanas nosacījumus, Konkurences padome uzskatīja, ka starp Rezidor Hotel Group un Linstow noslēgtais darījums vērtējams kā tiesību nodošana izmantot cita tirgus dalībnieka aktīvus, kas saskaņā ar Konkurences likuma 15.panta pirmās daļas 3.punktā noteikto regulējumu uzskatāma par apvienošanu. Konkurences likuma 15.panta otrā daļa nosaka, ka tirgus dalībnieki, kuri nolēmuši apvienoties kādā no šā panta pirmajā daļā paredzētajiem veidiem, pirms apvienošanās iesniedz Konkurences padomei pilnu ziņojumu, ja pastāv viens no šādiem nosacījumiem:

- 1) apvienošanās dalībnieku kopējais apgrozījums iepriekšējā finanšu gadā Latvijas teritorijā ir bijis ne mazāks par 25 miljoniem latu;
- 2) apvienošanās dalībnieku kopējā tirgus daļa konkrētajā tirgū pārsniedz 40 procentus.

Pirms Pārvaldīšanas līguma noslēgšanas un spēkā stāšanās ziņojums par apvienošanas Konkurences padomē iesniegts netika.

Lai izvērtētu iepriekš minētā darījuma tiesiskumu saskaņā ar konkurences tiesību normatīvajā regulējumā noteikto, Konkurences padome 17.03.2011., pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 1.punktu, 22.panta 2.punktu, 24.pantu, nolēma ierosināt lietu „Par Konkurences likuma 15.panta otrās daļas pārkāpumu viesnīcu operatora „Rezidor Hotel Aps Danmark” darbībās”. Konkurences padome 15.09.2011., pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 2.punktu un 27.panta otro daļu, nolēma pagarināt lēmuma pieņemšanas termiņu lietā Nr.p/11/03.02/7 „Par Konkurences likuma 15.panta otrās daļas pārkāpumu viesnīcu operatora „Rezidor Hotels ApS Danmark” darbībās” līdz 17.12.2011.

Tā kā Pārvaldīšanas līgums tika noslēgts 2010.gadā, minētais darījums izvērtējams, ņemot vērā situāciju konkrētajā tirgū 2009.gadā.

Lietas izpētes gaitā iegūta informācija no Uzņēmumu reģistra, a/s „Viesnīca Latvija”, SIA „Hotel Elizabete”, SIA „Viesnīca Rīdzene”, SIA „Viesnīca Elizabete”, SIA „Polar BEK Daugava”, SIA „Viesnīcu un restorānu centrs” (turpmāk – VRC), viesnīcu apsaimniekotājiem Rīgā, Jūrmalā u.c.

„Rezidor Baltics” ir Latvijas Republikas Komercreģistrā reģistrēta sabiedrība ar ierobežotu atbildību ar vienoto reģistrācijas Nr. 40103300247, juridiskā adrese: Baznīcas iela 4a, Rīga. SIA „Rezidor Baltics” vienīgais dalībnieks saskaņā ar Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra datiem ir Dānijā reģistrētā Rezidor Hotels ApS Danmark, juridiskā adrese: Amager Boulevard 70, 2300 Copenhagen, Denmark.

„Viesnīca Latvija” ir Latvijas Republikas Komercreģistrā reģistrēta akciju sabiedrība ar vienoto reģistrācijas numuru Nr.40003040166, juridiskā adrese: Elizabetes iela 55, Rīga.

„Viesnīca Rīdzene” ir Latvijas Republikas Komercreģistrā reģistrēta sabiedrība ar ierobežotu atbildību ar vienoto reģistrācijas numuru Nr.40003344175, juridiskā adrese: Reimersa iela 1, Rīga.

„Elizabetes centrs” ir Latvijas Republikas Komercreģistrā reģistrēta sabiedrība ar ierobežotu atbildību ar vienoto reģistrācijas numuru Nr.40003344230, juridiskā adrese: Elizabetes iela 73, Rīga.

Saskaņā ar Konkurences likuma 26.panta sesto daļu Konkurences padome rakstveidā paziņo procesa dalībniekiem, ka ir iegūta informācija, kas nepieciešama lēmuma pieņemšanai. Saskaņā ar Konkurences likuma 26.panta septīto daļu procesa dalībnieki var iepazīties ar lietu, izteikt

viedokli un iesniegt papildu informāciju 10 dienu laikā no šā panta sestajā daļā noteiktā paziņojuma saņemšanas brīža.

Pamatojoties uz iepriekš minēto, 25.10.2011. SIA „Rezidor Baltics” tika nosūtīts paziņojums par lēmuma pieņemšanai nepieciešamo faktu konstatēšanu lietā Nr.p/11/03.02/7, iepazīšanos ar lietu un viedokļa izteikšanu (turpmāk – Paziņojums).

SIA „Rezidor Baltics” pilnvarotais pārstāvis 31.10.2011. iepazīnās ar lietā esošo informāciju. 07.11.2011. Konkurences padome saņēma SIA „Rezidor Baltics” pilnvaroto pārstāvju 07.11.2011. Iesniegumu Nr.01-317/2011 „Par konstatētajiem faktiem un izdarītajiem secinājumiem lietas Nr.p/11/03.02/7 „Par Konkurences likuma 15.panta otrās daļas pārkāpumu viesnīcu operatora „Rezidor Hotels ApS Danmark” darbībā” izmeklēšanas ietvaros” (turpmāk – Iesniegums).

Izvērtējot Iesniedzēja sniegto un papildu iegūto informāciju, Konkurences padome

konstatēja:

1. Normatīvais regulējums

1.1. Tūrisma likuma 1.panta 17.punktā noteikts, ka tūristu mītne ir ēka, ēku grupa vai labiekārtota vieta (teritorija), kurā komersants vai saimnieciskās darbības veicējs nodrošina tūristu diennakts izmitināšanu un apkalpošanu.

Minētā likuma 16¹.panta pirmā daļa nosaka, ka tūristu mītnēm to kvalitātes un konkurētspējas celšanai tiek izsniegts atbilstības novērtēšanas sertifikāts, bet trešā un ceturtā daļa nosaka: ja tūristu mītnei nav veikta atbilstības novērtēšana un sertificēšana atbilstoši Latvijas nacionālajiem standartiem, tā nav tiesīga publiskos informatīvos materiālos atsaukties uz Latvijas nacionālā standarta klasifikācijas kategorijām. Tūristu mītņu atbilstības novērtēšanu un sertificēšanu atbilstoši Latvijas nacionālajiem standartiem veic normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā akreditēta sertifikācijas institūcija.

1.2. Viesnīcu sertifikācija un kategorijas

Tūristu mītņu, t.sk. viesnīcu novērtēšanu un sertifikāciju veic VRC, kas ir Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācijas (turpmāk – LVRA) 1999.gadā dibināts uzņēmums, kas veic viesnīcu un citu tūristu mītņu pakalpojumu kvalitātes atbilstības novērtēšanu. Kā norādīts LVRA interneta vietnē <http://www.lvra.lv> „sertifikācija ir neatkarīga trešās puses darbība, apliecinot, ka attiecīgais produkts, process vai pakalpojums atbilst

attiecīgajā standartā vai citā normatīvajā aktā noteiktajām prasībām. Sertifikācijas mērķis ir novērtēt produkta vai pakalpojuma atbilstību tam izvirzītajiem kritērijiem un tā tiek veikta saskaņā ar attiecīgām produkta vai pakalpojuma novērtēšanas sistēmām un tās izveidotajiem kritērijiem”. Saskaņā ar LVRA interneta vietnē esošo informāciju, kas attiecas uz viesnīcu sertifikācijas procesu, 2009.gada septembrī Latvijas standartā tika reģistrēts jaunais viesnīcu standarts LVS 200-1:2009.

LVRA interneta vietnē <http://www.lvra.lv> norādīta informācija par viesnīcu iedalījumu, kategorijām un standarta prasībām noteiktu kategoriju viesnīcām. Minētā informācija norādīta arī SIA „Baltic Financial Investment Group” vēstules (saņemta 15.07.2011.) 1.pielikumā:

Viesnīca ir uzņēmuma (komercsabiedrības) īpašumā vai nomā esoša klientu izmitināšanas un apkalpošanas mītne, kurā ir ne mazāk kā četri numuri. Atkarībā no viesnīcu sniegto pakalpojumu klāsta viesnīcas iedala:

1) brokastu viesnīca (hotel garni) - viesnīca ar ierobežotu pakalpojumu klāstu bez restorāna un virtuves, kurā brokastu rītā nodrošina brokastu komplektu un karstos dzērienus,

2) konferenču viesnīca - viesnīca, kas pamatā orientēta uz konferenču, kongresu un komercizstāžu rīkošanu un apkalpošanu. To raksturo lietišķi iekārtoti numuri, operatīvas sakaru iespējas, darījumu veikšanai piemērotas telpas, tehnoloģiski aprīkots konferenču centrs, uz konferencēm orientēts pakalpojumu klāsts,

3) stila viesnīca (boutique hotel) – neliela (līdz 100 numuriem) viesnīca, kas parasti izvietota atjaunotās vēsturiskās, ēkās (pilīs, muižās u.tml.) ar izsmalcinātu telpu iekārtojumu, kura atšķiras ar individuālu klientu augsta līmeņa apkalpošanu un komfortu, kas izpaužas interjerā un attieksmē pret klientu, lai viesnīcā radītu īpašu gaisotni,

4) dzīvokļu viesnīca (apartment hotel) – viesnīca, kur lielākā daļa ir dzīvokļa (studijas) veida numuri. Tie ir iekārtoti atsevišķos stāvos un ir atdalīti no pārējiem numuriem vai atrodas citā ēkā. Šādas viesnīcas parasti orientējas uz klientiem, kuri izmitināšanas pakalpojumus izmanto ilgāku laiku. Numuros parasti ir iekārtota neliela no pārējās istabas nodalīta pašapkalpošanās virtuves niša, kas apgādāta ar virtuves pamatinventāru, ūdens uzvārīšanas ierīci vai elektrisko plīti vai mikroviļņu krāsni ēdiena sagatavošanai vai uzsildīšanai. Dzīvokļu viesnīcā parasti nav restorāna un viesu atpūtas telpas,

5) pansija – neliela, mājīga viesnīca ģimenes mājā, kur pamatpakalpojums ir nakšņošana un brokastis (daļēja pansija), brokastis un pusdienas vai vakariņas (puspansija), vai arī tiek piedāvātas trīs ēdienreizes (pilna pansija), un citi pakalpojumi. Var būt bez viesu atpūtas telpas,

6) motelis – autotūristu un mototūristu uzņemšanas un apkalpošanas viesnīca, parasti autoceļa tuvumā ar vismaz 5 numuriem un ar blakus esošu

autostāvvietu, kas nodrošina dažādus ar automašīnu un motociklu apkopi saistītus pakalpojumus,

7) sezonas viesnīca – darbojas nepilnu gadu, pārsvarā kūrortos, tūrisma sezonā,

8) spa viesnīca – tūristu mītne ar viesnīcai raksturīgo infrastruktūru, saskaņā ar šo standartu, klientam piedāvā ūdens procedūras un pakalpojumus labsajūtas un veselības uzlabošanai, tai skaitā vannas, pirtis, peldbaseinu, masāžas, vingruma kluba (fitnesa), novājēšanas, kosmētiskos, skaistumkopšanas un citus pakalpojumus. Atbilstoši spa veidam, pakalpojumā var ietvert arī speciālu ēdināšanu,

9) kūrortviesnīca (spa resort hotel / health resort hotel) – tūristu mītne ar viesnīcai raksturīgo infrastruktūru, kurā sniedz dziedniecības, rehabilitācijas vai rekreācijas pakalpojumus. Kūrortviesnīcas tradicionāli tiek iekārtotas apvidos ar dabiskiem dziedniecības faktoriem (labvēlīgs klimats, ārstnieciskās dūņas, minerālūdeņi) vai arī vietās, kur ir izveidota atbilstīga infrastruktūra. Daļa no kūrortviesnīcām darbojas kā sezonas viesnīcas.

Viesnīcu kategorijas:

Viesnīcas iedala šādās kategorijās: I, II, III, IV un V kategorijas viesnīca, kurai atbilst attiecīgi - viena zvaigzne (*), divas zvaigznes (**), trīs zvaigznes (***), četras zvaigznes (****) un piecas zvaigznes (*****).

Kūrortviesnīcām un spa viesnīcām ir šādas kategorijas: II, III, IV un V kategorija, kurai atbilst attiecīgi - divas zvaigznes (**), trīs zvaigznes (***), četras zvaigznes (****) un piecas zvaigznes (*****).

Stila viesnīcām, dzīvokļu viesnīcām un konferenču viesnīcām ir šādas kategorijas: III, IV un V kategorija, kurai atbilst attiecīgi - trīs zvaigznes (***), četras zvaigznes (****) un piecas zvaigznes (*****).

Standarta prasības III kategorijas (trīs zvaigžņu (***)) viesnīcai:

- lifti: no stāva, kurā atrodas viesu uzņemšana, ar liftu sasniedzami visi stāvi, izņemot divus;
- kompleksu pakalpojumu telpa ar konferenču tehnisko aprīkojumu un ēdināšanas iespējām;
- visi numuri ar tualeti, mazgājamo galdu un dušu;
- minimālais numura grīdas laukums (bez vannas istabas ar tualeti):
 - vienvietīgā numurā – 10 m²,
 - divvietīgā numurā – 15 m²,
 - divistabu numurā – 40 m²;
- minimālie vienguļamas gultas izmēri – 90 x 190 cm;
- minimālie divguļamas gultas izmēri – 140 x 190 cm;
- katrs viesnīcas numurs savienots ar valsts vispārējo sakaru sistēmu;
- grīdas laukums telpā ar dušu – vismaz 3,8 m²;

- brokastu zāle vai kafetērija brokastīm un vieglām uzkodām;
- restorāns;
- bufetes galds vai brokastis bez siltiem ēdieniem;
- pusdienas un vakariņas pasniedz restorānā.

Standarta prasības IV kategorijas (četrus zvaigžņus (****)) viesnīcai:

- mēbelējums un iekārtojums vienotā stilā;
- lifti: no stāva, kurā atrodas viesu uzņemšana, ar liftu sasniedzami visi stāvi, izņemot vienu;
- vairākas konferenču telpas ar tehnisko aprīkojumu un ēdināšanas pakalpojumu iespējām;
- visi numuri ar tualeti, mazgātņi, vannu un dušas kabīni;
- vismaz viens apartaments;
- minimālais grīdas laukums (bez vannas istabas):
 - vienvietīgā numurā – 12 m²,
 - divvietīgā numurā – 17 m²,
 - divistabu numurā – 40 m²,
 - trīsstabu apartamentā – 55 m²;
- minimālie vienguļamas gultas izmēri – 100 x 200 cm;
- minimālie divguļamas gultas izmēri – 140 x 200 cm;
- jaunbūvējamās viesnīcās - minimālie divguļamas gultas izmēri – 160 x 210cm;
- katrs viesnīcas numurs savienots ar valsts vispārējo sakaru sistēmu;
- interneta pieslēguma iespējas;
- minibārs ar piedāvājuma cenrādi;
- grīdas laukums vannas istaba ar tualeti – vismaz 3,8 m²;
- brokastu zāle vai kafetērija brokastīm un vieglām uzkodām;
- atsevišķs bārs;
- restorāns;
- banketa zāle (-es), kuru (-as) var pārveidot par konferenču zāli (-ēm) ar atbilstošu iekārtojumu konferenču vajadzībām;
- brokastu ēdienkarte - bufetes galds vai pēc ēdienkartes;
- pusdienas un vakariņas pasniedz restorānā;
- deju zāle vai diskotēka vai naktsklubs (ja numuru skaits lielāks par 100, kā arī kūrortviesnīcās);
- frizētava viesnīcā, kuras numuru skaits lielāks par 100.

Standarta prasības V kategorijas (piecus zvaigžņus (*****) viesnīcai:

- ekskluzīvs mēbelējums un iekārtojums vienotā stilā;
- lifti: no stāva, kurā atrodas viesu uzņemšana, ar liftu sasniedzami visi stāvi;
- vairākas konferenču telpas ar tehnisko aprīkojumu, ēdināšanas pakalpojumu iespējām;

- visi numuri ar tualeti, mazgājamo galdu, vannu, dušu un bidē;
- apartamenti (ar trīs un vairāk istabām) – vismaz divi procenti no viesnīcas numuru skaita;
- minimālais grīdas laukums (bez vannas istabas):
 - vienvietīgā numurā – 13 m²,
 - divvietīgā numurā – 18 m²,
 - divistabu numuros – 40 m²,
 - trīsistabu apartamentos – 55 m²;
- gaisa kondicionēšana numuros;
- minimālie vienguļamas gultas izmēri – 100 x 200 cm;
- minimālie divguļamas gultas izmēri – 150 x 200 cm;
- jaunceļamās viesnīcās minimālie divguļamas gultas izmēri – 160 x 210;
- minibārs ar piedāvājuma cenrādi;
- katrs viesnīcas numurs savienots ar valsts vispārējo sakaru sistēmu;
- interneta un e-pasta pieslēgums;
- gultas veļas maiņa katru dienu;
- grīdas laukums telpā ar dušu – vismaz 3,8 m²;
- vanna, vismaz 160 cm gara, ar nostiprināmu dušu;
- brokastu zāle vai kafetērija brokastīm un vieglām uzkodām;
- atsevišķs bārs;
- vairāki restorāni, no kuriem vienā tiek spēlēta deju mūzika;
- privāta (-as) ēdamistaba (-as) viesiem;
- banketa zāle (-es), kuru (-as) var pārveidot konferenču zālē (-ēs) ar atbilstošu iekārtojumu konferenču vajadzībām;
- pusdienas un vakariņas pasniedz restorānā pēc restorāna ēdienkartes;
- naktsklubs, deju zāle vai diskotēka, ja numuru skaits ir lielāks par 100;
- frizētava un kosmētiskais kabinets viesnīcā, kuras numuru skaits ir lielāks par 100;
- slēgts baseins un /vai ar profesionālu trenāžieru zāli vai veselības centru ar garderobi un dušām un/vai saunu un atpūtas telpu.

2. Par Rezidor Hotel Group un tā apsaimniekotajām viesnīcām Rīgā

2.1. Saskaņā ar interneta vietnē¹ norādīto 2007.gadā Rezidor Hotel Group AB bija virkne meitas sabiedrību, veidotu kopuzņēmumu utt., t.sk. Rezidor Hotels ApS Danmark, kas 100% piederēja Rezidor Hotel Group AB (minēto apliecina arī Rezidor Hotel Group gada pārskats par 2010.gadu, publicēts interneta vietnē http://media.corporate-ir.net/media_files/IROL/20/2054/Rezidor_AR2010_ENG.pdf). Saskaņā ar Rezidor Hotel Group interneta vietnē <http://www.radissonblu.com> esošo aktuālo informāciju Rezidor Hotels ApS Danmark ir komercsabiedrība, kas

¹Skat. http://www.rezidor.com/Annual Report2007en/page.php?=750_41&p=700

pilnībā pieder Rezidor Hotel Group AB.

SIA „Rezidor Baltics” gada pārskatā par 2010.gadu norādīts SIA „Rezidor Baltics” galvenā darbības joma ir viesnīcu pārvaldība un atbalsta pakalpojumu sniegšana viesnīcām, un 2010.gadā uzņēmums sniedza minētos pakalpojumus 14 viesnīcām Baltijas valstīs Dānijas uzņēmuma Rezidor Hotels ApS Denmark un Beļģijas uzņēmuma The Rezidor Hotel Group NV/SA vārdā.

Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 9.punktu tirgus dalībnieks ir jebkura persona (arī ārvalsts persona), kura veic vai gatavojas veikt saimniecisko darbību Latvijas teritorijā vai kuras darbība ietekmē vai var ietekmēt konkurenci Latvijas teritorijā. Ja tirgus dalībniekam vai vairākiem tirgus dalībniekiem kopā ir izšķiroša ietekme pār vienu tirgus dalībnieku vai vairākiem citiem tirgus dalībniekiem, tad visus tirgus dalībniekus var uzskatīt par vienu tirgus dalībnieku.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Konkurences padome konstatē, ka Rezidor Hotel Group, Rezidor Hotels ApS Denmark un SIA „Rezidor Baltics” uzskatāma par vienu tirgus dalībnieku Konkurences likuma 1.panta 9.punkta izpratnē, jo Rezidor Hotel Group īsteno izšķirošu ietekmi Rezidor Hotels ApS Denmark, kas savukārt īsteno izšķirošu ietekmi SIA „Rezidor Baltics”.

2.2. Saskaņā ar Konkurences padomes rīcībā esošo informāciju 01.06.2010. stājās spēkā pārvaldīšanas līgumi, kas noslēgti starp:

1) a/s „Viesnīca Latvija” un Rezidor Hotels ApS Denmark. „Reval Hotel Latvija” (kopš 2010.gada „Radisson Blu Hotel Latvija”) ir 4.kategorijas viesnīca;

2) SIA „Viesnīca Rīdzene” un Rezidor Hotels ApS Denmark. „Reval Hotel Rīdzene” (kopš 2010.gada „Radisson Blu Hotel Rīdzene”) ir 5.kategorijas viesnīca;

3) SIA „Elizabetes Centrs” un Rezidor Hotels ApS Denmark. „Reval Hotel Elizabete” (kopš 2010.gada „Radisson Blu Hotel Elizabete”) ir 4.kategorijas viesnīca.

Pirms Pārvaldīšanas līguma noslēgšanas Rezidor Hotel Group pārvaldīja vienu 5.kategorijas viesnīcu Rīgā – (Radisson SAS Daugava). Līgums par viesnīcas „Radisson SAS Daugava” (kopš 2010.gada „Radisson Blu Hotel Daugava” saskaņā ar VRC sniegto informāciju 2010.gadā pārsertificēta no 5. uz 4.kategoriju) pārvaldību starp tās īpašnieku SIA „Polar BEK Daugava” un „Radisson Hotel Corporation” noslēgts 11.11.1992. Tādējādi pēc Pārvaldīšanas līguma (līgumu) noslēgšanas viesnīcu operators Rezidor Hotel Group apsaimnieko četras viesnīcas Rīgā.

3. Par kritērijiem apvienošanās ziņojuma iesniegšanai

Konkurences likuma 15.panta otrā daļa nosaka, ka tirgus dalībnieki, kuri nolēmuši apvienoties kādā no šā panta pirmajā daļā paredzētajiem veidiem, pirms apvienošanās iesniedz Konkurences padomei pilnu ziņojumu, ja pastāv viens no šādiem nosacījumiem:

- 1) apvienošanās dalībnieku kopējais apgrozījums iepriekšējā finanšu gadā Latvijas teritorijā ir bijis ne mazāks par 25 miljoniem latu;
- 2) apvienošanās dalībnieku kopējā tirgus daļa konkrētajā tirgū pārsniedz 40 procentus.

4. Par apvienošanās dalībnieku apgrozījumu

Analizējot apvienošanās dalībnieku apgrozījumu 2009.gadā, Konkurences padome konstatēja:

- 1) SIA „Polar Bek Daugava” apgrozījums 3 512 184 Ls,
- 2) SIA „Elizabetes centrs” apgrozījums 2 399 015 Ls,
- 3) a/s „Viesnīca Latvija” apgrozījums 8 622 120 Ls,
- 4) SIA „Viesnīca Rīdzene” apgrozījums 1 368 565 Ls. Apvienošanās dalībnieku kopējais apgrozījums 2009.gadā bija 15 901 884 Ls, nesasniedzot Konkurences likuma 15.panta otrās daļas 1.punktā noteikto ziņojuma iesniegšanas kritēriju (25 miljoni latu).

5. Par apvienošanās dalībnieku kopējo tirgus daļu konkrētajā tirgū

5.1. Par konkrētā tirgus definējumu

Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 4.punktu konkrētais tirgus ir konkrētās preces tirgus, kas izvērtēts saistībā ar konkrēto ģeogrāfisko tirgu. Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 5.punktu konkrētās preces tirgus ir noteiktas preces tirgus, kurā ietverts arī to preču kopums, kuras var aizstāt šo noteikto precī konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū, ņemot vērā pieprasījuma un piedāvājuma aizstājamības faktoru, preču pazīmes un lietošanas īpašības. Konkurences likuma 1.panta 3.punktā noteikts, ka konkrētais ģeogrāfiskais tirgus ir ģeogrāfiskā teritorija, kurā konkurences apstākļi konkrētās preces tirgū ir pietiekami līdzīgi visiem šā tirgus dalībniekiem, un tādēļ šo teritoriju var nošķirt no citām teritorijām.

5.1.1. Konkrētās preces tirgus

Pārvaldīšanas līguma nosacījumi attiecas uz vienu 5.kategorijas viesnīcu („Reval Hotel Rīdzene”) un divām 4.kategorijas viesnīcām („Reval Hotel Latvija” un „Reval Hotel Elizabete”).

Lietas izpētes gaitā tika iegūta un apkopota informācija no SIA „Elizabetes centrs” (04.04.2011. vēstule Nr.01.3-7/2011), SIA „Viesnīca Rīdzene” (04.04.2011. vēstule Nr.01.3-8/2011), a/s „Viesnīca Latvija” (04.04.2011. vēstule Nr.01.3-14/2011), minētās vēstules saņemtas 04.04.2011., SIA „Polar BEK Daugava” 04.04.2011. un 06.04.2011. vēstules (minētās vēstules saņemtas 05.04.2011. un 07.04.2011.), kā arī citām komercsabiedrībām, kas sniedz viesnīcu pakalpojumus Rīgā, Jūrmalā, Rīgas reģionā, noskaidrojot nozares pārstāvju viedokli par viesnīcu savstarpējo aizvietojamību viesnīcām piešķirto kategoriju, ģeogrāfiskās atrašanās vietas u.c. informāciju².

5.1.1.1. Par viesnīcu savstarpējo aizvietojamību pēc piedāvāto pakalpojumu klāsta.

Konkurences padome lūdza viesnīcu pārstāvjiem sniegt viedokli, kuras kategorijas viesnīcas var tikt uzskatītas par savstarpēji aizvietojamām, ņemot vērā to piedāvātos pakalpojumus u.c.

² Informācija konkrētajā lietā saņemta no: SIA sporta centrs „Mežaparks” 11.05.2011. vēstule Nr.1-10/27, SIA „Liora S.I.” 09.05.2011. vēstule Nr.1, SIA „Biznesa Centrs „TOMO”” 12.05.2011. vēstule, SIA „Kristīne RR” 13.05.2011. vēstule Nr.39, SIA „Hanza Hotels” 13.05.2011. vēstule, SIA „Ērgļi Divi” 13.05.2011. vēstule Nr.1-05-01-2011, SIA „Resots” 13.05.2011. vēstule Nr.2011/05/13, SIA „LSPK” 13.05.2011. Nr.16/05/11-01, SIA „Kalēju iela 56” 13.05.2011. vēstule, Valsts aizsardzības militāro objektu un iepirkumu centra 16.05.2011. vēstule Nr.1-2566, SIA „Hotel Management services” 16.05.2011. vēstule Nr.DP-39/2011, SIA „Hotel Rīga” 13.05.2011. vēstule Nr.11/082, SIA „Viktorija International” 12.05.2011. vēstule, SIA „Bruņinieks MS” 18.05.2011. vēstule, SIA „Titul” 16.05.2011. vēstule, SIA „Welkom” 13.05.2011. vēstule, SIA „BBS-dizain” 15.05.2011. vēstule, SIA „Hotel Bellevue” 17.05.2011. vēstule, SIA „Semar Fin Let. Real Estate” 16.05.2011. vēstule Nr.S-3.1/11, SIA „Hotel Bergs” 18.05.2011. vēstule, SIA „BBH Investments” 27.05.2011. vēstule Nr.57, SIA „Elizabete Hotel” 31.05.2011. vēstule, SIA „Islande Hotel” 01.06.2011. vēstule Nr.2-3/84, SIA „Justina” vēstule (saņemta 03.06.2011.), VSIA „Nacionālais rehabilitācijas centrs „Vaivari”” 02.06.2011. vēstule Nr.1-14.2/256, SIA „Brauns” 12.05.2011. vēstule Nr.1/05-2011, a/s „Transporta informācijas aģentūra” 10.06.2011. vēstule Nr.D-11/681, SIA „Hotel Jūrmala SPA” 15.06.2011. vēstule Nr.11, SIA „Hotel Valdemārs” vēstule (saņemta 21.06.2011.), viesnīca „Edvarts” 20.06.2011. vēstule (FAX saņemts 21.06.2011.), viesnīca „Art Hotel Laine” 15.06.2011. vēstule, SIA „Minhauzena Unda” 17.06.2011. vēstule, SIA „Hotel Jūrnieks” 22.06.2011. vēstule, SIA „Olrigo” 27.06.2011. vēstule (pa faksu saņemta 28.06.2011.), SIA „Europa Group” (viesnīca Europa Royal Riga) 22.06.2011. vēstule Nr. I 220611-100, SIA „Fosteri” (viesnīca KERT) 22.06.2011. vēstule, SIA LWF viesnīca „Radi un Draugi” 27.06.2011. vēstule, SIA „Belkom” (Hotel Lielupe) 28.06.2011. vēstule Nr.3-1/12, SIA „Ķeizarmežs” 28.06.2011. vēstule Nr.01/39-2011, SIA „Balt Alliance” (viesnīca Baltvilla) 28.06.2011. vēstule Nr.1/4-56, SIA „Smukas” (viesnīca „Elīna”) 29.06.2011. vēstule, SIA „Hotel Grand Palace” 04.07.2011. vēstule, SIA „Park Hotel” (Maritim Park Hotel Rīga) 30.06.2011. vēstule Nr.61/2011, SIA „Edals” 06.07.2011. vēstule (FAX saņemts 06.07.2011.), SIA „BBF Consulting” (viesnīca „Days Hotel”) 11.07.2011. vēstule, SIA „Sigtur” (Hotel Segevold) 06.07.2011. vēstule, SIA „Garden Palace” („Garden Palace un „Royal Square Hotel & Suites”) vēstule (saņemta 14.07.2011.), SIA „Baltic Financial Investment Group” (Avalon Hotel) vēstule (saņemta 15.07.2011.), nodibinājums „Sanatorija Belarusija” 14.07.2011. vēstule Nr.1-15/450, SIA „VIA Jūrmala” (Amber Sea Hotel) 15.07.2011. vēstule, SIA „Metropole Hotel” 18.07.2011. vēstule, SIA „REHO” 21.07.2011. vēstule Nr.XLVII-İK-90-11, SIA „Viesis” 15.07.2011. vēstule Nr.03, SIA „Flai Paletē” 03.08.2011. vēstule (pa faksu saņemta 03.08.2011.), SIA „Karavella” 01.08.2011. vēstule Nr.Iz 1-1 Kar, SIA „Latlauva” (viesnīca „Medzābaki”) 20.06.2011. vēstule, SIA „Kembi” (viesnīca „Hotel ABC”) 28.06.2011. vēstule, „Slokas OK Hotel” 01.08.2011. vēstule (e-pasts).

1) apvienošanās procesā iesaistītie tirgus dalībnieki SIA „Elizabetes centrs”, SIA „Viesnīca Rīdzene”, a/s „Viesnīca Latvija” un SIA „Polar BEK Daugava” sniedza šādu informāciju:

- saskaņā ar ekspertu viedokļiem, kas tiek pausti industrijas žurnālos, visas sertificētās un nesertificētās naktsmītnes Latvijā tiek uzskatītas par konkurentiem,

- dažos gadījumos cena un piedāvātais komforta līmenis var būt izšķirošs. Ņemot vērā plašo ekonomisko recesiju viesnīcu tirgū Latvijā 2009. un 2010.gadā, 4. un 5.kategorijas viesnīcas turpina piedāvāt 3.kategorijas viesnīcu cenas. Kopumā tirgu var raksturot kā tādu, kurā pastāv ļoti sīva konkurence. Vairumam viesnīcu stratēģija ir vērsta uz pārdošanas apjomu palielināšanu. Līdz ar to šī brīža situācija tirgū rāda, ka cenu konkurence notiek starp visām viesu izmitināšanas vietām Latvijā, Rīgā un tās apkārtnē, t.sk. starp 3., 4. un 5.kategorijas viesnīcām,

- saskaņā ar „Reval Hotel Elizabete” statistikas datiem, ~ 53,7% („Reval Hotel Rīdzene” – 60,7%) („Reval Hotel Latvija – 54,9%) („Radisson Blu Daugava Hotel” – 40,86%) no visiem tās klientiem ir biznesa pārstāvji (individuāli un grupas) un ierēdņi, kuriem svarīgi rezervēt viesnīcu uz konkrētiem datumiem, tāpēc izšķirošā ir viesnīcas pieejamība rezervēšanas laikā. Šis ir vēl viens iemesls, kāpēc SIA „Elizabetes centrs” (arī SIA „Viesnīca Rīdzene”, a/s „Viesnīca Latvija” un SIA „Polar BEK Daugava” ieskatā) 3., 4. un 5.kategorijas viesnīcas ir savstarpēji aizstājamas. Lai arī iepriekš minētajām grupām parasti ir noteikta maksimālā pieļaujamā cena par viesnīcu, ko noteicis darba devējs, viesnīca parasti tiek izvēlēta, ņemot vērā citus apsvērumus, t.i. viesnīcas attālums no notikuma norises vietas, attālums no centra, pieejamība noteiktos datumos. Tādējādi lielākajai „Reval Hotel Elizabete” (arī SIA „Viesnīca Rīdzene”, a/s „Viesnīca Latvija” un SIA „Polar BEK Daugava”) klientu daļai cena nav noteicošais faktors, izvēloties naktsmītni,

- tirgus nevar tikt definēts, balstoties tikai uz piešķirto kategoriju (zvaigznēm). Saskaņā ar Latvijas tiesību aktiem klasifikācija pēc kategorijām (zvaigznēm) nav obligāta. Kategoriju (zvaigžņu) piešķiršana ir balstīta ne tikai uz sniegto pamatpakalpojumu veidiem, bet arī dažādiem citiem parametriem, kas nav saistīti ar sniegtajiem pamatpakalpojumiem. Piemēram, viesnīca „Albert Hotel” pilnīgi noteikti ir mūsu konkurents un ievērojams tirgus dalībnieks, tomēr šī viesnīca nav klasificēta atbilstoši viesnīcu kategorijām (zvaigznēm),

- ir zemākas kategorijas sertificētas viesnīcas, kurām, piemēram, ir 3 zvaigznes, bet, kas sniedz tieši tādus pašus pamatpakalpojumus kā Radisson viesnīcas. Ņemot vērā minēto, tirgus nevar tikt definēts, balstoties tikai uz viesnīcu kategorijām,

- mūsaprāt, arī Rīgas pilsētas teritorija nevar tikt uzskatīta par atbilstošu tirgu, jo jebkurš tūrists, kas apmeklē Latviju, var būt mūsu potenciālais

klients. Tas ir atkarīgs no katra ceļotāja/patērētāja izvēles, ko nosaka viņa personīgie motīvi. Līdz ar to arī naktsmītnes ģeogrāfiskais izvietojums vien nevar būt par pamatu, lai definētu tirgu,

- viens no noteicošajiem kritērijiem ir patērētāja izvēles brīvība. Patērētājiem ir pieejama detalizēta informācija par visu viesnīcu piedāvājumiem, ko patērētāji var ļoti vienkārši salīdzināt, lai izdarītu izvēli. Piemēram, tiešsaistē Internetā pieejamais ceļojumu aģents Booking.com attiecībā uz Rīgu piedāvā 127 viesnīcas, no kurām patērētājs var izvēlēties sev tīkamāko,

- Radisson viesnīcas nodrošina trīs pamatpakalpojumus. Tirgus un konkurence attiecībā uz šiem trim pamatpakalpojumiem var tikt raksturota šādi:

- naktsmītnes – potenciālais pircējs šajā daļā ir jebkurš iekšzemes/ārvalstu tūrists, kas meklē naktsmītni Latvijā. Līdz ar to aptuveno tirgus daļu var noteikt, ņemot vērā kopējo tūristu skaitu un izdalot to ar pieejamo numuru skaitu. Par konkurentu var uzskatīt ikvienu, kas piedāvā naktsmītni – viesnīcas, hosteļi, moteļi, izīrējamie dzīvokļi u.c.,

- pārtika un dzērieni – potenciālais pircējs šajā daļā varētu būt ikviens iekšzemes/ārvalstu tūrists un patērētājs, kas vēlas ieturēt maltīti ārpus mājas. Par konkurentu var uzskatīt ikvienu restorānu, bāru, kafejnīcu un bistro, kas nodrošina ēdināšanas pakalpojumus,

- konferences un banketi – potenciālais pircējs šajā daļā varētu būt ikviens iekšzemes, ārvalstu pircējs, kas meklē telpas pasākumam, konferencei, banketam vai izstādei. Par konkurentu var uzskatīt ikvienu mākslas galeriju, izstāžu zāli, konferenču centru un citu īpašumu, kurā tiek piedāvātas telpas šādiem pasākumiem,

- ņemot vērā minēto, tirgus noteikšanas nolūkos jāņem vērā visi šie faktori. Tirgu nevar noteikt, par pamatu ņemot tikai tūrista galamērķi vai viesnīcai piešķirto kategoriju (zvaigznes), jo šie rādītāji nesniedz patieso informāciju par tirgu un tirgus daļām.

2) tirgus dalībnieki (komercsabiedrības), kas darbojas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū, sniedza šādu viedokli:

- 1) viesnīca „Mežaparks” ir daļa no Nacionālās valsts sporta bāzes „Mežaparks” kompleksa. Var uzskatīt, ka Rīgas pilsētā bez viesnīcas „Mežaparks” tāda paša tipa komplekss ir vēl tikai „Ķeizarmežs”. Tā kā viesnīca „Mežaparks” atrodas Ķīšezera krastā, taču no pilsētas tikai 10 minūšu attālumā, Rīgas pilsētā viesnīca „Mežaparks” nav aizvietojama ar nevienu citu viesnīcu dēļ savas ģeogrāfiskās atrašanās vietas (SIA „Mežaparks”),

- 2) par savstarpēji aizvietojamām var tikt uzskatītas viesnīcas ar tādu pašu zvaigžņu kategoriju (vai augstāku) un tādu pašu izvietojumu, vai labāku, izskatot tūrisma aģentūras pieprasījumu (SIA „Biznesa Centrs „TOMO””),

- 3) 3 zvaigžņu, 4 zvaigžņu un 5 zvaigžņu viesnīcas var būt uzskatāmas par savstarpēji aizvietojamām, ņemot vērā piedāvātos pakalpojumus, piemēram, konferenču rīkošana, ēdināšana, SPA pakalpojumi (SIA „Kristīne RR”),
- 4) ņemot vērā viesnīcu piedāvātos pakalpojumus un to kategorijas, savstarpēji aizvietojamās ir vienādus pakalpojumus piedāvājošas vai vienas kategorijas viesnīcas. Viesnīcas izvēli izdara klients un katram klientam var būt savs viedoklis par to, kuras viesnīcas un kāpēc ir savstarpēji aizvietojamās (SIA „Hanza Hotels”),
- 5) Latvijā ir ļoti stabila un arī korekta viesnīcu sertifikācija, līdz ar to lielākā daļa 4 zvaigžņu viesnīcu var uzskatīt par savstarpēji aizvietojamām savā segmentā, to pašu var attiecināt par katru segmentu, t.i., 3 un 5 zvaigžņu segmentā, ir jāņem vērā tikai istabu skaits un atrašanās vieta (SIA „Ērgļi Divi”),
- 6) nevienu kategoriju nevar aizvietot ar citu, jo ir standarti, kuri neatļauj to veikt (SIA „Kalēju iela 56”),
- 7) par aizvietojamām ir uzskatāmas viesnīcas, kam ir vienāds vai līdzīgs klasifikācijas līmenis (piemēram, 4 zvaigžņu), kā arī līdzīgs izvietojums (piemēram, Vecrīga, Klusais centrs, Centrs u.c.) (SIA „Hotel Management services”),
- 8) ņemot vērā to, ka 4.kategorijas viesnīcai ir noteiktas konkrētas prasības, kas nepieciešamas attiecīgās kategorijas viesnīcai, to nepieciešamības gadījumā var aizstāt ar tādas pašas vai augstākas kategorijas viesnīcu (SIA „Hotel Rīga”),
- 9) par savstarpēji aizvietojamām viesnīcām ir uzskatītas tās viesnīcas, kurām ir tāds pats klasifikācijas līmenis, un tie paši piedāvātie pakalpojumi (līdzīgi numuri, brokastu piedāvājums u.c.). Viesnīca „City Hotel Bruņinieks” ir aizvietoama ar viesnīcām „Alberts”, „Tia”, „Skanstes” viesnīca vai augstākas klases viesnīcas (SIA „Bruņinieks MS”),
- 10) vienādu kategoriju (mūsu gadījumā 3 zvaigžņu) ir savstarpēji aizvietojamās (SIA „Titul”),
- 11) ņemot vērā piedāvātos pakalpojumus, līdzīgu komforta līmeni un cenu, par savstarpēji aizvietojamām var uzskatīt 3 un 4 zvaigžņu un attiecīgi 4 un 5 zvaigžņu viesnīcas (SIA „BBS-dizain”),
- 12) par savstarpēji aizvietojamām uzskatāmas tās 3 līdz 5 zvaigžņu viesnīcas, kas spēj piedāvāt viesiem atbilstošu servisu un pakalpojumus noteiktā cenu līmenī, balstoties uz tirgus situāciju un klientu vēlmēm (SIA „Hotel Bellevue”),
- 13) par savstarpēji aizvietojamām viesnīcām uzskatāmas viesnīcas, kas ir attiecīgajā kategorijā (piemēram, 3. un 4.kategorijas, 4. un 5.kategorijas) un spēj viesiem piedāvāt atbilstošu servisu un pakalpojumus, uzņēmuma iekšienē noteiktā cenu līmenī (SIA „Hotel Bergs”),
- 14) uzskatām, ka izskatot jautājumu par savstarpēji aizvietojamām

viesnīcām, galvenokārt jāvadās pēc viesnīcas kategorijas. Līdz ar to – noteiktas kategorijas viesnīca ir aizvietojama tikai ar tās pašas kategorijas viesnīcu (SIA „BBH Investments”),

15) 3.kategorijas viesnīcas ir daļēji aizvietojamas ar 4.kategorijas viesnīcām, savukārt 4.kategorijas – ar 5.kategorijas viesnīcām (SIA „Elizabete Hotel”),

16) par savstarpēji aizvietojamām viesnīcām var uzskatīt tādas pašas kategorijas viesnīcas, jo to sniegtie pakalpojumi ir līdzīgi vai tādi paši pēc viesnīcu standarta pamatprasību noteikumiem (veidoti saskaņā ar Latvijas standartu) (SIA „Islande Hotel”),

17) 3 un 4 zvaigžņu viesnīcas, jo viesnīcas, piederošas pie šīm kategorijām, piedāvā līdzīgus numuru tipus, kā arī cenas par izmitināšanu ir līdzīgas (SIA „Justina”),

18) savstarpēji aizvietojamas ir 3 zvaigžņu un 2 zvaigžņu viesnīcas (valsts SIA „Nacionālais rehabilitācijas centrs Vaivari”),

19) savstarpēji aizvietojamas ir vienādas kategorijas viesnīcas, kā arī zemākas kategorijas viesnīcas ir aizvietojamas ar augstākas kategorijas viesnīcām, jo viesnīcas klientiem ir jānodrošina ne zemāka līmeņa serviss un pakalpojumu klāsts par apstiprināto, Ja tiek piedāvāta augstāka kategorija, tas kalpo kā papildus bonuss sakarā ar nepieciešamību aizvietot viesnīcu (a/s „Transporta informācijas aģentūra”);

20) savstarpēji aizvietojamas varētu būt 3 zvaigžņu viesnīcas ar 4 zvaigžņu viesnīcām, kā arī 4 zvaigžņu viesnīcas ar 5 zvaigžņu viesnīcām, tā kā cenu atšķirība starp kategorijām bieži vien ir ļoti minimāla, bet servisa līmenis augstākas kategorijas viesnīcām ir labāks. Šis fakts gan attiecas uz viesnīcām, kas atrodas savstarpēji netālu (Rīga – Jūrmala, piemēram) (SIA „Hotel Jūrmala SPA”);

21) savstarpēji aizvietojamas viesnīcas ir vienas kategorijas (pēc viesnīcai piešķirto zvaigžņu skaita) viesnīcas, bet būtisks apstāklis ir viesnīcas atrašanās vieta – tām jāatrodas daudz maz (1 km rādiusā) vienādā lokācijā, lai tās būtu savstarpēji aizvietojamas (SIA „Hotel Valdemārs”);

22) 4 zvaigžņu viesnīca var būt aizvietojama ar 3 zvaigžņu viesnīcu, 5 zvaigžņu viesnīca var būt aizvietojama ar 4 zvaigžņu viesnīcu (viesnīca „Edvarts”);

23) pēc būtības savstarpēji aizvietot vienu viesnīcu ar citu var tikai vienas kategorijas ietvaros. Ja ir pieprasīts 5 zvaigžņu līmenis, tad zemāks nav pieļaujams, otrā virzienā tas būtu pieļaujams bez papildus samaksas (viesnīca „Art Hotel Laine”);

24) pamatojoties uz to, ka 1 un 2 kategorijas viesnīcām, kā arī 3 un 4 kategorijas viesnīcām ir izvirzītas salīdzinoši vienādas prasības sniegto pakalpojumu klāstam, par savstarpēji aizvietojamām tiek uzskatītas 1 un 2, kā arī 3 un 4 kategorijas viesnīcas (SIA „Minhauzena Unda”);

25) par savstarpēji aizvietojamām, mūsdiā, var būt tās 3 zvaigžņu

- viesnīcas, kam LVRC³ ir izsniedzis sertifikātu (SIA „Olrigo”);
- 26) ņemot vērā patreizējo cenu līmeni un vispārējo situāciju viesmīlības nozarē Latvijā, uzskatām, ka viesnīcas var uzskatīt par savstarpēji aizvietojamām, ja zvaigžņu līmenis atšķiras par 1 zvaigzni (t.i., par savstarpēji aizvietojamām var uzskatīt 5 un 4 zvaigžņu vai 4 un 3 zvaigžņu viesnīcas utt). Salīdzinot tādas viesnīcas var novērot, ka cenu un pakalpojumu klāsts/kvalitāte atšķiras nebūtiski un līdz ar to klientu izvēli katrā konkrētajā gadījumā nosaka nevis formāla piederība zvaigžņu segmentam, bet cena un viesnīcas specifiskās īpašības (SIA „Europa Group”);
- 27) par pamatoti aizvietojamām uzskatāmas 3.kategorijas viesnīcas (SIA „Fosteri”);
- 28) aizvietot vajadzētu konkrēti pa kategorijām piederošās viesnīcas: no 3 uz 3 zvaigznēm, no 4 uz 4 zvaigznēm utt. (SIA LWF viesnīca „Radi un Draugi”);
- 29) saskaņā ar LVRA viesnīcu iedalījumu, kas atkarīgs no sniegto pakalpojumu klāsta, viesnīca „Lielupe” ir „kūrortviesnīca” – tūristu mītne ar viesnīcai raksturīgo infrastruktūru, kurā sniedz dziedniecības, rehabilitācijas vai rekreācijas pakalpojumus. Kūrortviesnīcas tradicionāli tiek iekārtotas apvidos ar dabiskiem dziedniecības faktoriem (labvēlīgs klimats, minerālūdeņi), vai arī vietās, kur izveidota atbilstoša infrastruktūra, daļa no kūrortviesnīcām darbojas kā sezonas viesnīcas (SIA „Belkom”);
- 30) par savstarpēji aizvietojamu viesnīcu uzskatāma viesnīca „Mežaparks”, kuras noteicošā loma ir salīdzinoši īsā distance, lokalizācijas vieta un ekoloģiski tīrā apkārtējā vide (SIA „Ķeizarmežs”);
- 31) viesnīcas var tikt aizvietotas, ja tās atrodas vienā reģionā – vietā, kur klients ir nolēmis apmesties + klienta vēlmēm nepieciešamais viesnīcas standarts (3 vai 4 zvaigžņu viesnīca), nozīmīgs ir faktors, kādu cenu klients vēlas maksāt par dzīvošanu viesnīcā, klients var atkāpties no zināma servisa līmeņa, lai iekļautos savā paredzētajā tāmē (SIA „Balt Aliance”);
- 32) savstarpēji aizvietojamās varētu būt 2. un 3.kategorijas viesnīcas (SIA „Smukas”);
- 33) par savstarpēji aizvietojamām var uzskatīt vienas un tās pašas kategorijas viesnīcas, kas tirgū piedāvā līdzīgu pakalpojumu klāstu un savu darbību balsta uz vieniem un tiem pašiem viesnīcu standartiem. Tāpat var aizvietot arī zemākas kategorijas viesnīcu ar augstākas kategorijas, bet ne otrādi. Viesis, kas vēlas iegādāties noteiktas kategorijas viesnīcas numuru, izvēles procesā noteikti aplūkos šīs konkrētās kategorijas sarakstā esošās viesnīcas, jo viņš skaidri zina, kas ir vajadzīgs, un kādu cenu viņš par to ir gatavs maksāt. Atsevišķos gadījumos kāda 4.zvaigžņu viesnīca var būt

³ SIA “Viesnīcu un restorānu centrs” (VRC)

kvalitatīvāka nekā 5 zvaigžņu viesnīca, bet to lielākoties zina tikai šīs industrijas profesionāļi, kas apseko savus konkurentus un pēta viņu produktu, tomēr viesim noteicošākais ir viesnīcas kategorija (SIA „Hotel Grand Palace”);

34) par savstarpēji aizvietojamām tiek uzskatītas vienā vai augstākā kategorijā esošas viesnīcas. Tā kā viesnīcai Maritim Park Hotel Rīga ir piešķirtas 4 zvaigznes, tad visas viesnīcas, kas atrodas Rīgā, un kurām piešķirtas 4 vai 5 zvaigznes, neatkarīgi no piedāvāto pakalpojumu klāsta un apstākļiem, ir uzskatāmas par savstarpēji aizvietojamām (SIA „Park Hotel”);

35) par savstarpēji aizvietojamām viesnīcām uzskatāmas 3 zvaigžņu viesnīcas, kas atrodas ārpus Vecrīgas, Rīgas centrā vai 5 km attālumā no Rīgas vēsturiskā centra. Piedāvā viesiem vismaz 30 viesu istabas ar atsevišķām vannas istabām (SIA „Edals”);

36) norāda, ka par savstarpēji aizvietojamām viesnīcām, ņemot vērā vispārējo pasaules praksi, var uzskatīt tādas viesnīcas, kuru servisa līmenis un sertificēto zvaigžņu kategorija ir vienāda (SIA „BBF Consulting”);

37) par savstarpēji aizvietojamu var būt jebkura viesnīca, kura spēj apmierināt klienta prasības (SIA „Sigtur”);

38) par savstarpēji aizvietojamām var uzskatīt tādas viesnīcas, kuras ir ne tikai sertificētas vienā kategorijā pēc viesnīcu klasifikācijas standarta, bet arī ir līdzvērtīgas numuru skaita, interjera un iekārtojuma, atrašanās vietas, papildus ēdināšanas u.c. pakalpojumu sniegšanas ziņā. Tikai vienas kategorijas viesnīcas var būt aizvietojamās, ja to pieņem kā sinonīmu vārdam – līdzvērtīgs (SIA „Garden Palace”);

39) par savstarpēji aizvietojamām uzskatām līdzvērtīgas, t.i. 4 zvaigžņu viesnīcas (SIA „Baltic Financial Investment Group”);

40) nodibinājums „Sanatorija Belarusija” sevi pozicionē kā sanatoriju, kas sniedz ārstnieciskos rehabilitācijas un medicīniskos pakalpojumus, tikai nebūtiskā daļā, darbojoties kā kūrortviesnīca, un tādējādi uzskata, ka šo pakalpojumu savstarpēji aizvietot var ar jebkuras viesnīcas pakalpojumiem (nodibinājums „Sanatorija Belarusija”);

41) savstarpēji aizvietojamās var būt vienādas kategorijas viesnīcas, piemēram, ja viesnīcā vairs nav brīvu numuru, bet tiek saņemta rezervācija, viesnīcas pienākums ir nodrošināt klientam tādas pašas vai augstākas kategorijas viesnīcu tai pašā reģionā, Jūrmalā (SIA „VIA Jūrmala”);

42) savstarpēji aizvietojamās viesnīcas var būt tikai savstarpēji atbilstošas kategorijas viesnīcas, vai citas kategorijas, ja puses vienojas (SIA „Metropole Hotel”);

43) savstarpēji līdzīgas ir 3 un 4 zvaigžņu viesnīcas, jo līdzīgi ir to piedāvātie pakalpojumi (SIA „REHO”);

44) par savstarpēji aizvietojamām var uzskatīt viesnīcas, kas piedāvā līdzīgu pakalpojumu klāstu (SIA „Flai Palette”);

45) viesnīca Karavella pamatā apkalpo klientus, kas ir ieradušies Rīgā ar lietišķiem mērķiem vai atpūtas braucienos uz nedēļas nogali. Nevaram pilnīgi un pamatoti sniegt atbildi par viesnīcu savstarpējo aizvietojamību (Karavella Hotel);

46) par savstarpēji aizvietojamām nevar uzskatīt dažādu kategoriju viesnīcas (SIA „Latlauva”);

47) Rīgā, ņemot vērā to, cik tuvu ir lidosta attālumā no centra, esam tai pat segmentā kā centra viesnīcas, atšķiramies ar to, ka esam klusākā vietā (SIA „Kempi”);

48) savstarpēji aizvietojamās viesnīcas ir tās, kas atbilst attiecīgiem standartiem, un papildus pakalpojumi ir katras viesnīcas ziņā („Slokas OK Hotel”).

Apkopojot un analizējot komercsabiedrību (t.sk. lietas dalībnieku), kas darbojas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū, sniegtos viedokļus par viesnīcu savstarpējo aizvietojamību, ņemot vērā to piedāvātos pakalpojumus u.c., konkrētās lietas ietvaros, Konkurences padome konstatēja:

1) jo augstākas kategorijas viesnīca, jo vairāk papildu pakalpojumu saviem klientiem tā piedāvā,

2) par savstarpēji aizvietojamām pamatā ir uzskatāmas vienas un tās pašas kategorijas viesnīcas, piemēram, 3 zvaigžņu viesnīca var būt aizvietojava ar citu 3 zvaigžņu viesnīcu, jo minētās kategorijas viesnīcas piedāvā līdzīgu pakalpojumu klāstu saskaņā ar noteiktajām sertifikācijas prasībām,

3) daļa viesnīcu apsaimniekotāju uzskata, ka būtiskākās atšķirības starp dažādu kategoriju viesnīcām veido nevis to piedāvāto pakalpojumu daudzveidība, bet gan šo pakalpojumu kvalitāte, apkalpojošā personāla profesionalitāte u.c.

4) attiecībā uz dažādu kategoriju viesnīcu aizvietojamību viesnīcu apsaimniekotāji daļā atbildēs norādījuši, ka viesnīcas ir aizvietojava vienas kategorijas ietvaros, daļa kā aizvietojava norādījuši 3. un 4.kategorijas viesnīcas, neliela daļa norādīja gan uz 3. un 4.kategorijas, gan 4. un 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu aizvietojamību.

5.1.1.2. Par viesnīcu numuru cenu atšķirībām starp dažādu kategoriju viesnīcām.

1) SIA „Elizabetes centrs”, SIA „Viesnīca Rīdzene”, a/s „Viesnīca Latvija” un SIA „Polar BEK Daugava” sniedza šādu informāciju:

Cenas var atšķirties gan atkarībā no sezonālātes un pieprasījuma, gan dažādām noieta veicināšanas kampaņām. Līdz ar to cenu atšķirībām (procentos) nav ierobežojumu. Piemēram, zemākās un augstākās publicētās

cenu atšķirības standarta numuram 2009.gadā:

- 3 zvaigžņu viesnīcā: no LVL 18 (zemākā) līdz LVL 50 (augstākā), vidējā cena LVL 34 (atšķirība starp vidējo cenu 3 zvaigžņu viesnīcā un 4 zvaigžņu viesnīcā: 54,4%),

- 4 zvaigžņu viesnīcā: no LVL 25 (zemākā) līdz LVL 80 (augstākā), vidējā cena LVL 52,5 (atšķirība starp vidējo cenu 3 zvaigžņu viesnīcā un 5 zvaigžņu viesnīcā: 148,5%),

- 5 zvaigžņu viesnīcā: no LVL 46 (zemākā) līdz LVL 123 (augstākā), vidējā cena LVL 84,5 (atšķirība starp vidējo cenu 4 zvaigžņu viesnīcā un 5 zvaigžņu viesnīcā 60,9%);

2010.gadā:

- 3 zvaigžņu viesnīcā: no LVL 20 (zemākā) līdz LVL 55 (augstākā), vidējā cena LVL 37,5 (atšķirība starp vidējo cenu 3 zvaigžņu viesnīcā un 4 zvaigžņu viesnīcā: 58,6%),

- 4 zvaigžņu viesnīcā: no LVL 31 (zemākā) līdz LVL 88 (augstākā), vidējā cena LVL 59,5 (atšķirība starp vidējo cenu 3 zvaigžņu viesnīcā un 5 zvaigžņu viesnīcā: 149,3%),

- 5 zvaigžņu viesnīcā: no LVL 51 (zemākā) līdz LVL 136 (augstākā), vidējā cena LVL 93,5 (atšķirība starp vidējo cenu 4 zvaigžņu viesnīcā un 5 zvaigžņu viesnīcā 57,1%).

2) komercsabiedrības, kas darbojas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū, sniedza šādu informāciju:

1) vidēji 5 zvaigžņu viesnīcas cenas ir 140-150 EUR, 4 zvaigžņu - 70-75 EUR, 3 zvaigžņu - 50-60 EUR. Lielākās atšķirības cenā starp 5 un 4 zvaigžņu viesnīcām ir 500%, mazākā ir 0%. Lielākās atšķirības cenā starp 4 zvaigžņu un 3 zvaigžņu viesnīcām ir 400%, mazākā - 40% (3 zvaigžņu viesnīcas cena var būt augstāka par 4 zvaigžņu viesnīcas cenu) (SIA „Hanza Hotels”),

2) informāciju par cenu svārstībām, kā arī par cenu atšķirību proporcionāli viesnīcas zvaigžņu līmenim ir ļoti grūti noteikt, jo katra viesnīca izvēlas savu cenu veidošanas politiku. Cenu atšķirība starp 3 un 4 zvaigžņu grupas viesnīcām ir minimāla, tie var būt kādi 10-15%, bet starp 4 un 5 zvaigžņu šis skaitlis varētu būt lielāks un sastādīt 70-100-200% (SIA „Ērgļi Divi”),

3) cenas mainās katru dienu vai periodiski, atkarībā no viesnīcas pārdošanas politikas (SIA „Hotel Management Services”),

4) 3 un 4 zvaigžņu viesnīcu cenas atšķiras minimāli par 50% (SIA „Viktorija International”),

5) 3 un 4 zvaigžņu viesnīcām cenu atšķirība ir tuvu pie 25% (nesezonā) līdz 40% (sezonas laikā) (SIA „Bruņinieks MS”),

6) pamatojoties uz publiski pieejamo informāciju – vidējās viesnīcu numuru cenu atšķirības starp 3. un 4.kategorijas viesnīcām sastāda 15%, starp 4. un 5.kategorijas viesnīcām – 18% (SIA „Elizabete Hotel”),

- 7) salīdzinot 3 un 4 zvaigžņu viesnīcu cenas par izmitināšanu, tika konstatēta cenu atšķirība 5-15% (SIA „Justina”),
- 8) cenu atšķirības starp dažādu kategoriju viesnīcām dažādos laika periodos ir atšķirīgas. Ziemas sezonā, kā arī mazāk pieprasītos datumos vasaras sezonā starp 3. un 4.kategorijām bieži nav nekāda atšķirība (0%). Vasaras pieprasītos laika periodos atšķirība ~ 0-60% (a/s „Transporta informācijas aģentūra”);
- 9) numuru cenas jūnija mēnesī starp kategorijām atšķiras: ~ par 30% 3 un 4 zvaigžņu viesnīcām, un vidēji par 100% 4 un 5 zvaigžņu viesnīcām (SIA „Hotel Jūrmala SPA”);
- 10) atšķirība starp 4 un 5 zvaigžņu viesnīcu istabu pārdošanās cenām ir minimāla (1-3%) vai atšķirības nav. Atšķirības cenās ir vērojamas 3. un 5.kategoriju viesnīcu istabu pārdošanas cenās, visbiežāk cenas atšķirību nosaka attiecīgo viesnīcu atpazīstamība – piederība pazīstamai viesnīcu ķēdei (SIA „Hotel Valdemārs”);
- 11) viesnīcu kategorijas cenu atšķirības ir 10-30% atkarībā no sezonas un noslojuma (viesnīca „Edvards”);
- 12) viesnīcu numuru atšķirības starp dažādām kategorijām var atšķirties 30-80% (SIA „Foster”);
- 13) cena veidojas: no pašizmaksas, no pakalpojumu klāsta, ko piedāvā viesnīca, no sezonas, no viesnīcas attāluma no aktivitātēm un pasākumiem, no viesu pieprasījuma (SIA „Belkom”),
- 14) 4 zvaigžņu viesnīcu numuru cenas Rīgā var svārstīties 35-150 Ls par divvietīgu numuru. Viesnīca var būt ar augstiem standartiem, izsmalcinātu dizainu, taču 5 zvaigžņu kategorija tiek piešķirta viesnīcai ar baseinu, tāpēc cena var svārstīties lielā amplitūdā atkarībā no tā, kur viesnīca atrodas, noslodzes: Vecrīgā vai ārpus Rīgas centra, dizaina, viesnīcas popularitātes, esošo sadarbības partneru skaita, papildus pakalpojumiem (SIA „Balt Alliance”);
- 15) starp viesnīcu „Elīna” un 4., 5.kategorijas viesnīcām cenas ir 2 -3 reizes lielākas (SIA „Smukas”);
- 16) atšķirības starp dažādu kategoriju viesnīcu numuru cenām var būt 0-40%. Tas ir gan 4. un 5.kategorijas, gan 3. un 4.kategorijas, gan arī 2. un 3.kategorijas viesnīcām. Mūsdienās tirgū esošās viesnīcas ir ļoti atšķirīgas (dizains, atrašanās vieta, piedāvātie pakalpojumi, piederība kādai prestižai aliansei vai viesnīcu grupai utt.), tāpēc arī to numuru cenu amplitūda var variēt ļoti lielās robežās (SIA „Hotel Grand Palace”);
- 17) cenu atšķirības nav atkarīgas no viesnīcas kategorijas, tāpēc salīdzināt vai nosaukt jebkādu lielumu procentos, manuprāt, nav iespējams (SIA „Park Hotel”);
- 18) norāda, ka nevar standartizēt cenu atšķirības (SIA „BBF Consulting”),
- 19) pēc mūsu domām, mazāka atšķirība ir starp 3 un 4 zvaigžņu viesnīcu cenām, nekā 4 un 5 zvaigžņu viesnīcu cenām (SIA „REHO”);

20) viesnīcu numuru cenu atšķirībai starp dažādu viesnīcu kategorijām jābūt minimāli 20 un maksimāli 40% (SIA „Viesis”);

21) viesnīcu cenu politika mainās katru dienu, atkarībā no brīvo istabu skaita u.c.faktoriem. Istabas cena atkarīga arī no tā, vai tas ir standarta numurs vai uzlabotais (SIA „Flai Palette”);

22) ņemot vērā 2-istabu numuriņu 3. un 4.kategorijas viesnīcā, ir saprotams, ka uz šo brīdi vidējās viesnīcu numuru cenu atšķirības ir 10-15% (SIA „Karavella Hotel”).

Apkopojot un analizējot aptaujāto komercsabiedrību, kas darbojas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū, sniegtos viedokļus konkrētās lietas ietvaros, Konkurences padome konstatēja, ka numuru cenu atšķirības dažādu kategoriju viesnīcām ir atkarīgas no dažādiem faktoriem, piemēram:

1) cena pamatā ir atkarīga no viesnīcas kategorijas – jo augstāka kategorija, jo lielāka cena par numuru;

2) vienlaikus to var iespaidot citi faktori:

- sezonas laikā (vasaras periodā) cenu atšķirība ir lielāka nekā nesezonas periodā (ziemā);

- katras konkrētās viesnīcas pakalpojumu pārdošanas politikas, kas katrai viesnīcai ir atšķirīga, t.sk. akcijas.

- bieži cenas atšķirību nosaka attiecīgo viesnīcu atpazīstamība, t.i., piederība pazīstamai viesnīcu ķēdei,

- konkrētas viesnīcas atrašanās vietas (ja 3 zvaigžņu viesnīcai ir laba atrašanās vieta un labs papildu serviss, tā var būt dārgāka nekā 4 zvaigžņu viesnīca), papildu pakalpojumiem, noslodzes, viesnīcas popularitātes u.c.,

3) analizējot sniegto viedokli konstatējams, ka numuru vidējo cenu atšķirības starp 3.un 4.kategorijas viesnīcām vidēji ir mazākas, nekā starp 4. un 5.kategorijas viesnīcām. Vienlaikus vidējās numuriņu cenas ir lielākas par 50% gan 3. un 4.kategorijai, gan 4. un 5.kategorijai.

5.1.1.3. Par būtiskākajām atšķirībām starp dažādu kategoriju viesnīcām, ņemot vērā sniegtos papildu pakalpojumus u.c.

Tirgus dalībnieki, kas darbojas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas konkrētajā tirgū, sniedza šādu informāciju:

1) būtiskākās atšķirības starp 4-5 zvaigžņu un 2-3 zvaigžņu viesnīcām ir papildus piedāvātais pakalpojumu klāsts, sākot no baseinu un fitnesa apmeklējumiem līdz pat SPA centra, skaistumkopšanas salona un līdzvērtīgiem luksusa pakalpojumiem (SIA „Mežaparks”),

2) būtiskākās atšķirības starp dažādu kategoriju viesnīcām var būt: tajās piedāvāto pakalpojumu klāstā (ir/nav restorāns, ir/nav SPA, ir/nav baseins, ir/nav konferenču zāle u.c.), viesnīcā veiktajos ieguldījumos (istabu,

vannasistabu, sabiedrisko telpu aprīkojuma kvalitāte, grīdas segumu, mākslas priekšmetu u.c. elementu kvalitāte), istabu lielums, kondicionieru esamība (3 zvaigžņu viesnīcā pieļaujama to neesamība, 4, 5 zvaigžņu kategorijā tā ir būtiska prasība), servisa un apkalpošanas standarts (SIA „Hanza Hotels”),

3) galvenā konkurence šobrīd notiek starp 3 un 4 zvaigžņu viesnīcām, 4 zvaigžņu viesnīcas galvenokārt ir pielāgotas biznesa ceļotāju vajadzībām, bet, ņemot vērā cenu politiku, šis 4 zvaigžņu segments kļuvis pieejams arī tūristiem. 4 zvaigžņu viesnīcās ir pieejami gan konferenču centri, gan dažādi papildus pakalpojumi, kuri ne vienmēr ir pieejami zemāku kategoriju viesnīcās (SIA „Ērgļi Divi”),

4) atšķirības starp viesnīcu kategorijām vislabāk noteikt, izmantojot Latvijas standartu „Viesu izmitināšanas un apkalpošanas mītnes. Viesnīcas.” Katra viesnīca cenšas piesaistīt savu klientu ar īpašu pievienoto vērtību (konferenču zāles, SPA centri, boulingi, saunas, restorāni, vasaras terases u.c.) (SIA „Hotel Management Services”),

5) 3 un 4 zvaigžņu viesnīcas atšķiras ar to, ka 3 zvaigžņu viesnīcai nav obligāts restorāns, SPA salons, frizētava, mini bāri numuros, fēns, gludeklis u.c. (SIA „Viktorija International”)

6) būtiskākās atšķirības 3 un 4 zvaigžņu viesnīcām: komforts, personāla izskats, dizains, numuru lielums, pieejamais „room service”, baseins un treniņu zāle u.c. (SIA „Bruņinieks MS”),

7) „NB Hotel” piedāvā bezmaksas stāvlaukumu, brokastis, restorāna pakalpojumus, bāru, biljardu, „A1” – bāru, brokastis, biljardu. Augstāku kategoriju viesnīcas piedāvā SPA pakalpojumus, pirtis, baseinus (SIA „Titul”),

8) kategorijai pieaugot, numuru platības ir lielākas, plašāks pakalpojumu klāsts un augstāks servisa līmenis, ekskluzīvāks interjers, dizains, gultas veļa, labāks telpu labiekārtojums un tehniskās apkopes līmenis (SIA „Welkom”),

9) Latvijas valsts standartos ir sīki un smalki definēti būtiskākie punkti, kas dod iespēju viesnīcai pretendēt uz vienu vai otru kategoriju. Īsumā kategorijas atšķiras ar piedāvāto pakalpojumu klāstu un komforta līmeni tajās (SIA „BBS-dizain”),

10) visas būtiskākās atšķirības starp 4. un 5.kategorijas u.c. sertificētām viesnīcām ir atrodamas LVRA mājas lapā (SIA „Hotel Bellevue”),

11) standarta prasības 3.kategorijas viesnīcai, 4.kategorijas viesnīcai (SIA „Semar Fin Let. Real Estate”),

12) visas būtiskākās atšķirības starp 4 un 5 zvaigžņu u.c. sertificētām viesnīcām ir atrodamas LVRA mājas lapā (SIA „Hotel Bergs”),

13) visbūtiskākā atšķirība starp dažādu kategoriju viesnīcām ir piedāvāto pakalpojumu klāsts, precīzāka informācija „Viesnīcu standarta pamatprasības” (SIA „BBH Investments”),

14) 4.kategorijas viesnīcas atšķir tādu pakalpojumu kopums, kā: SPA, apartamenti, tirdzniecība, restorāns, lux tipa numuri,, kuri var nebūt 3.kategorijas viesnīcām, 5.kategorijas viesnīcas atšķir tādi pakalpojumi kā: SPA, apartamenti, tirdzniecība, restorāns, baseins, lux tipa numuri (SIA „Elizabete Hotel”),

15) ar noteiktu viesnīcu kategoriju raksturojumu ir iespējams iepazīties viesnīcu standarta pamatprasību reglamentā. Būtiskākās atšķirības saistītas ar: minimālo numuru platību, mini bāru pieejamību, mēbelējuma un iekārtojuma stilu, tā ekskluzivitāti, konferenču telpu skaitu, apartamentu, Lux numuru pieejamību, gaisa kondicionēšanas iespējām, gultu izmēriem u.c. (SIA „Islande Hotel”),

16) salīdzinot 3 un 4 zvaigžņu viesnīcas, var konstatēt, ka 4 zvaigžņu viesnīcas piedāvā vairāk pakalpojumu un ērtību nekā 3 zvaigžņu viesnīcas. Piemēram, vairākām 4 zvaigžņu viesnīcām ir konferenču zāles, bāri, restorāni, SPA centri u.c., tikai dažas no 3 zvaigžņu viesnīcām piedāvā tādas ērtības. Līdz ar to cenas 4 zvaigžņu viesnīcās ir parasti augstākas nekā 3 zvaigžņu viesnīcās (SIA „Justina”),

17) dažādu kategoriju viesnīcu atšķirības un standarti (informācija no LVRA mājas lapas) (a/s „Transporta informācijas aģentūra”);

18) galvenās atšķirības starp 3 zvaigžņu un 4 zvaigžņu viesnīcām (4 zvaigžņu viesnīcu papildu plusi): istabas platība ir lielāka, 4 zvaigžņu viesnīcā jābūt vismaz vienam apartamentam, istabās minibāri, iespēja pasūtīt numurā ēdienus, dzērienus, dažādi piederumi viesnīcā, gultas veļas maiņa katru dienu, telpas atpūtai un ķermeņa kopšanai, sauna, baseins, trenāžieru zāle. 4 un 5 zvaigžņu viesnīcas (5 zvaigžņu viesnīcu papildus plusi): istabas platība lielāka, 5 zvaigžņu viesnīcā jābūt vairākiem apartamentiem, jābūt nodrošinātai auto stāvvietai, garderobe pie koplietošanas telpām (konferenču centrā), apkalpošana numuros 24h diennaktī, gaisa kondicionēšana ēdināšanas telpās, vairāki restorāni. Minētās lietas ir tās, kam jābūt pēc standartiem, un kas rada atšķirību starp 3 zvaigžņu un 4 zvaigžņu, 4 un 5 zvaigžņu viesnīcām (SIA „Hotel Jūrmala SPA”);

19) būtiskākās atšķirības starp 3 un 4 zvaigžņu viesnīcām ir: istabu izmērs, restorāna piedāvājums, apkalpošana numurā (3 zvaigžņu viesnīcas nepiedāvā) un papildus pieejamie pakalpojumi (SPA viesnīcā u.c.). Būtiskākās atšķirības starp 4 un 5 zvaigžņu viesnīcām: istabu izmērs, ekskluzivitāte, papildus pakalpojumi: baseins, nakts klubs u.c., papildus serviss, piemēram, brokastu ēdienkarte u.c. (SIA „Hotel Valdemārs”);

20) viesnīcu kategorijas atšķirības ir norādītas Latvijas viesnīcu un restorānu sertifikācijas centra izstrādātajos normatīvos (viesnīca „Edvards”);

21) pēc pašreiz spēkā esošā valsts standarta 3 zvaigžņu viesnīcai kā galveno var minēt: nepieciešams savs restorāns, visi numuri ar vannas

istabām, 4 zvaigžņu viesnīcai klāt papildus bez viesu lifta jābūt servisa liftam, 25% numuros seifi, minibāri, vairākas konferenču zāles, sauna, atsevišķs bārs, trenāžieru zāle vai veselības klubs u.c., 5 zvaigžņu viesnīcām bez iepriekš minētā ir jābūt peldbaseinam, seifi visos numuros kondicionēšanas iekārtas visā viesnīcā u.c. (viesnīca „Art Hotel Laine”);

22) „Minhauzena Unda” ir aprīkota ar: ar liftu sasniedzami visi stāvi, kompleksu pakalpojumu telpa ar konferenču tehnisko aprīkojumu un ēdināšanas iespējām, visi numuri ar tualeti, dušu, restorāns, pusdienas un vakariņas pasniedz restorānā (SIA „Minhauzena Unda”);

23) pat dažādām 3 zvaigžņu viesnīcām ir būtiskas atšķirības, bet starp 3 un 5 zvaigžņu viesnīcām jābūt lielākām atšķirībām (SIA „Olrigo”);

24) formālā atbilde atrodama LVRA izstrādātajos viesnīcu sertifikācijas standartos. Reālajā dzīvē par atšķirības kritēriju kalpo ne tik daudz formāli skaitliskie rādītāji, numuru aprīkojuma priekšmeti vai pakalpojumu klāsts, bet gan viesnīcas produkta un sniegto pakalpojumu kvalitāte. Par svarīgu atšķirības pazīmi varētu būt nevis ēdināšanas punktu skaits vai ēdienkartes garums, bet gan ēdienu kvalitāte un pasniegšana (SIA „Europa Group”);

25) jo augstāka kategorija viesnīcai, jo augstākas prasības. Šobrīd pārstāvam 3 zvaigžņu kategoriju, bet centīsimies iegūt 4.kategoriju. Ir daudz nosacījumu, lai iegūtu 4.kategoriju: 24 stundas recepcijas darba laiks, viesnīcā pieejami laikraksti, žurnāli, istabu uzkopšana katru dienu, apkalpošanas istabā u.c. (SIA LWF viesnīca „Radi un Draugi”);

26) atšķirības noteiktas viesnīcu sertifikācijas noteikumos (SIA „Balt Alliance”);

27) būtiskākās atšķirības starp 4. un 5.kategorijas viesnīcām ir: lielāka numuru platība, izvērstāks sabiedrisko telpu klāsts, augstāks telpu labiekārtojuma un tehniskās apkopes līmenis, plašāks pakalpojumu klāsts un to kvalitāte. Tāda paša tipa atšķirības var minēt arī, salīdzinot zemākas kategorijas viesnīcas (3. un 4.kategorija, 2. un 3.kategorija) (SIA „Hotel Grand Palace”);

28) būtiskākās atšķirības starp dažādu kategoriju viesnīcām ir šādas: klientu apkalpošana (jo lielāks piešķirto kategoriju skaits, jo nevainojamāks serviss), papildus komforts (skaistumkopšanas salons, SPA centrs u.c.), viesnīcas numuriņu izmēri, aprīkojums (SIA „Park Hotel”);

29) savā darbībā orientējamies uz LVRA apstiprinātajiem viesnīcu sertificēšanas standartiem (SIA „Edals”);

30) LVRA ir noteicis kritērijus (SIA „Sigtur”);

31) ar būtiskajām („taustāmajām”) atšķirībām starp dažādu kategoriju viesnīcām var iepazīties, ņemot par pamatu standartu, bet tas nenosaka viesnīcas kopējo atmosfēru, interjera unikalitāti, apkalpojošā personāla profesionalitātes līmeni u.c. Tā arī ir viena no būtiskākajām atšķirībām, jo katra viesnīca cenšas ieviest kaut ko citu, lai radītu šo atšķirību tieši pakalpojumu sniegšanas un daudzveidības ziņā (SIA „Garden Palace”);

32) LVRA standartos noteikts prasību un papildus pakalpojumu apraksts, kas izstrādāts viesnīcu klasifikācijai (SIA „Baltic Financial Investment Group”);

33) saskaņā ar esošajiem viesnīcu standartiem Latvijā, LVRA, LVRC kompetence (SIA „Metropole Hotel”);

34) būtiskākās atšķirības starp dažādu kategoriju viesnīcām veido istabu izmēri, istabas serviss u.c. pakalpojumi, kuri palīdz izveidot maksimālus komforta apstākļus (SIA „Flai Palette”);

35) būtiskas atšķirības starp 3. un 4.kategorijas viesnīcām ir trenāžieru zāles esamība, baseina pieejamība, numuriņu plašums, bārs numuriņā u.c. (SIA „Karavella Hotel”);

36) būtiskākās atšķirības starp dažādu kategoriju viesnīcām ir sniegto/nodrošināto pakalpojumu klāsts, piemēram, atsevišķs bārs, minibārs, SPA pakalpojumi u.c. (SIA „Latlauva”);

37) galvenās atšķirības starp viesnīcu kategorijām ir: restorāna kvalitāte, interjera atšķirības, numura platība un tā iekārtojums pēc pieņemtajiem standartiem. Cenu ziņā ļoti līdzīgi ir ar 3 un 4 zvaigžņu viesnīcām, jo 4 zvaigžņu viesnīcas kopš 2009.gada ir ļoti krasi samazinājušas cenas – tas viss ir izdzīvošanas labad (SIA „Kembi”);

38) atšķirības starp viesnīcu kategorijām ir numuru lieluma, numura un sanitārā mezgla iekārtojuma, brokastu dažādība, baseins, frizētava viesnīcā („Slokas OK Hotel”).

Ņemot vērā iepriekš minēto informāciju, Konkurences padome secina:

1) liela daļa viesnīcu apsaimniekotāju norādījuši, ka galvenās atšķirības starp viesnīcu kategorijām norādītas LVRC noteiktajos standartos,

2) jo augstākas kategorijas viesnīca, jo vairāk papildu pakalpojumu saviem klientiem tā piedāvā,

3) daļa viesnīcu apsaimniekotāju uzskata, ka būtiskākās atšķirības starp dažādu kategoriju viesnīcām veido nevis to piedāvāto pakalpojumu daudzveidība, bet gan šo pakalpojumu kvalitāte, apkalpojošā personāla profesionalitāte u.c.

5.1.1.4. Par viesnīcu kategorijām, kuras parasti izvēlas noteiktas klientu grupas

Atbildot uz jautājumu, kādas kategorijas viesnīcas parasti izvēlas tādas klientu grupas kā:

- biznesa pārstāvji (uzturēšanos viesnīcā apmaksā komercsabiedrības),

- ierēdņi (uzturēšanos viesnīcā apmaksā valsts iestādes),

- tūristi (uzturēšanos viesnīcā organizē, izvēli veic tūrisma

aģentūras),

- ģimenes ar bērniem (uzturēšanos viesnīcā apmaksā paši klienti),
- individuālie ceļotāji (uzturēšanos viesnīcā apmaksā paši klienti),
- citas klientu grupas (konkrēti norādīt), kas nav iepriekš minētas, bet uzskatāmas par būtiskām, komercsabiedrības, kas darbojas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū, sniedza šādu informāciju:

1) SIA „Elizabetes centrs”, SIA „Viesnīca Rīdzene”, a/s „Viesnīca Latvija” un SIA „Polar BEK Daugava” sniedza šādu informāciju: visas uzskaitītās klientu grupas ir pārstāvētas visu kategoriju viesnīcās. Ir ģimenes, kas izvēlas 5.kategorijas viesnīcas, un biznesa pārstāvji, kas izvēlas 3.kategorijas viesnīcas. To nosaka ceļotāja budžets, gaume un viesnīcu pieejamība attiecīgajā brīdī.

1.tabula

Klientu grupas Reval Hotel Elizabete, Reval Hotel Rīdzene, Reval Hotel Latvija, Radisson Blu Daugava Hotel 2009.gadā

Klientu grupas	Reval Hotel Elizabete	Reval Hotel Rīdzene	Reval Hotel Latvija	Radisson Blu Daugava Hotel
biznesa pārstāvji un ierēdņi	42,7%	49,9%	38,7%	40,86%
tūristu grupas	20,3%	10,5%	22,9%	16,9%
individuālie ceļotāji, t.sk. ģimenes ar bērniem	25%	28,0%	21%	22,4%
biznesa pārstāvju grupas	11,0%	10,8%	16,2%	15,94%
- citas klientu grupas	maznozīmīgi	maznozīmīgi	maznozīmīgi	maznozīmīgi

2) komercsabiedrības, kas darbojas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū, sniedza šādu informāciju:

1) tā kā viesnīcai „Mežaparks” ir piešķirtas 2 zvaigznes, biznesa klientu segments tai praktiski nav, ierēdņi neuzturas viesnīcā „Mežaparks”, tūristi, kuru uzturēšanos viesnīcā apmaksā tūrisma aģentūras, viesnīcai „Mežaparks” nav raksturīgi, jo ārvalstu un Latvijas tūristi izmanto tiešsaistes rezervēšanas sistēmas un veic to paši, ģimenes ar bērniem izmanto ekonomiskās klases četrvietīgos numurus un šādi tūristi ir no tuvējām kaimiņvalstīm, kas Latvijā nokļūst ar savām personīgajām automašīnām, individuālie ceļotāji viesnīcā izvēlas vienvietīgos vai standarta divvietīgos numurus, sporta organizācijas izvēlas ekonomiskos četrvietīgos numurus vai standarta divvietīgos numurus (SIA „Mežaparks”),

- 2) nevar precīzi sadalīt ceļotājus, ņemot vērās tikai noteiktas grupas, jo tas ir vairāk saistīts tikai ar ceļotāju mērķi un iespējām, nevis, vai viņi brauc individuāli, ar grupu vai grupas braucienā; biznesa pārstāvji un ierēdņi pārsvarā izvēlas viesnīcas pēc atrašanās vietas, nevar noteikt konkrētu viesnīcas kategoriju, jo braucieni ir saistīti ar konkrētu mērķi pilsētā vai ārpus tās. Tūristi, kas brauc grupās, parasti apstājas viesnīcās, kur ir autobusu stāvvietas un ir ērtas ceļojuma maršruta turpināšanai. Ģimenes ar bērniem izvēlas viesnīcas, kur pieejamas lielas vai savienotas istabas kopējai nakšņošanai. Individuālie ceļotāji izvēlas viesnīcas saskaņā ar savu budžetu, nevar noteikt konkrētu kategoriju (no hosteļa tipa līdz boutique tipa viesnīcai) (SIA „Biznesa centrs TOMO”)),
- 3) atkarīgs no budžeta, kas paredzēts šiem pasākumiem (SIA „Kristīne RR”),
- 4) klienti izvēlas dažādu kategoriju viesnīcas. Visu nosaka uzturēšanās mērķis un budžets, ko tērēt par viesnīcu. Esam uzņēmuši visas klientu grupas (SIA „Hanza Hotels”),
- 5) biznesa pārstāvji: galvenokārt 4 zvaigžņu viesnīcas, var būt arī 5 zvaigžņu viesnīcas, atkarībā no kompānijas lieluma, reputācijas un kompānijas pārstāvja ranga; ierēdņi: galvenokārt 4 zvaigžņu viesnīcās, ir izņēmumi, kad tiek izvēlētas 5 zvaigžņu viesnīcas; tūristi: 3 un 4 zvaigžņu viesnīcās, ģimenes ar bērniem: 3 un 4 zvaigžņu viesnīcas; individuālie ceļotāji: dažādu kategoriju viesnīcas (SIA „Ērgļi Divi”),
- 6) biznesa klienti parasti izvēlas 4 un 5 zvaigžņu viesnīcas, ģimenes ar bērniem – 3 vai 4 zvaigžņu viesnīcas, individuālie ceļotāji – 2 vai 3 zvaigžņu, tūristi – 3, 4 vai 5 zvaigžņu viesnīcas, gadus vecāki cilvēki izvēlas 3 vai 4 zvaigžņu viesnīcas (SIA „Kalēju iela 56”),
- 7) biznesa klienti izvēlas 3-5 zvaigžņu viesnīcas, ierēdņi izvēlas 3-4 zvaigžņu viesnīcas, tūristi izvēlas visu kategoriju viesnīcas, ģimenes ar bērniem izvēlas 2-4 zvaigžņu viesnīcas, individuāli ceļotāji – 3-4 zvaigžņu viesnīcas, konferenču tūristi izvēlas 4-5 zvaigžņu viesnīcas, studenti izvēlas 1-3 zvaigžņu viesnīcas (subjektīvs viedoklis) (SIA „Hotel Management Services”),
- 8) pārsvarā biznesa pārstāvji un ierēdņi izvēlas 4. vai 5.kategorijas viesnīcas. Pārējās uzskaitītās klientu grupas izvēlas viesnīcu kategoriju atbilstoši savām finansiālajām iespējām (SIA „Hotel Rīga”),
- 9) biznesa pārstāvji vairāk izvēlas 4 zvaigžņu viesnīcas, bet tas atkarīgs no viņu materiālā stāvokļa, ierēdņi izvēlas 3, 4 un 5 zvaigžņu viesnīcas, tas atkarīgs no ieņemamā amata, Tūristi biežāk izvēlas hosteļus, 3 un 4 zvaigžņu viesnīcas, viss atkarīgs no materiālā stāvokļa, ģimenes ar bērniem izvēlas 3 zvaigžņu viesnīcas, individuālie ceļotāji izvēlas 3 un 4 zvaigžņu viesnīcas (SIA „Viktorija International”),
- 10) biznesa pārstāvji izvēlas viesnīcas ar konferencēm un labi aprīkotu viesnīcas restorānu (4 zvaigžņu), ierēdņi – parasti 3 un 4 zvaigžņu, tūristi –

- atkarībā no finansiālām iespējām (visu grupu viesnīcas), ģimenes ar bērniem – 4 un 5 zvaigžņu, jo ir bērnu istabiņas un papildus komforts, individuālie ceļotāji – visu kategoriju viesnīcas (SIA „Bruņinieks MS”),
- 11) gan ģimenes, gan biznesmeņi, gan ierēdņi var izvēlēties dažādu kategoriju viesnīcas (SIA „Titul”),
- 12) jāņem vērā klientu grupu maksātspēja, gaume, ceļojumu mērķi (SIA „Welkom”),
- 13) kādas kategorijas viesnīcā apmesties – tas ļoti bieži ir atkarīgs no paša cilvēka rocības, ierēdņu gadījumā no Latvijas valsts noteikumiem par komandējumiem, no konkrētas kategorijas viesnīcas pieejamības vai nepieejamības vienā vai otrā pilsētā. Biznesa pārstāvji izmanto 3-5 zvaigžņu viesnīcas, ierēdņi – 3-4 zvaigžņu, tūristi – 3-4 zvaigžņu viesnīcas, jo tūrisma aģentūras nevienam tūristam neko neapmaksā, tā veic rezervēšanu un saņem komisijas naudu, ģimenes ar bērniem, individuālie ceļotāji – atkarībā no katras ģimenes budžeta, bet galvenokārt 3 zvaigžņu viesnīcas, hostelus, kempingus utt. (SIA „BBS-dizain”),
- 14) viesnīcā „Hotel Bergs” uzturas šādas klientu grupas: biznesa pārstāvji, ierēdņi, tūristi, ģimenes ar bērniem, individuālie klienti (SIA „Hotel Bergs”),
- 15) viesnīcā „Baltic Beach Hotel” uzturas gan biznesmeņi, gan valsts ierēdņi, gan augsta ranga amatpersonas, tūristi, ģimenes ar bērniem, atbildēt uz šo jautājumu tādējādi nav iespējams (SIA „BBH Investments”),
- 16) šādas klientu grupas parasti izvēlas šādu kategoriju viesnīcas: biznesa pārstāvji (5.kategorija), ierēdņi (4.kategorija), tūristi, ceļotāju grupas (3.kategorija), ģimenes ar bērniem (3.-4.kategorija), individuālie ceļotāji (3.-4.kategorija) (SIA „Elizabete Hotel”),
- 17) klienti izvēlas viesnīcas un to kategorijas šādi: biznesa pārstāvji, ierēdņi – 4. un 5.kategorijas viesnīcas, tūristi, ģimenes ar bērniem – 3. un 4.kategorijas viesnīcas, individuālie ceļotāji – izvēlas 3.-5.kategorijas viesnīcas (SIA „Islande Hotel”),
- 18) biznesa pārstāvji – 4 un 5 zvaigžņu viesnīcas, ierēdņi, tūristi, individuālie ceļotāji – 3 un 4 zvaigžņu viesnīcas, ģimenes ar bērniem – 3 un 4 zvaigžņu viesnīcas vai apartamenti (SIA „Justina”),
- 19) ģimenes ar bērniem parasti izvēlas 2 vai 3 zvaigžņu viesnīcas, biznesa pārstāvji parasti uzturas Rīgas viesnīcās (SIA „Nacionālais rehabilitācijas centrs Vaivari”)
- 20) biznesa pārstāvji un ierēdņi izvēlas viesnīcu kategoriju 3-5 zvaigznēm, tūristu izvēle ir sākot no hosteļiem līdz 4 zvaigžņu viesnīcām, retāk 5 zvaigznes. Ģimenes ar bērniem biežāk izvēlas 3. un 4. kategorijas viesnīcas, retāk citu kategoriju. Individuālie ceļotāji, sportisti izmanto biežāk 3.-5.kategoriju viesnīcas (a/s „Transporta informācijas aģentūra”);
- 21) dažādas klientu grupas izvēlas parasti sekojošas kategorijas viesnīcas: biznesa pārstāvji – 4 un 5 zvaigžņu viesnīcas, ierēdņi – 3 un 4 zvaigžņu

viesnīcas, tūristi – 3 līdz 5 zvaigžņu viesnīcas, ģimenes ar bērniem 3 un 4 zvaigžņu viesnīcas, individuālie ceļotāji – 3 un 5 zvaigžņu viesnīcas;

22) biznesa pārstāvji: 5 vai minimums 4 zvaigžņu viesnīcas pilsētas centrā, kuras piedāvā darbam nepieciešamo: labs restorāns, konferenču telpas. Ierēdņi: pārsvarā varētu izvēlēties 3 vai 4 zvaigžņu viesnīcas, kas cenas ziņā ietilpst noteiktā cenas līmenī (ko apmaksā valsts iestāde), tāpat būtisks faktors viesnīcas izvēlē varētu būt viesnīcas atrašanās vieta, restorāna iespējas. Tūristi: visbiežāk 3 vai 4 zvaigžņu viesnīcas, tas ir atkarīgs no tā, no kuras valsts nāk tūristi un kādas ir viņu prasības. Visbiežāk galvenā prasība ir centrāla viesnīcas atrašanās vieta. Ģimenes ar bērniem: pārsvarā 3 zvaigžņu viesnīcas, kas atrodas centrā vai mazliet ārpus tā. Noteicošais faktors viesnīcas izvēlē varētu būt istabas cena un ģimenes numuru pieejamība. Individuālie ceļotāji: pārsvarā 3 un 4 zvaigžņu viesnīcas, noteicošie faktori: viesnīcas atrašanās vieta un cena (SIA „Hotel Valdemārs”);

23) pēc mūsu pieredzes ir šāds sadalījums viesnīcu izvēlē: biznesa pārstāvji 3.-5.kategorijas, ierēdņi – 3.-4.kategorijas, tūristi 1.-4.kategorijas, ģimenes ar bērniem 3.-4.kategorijas, individuālie ceļotāji 1.-5.kategorijas (viesnīca „Art Hotel Laine”),

24) Minhauzena Unda izvēlas apmeklēt šādas klientu grupas: biznesa pārstāvji – 5%, tūristi – 85%, ģimenes ar bērniem – 10% (SIA „Minhauzena Unda”);

25) mūsu 3 zvaigžņu viesnīcas pakalpojumus pārsvarā izmanto klientu grupas: tūristi (uzturēšanos viesnīcā apmaksā tūrisma aģentūras), individuālie ceļotāji (uzturēšanos apmaksā paši klienti) (SIA „Hotel Jūrnieks”);

26) biznesa pārstāvji izvēlas 5.kategorijas viesnīcas vai 3.kategorijas (ģimenes viesnīcas). Ierēdņi izvēlas dažādas kategorijas, tas atkarīgs no cilvēku skaita un atbraukšanas iemesla. Konferncei – 4.-5.kategorijas viesnīcas. Izmitināšanai uz ilgu laiku vai liela cilvēku skaita izmitināšanai – 3.-4.kategorijas viesnīcas. Tūristi: 3.-4. un 4.-5. kategorijas viesnīcas, ģimenes ar bērniem – 3.-4. kategorijas, individuālie ceļotāji – 3.-4. un 4.-5. kategorijas viesnīcas (SIA „Olrigo”);

27) piederība pie kādas ceļotāju grupas pati par sevi nenosaka viesnīcas izvēli. Par galveno kritēriju var uzskatīt cenu un konkrētas viesnīcas atbilstību ceļotāja prasībām. Raksturīga tendence, ka vērojams pieaugums 4 zvaigžņu viesnīcu kategorijās. Pēc viena no lielākajiem viesnīcu rezervācijas interneta portālu Expedia datiem 4 zvaigžņu viesnīcu īpatsvars kopējā rezervācijas apjomā Rīgā pieauga no 41% 2009.gadā līdz 57% 2010.gadā. Mūsaprāt, šo pieaugumu veicināja lielāka interese no visām ceļotāju grupām (SIA „Europa Group”);

28) biznesa pārstāvji parasti izvēlas 3.,4.kategorijas viesnīcas; ierēdņi – 4., 5.kategorijas; tūristi, ģimenes ar bērniem, individuālie ceļotāji: 1. –

5.kategorijai (SIA „Fosteri”);

29) viedoklis ir subjektīvs: biznesa pārstāvji: 4.-5.kategorija, ierēdņi: 3. un 4.kategorija, tūristi – 3.kategorija, iespējams arī 2.kategorija, ģimenes ar bērniem, individuālie ceļotāji – 3., 4.kategorija (SIA LWF viesnīca „Radi un Draugi”);

30) klientu grupas izvēlas: biznesa pārstāvji, vēstniecības, aviokompāniju ekipāžas - 4 vai 5 zvaigžņu viesnīcas, ierēdņi – 3,4 vai 5 zvaigžņu viesnīcas, tūristi, ģimenes ar bērniem, individuālie ceļotāji, sportisti – 2-5 zvaigžņu viesnīcas (SIA „Belkom”);

31) atkarībā no katra apmeklētāja individuālajām vēlmēm, kas mainās neatkarīgi no grupas piederības (SIA „Ķeizarmežs”);

32) komercsabiedrības direktors var izvēlēties no 1-5 zvaigžņu kategorijas viesnīcai, par ierēdņiem neesam informēti; tūristu izvēli nosaka cena un atrašanās vieta, parasti 2 vai 3 zvaigžņu viesnīcas un tūrisma firmas saplānoto programmu. Ģimenes ar bērniem izvēlas viesnīcu, ja viesnīcā tiek nodrošināta ēdināšana, ja pieejami papildus pakalpojumi bērniem (rotaļu laukums u.c.) (SIA „Balt Alliance”);

33) biznesa pārstāvji dzīvo 4., 5.kategorijas viesnīcās, ierēdņi – 3., 4.kategorijas, tūristi – 3.-5.kategorijas, ģimenes ar bērniem -2.-3.kategorija, individuālie ceļotāji – atkarībā no mantiskā stāvokļa un vēlmēm (SIA „Smukas”);

34) biznesa pārstāvji – 4. un 5.kategorijas viesnīcas, ierēdņi – 4. un 5.kategorijas viesnīcas, tūristi – 3.-5.kategorijas, ģimenes ar bērniem, individuālie ceļotāji – 3.-5.kategorijas, tūristu grupas – 3. un 4.kategorijas viesnīcas (SIA „Hotel Grand Palace”);

35) biznesa pārstāvji (atkarībā no piešķirtajiem līdzekļiem) – augstākās kategorijas viesnīcas, ierēdņi (atkarībā no piešķirtajiem līdzekļiem) augstākās kategorijas viesnīcas, kas atrodas pilsētas centrā, tūristiem nav izvēles iespēju, ģimenes ar bērniem neizvēlas viesnīcu pēc kategorijas, bet pēc piemērotības bērnu izmitināšanai, individuālie ceļotāji izvēlas viesnīcu pēc cenas, meklējot speciālo piedāvājumu, sportisti – neizvēlas viesnīcu pēc kategorijas, bet ir ļoti augstas prasības sniegtajos ēdināšanas pakalpojumos, kas ir noteicošais faktors viesnīcas izvēlē (SIA „Park Hotel”);

36) biznesa pārstāvji un ierēdņi: 3.-5. kategorijas, tūristi, ģimenes ar bērniem, individuālie ceļotāji: 3. un 4. kategorijas (SIA „Edals”);

37) biznesa pārstāvji, ģimenes ar bērniem: 3-5 zvaigžņu viesnīcas, ierēdņi, citas klientu grupas (sporta organizācijas u.c.): 3-4 zvaigžņu viesnīcas, tūristi, individuālie ceļotāji: no hosteljiem līdz 5 zvaigžņu viesnīcām (SIA „Baltic Financial Investment Group”);

38) mūsu viesnīcu izmantojuši tikai individuāli ceļotāji un tūristi (nodibinājums „Sanatorija Belarusija”);

39) biznesa klases pārstāvji – biznesa klases viesnīcas Rīgā, ierēdņi – 4.-

5.kategorijas viesnīcas Rīgā, biznesa klase, Tūristi – atkarībā no tūrisma ceļazīmes cenas, atbilstošas kategorijas viesnīca; ģimenes ar bērniem – atkarībā no klienta maksātspējas, 4. un 5.kategorijas viesnīcas, kas var nodrošināt šādu ģimeņu vajadzības; individuālie ceļotāji – visu kategoriju viesnīcas. Pie citu klientu grupas varētu pieskaitīt korporatīvos klientus, kas organizē pasākumus, piemēram, konferences viesnīcās. Šādas grupas klientiem būtiski ir apstākļi, kādos notiek pasākums, konferenču telpas lielums, aprīkojums u.c. Parasti šādus pakalpojumus sniedz 4. - 5.kategorijas viesnīcas (SIA „VIA Jūrmala”);

40) klientu grupas parasti izvēlas šādas viesnīcu kategorijas: biznesa pārstāvji: 3.-5.kategorijas, ierēdņi – 4.-5. kategorijas, tūristi – 2.-4.kategorijas, ģimenes ar bērniem, individuālie ceļotāji – 3.-4. kategorijas, studenti – 2.-3. kategorijas viesnīcas (SIA „Metropole Hotel”);

41) biznesa pārstāvji: 4 un 5 zvaigžņu viesnīcas, ierēdņi: dažāda līmeņa, tūristi: visas kategorijas, ģimenes ar bērniem: 3-5 zvaigžņu viesnīcas, individuālie ceļotāji: visas kategorijas (SIA „REHO”);

42) šādas klientu grupas parasti izvēlas šādas viesnīcas: biznesa pārstāvji, ierēdņi – 3. līdz 5.kategorijas, tūristi, ģimenes ar bērniem, individuālie ceļotāji – 1.-5.kategorijas (SIA „Viesis”);

43) lielākā daļa mūsu klientu ir tūristi un ģimenes ar bērniem, kā arī individuālie ceļotāji (SIA „Flai Paleta”);

44) biznesa pārstāvji – parasti 4. un 5.kategorijas viesnīcas, ierēdņi, ģimenes ar bērniem – parasti 3. un 4.kategorijas viesnīcas, tūristi – parasti 2. un 3.kategorijas viesnīcas, individuālie ceļotāji – parasti 2. kategorijas viesnīcas („Slokas OK Hotel”);

45) biznesa pārstāvji – 3.-5.kategorijas viesnīcas, ierēdņi – 4.-5.kategorijas, tūristi, individuālie ceļotāji – 3.kategorijas, ģimenes ar bērniem – 2. un 3.kategorijas;

46) kontingents, kas paliek viesnīcās, ir tikpat dažāds kā paši cilvēki, uzņēmumi. Viss atkarīgs no tā, ko pieprasa, un vai konkrētā viesnīca var to izpildīt, pieņemt pieprasīto cilvēku skaitu un kvalitatīvi tos apkalpot;

47) biznesa pārstāvji: 3-4 zvaigznes, ierēdņi 2-4 zvaigznes, tūristi: 1-5; ģimenes ar bērniem, individuālie ceļotāji: 1-5 zvaigznes.

Apkopojot un analizējot aptaujāto komercsabiedrību, kas darbojas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū (t.sk. lietas dalībnieku), sniegtos viedokļus konkrētās lietas ietvaros, Konkurences padome secina:

1) biznesa pārstāvji pamatā izvēlas 5.kategorijas (biežāk) vai 4.kategorijas (retāk) viesnīcas, ierēdņi – pamatā izvēlas 4.kategorijas (biežāk), 5. un 3.kategorijas (retāk) viesnīcas. Biznesa pārstāvju un ierēdņu apmešanās kādā konkrētā viesnīcā bieži ir atkarīga no konkrētās viesnīcas atrašanās vietas, jo braucieni ir saistīti ar konkrētu mērķi pilsētā vai ārpus tās.

Tāpat šo kategoriju klienti viesnīcu izvēlas atkarībā no tā, vai tajā ir

konferenču, sanāksmju rīkošanai nepieciešamais aprīkojums – atbilstošas ietilpības konferenču zāle, nepieciešamā biroja tehnika, labs restorāns u.c., taču šīs atbildes vairāk tika orientētas uz attiecīgo pasākumu organizēšanas izvēles kritērijiem, kam nav tik būtiska nozīme konkrētās lietas ietvaros,

2) ģimenes ar bērniem un individuālie ceļotāji izvēlas dažādu kategoriju viesnīcas, šīm klientu kategorijām noteicošais faktors viesnīcas izvēlē ir to maksātspēja, kādu speciālu vajadzību apmierināšana (piemēram, bērniem piemērota iekārtojuma esamība viesnīcā u.c.). Arī šajā gadījumā viesnīcas izvēle daudzējādā ziņā atkarīga no ierašanās mērķa konkrētajā valstī vai pilsētā, plānotajām aktivitātēm,

3) tūristi galvenokārt izvēlas 3. un 4.kategorijas viesnīcas, šajā gadījumā izvēli pamatā izdara tūrisma aģentūra, plānojot ceļojumu maršrutus konkrētā valstī, pilsētā. Tūrisma aģentūras, izvēloties viesnīcu, ņem vērā autotransporta (autobusa) novietošanas iespējas pie viesnīcas, šo viesnīcu iekļaušanos kopējā ceļojuma maršrutā un programmā.

Saskaņā ar iepriekš minēto Konkurences padome secina:

Konkurenci viesnīcu pakalpojumu segmentā pamatā ietekmē tradicionālie konkurences faktori: kvalitāte un konkurence ar cenu. Kopumā vērtējot tirgus dalībnieku viedokļus, secināms, ka viesnīcu pakalpojumu klāsts un cenas ir atšķirīgas vienas viesnīcas ietvaros atkarībā no numuriņa aprīkojuma un lieluma, cenā iekļautajiem papildu pakalpojumiem, cena tāpat atkarīga no sezonas, atrašanās vietas. Atpazīstamību tirgū sekmē viesnīcas piederība pie pazīstama viesnīcu tīklu zīmola, kur klienti, bieži vien attālināti rezervējot viesnīcu, zina, kādus pakalpojumus garantēti saņems noteiktai viesnīcu ķēdei piederošai konkrētas kategorijas viesnīcā.

Konkrētajā nozarē pakalpojumu un cenu līmeni konkrētā viesnīcā vislabāk raksturo viesnīcu iedalījums kategorijās. Šis iedalījums ir orientēts uz to, lai klientiem (patērētājiem) vieglāk orientēties salīdzinot viesnīcu pakalpojumu līmeni un cenu.

Lai arī viesnīcu sertificēšana nav obligāta, saskaņā ar normatīvajā regulējumā noteikto, ja viesnīca nav sertificēta, tā nav tiesīga publiskos informatīvos materiālos atsaukties uz Latvijas nacionālā standarta klasifikācijas kategorijām⁴. Tādējādi šādām viesnīcām ir ierobežotas iespējas publiski reklamēt savus pakalpojumus un virzīt savus pakalpojumus tirgū, jo viesnīcām piešķirtās kategorijas (zvaigznes) uzskatāmas par galveno kritēriju, pēc kā var sākotnēji novērtēt tās sniegtos pakalpojumus. Klienti, izvēloties viesnīcas, ņem vērā dažādus kritērijus, viesnīcas nodrošinātie pakalpojumi (līdz ar to arī cena) uzskatāmi par būtisku kritēriju viesnīcas izvēlē, un klienti, izvēloties viesnīcu, sākotnēji

⁴ Skat. šī lēmuma 1.1.punktu

izvēlēsies starp tādām viesnīcām, par kuru sniegtajiem pakalpojumiem var būt pārliecināts, pamatojoties uz viesnīcai piešķirto kategoriju (zvaigznēm), īpaši viesnīcu pakalpojumu tirgū, kur pakalpojumu nereti pērk attālināti.

Tādējādi Konkurences padome secina, ka konkrētās preces tirgus pamatā nosakāms, balstoties uz viesnīcām piešķirtajām kategorijām.

Izvērtējot tirgus dalībnieku viedokļus, secināms, ka par savstarpēji aizvietojamām atzīstamas vienas kategorijas viesnīcas. Izvērtējot VRC noteiktos standartus un to atšķirības dažādām viesnīcu kategorijām, secināms, ka atšķirības starp 3. un 4., kā arī 4. un 5.kategoriju viesnīcām pastāv. Vērtējot lietas dalībnieku sniegto informāciju, secināms, ka pastāv diezgan nozīmīgas cenu atšķirības (vidēji virs 50%) starp 3. un 4.kategorijas viesnīcām un 4. un 5.kategorijas viesnīcām, kas varētu būt šķērslis, lai pārslēgtos no 3. uz 4.kategorijas viesnīcu, kā arī no 4. uz 5.kategorijas viesnīcu piedāvātajiem pakalpojumiem. Minētais vērtējums attiecas uz standartpiedāvājumiem, neņemot vērā katrai viesnīcai esošus īslaicīgus tirgu ietekmējošus faktorus (piemēram, akcijas piedāvājumus u.c.).

Vērtējot pārklāšanos konkurējošā piedāvājumā starp dažādu kategoriju, t.i., 3. un 4.kategorijas, 4. un 5.kategorijas viesnīcām, Konkurences padome secina, ka tas varētu tikt vērtēts kā iespējami pamatots tikai attiecībā uz 3. un 4.kategorijas viesnīcām. Salīdzinājumā ar 3. un 4.kategorijas viesnīcām, kas pamatā varētu tikt attiecinātas uz vidējo klasi, 5.kategorijas viesnīcas ir ierindojamas luksusa klasē. To faktiski arī atspoguļo piedāvājuma pusē esošā tirgus struktūra (sk. 5.1.4.punktu šajā lēmumā), jo 5.kategorijas viesnīcu Rīgā ir būtiski mazāk gan pēc viesnīcu skaita, gan kopējā numuru skaita. Kaut arī 4.kategorijas viesnīcu skaits ir mazāks kā 3.kategorijas viesnīcu skaits, tomēr kopējais numuru skaits 4.kategorijas viesnīcās ir lielāks nekā 3.kategorijas viesnīcās.

Konkurences padome secina, ka 5.kategorijas viesnīcas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū raksturojamas kā viesnīcas, kam izvirzītas visaugstākās prasības, kas prasa vislielāko investīciju apjomu, lai nodrošinātu atbilstību iepriekš minētajām prasībām. Viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū 5.kategorijas viesnīcas izceļas ar savu ekskluzivitāti, piedāvājot noteiktus pakalpojumus. No pieprasījuma puses vērtējot, ir noteiktas klientu kategorijas, kas izmanto tikai 5.kategorijas viesnīcu sniegtos pakalpojumus, piemēram, vadošie biznesa pārstāvji u.c. No piedāvājuma puses vērtējot, 5.kategorijas viesnīca ir aizvietoja tikai ar citu 5.kategorijas viesnīcu. Tādējādi aizvietojamība pastāv 5.kategorijas viesnīcu ietvaros, un 5.kategorijas viesnīcas nav aizvietoja ar kādas citas kategorijas viesnīcām.

Vērtējot citus aspektus, kas varētu būt tirgus definējuma pamatā,

Konkurences padome secina, ka no dažādām viesnīcām iegūtā informācija nedod pagaidām pamatu tirgu definēt šaurāk, ņemot vērā, piemēram, klientu grupas.

Tādējādi, ņemot vērā iepriekš minēto, kā arī Viesnīcu standarta prasības, Konkurences padome secina, ka par konkrētās preces tirgiem konkrētās lietas ietvaros definējami:

- 1) 3. un 4.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgus,
- 2) 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgus.

5.1.1.5. SIA „Rezidor Baltics” par konkrētās preces tirgus definējumu

SIA „Rezidor Baltics” pārstāvji Iesniegumā sniedza SIA „Rezidor Baltics” viedokli, norādot šādus argumentus par konkrētā preces tirgus definējumu:

1. Ņemot vērā faktu, ka līdz šim Konkurences padome nav pieņēmusi nevienu lēmumu attiecībā uz viesnīcu (izmitināšanas) pakalpojumu tirgu, ir pamatoti atsaukties uz Eiropas Komisijas (turpmāk – EK) apvienošanās lietās izmantotajām tirgus definīcijām viesnīcu pārvaldības sfērā. Iesniegumā norādīts, ka „savos lēmumos EK ir atzīmējusi, ka ir iespējama viesnīcu (izmitināšanas pakalpojumu) tirgus segmentācija, balstoties uz šādiem kritērijiem:

- pēc cenas/komforta līmeņa, balstoties uz konkrētajai viesnīcai piešķirto kategoriju, kas norāda uz tās standartu un ērtībām, ko klients var sagaidīt; un/vai

- pēc īpašuma tiesību struktūras – neatkarīga vai kādai konkrētai viesnīcu grupai piederoša viesnīca. (...) No klientu perspektīvas gan viesnīcu grupām piederošas, gan neatkarīgas viesnīcas ir aizstājamas vietējā līmenī. Izrietoši, segmentācija, balstoties uz īpašumtiesību struktūru, nav piemērojama Rezidor grupas pārvaldības līgumu izvērtēšanā (...). Ievērojot augstākminēto, SIA „Rezidor Baltics” secina, ka minētā EK prakse arī tikusi izmantota kā arguments (...) viedokļa pamatošanai konkrētās preces tirgus definēšanā”.

Atbildot uz minēto argumentu, Konkurences padome norāda, ka Rezidor grupas pārvaldības līgumu izvērtēšana nav balstīta uz un saistīta ar īpašumtiesību struktūru. Lietā tiek vērtēta situācija, kāda radusies viesnīcu pakalpojumu sniegšanas konkrētajos tirgos pēc Pārvaldības līgumu noslēgšanas 2010.gadā, kad Rezidor grupa būtiski palielināja savu tirgus daļu 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas konkrētajā tirgū, gan vienlaikus arī ienāca 3. un 4.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū.

2. SIA „Rezidor Baltics” ir iepazinusies ar EK praksi (Lieta Nr.COMP/M.1596 – Accor/Blackstone/Colony/Vivendy un lieta Nr.COMP/M.2197 – Hilton/Accor/Forte/Travel Services JV) un vēlas vērst uzmanību uz šādiem aspektiem, kas būtiski nošķir šīs lietas no tā tirgus izvērtējuma, kas veikts Paziņojumā:

- savā lēmumā lietā Nr.COMP/M.1596 EK norāda: „(...) Tirgus izpēte lielā mērā apliecināja, ka pat gadījumā, ja pastāv būtiskas cenu atšķirības starp „zemākās” un „augstākās” kategorijas viesnīcām, (vienzvaigznes viesnīca visdrīzāk nekonkurēs ar četrzvaigžņu viesnīcu) atšķirības, kas ir balstītas tikai uz piešķirto zvaigžņu skaitu, var izrādīties pārāk striktas un neatspoguļot faktisko aizstājamības līmeni viesnīcu starpā (...). Nav nepieciešams nošķirt konkrētās preces tirgus, tā kā visās pārējās apskatītajās tirgus definīcijās, šāda darbība nenovedīs pie dominējošā stāvokļa izveides vai nostiprināšanās (...)”. Tādējādi atsaukšanās uz minēto EK lēmumu, lai pamatotu konkrētā tirgus definīciju šajā lietā, nav pamatota. Turklāt no minētā apgalvojuma var secināt, ka „atšķirības, kas ir balstītas tikai uz piešķirto zvaigžņu skaitu, var izrādīties pārāk striktas un neatspoguļot faktiski aizstājamības līmeni viesnīcu starpā”,

- EK norāda: „drīzāk iespējams atšķirt vairākus apakštirgus (sub-markets), kā piemēram, 1 un 2 zvaigžņu viesnīcas, 2 un 3 zvaigžņu viesnīcas, 1, 2 un 3 zvaigžņu viesnīcas vai 2, 3 un 4 zvaigžņu viesnīcas”. SIA „Rezidor Baltics” ieskatā Konkurences padome ir pārāk šauri interpretējusi minēto EK lēmumu, vispārīgi secinot, ka viesnīcu grupu tirgus izvērtēšanā nevar tikt ietverti 0 un 5 zvaigžņu viesnīcas. Šāds secinājums neizriet no EK lēmumā ietvertajiem argumentiem. Izmeklēšanas ietvaros EK vērtēja tās viesnīcu grupas, kurās tirgus dalībnieku apvienošanās rezultātā varētu veidoties koncentrācija, t.i., 1., 2., 3. un 4.kategorijas viesnīcas. Lētākās un dārgākās viesnīcas netika vērtētas tā iemesla pēc, ka apvienošanās rezultātā minētajos segmentos neveidotos tirgus koncentrācija. EK ir izvērtējusi visus iespējamus tirgus (visas viesnīcas Parīzē, apakštirgus, balstoties uz zvaigžņu skaitu, segmentāciju, balstoties uz numuru skaitu u.c.), tomēr tas nenozīmē, ka citos apstākļos, (piemēram, apvienošanās darījumā gadījumā 4 un 5 zvaigžņu viesnīcu segmentā) konkrētais tirgus nevarētu tikt definēts citādi,

- savā lēmumā lietā Nr.COMP/M.2197 EK atkārtoti norādīja, ka „netika uzskatīts par nepieciešamu definēt konkrētās preces tirgu daudz precīzāk”. Darījumā iesaistītās puses atzīmēja, ka: „pastāv vairākas būtiskas cenu atšķirības starp „zemāko” un „augstāko” kategoriju (...), ja tiek veikta vispārējā viesnīcu tirgus segmentācija, būtu atbilstoši identificēt tādas apakštirgus, kas lielā mērā pārklājas, sekojoši: 1 un 2 zvaigžņu viesnīcas; 2 un 3 zvaigžņu viesnīcas; 3 un 4 zvaigžņu viesnīcas; 1, 2 un 3 zvaigžņu viesnīcas un 2, 3 un 4 zvaigžņu viesnīcas”. Savu lēmumu EK ilustrējusi arī ar tabulu, norādot apvienošanās dalībnieku tirgus daļas atsevišķos 2., 3.

un 4.kategorijas viesnīcu tirgos. No minētā EK lēmuma secināms, ka tādas tirgus definīcijas tika izmantotas, jo apvienošanās rezultātā izveidojās koncentrācija 2., 3. un 4.kategorijas viesnīcu segmentā. Tādējādi SIA „Rezidor Baltics” atkārtoti vēlas uzsvērt, ka EK lēmumā ietvertais izvērtējums nenozīmē, ka konkrētās preces tirgus definīcijai obligāti ir jābūt balstītai uz viesnīcas kategoriju (piešķirto zvaigžņu skaitu). Ja koncentrācija veidotos citos tirgus segmentos, (ieskaitot 5 zvaigžņu viesnīcas), konkrētā tirgus definīcija būtu atšķirīga.

Ievērojot iepriekš minēto, SIA „Rezidor Baltics” pilnvarotie pārstāvji Iesniegumā izdara šādus secinājumus par EK izmantotajiem konkrētā tirgus definēšanas principiem:

- nepastāv vienoti noteikumi konkrētās preces tirgus klasificēšanai viesnīcu (izmitināšanas pakalpojumu) nozarē,
- savā lēmumā EK norāda, ka nav nepieciešamības definēt konkrētās preces tirgu daudz precīzāk, tādējādi, nepastāv tāda EK prakse, kā norādīts Paziņojumā par konkrētās preces tirgus definēšanu viesnīcas (izmitināšanas pakalpojumu) nozarē,
- darbības izvērtēšanas procesā EK ņem vērā dažādas viesnīcu grupu kombinācijas (balstoties uz dažādiem kritērijiem), ieskaitot tādu viesnīcas segmentu izvērtēšanu (balstoties uz viesnīcas kategoriju), kuros apvienošanās rezultātā varētu veidoties tirgus koncentrācija. Tādējādi konkrētās preces tirgus definīcijas, kas atrodamas atsevišķos EK lēmumos, neatspoguļo vispārējo pieeju konkrētās preces tirgus definēšanai, jo īpaši attiecībā uz pieczvaigžņu viesnīcu kategorijas izšķiršanu kā atsevišķu konkrētās preces tirgu.

Atbildot uz minētajiem argumentiem, Konkurences padome norāda:

- 1) Lietā Case No COMP/M.1596: Accor/Blackstone/Colony/Vivendi norādīts iesaistīto pušu viedoklis, t.i., konkrētās preces tirgus ir visu viesnīcu tirgus (izņemot lētākās un dārgākās), neatkarīgi no tā, vai viesnīcas ir neatkarīgas vai pieder kādai viesnīcu ķēdei, rēķinot lokālā mērogā⁵. Iepriekšējos Komisijas lēmumos tirgus definīcija viesnīcu nozarē palika atklāta, jo veiktās darbības neizraisīja ar konkurenci saistītas problēmas, neatkarīgi no tā, kā tirgus varētu tikt definēts. Vienlaikus arī norādīts, ka konkrētais tirgus var būt visu viesnīcu (izņemot pašas lētākās un visdārgākās) pakalpojumu tirgus⁶,
- Cenu līmenis viesnīcu sektorā daļēji var tikt saistīts ar piešķirtajām zvaigznēm, nosakot pakalpojumu standartus un iespējas, ko klients var sagaidīt. Viesnīcu tirgū viesnīcas, kas pieder pie vienas kategorijas, nepiedāvā vienādu cenu. Dažas viesnīcas, kas pieder pie blakus esošajām

⁵ Lietas Case No COMP/M.1596: Accor/Blackstone/Colony/Vivendi 15.punkts

⁶ Lietas Case No COMP/M.1596: Accor/Blackstone/Colony/Vivendi 23.punkts

kategoriņām, no patērētāju viedokļa ir pilnīgi aizvietojamas, ņemot vērā to piedāvāto cenu, atrašanās vietu un pakalpojumus⁷,

- tirgus izpēte pamatā apliecina, ka kaut arī pastāv nozīmīgas cenu atšķirības starp zemākās un augstākās kategorijas viesnīcām viesnīcu ķēdē (1 zvaigznes viesnīca reti konkurēs ar 4 zvaigžņu viesnīcu) atšķirības, ļaujoties tikai uz zvaigznēm var būt pārāk striktas un neatspoguļot viesnīcu patieso aizvietojamību. Var tikt identificēti šādi apakštirgi: 1 un 2 zvaigžņu viesnīcas, 2 un 3 zvaigžņu viesnīcas, 3 un 4 zvaigžņu viesnīcas vai 1, 2, 3 zvaigžņu viesnīcas, 2, 3, 4 zvaigžņu viesnīcas⁸,

- lietā tika vērtēts Parīzes pilsētas viesnīcu pakalpojumu tirgus kopumā, atsevišķi neizdalot pie atsevišķām viesnīcu ķēdēm piederošās viesnīcas un neatkarīgās viesnīcas, bet šajā vērtējumā neietverot lētākās (0 zvaigznes) un dārgākās (5 zvaigznes) viesnīcas. Tirgus daļas tika noteiktas gan atsevišķi katrā viesnīcu kategorijā, gan kopā ņemot (kā norādīts iepriekš). Atsevišķi tika vērtēts arī viesnīcu pakalpojumu tirgus Parīzē, ņemot vērā tikai pie viesnīcu ķēdēm piederošās viesnīcas, nosakot pie katras viesnīcu ķēdes piederošo viesnīcu tirgus daļu, un arī šajā gadījumā netika ņemtas vērā lētākās (0 zvaigznes) un dārgākās (5 zvaigznes) viesnīcas⁹.

2) Lietā Case No COMP/M.2197 – Hilton/Accor/Forte/Travel Services JV iesaistītās puses uzskata, ka viesnīcu pakalpojumu konkrētais tirgus vērtējams kopumā. Tomēr puses atzīst, ka pastāv cenu atšķirības starp lētākajām un dārgākajām viesnīcām, un, veicot vienotā konkrētā viesnīcu pakalpojumu tirgus segmentāciju, ir atbilstoši noteikt šādus apakštirgus (konkrētos tirgus): 1 un 2 zvaigžņu viesnīcu tirgus, 2 un 3 zvaigžņu viesnīcu tirgus, 3 un 4 zvaigžņu viesnīcu tirgus vai 1, 2 un 3 zvaigžņu viesnīcu tirgus, 2, 3 un 4 zvaigžņu tirgus¹⁰,

- atsevišķi tiek vērtēts 2 zvaigžņu, 3 zvaigžņu, 4 zvaigžņu viesnīcu tirgus, gan pēc kapacitātes, gan pēc apdzīvotības (cilvēknaktīm)¹¹.

Ņemot vērā iepriekš minēto attiecībā uz EK lietās definētajiem tirgiem un argumentiem viesnīcu pakalpojumu tirgus definēšanā, Konkurences padome vērs uzmanību, ka abās minētajās EK lietās ir norādīts, ka viesnīcu tirgu var definēt kā vienotu tirgu, kurā ietvertas visu kategoriju, izņemot lētākās (0 zvaigznes) un dārgākās (5 zvaigznes), viesnīcas. Tādējādi viesnīcu pakalpojumu tirgus var tikt definēts dažādi, ņemot vērā katras konkrētās lietas apstākļus, tomēr, definējot viesnīcu pakalpojumu tirgu, būtu atsevišķi nodalāms lētāko (0 zvaigznes) un dārgāko (5 zvaigznes) viesnīcu pakalpojumu tirgus, turklāt arī 1 zvaigznes

⁷ Lietas Case No COMP/M.1596: Accor/Blackstone/Colony/Vivendi 24.punkts

⁸ Lietas Case No COMP/M.1596: Accor/Blackstone/Colony/Vivendi 25.punkts

⁹ Lietas Case No COMP/M.1596: Accor/Blackstone/Colony/Vivendi 40.punkts

¹⁰ Lietas Case No COMP/M.2197 – Hilton/Accor/Forte/Travel Services JV 26.punkts

¹¹ Lietas Case No COMP/M.2197 – Hilton/Accor/Forte/Travel Services JV 32.punkts

viesnīcas reti konkurēs ar 4 zvaigžņu viesnīcām. Konkurences padome uzskata, ka, ņemot vērā iepriekš minēto, lētāko (0 zvaigznes) viesnīcu un dārgāko (5 zvaigznes) viesnīcu tirgus ir vērtējami kā atsevišķi tirgi, nevērtējot tos kopsakarā ar pie pārējām viesnīcu kategorijām piederošo viesnīcu sniegto pakalpojumu tirgu.

Tādējādi saskaņā ar iepriekš minēto Konkurences padome uzskata, ka šīs konkrētās lietas ietvaros, 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgus vērtējams atsevišķi, jo Pārvaldījuma līgums attiecas, t.sk. arī uz 5.kategorijas viesnīcu, un jau pirms Pārvaldījuma līguma noslēgšanas Rezidor Hotel Group bija noslēgts līgums par citas 5.kategorijas viesnīcas (Radisson SAS Daugava) pārvaldību.

3. SIA „Rezidor Baltics” norāda, ka, izvērtējot konkrētās preces tirgus definīciju, netika ņemts vērā Rīgā un tās apkārtnē darbošos viesnīcu (izmitināšanas pakalpojumu) nozares pārstāvju viedoklis. Informācijas pieprasījumi tika nosūtīti vairāk nekā 70 tirgus dalībniekiem, kas iesaistīti viesnīcu (izmitināšanas) pakalpojumu sniegšanā, lūdzot sniegt informāciju/viedokli par jautājumiem, kas SIA „Rezidor Baltics” ieskatā, kalpo par rādītājiem konkrētās preces tirgus definēšanā, t.sk. tirgus dalībnieka viedoklis par dažādu kategoriju viesnīcu savstarpējo aizstājamību, ņemot vērā sniegtos pakalpojumus, arī citus aspektus, kas norāda uz aizstājamības iespējamību, galvenās atšķirības dažādu kategoriju viesnīcu starpā, piemēram, papildu pakalpojumi, papildu komforts u.c.

Pēc iepazīšanās ar lietas materiāliem SIA „Rezidor Baltics” izdarīja sekojošus secinājumus:

- par galvenajām atšķirībām dažādu kategoriju viesnīcu starpā vairums aptaujāto tirgus dalībnieku norādīja uz atšķirībām dažādu kategoriju viesnīcām piemērotajos sertifikācijas standartos,

- kas attiecas uz dažādu viesnīcu kategoriju aizvietojamību, aptaujātie tirgus dalībnieki norādīja sekojošo:

- viesnīcas, kas norādīja uz iespējamo aizvietojamību tās pašas kategorijas viesnīcu starpā: 11 apsaimniekotāji,

- viesnīcas, kas nespēja atbildēt uz šo jautājumu: 6 apsaimniekotāji,

- viesnīcas, kas norādīja, ka šāda aizvietojamība varētu pastāvēt tās pašas viesnīcas kategoriju starpā, kā arī blakus kategoriju viesnīcu starpā, ieskaitot 4. un 5.kategorijas viesnīcu aizvietojamību: 22 apsaimniekotāji;

- kas attiecas uz individuālu viesnīcu sniegtajām atbildēm, SIA „Rezidor Baltics” vēlas norādīt, ka to viedoklis nebūtu ņemams vērā, tā kā no sniegtajām atbildēm nav iespējams izdarīt viennozīmīgus secinājumus par to, vai tirgus dalībnieka viedoklis sniegts, ņemot vērā aizvietojamības iespējamību dažādu kategoriju viesnīcu starpā vai arī konkrētais

respondents sniedzis viedokli par aizstājamības iespējām ar tam piederošajām/vadītajām viesnīcām (tādējādi neņemot vērā citas iespējamās viesnīcu grupas (piemēram, augstākas kategorijas) viesnīcas). Tādējādi no sniegtajiem viedokļiem nav iespējams izdarīt secinājumus par 4. un 5.kategorijas viesnīcu aizvietojamības neiespējamību.

- nav ticis ņemts vērā apvienošanās dalībnieku viedoklis, šādi argumenti nav tikuši izvērtēti konkrētās preces tirgus definīcijas izvērtēšanas ietvaros:

- ekonomiskās recesijas rezultātā viesnīcu (izmitināšanas pakalpojumu) tirgū 2009. un 2010.gadā 4. un 5.kategorijas viesnīcas pārdeva numurus par 3.kategorijas viesnīcas numuru cenu,

- cenu konkurence pastāv starp visiem viesnīcas (izmitināšanas pakalpojumu) sniedzējiem Rīgā un tās apkārtnē, ieskaitot 3., 4. un 5.kategorijas viesnīcas,

- parasti, rezervējot viesnīcas numuru, izšķirošais faktors ir viesnīcas numuru pieejamība konkrētos datumos, kā arī viesnīcas atrašanās vieta.

- izrietoši, secinājums, ka „daļa respondentu norādīja uz viesnīcu aizvietojamību to kategorijas (piešķirto zvaigžņu) ietvaros, citi savukārt norādīja uz aizvietojamību 3. un 4.kategorijas viesnīcu aizvietojamību” nav pamatots, jo puse respondentu (~ 50%) norādīja uz blakus kategoriju viesnīcu aizvietojamību (kas ietver arī 4. un 5.kategorijas viesnīcas), savukārt tikai ~ 25% respondentu norādīja uz iespējamo aizvietojamību vienai kategorijai piederošo viesnīcu starpā. Pārējiem respondentiem nebija viedokļa šajā jautājumā (~ 13%) vai arī tie sniedza atšķirīgu viedokli (~ 11%), paļaušanās uz ko SIA „Rezidor Baltics” ieskatā, varētu būt maldinoša.

Izvērtējot iepriekš minētos SIA „Rezidor Baltics” pārstāvju argumentus un secinājumus, Konkurences padome norāda:

1) lai arī viesnīcu apsaimniekotāji sniedza dažādus viedokļus par viesnīcu savstarpējo aizvietojamību, vairums viesnīcu apsaimniekotāju norādīja uz atšķirībām dažādu kategoriju viesnīcām piemērotajos sertifikācijas standartos, kā to norāda arī SIA „Rezidor Baltics” savā Iesniegumā. Lai arī liela daļa viesnīcu apsaimniekotāju norāda, ka par savstarpēji aizvietojamām varētu uzskatīt arī 4. un 5.kategorijas viesnīcas, Konkurences padome uzskata, ka, ņemot vērā iepriekš minētajās EK lietās esošo argumentāciju, kā arī viesnīcu sertifikācijas standartos noteiktās prasības, uz kuru nozīmību norādījuši viesnīcu apsaimniekotāji, 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumi nav aizvietojami ar 4.kategorijas viesnīcu pakalpojumiem, un tādējādi vērtējami atsevišķu tirgu ietvaros,

2) attiecībā uz VRC noteiktajām standarta prasībām 3., 4. un 5.kategorijas viesnīcām, Konkurences padome vērs uzmanību, ka, jo augstākas kategorijas viesnīca, jo augstākas prasības tai tiek izvirzītas. Tādējādi, klients, izvēloties noteiktas kategorijas viesnīcu, prezumē tajā sagaidāmos pakalpojumus. Attiecībā uz standartu prasībām 5.kategorijas viesnīcām, Konkurences padome norāda uz prasībām, kas noteiktas tikai 5.kategorijas viesnīcām, un vienlaikus arī uzskatāmas par tādām, kas prasa minētās kategorijās viesnīcās investēt būtisku līdzekļu apjomu, kā arī sniegt viesnīcas klientiem zināmus pakalpojumus, kuru nodrošināšanu neparedz zemāku kategoriju viesnīcām paredzētās prasības:

- ekskluzīvs mēbelējums un iekārtojums vienotā stilā – prasība pēc ekskluzīva mēbelējuma nav noteikta citu kategoriju viesnīcām. Lai arī prasība nodrošināt iekārtojumu vienotā stilā ir noteikta arī 4.kategorijas viesnīcām, minētās kategorijas viesnīcām nav izvirzīts nosacījums pēc ekskluzīva mēbelējuma. Minētais liecina, ka mēbelējums 5.kategorijas viesnīcās ir īpašs, tikai konkrētajai viesnīcai vai konkrētajai viesnīcu kategorijai raksturīgs, turklāt šādam mēbelējumam jābūt visā viesnīcā, nodrošinot vienotu stilu,

- apartamenti (ar trīs un vairāk istabām) – vismaz divi procenti no viesnīcas numuru skaita. 4.kategorijas viesnīcām ir noteikta prasība pēc vismaz viena apartamenta, un tam nav saistības ar numuru skaitu viesnīcā. Arī šī prasība norāda uz 5.kategorijas viesnīcu īpašo statusu pārējo kategoriju viesnīcu starpā, kā arī uz papildu investīcijām minētās prasības nodrošināšanai,

- vairāki restorāni, no kuriem vienā tiek spēlēta deju mūzika – prasība liecina par minētās kategorijas viesnīcām noteikto pienākumu - īpašo attieksmi pret tās klientiem, nodrošinot tiem izvēles iespējas, piemēram, kurā no viesnīcas restorāniem pavadīt laiku, klausīties vai neklausīties deju mūziku. Minētā prasība viesnīcā ir jānodrošina neatkarīgi no viesnīcā esošo numuru un konkrētajā laikā viesnīcā vai restorānā esošo viesu skaita. 4.kategorijas viesnīcās saskaņā ar standartos noteiktajām prasībām ir viens restorāns;

- privāta (-as) ēdamistaba (-as) viesiem. Minētā prasība norāda uz to, ka tikai 5.kategorijas viesnīcās tiek īpaši nodrošināts viesu privātums. Gadījumā, ja biznesa pārstāvji, ierodoties, piemēram, Rīgā, ir plānojuši individuālas tikšanās ar esošajiem vai potenciālajiem biznesa partneriem, viņi noteikti izmantos 5.kategorijas viesnīcu nodrošinātos pakalpojumus. Vadošajiem biznesa pārstāvjiem, apmetoties 5.kategorijas viesnīcās, tiek nodrošinātas iespējas, piemēram, tikties ar partneriem, paēst, piemēram, biznesa pusdienas atsevišķi no pārējiem viesiem, tādējādi nodrošinot to privātumu, kā arī sarunu konfidencialitāti. 4.kategorijas viesnīcām šāda prasība nav noteikta, un, viesim, vēloties saņemt konkrēto pakalpojumu, nav citas alternatīvas, kā izvēlēties 5.kategorijas viesnīcu,

- slēgts baseins un/vai ar profesionālu trenāžieru zāli vai veselības centru ar garderobi un dušām un/vai saunu un atpūtas telpu. Minētā prasība, kas noteikta tikai 5.kategorijas viesnīcām, liecina par īpašo attieksmi pret klientu, rūpējoties par tā labsajūtu, veselību, brīvā laika pavadīšanas papildu iespējām.

Visas iepriekš minētās tikai 5.kategorijas viesnīcām noteiktās prasības uzskatāmas par tādām, kas prasa būtisku investīciju apjomu gan šo prasību sākotnējai nodrošināšanai, piemēram, ekskluzīvā mēbelējuma iegāde, vairāku restorānu, apartamentu, viesu privāto ēdamistabu iekārtojums, baseina, saunas izbūve un iekārtojums, gan arī viesnīcas sniegto pakalpojumu atbilstības iepriekš minētajām prasībām nodrošināšanai viesnīcas darbības laikā.

Papildus iepriekš minētajam, klients, izvēloties 5.kategorijas viesnīcu, paredz, ka saņems ne tikai iepriekš minētos, bet arī tādus tikai 5.kategorijas viesnīcām noteiktus pakalpojumus, kā, piemēram,:

- gaisa kondicionēšana numuros,
- gultas veļas maiņa katru dienu.

Minēto pakalpojumu nodrošināšana, iespējams, neparedz tik būtisku investīciju apjomu no viesnīcu apsaimniekotāju puses, tomēr liecina par īpašo attieksmi pret klientu. Gaisa kondicionēšanas nodrošināšana numuros īpaši būtiska ir vasaras sezonā, un klients, minētajā sezonā izvēloties viesnīcu, prezumē, ka 5.kategorijas viesnīcā garantēti saņems minēto pakalpojumu. Pakalpojuma „gultas veļas maiņa katru dienu” nodrošināšana 5.kategorijas viesnīcu apsaimniekotājiem rada regulārus papildu izdevumus, kas saistīti gan ar apkalpojošā personāla papildu pienākumiem, gan ar gultas veļas mazgāšanas, gludināšanas u.c. regularitāti un biežumu, salīdzinot ar, piemēram, 4.kategorijas viesnīcās sniegtajiem pakalpojumiem un izdevumiem. Gan gaisa kondicionēšana numuros, gan gultas veļas maiņa katru dienu attiecas uz katru viesnīcas klientu individuāli, un klients, izvēloties minētās kategorijas viesnīcu, zina, ka garantēti saņems šos pakalpojumus,

3) 5.kategorijas viesnīcu sniegtie pakalpojumi uzskatāmi par ekskluzīviem, un uz to norāda arī SIA „Viesnīca Rīdzene” gada pārskata par 2009.gadu Vadības ziņojumā norādītais: „Reval Hotel Rīdzene (RHR) ir pieczvaigžņu luksusa viesnīca un ir labākā izvēle uzņēmējiem un konferenču dalībniekiem, kuri vēlas saņemt augstākās kvalitātes pakalpojumus. (...) Tirdzniecībā RHR pazīstama ar saviem pieczvaigžņu viesnīcas kvalitātei atbilstošiem un personalizētiem pakalpojumiem. RHR (...) piedāvā (...) pakalpojumus vietējām un ārvalstu valdībām, uzņēmumiem un tūristiem, kas vēlas atpūsties luksusa apstākļos”,

4) attiecībā uz SIA „Rezidor Baltics” norādīto, ka konkrētās preces tirgus definīcijas izvērtēšanas ietvaros nav ticis vērtēts lietas dalībnieku

viedoklis, Konkurences padome norāda, ka konkrētās lietas ietvaros iegūtā informācija par vidējām cenām, par kādām tika pārdoti numuri 3. un 5.kategorijas viesnīcās 2009., 2010.gadā, neliecina, ka 5.kategorijas viesnīcu numuri tika pārdoti par 3.kategorijas viesnīcu numuru cenu. Gadījumā, ja šādi darījumi ir notikuši, tie vērtējami kā nebūtiski, atsevišķi gadījumi, neatstājot būtisku ietekmi uz tirgu un neveidojot konsekvences, no kurā varētu izdarīt secinājumu, ka, piemēram, 3.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgus uzskatāms par aizvietojamu ar 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgu. Papildus iepriekš minētajam Konkurences padome vērš uzmanību uz SIA „Polar Bek Daugava” gada pārskata par 2009.gadu Vadības ziņojumā norādīto, ka “relatīvi stabilā tirgus situācija un produkta kvalitāte veicināja augstāku cenu līmeni jaunatvērtajās viesnīcās, kas ļāva arī mums noturēt viesnīcas¹² vidējo cenu un pat nedaudz to palielināt. (...) Reval grupas un citu pilsētas viesnīcu zemās cenu politikas ētikas rezultātā mūsu viesnīcas pakalpojumi tika uzskatīti par pārāk dārgiem, kā rezultātā vidējā cena attiecīgi kritās par 19,2% (...)”. Ņemot vērā iepriekš minēto, Konkurences padome secina, ka 5.kategorijas viesnīcu cenas 2009.gadā saglabājās relatīvi augstā līmenī, neliecinot par būtisku cenu samazinājumu. Krīzes situācija nav ņemama vērā, jo tā neatspoguļo patieso situāciju tirgū ilgtermiņā,

5) attiecībā uz izšķirošo faktoru viesnīcas rezervēšanā Konkurences padome norāda, ka primārais ir viesnīcas atrašanās vieta, kas norādīts arī šajā lēmumā analizētajās lietās („klients izvēlas viesnīcu pilsētā, kurā tas uzturas”). Viesnīcu numuru pieejamība konkrētos datumos zināmā mērā saistīta ar katras konkrētās viesnīcas numuru cenu, ar katras konkrētās viesnīcas vadības izstrādāto cenu, atlaižu veidošanas un piemērošanas politiku konkrētā laika periodā.

4.1. Izvērtējot Paziņojumā izdarītos secinājumus SIA „Rezidor Baltics” pārstāvji secina, ka nepastāv būtiskas atšķirības kvalitātes prasību ziņā starp 3. un 4.kategorijas viesnīcām un starp 4. un 5.kategorijas viesnīcām. No minētajiem secinājumiem izriet, ka viesnīcu kvalitātes aspektu izvērtēšanas jomā 3.kategorijas viesnīcas ir aizvietojamās ar 4.kategorijas viesnīcām, kā rezultātā 3. un 4.kategorijas viesnīcas varētu veidot atsevišķu 3. un 4.kategorijas viesnīcu (izmitināšanas pakalpojumu) konkrētās preces tirgu. Identisks secinājums varētu tikt izdarīts arī attiecībā uz 4. un 5.kategoriju. Ņemot vērā dažādu kategoriju viesnīcu kvalitātes aspektus, konkrētās preces tirgi ir šādi: 1) 3. un 4.kategorijas viesnīcu (izmitināšanas pakalpojumu) tirgus, 2) 4. un 5.kategorijas viesnīcu (izmitināšanas pakalpojumu) tirgus.

Papildus iepriekš minētajam Iesniegumā secināts, ka vidēji cenu atšķirības 3. un 4.kategorijas viesnīcu starpā un 4. un 5.kategorijas

¹² viesnīca Radisson SAS Daugava 2009.gadā bija 5.kategorijas viesnīca

viesnīcu starpā ir visai līdzīgas: 2009.gadā šādas atšķirības veidoja attiecīgi 54,4% (3. un 4.kategorijas viesnīcām) un 60,9% (4. un 5.kategorijas viesnīcām), 2010.gadā šādas atšķirības bija samērā līdzīgas – 58,6% (3. un 4.kategorijas viesnīcām) un 57,1% (4. un 5.kategorijas viesnīcām).

4.2. SIA „Rezidor Baltics” ieskatā augšminētie secinājumi par viesnīcu aizvietojamību nav pamatoti, ņemot vērā līdzības kvalitātes un cenu ziņā 3. un 4.kategorijas viesnīcu starpā, kā arī starp 4. un 5.kategorijas viesnīcām. Paziņojumā pareizi norādīts, ka nepastāv būtiskas atšķirības starp 4.kategorijas viesnīcu un 5.kategorijas viesnīcu nodrošināmo pakalpojumu kvalitāti (tātad vispārīgi – nepastāv būtiskas atšķirības starp prasībām, kas tiek piemērotas blakus kategoriju viesnīcām). Tātad, arī ieguldījumi, kas veicami, lai nodrošinātu pakalpojumu sniegšanu (kvalitāti) ir līdzīgi vai vismaz nav būtiski atšķirīgi. Papildus jāatzīmē, ka 4.kategorijas viesnīcas arī tiek ietvertas luksusa klases viesnīcu grupā. Tādējādi, izskatot jautājumu par noteikta tipa viesnīcu piederību luksusa klasei, ir jāizvērtē dažādu kategoriju viesnīcas, kā arī no patērētāju viedokļa, tās varētu tikt uzskatāmas par savstarpēji aizvietojamām. Ja tiek izdarīts secinājums par 3. un 4.kategorijas viesnīcu aizvietojamību, būtu tikai loģiski nonākt pie tāda paša secinājuma par 4. un 5.kategorijas viesnīcu aizvietojamību.

4.3. Arguments, ka daļa klientu dod priekšroku tikai piecvaigžņu viesnīcām, nevar kalpot par pamatojumu 5.kategorijas viesnīcu kā atsevišķa konkrētās preces tirgus izdalīšanai. Paziņojumā nav norādīts, vai šī klientu daļa, kas izvēlas uzturēties tikai 5.kategorijas viesnīcās, ir (%) nozīmīga, salīdzinājumā ar kopējo klientu skaitu, kas uzturas 5 zvaigžņu viesnīcās. Tādējādi šis apgalvojums nav ņemams vērā, konkrētās preces tirgus definīcijas izvērtēšanas mērķim. Cenai un kvalitātei jābūt galvenajiem kritērijiem, kas ietekmē patērētāju (klientu) uzturēšanās vietas izvēli, Tādējādi vismaz 3. un 4.kategorijas viesnīcas veido atsevišķu konkrētās preces tirgu un arī 4. un 5.kategorijas viesnīcas veido atsevišķu konkrētās preces tirgu.

4.4. SIA „Rezidor Baltics” ieskatā viesnīcu numuru vidējās cenas nevajadzētu vērtēt kā viesnīcu aizstājamības rādītāju. Izvēloties naktsmītni, klienti vērtē konkrētajā dienā, kurā tie uzturas konkrētajā pilsētā, pieejamo viesnīcas numuru faktiskās cenas. Kā rezultātā viesnīcas aizvietojamība no klientu perspektīvas, tiek vērtēta, ņemot vērā viesnīcas noslogotību (vai pastāv iespēja veikt rezervāciju konkrētajā datumā), viesnīcas atrašanās vietu, cenu, viesnīcas kategoriju, kā arī viesnīcas numura veidu. Gadījumā, ja klienta ieskatā 3.kategorijas viesnīcas, kas

atrodas tam pieņemamā vietā, piedāvātā cena ir pielīdzināma 4. un 5.kategorijas viesnīcu cenām, tā ir standarta prakse, ka klients izvēlēsies augstākas kvalitātes viesnīcu. Saskaņā ar esošo informāciju, 3.kategorijas viesnīcu augstākās cenas ir pielīdzināmas 5.kategorijas viesnīcu zemākajām cenām. Tādējādi ir iespējama aizvietojamība pat 3. un 5.kategorijas viesnīcu starpā. Arī tiešsaistes viesnīcu rezervēšanas portāli dod iespēju meklēt naktsmājas, izmantojot informācijas atlasīšanas sistēmu „pēc cenas”, piedāvājot vairākas meklēšanas iespējas. Izvēloties pozīciju: EUR 50-99 Rīgā tiek atlasīti 2., 3. un 4.kategorijas viesnīcas, cenu kategorijā EUR 100-149 tiek atlasītas 3. un 4.kategorijas viesnīcas, bet cenu kategorijā EUR 150-199 tiek piedāvāti 3., 4. un 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumi, kategorijā virs EUR 200 – 4. un 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumi.

Iepriekš minētais nepārprotami norāda, ka ņemot vērā cenas aspektu, aizvietošanas ir vismaz blakus kategoriju viesnīcas un tādējādi konkrētās preces tirgus būtu definējams kā: viesnīcas (izmitināšanas) pakalpojumi 3. un 4.kategorijas viesnīcās un viesnīcas (izmitināšanas) pakalpojumi 4. un 5.kategorijas viesnīcās.

Izvērtējot iepriekš minētos SIA „Rezidor Baltics” pārstāvju argumentus un secinājumus, Konkurences padome norāda, ka viesnīcas numuru cena ir tikai viens no aspektiem, ko vērtē, definējot viesnīcu pakalpojumu tirgu. Kā jau iepriekš norādīts šajā lēmumā, definējot un vērtējot viesnīcu pakalpojumu tirgu, tika ņemti vērā gan Eiropas Komisijas lietās norādītie argumenti par viesnīcu pakalpojumu tirgu, gan viesnīcu standartos katrai viesnīcu kategorijai noteiktās prasības u.c. argumenti, turklāt, ņemot vērā šajā lēmumā analizētajās EK lietās norādīto, viesnīcu pakalpojumu tirgus var tikt vērtēts kā vienots, izņemot pašas lētākās un pašas dārgākās viesnīcas. Šīs konkrētās lietas ietvaros atsevišķi tiek vērtētas dārgākās, t.i., 5.kategorijas viesnīcas, kas uzskatāms par augstāko standartu un ekskluzīvu produktu, jo Pārvaldījuma līguma noslēgšanas rezultātā ietekme uz konkurenci ir gan 3. un 4.kategorijas viesnīcu, gan ekskluzīvo – 5.kategorijas viesnīcu tirgū. Turklāt viesnīcu sniegtie pakalpojumi uzskatāmi par primārajiem, vērtējot viesnīcas un piešķirot tām atbilstošās kategorijas, bet numuru cenas uzskatāmas par sekundāru elementu, jo izriet no viesnīcas sniegto pakalpojumu apjoma un faktiskās kvalitātes izvērtējuma, ko savukārt nosaka katrai viesnīcas kategorijai noteiktās standarta prasības.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Konkurences padome uzskata, ka konkrētās lietas ietvaros kā konkrētās preces tirgi definējami:

- 1) 3. un 4.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgus,
- 2) 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgus.

5.1.2. Par konkrēto ģeogrāfisko tirgu

Konkurences padome uzskata, ka, vērtējot konkrēto ģeogrāfisko tirgu, būtiska nozīme ir viesnīcas atrašanās vietai, t.i., cik ērti un ātri, ar iespējami mazāku laika patēriņu to iespējams sasniegt, cik ērti un ātri no klienta mītnes viesnīcas iespējams sasniegt citus klientam stratēģiski svarīgos objektus, piemēram, lidostu, konferences vai pasākuma vietu (ja tie nenotiek mītnes viesnīcā) u.c.

5.1.2.1. VRC atbildes vēstulē norādīja:

- 1) to, vai viesis izvēlas mītni ārpus Rīgas teritorijas, bez tās konkrētā pakalpojumu piedāvājuma, nosaka arī tādi faktori kā laba viesnīcas sasniedzamība un izvietojums tūrismam pievilcīgās teritorijās ar attīstītu infrastruktūru un plašu tūrisma pakalpojumu klāstu,
- 2) daudz kas atkarīgs arī no pašas viesnīcas prasmes piesaistīt viesus ar kādu īpašu piedāvājumu, jo galvenais tūrisma motīvs nav nakšņošana, bet jaunu iespaidu un pieredzes gūšana. Šajā sakarā privilīģētākā stāvoklī noslogojuma ziņā ārpus Rīgas varētu būt viesnīcas līdz 20 km rādiusā no Rīgas, kuras sniedz, piemēram, kūrortoloģiskās dziedniecības un SPA pakalpojumus visa gada garumā, piemēram, Jūrmalā („Baltic Beach Hotel”, „Hotel Jūrmala SPA”) vai Baltezerā („Hotel Baltvilla”),
- 3) kā rāda pieredze, viesnīcas atrašanās rādiusā līdz 80 km no Rīgas kopumā negatīvi ietekmē tās noslogojumu, jo salīdzinošais Rīgas tuvums nemotivē viesi veikt nakšņojumu un tas visbiežāk pārnakšņo kādā no Rīgas viesnīcām.

5.1.2.2. SIA „Elizabetes centrs”, SIA „Viesnīca Rīdzene”, a/s „Viesnīca Latvija” un SIA „Polar BEK Daugava” sniedza šādu informāciju:

- 1) viesnīcas un viesu izmitināšanas vietas 30-50km attālumā no Rīgas robežas tiek uzskatītas par Rīgā esošo viesnīcu konkurentiem. Jūrmalā (30 km no Rīgas) esošās mītnes ir uzskatāmas par galveno Rīgas viesnīcu un viesu izmitināšanas vietu konkurentiem gan atpūtas, gan biznesa segmentā, jo piedāvā zemas cenas ziemas laikā un ir ļoti pievilcīga atpūtas vieta vasaras laikā. Arī pilsētas 200 km attālumā no Rīgas (Cēsis un Valmiera) bieži tiek izraudzītas nelielu biznesa pārstāvju grupu izmitināšanai,
- 2) lielā mērā viesnīcas vietas izvēle ir atkarīga no piedāvājuma un pieprasījuma attiecīgajā brīdī. Laikā, kad ir augsts pieprasījums (piemēram, lielu starptautisku konferenču laikā vai atpūtas sezonas laikā), klienti ir vairāk gatavi apmesties dažādu kategoriju un izvietojuma viesnīcās ārpus Rīgas un Jūrmalas. Līdz ar to kopējā piedāvājuma situācija Rīgas pilsētas

teritorijā ne vienmēr sniedz pareizu priekšstatu par kopēju pieejamo viesnīcas numuru skaitu.

5.1.2.3. Komerccabiedrības, kas darbojas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū, sniedza šādu informāciju:

1) šāda informācija ir saistīta ar tūrisma aģentūras, nevis ar viesnīcas darbību. Viesnīca ārpus Rīgas var tikt izvēlēta saskaņā ar vairākiem faktoriem (attālums līdz jūrai, viesnīcā piedāvātie speciālie pakalpojumi (SPA, „lauku dzīve”) (SIA „Biznesa centrs TOMO”),

2) viesu izmitināšanas ārpus Rīgas pilsētas teritorijas galvenie kritēriji varētu būt dabas tuvums, svaigais gaiss, pieejamas cenas, komforts, tīrība, pēc iespējas lielāks servisa pakalpojumu klāsts. Viesnīcai jābūt viegli pieejamai no ģeogrāfiskā viedokļa (SIA „Kristīne RR”),

3) lai viesu izmitināšanai varētu tikt izvēlēta viesnīca arī ārpus Rīgas pilsētas teritorijas, tajā nepieciešams piedāvāt vismaz tāda paša līmeņa pakalpojumus, kā arī viesnīcas aprīkojumam jāatbilst noteiktās kategorijas standartiem un apkalpojošā personāla kvalifikācijai jāatbilst attiecīgajā viesnīcas kategorijā sagaidāmajam apkalpošanas un servisa līmenim. Domājams, ka 20-30 km būtu viesnīcas pieļaujamā atrašanās. Pieļaujam, ka daļa viesnīcas Jūrmalā („Baltic Beach Hotel”, „Jūrmala SPA Hotel” u.c.), kā arī viesnīca „Baltvilla” Baltezerā varētu tikt uzskatītas/izmantotas ar tādu pašu vai līdzīgu noslodzi kā Rīgas pilsētas teritorijā esošās attiecīgās kategorijas viesnīcas (SIA „Hanza Hotels”),

4) galvenokārt ceļotāji izvēlas viesnīcu pēc atrašanās vietas, kā arī pēc cenas. Tā kā Rīgas viesnīcu cenas ir pieejamas dažādām ceļotāju grupām, tad noteicošais ir tieši atrašanās vieta, vai tas būtu tuvu vēsturiskajam centram, vai biznesa interešu punktu tuvumā, vai cita iemesla dēļ. Cilvēkam ir jāizvēlas sev nepieciešama atrašanās vieta, un, pieņemsim, tūristam nav nepieciešams šķērsot ceļu no Pārdaugavas vai Juglas, ja galvenokārt viņš ir iecerējis apmeklēt Rīgas centru, jo Rīgas centrā ir iespējas atrast laba servisa viesnīcas ar labu atrašanās vietu un nepieciešamo cenu, līdz ar to zūd nepieciešamība izvēlēties tālāku atrašanās vietu. Ja viesis izvēlas viesnīcu ārpus Rīgas pilsētas, tad tas ir vai nu tāpēc, ka viņam tiešām šī lokācija ir nepieciešama, vai arī tā ir viena no nedaudzajām dienām, kad Rīgas pilsētas viesnīcas ir aizņemtas (SIA „Ērgļi Divi”),

5) viesnīcas ārpus Rīgas nevar būt tikpat labi noslogotas kā viesnīcas Rīgā. Tas ir tādēļ, ka visi marketinga pasākumi galvenokārt attiecas uz Rīgu un Jūrmalu. Līdz ar to Jūrmalas viesnīcām sezonas periodā var būt tāds pats noslogojums kā Rīgas viesnīcām (SIA „Kalēju iela 56”),

6) Rīgas viesi, veicot izvēli par viesnīcu, ņems vērā ne tikai viesnīcas atrašanās vietu, izskatu, kvalitāti un cenu, bet arī iespēju nokļūt līdz ārpus-Rīgas viesnīcai. Daudzi ceļotāji ir pieraduši izmantot sabiedrisko

transportu, ja ceļo vieni, kas šobrīd Latvijā ir ļoti ierobežotā piedāvājumā. Svarīgi ir saprast, kāpēc viesi dodas uz attiecīgo pilsētu – atpūtas vai biznesa nolūkā. Jūrmalas viesnīcas ir labākā situācijā nekā citas pilsētas ārpus Rīgas. Tām seko Liepāja, Ventspils, Daugavpils, Cēsis, Sigulda, attīstās Kuldīga, Valmiera, Rēzekne, Ogre, Madona u.c. Daudzās pilsētās, kur sāk attīstīties bizness un ražošana, viesnīcu piedāvājums un kvalitāte vēl atpaliek. Nedomāju, ka gada vidējās kopējās noslodzes ziņā tās var līdzināties Rīgai, kur arī pastāv sīva konkurence, viesmīlības industrijā vēl arvien ir krasi jaušams sezonālā raksturs (SIA „Hotel Management Services”),

7) tūristi vairāk brauc, lai apciemotu tieši Rīgu vai Jūrmalu, un sakarā ar to, ka visas viesnīcas piedāvā pakalpojumus par ļoti zemām cenām, tūristi tagad reti izvēlas viesnīcas ārpus Rīgas vai Jūrmalas, jo izmaksas par transportu nav izdevīgas un ceļā zaudētais laiks ir būtisks kritērijs. Principā viss atkarīgs no tā, kā klients plāno pavadīt Latvijā savu laiku (SIA „Viktorija International”),

8) attālumā ziņā aizvietoājama var būt tāda viesnīca, kas atrodas ne tālāk par 15 km, ar nosacījumu, ka viesnīca apmaksā transfēra izmaksas (taxi) līdz aizvietojamai viesnīcai un atpakaļceļu. Attālums, par kuru ceļa izdevumus nesedz viesnīca, var būt ne lielāks par 2 km (SIA „Bruņinieks MS”),

9) viesi varētu izvēlēties viesnīcu ārpus Rīgas teritorijas, ja viņu mērķis ir apmeklēt kādu konkrētu Latvijas pilsētu, apskatīt kādu konkrētu vēsturisku vietu Latvijā vai izbaudīt atpūtu laukos. Viesnīca, kas atrodas 30 km ārpus Rīgas, varētu būt konkurētspējīga ar Rīgas viesnīcām (SIA „Titul”),

10) galvenais faktors – jābūt attīstītai infrastruktūrai, piekļuves veidiem (dzelzceļš, autoceļi) (SIA „Welkom”),

11) nekādi viesnīcu kritēriji, arī ne zemāka cena, nebūs noteicošie, lai vestu klientus ārpus Rīgas, jo Rīgā jau tā ir par daudz 3 zvaigžņu viesnīcu, līdz ar to arī tūrisma aģentūrām ir lielas iespējas tās dabūt krietni zem saprātīgām cenām. Arī 4 zvaigžņu viesnīcas 2009.gadā tik ļoti samazināja istabu cenas, ka tās bija zemākas par 3 zvaigžņu viesnīcu cenām, pilnībā izkropļojot naktsmītņu tirgu. Aģentūru pārstāvji bieži ir izteikuši viedokli, ka liela interese par maršrutiem vai produktiem ārpus Rīgas nav. Siguldas viesnīcas bija pamatīgāk noslogotas 2006.-2007.gadā, kad Rīgā viesnīcu skaits bija krietni mazāks, cenas – krietni augstākas. Sigulda ir nākamā vieta aiz Rīgas, kur tiek vestas tūristu grupas un ierodas arī individuālie ceļotāji. Siguldas tuvums Rīgai ir arī mīnuss, jo tūristi tiek vesti uz Siguldu vienas dienas ekskursijā, pēcpusdienā atgriežoties un nakšņojot Rīgā (SIA „BBS-dizain”),

12) neesam kompetenti sniegt pamatotu viedokli par to, kādi teritorijas kritēriji uzskatāmi par noteicošajiem, lai Rīgas viesu izmitināšanai varētu tikt izvēlēta viesnīca ārpus Rīgas. Pamatkritēriji, kas svarīgi jebkuram viesim un apmeklētājam, ir laba infrastruktūra, atbilstošs serviss un

pakalpojumu klāsts attiecīgā viesmīlības uzņēmuma klasifikācijai (SIA „Hotel Bergs”),

13) klienta izmitināšanā viesnīcas izvēli ietekmē galvenokārt klienta uzturēšanās mērķis (dienesta brauciens, ekskursiju brauciens, atpūta u.c.), nav maznozīmīgs arī uzturēšanās gadalaiks. Attālums, ko viesi ir gatavi veikt no Rīgas centra līdz viesnīcai, kurā viņi dzīvo, ir ļoti individuāla lieta katram klientam, to prognozēt nav iespējams (SIA „BBH Investments”),

14) klientu loks atkarībā no viesnīcu atrašanās vietas atšķiras ne tikai viesnīcām, kas atrodas Rīgā, un viesnīcām, kuras atrodas ārpus Rīgas, bet arī starp Rīgā esošajām viesnīcām, atkarībā no tā, vai viesnīca atrodas pilsētas centrā vai ārpus tā. Attālums no Rīgas robežas, lai viesnīcu varētu izmantot viesu izmitināšanai, analogi kā Rīgas pilsētā esošās viesnīcas – līdz 120 km, pieņemot, ka viesnīca tiek izmantota ceļotāju grupu izmitināšanai liela pasākuma laikā (SIA „Elizabete Hotel”),

15) nosacījumi, lai izvēlētos viesu izmitināšanu ārpus Rīgas pilsētas centra ir šādi: šādas viesnīcas parasti izvēlas tūroperatori, kas organizē grupu braucienus, adekvāta cena, ērta un plaša autostāvvietā, kur var ērti novietot arī pasažieru autobusus, regulāri un operatīvi (transfēra) pakalpojumi, grupu ēdināšanas iespējas, viesnīcas infrastruktūra atbilstoši ES prasībām (SIA „Islande Hotel”),

16) lai piesaistītu Rīgas viesus, viesnīcām, kas atrodas ārpus Rīgas pilsētas robežas, izmitināšanai jāpiedāvā zemāka cena, nekā viesnīcām, kas atrodas Rīgā, un/vai labāks serviss (piemēram, transfēra pakalpojums uz Rīgu, restorāna pakalpojums, SPA centra pakalpojums u.c.). Tas attiecas uz viesnīcām, kas atrodas ne vairāk kā 20 km attālumā no Rīgas robežas (SIA „Justina”),

17) tikai klientu vēlmes (SIA „Nacionālais rehabilitācijas centrs Vaivari”),

18) par kritērijiem viesnīcu izvēlē – parasti tā ir viesu iepriekšējā pieredze un citu klientu ieteikumi. Parasti viesi istabas rezervē jau laicīgi, gadījuma klientu īpatsvars ir neievērojams. Ņemot vērā šo elektronisko rezervāciju pārsvaru, noteicošais faktors naktsmītnes izvēlē, ja nav iepriekšējas pieredzes, ir interneta resursu kvalitāte, mājas lapas dizains, pārskatāmība, viesnīcas informācijas esamība lielākajos viesnīcu rezervēšanas interneta resursos u.c. (SIA „Brauns”),

19) noteicošie kritēriji Rīgas viesu izmitināšanai ir: ērta satiksme viesnīcas sasniegšanai, optimāls attālums (līdz 25 km) no viesnīcas līdz Rīgas centram, profesionāla apkalpošana viesnīcā, labas ēdināšanas iespējas, autostāvvietā. Piemēram, viesnīca „Baltvilla”, viesnīcas Jūrmalā (a/s „Transporta informācijas aģentūra”);

20) lai Rīgas viesis vēlētos apmesties ārpus Rīgas, viņam jābūt konkrētam mērķim, kāpēc apmesties ārpus Rīgas (piemēram, vasarā pludmale Jūrmalā, lauku tūrisms u.c.), Kā arī viesnīcas, kas atrodas no Rīgas ~ 100 līdz 200 km radiusā varētu būt pievilcīgas, ja cenu ziņā būtu

konkurētspējīgas ar centra viesnīcām (tām jābūt lētākām, lai viesis izvēlētos palikt ārpus Rīgas, un pēc tam tērētu naudu transportam, lai tiktu uz Rīgu), ja transporta kustība uz Rīgas centru būtu ērta, ja viesnīcai ārpus Rīgas centra ir kategorijai atbilstošs serviss, un viesnīca piedāvā dažādus papildu pakalpojumus, vai tie ir pieejami viesnīcas tuvumā.

Šobrīd ārpus Rīgas viesnīcām sasniegt vienādu noslodzi ar Rīgas viesnīcām ir ļoti sarežģīti. Jūrmalā nesezonas laikā viesnīcas nav aizpildītas, tā kā Rīgas viesnīcās piedāvātās cenas ir krietni pievilcīgākas, kā arī infrastruktūra attīstītāka. Loģiski būtu, ja viesnīcām galvaspilsētā cenas būtu augstākas nekā ārpus tās. Jūrmalas viesnīcas piedāvā līdzvērtīgus pakalpojumus par apmēram tādām pat cenām, kā Rīgā. Piemēram, rīkot seminārus un konferences Jūrmalā ir tikpat ērti kā Rīgas centrā, jo attālums no lidostas ir vienāds kā līdz Rīgai, tā Jūrmalai (ja ir runa par starptautiskām konferencēm). Ja šādus pasākumus rīko vietējās kompānijas, Jūrmalā ir krietni ērtāk novietot automašīnas, un brauciens no Rīgas aizņem 30 min. Vidēja izmēra grupas var uzņemt gan Rīgā, gan Jūrmalā un nodrošināt gan kvalitatīvu nakšņošanu, ēdināšanu, konferenču telpas, aprīkojumu. Iespējams, ka Jūrmala šāda veida pasākumiem ir pat labāka vieta, jo blakus nav nekas, kas konferences dalībniekus varētu novērst no darba (SIA „Hotel Jūrmala SPA”);

21) Rīgas viesu izmitināšanai ārpus Rīgas pilsētas teritorijas ir jābūt pamatotam iemeslam: 1) tā var būt apzināta viesu izvēle apmesties viesnīcā ārpus Rīgas (vēlas apskatīt citu pilsētu un tās specifiskos apskates objektus), 2) ja viesi veikuši rezervāciju kādā no Rīgas viesnīcām, kurai savu iemeslu dēļ nākas viesi pārlīkt uz citu viesnīcu, jācenšas piedāvāt viesim tādas pašas kategorijas un līdzīgas atrašanās vietas iespēju. Viesnīcas ārpus Rīgas pilsētas nevar būt līdzvērtīgas un analogas viesnīcām Rīgas pilsētas centrā, jo viens no galvenajiem kritērijiem, ko viesi ievēro, izvēloties viesnīcu, un, ko viesnīcas izmanto, nosakot savu istabu pārdošanas cenu, ir viesnīcas atrašanās vieta. Līdz ar to pat viesnīca, kas atrodas kādā no piepilsētas rajoniem, nevar būt analoga viesnīcai, kas atrodas pilsētas centrā, nemaz nerunājot par viesnīcām ārpus Rīgas – ne cenu ziņā, ne piedāvājuma ziņā nevajadzētu būt (SIA „Hotel Valdemārs”);

22) Izdalām kritērijus:

- ekonomiskais kritērijs – ja cena Rīgas viesnīcās ir pārāk augsta, salīdzinot ar citu viesnīcu, kas atrodas ~ 50 km attālumā no Rīgas un ceļa izdevumi atmaksājas, novietojuma kritērijs – vasarā noteikti daudzi Rīgas viesi izvēlas uzturēties pie jūras Jūrmalā vai Saulkrastos,

- individuālais kritērijs – ja šī viesnīca ir kāds īpašs ārstniecības vai SPA komplekss, un viesis vēlas iegūt reizē vairākas iespējas – uzlabot veselību, apskatīt Latvijas galvaspilsētu un vienlaikus redzēt vairāk no Latvijas (viesnīca „Art Hotel Laine”);

23) lai viesi no Rīgas pilsētas apmesties viesnīcās, kas atrodas ārpus Rīgas

teritorijas, tām būtu jāatrodas ne vairāk kā 20 km no Rīgas centra (tūristi to skaidro ar nepieciešamību pēc iespējas ātrāk un izdevīgāk nokļūt pilsētas centrā, piekļuvi tūristu apskates objektiem u.c.) (SIA „Minhauzena Unda”);

24) krīzes laikā galvenais kritērijs ir cena. Tas cik tālu atrodas viesnīca, citiem ir svarīgi, citiem – nē. Viss atkarīgs no tūristu vēlēšanās (SIA „Olrigo”);

25) viesnīcas izvēles pamatā ir tās cena un atbilstība klienta vēlmēm. Tāpēc atkarībā no brauciena mērķa, izvietošana ārpus Rīgas var būt pilnīgi nepieņemama vienai ceļotāju kategorijai (darījuma braucienu tūristiem), bet var šķist veselīga alternatīva, ja ceļojuma mērķis ir atpūta vai konferences rīkošana. Par vienīgo vērā ņemamo alternatīvu Rīgas viesnīcām var uzskatīt Jūrmalas hotelus, un galvenokārt tās viesnīcas, kas piedāvā SPA un konferenču pakalpojumus (SIA „Europa Group”);

26) viesnīcai jāatrodas ne tālāk kā 100 km no Rīgas un ļoti skaistu dabu (SIA „Fosteri”);

27) noteicošie kritēriji, lai Rīgas viesu izmitināšanai varētu tikt izvēlēta viesnīca ārpus Rīgas: sezonālitate (jūras, skaistas dabas tuvums, labs laiks pievilina viesus viesnīcās, kas atrodas ārpus Rīgas – vasaras laikā), nesezonā liels attālums var negatīvi ietekmēt viesnīcas noslogojumu; festivāli vai kādi pasākumi (ļoti liels pieprasījums, kad notiek „Jaunais vilnis”); papildus pakalpojumi (SPA vai sporta aktivitātes, modernas konferenču zāles). Viesnīcas ar multifunkcionāliem pakalpojumiem pievilinās dažādu viesu segmentus arī nesezonā. Vairākums no potenciāliem viesiem izvēlēsies viesnīcu, kurai apkārt ir kādas no „aktivitātēm” (SIA „Belkom”);

28) viesnīcas lokalizācijas vieta, atbilstoša infrastruktūra, pakalpojumu kvalitāte, augsts servisa līmenis – noteicošie kritēriji mūsu viesnīcai, kas atbilst 3 zvaigžņu kategorijai, par citām viesnīcām neesam veikuši aptauju (SIA „Ķeizarmežs”);

29) Rīgas viesi pārsvarā vēlas apmesties pilsētā vai centra tuvumā. Tomēr, ja viesis izvēlas viesnīcu ārpus Rīgas, nokļūšanai līdz centram nevajadzētu pārsniegt 30-40 min. Galvenie kritēriji būtu: viesu sadarbības partnera uzņēmums atrodas viesnīcas tuvumā, vai ir vieglāka un ērtāka nokļūšana līdz viesnīcai, salīdzinot ar Rīgas viesnīcām vai atsevišķos gadījumos nozīme automašīnas stāvvietas esamībai, viesim ir izdevīga apmešanās „Baltvilla”, ja tas pārvietojas pa VIA Baltika, viesis vēlas uzturēties pie dabas, nevis pilsētā; nav pretenziju izmantot sabiedrisko transportu, viesis vēlas izmantot veselības uzlabošanas pakalpojumus, iepatikusies virtuves kvalitāte, vēlas izmantot viesnīcu, kas nav pārāk liela un vēlas saņemt personiskāku attieksmi u.c. (SIA „Balt Alliance”);

30) lai Jūrmalas viesnīcas būtu noslogotas arī nesezonā, ir jāattīsta pilsētas sabiedriskā dzīve (jāceļ koncertzāle, sporta komplekss u.c.). Ja tā visa nav,

tūristiem nevajag tukšo Jūrmalu (SIA „Smukas”);

31) tādi kritēriji var būt: visas Rīgas viesnīcas ir 100% noslogotas un fiziski nav atlicis neviena brīva numura, ārpus Rīgas robežām esošā viesnīca atrodas citā, ne mazāk vilinošā vietā, salīdzinot ar Rīgu (Jūrmala - kā vienīgā tāda veida vieta). Šis pieprasījums gan ir sezonāla rakstura un ziemā noteikti nebūs tik aktuāls. Ārpus Rīgas esošas viesnīcas nekad nevarēs vienlīdzīgi konkurēt ar Rīgā esošajām viesnīcām, jo klientam, atrodoties svešā vietā, vissvarīgākais ir apstākļi, cik tuvu šī viesnīca atrodas pilsētas centram. Rīgā visas tūristu izklaides ir koncentrētas pašā centrā un ārpus tā viņiem nav, ko darīt, pat nerunājot par ārpus-Rīgu. Izņēmums varētu būt biznesa cilvēki, kas viesnīcu izvēlas pēc kompānijas biroja atrašanās vietas. Vienīgā vieta, kas līdz šim spējusi konkurēt ar Rīgu, ir Jūrmala, kas galvenokārt ir vasaras mēnešos, ziemā tur ir liels klusums. Līdz ar iepriekš minētajiem kritērijiem var izdalīt šādas viesnīcas: „Baltic Beach Hotel”, „Hotel Jūrmala SPA” u.c. (SIA „Hotel Grand Palace”);

32) Rīgas viesim nevar tikt izvēlēta viesnīca, kas atrodas ārpus Rīgas pilsētas teritorijas. Vienīgais izņēmums, iepriekš noteikti saskaņojot ar viesi, varētu būt Jūrmalas pilsēta (20 km attālumā) un viesnīca „Baltic Beach Hotel” (SIA „Park Hotel”);

33) tikai atsevišķos izņēmuma gadījumos Rīgas viesu izmitināšanai varētu tikt izvēlēta viesnīca ārpus Rīgas, jo parasti tieši viesnīcas izvietojums pašā Rīgas centrā vai tuvu tam ir noteicošais faktors viesnīcas izvēlē. Vienīgais izņēmums varētu būt augstākas kategorijas viesnīca par zemāku cenu un ar iespējamiem bezmaksas papildus pakalpojumiem, piemēram, transfērs. Konkrēti tādas varētu būt atsevišķas 4 zvaigžņu SPA viesnīcas Jūrmalā (SIA „Edals”);

34) noteicošais kritērijs vienmēr ir bijis un būs atrašanās vieta. Nav iespējams pielīdzināt un padarīt līdzvērtīgas Rīgas viesnīcas un ārpus Rīgas robežām esošās viesnīcas. Lielākoties Latviju pasaulē saista tieši ar Rīgu, tādēļ uzskatu, ka neviens ceļotājs neizvēlēties dzīvot viesnīcā, kas atrodas, piemēram, Daugavpilī, Liepājā vai Valmierā, ja vien tas nav bijis jau sākotnējais galamērķis (SIA „Garden Palace”);

35) noteicošais kritērijs, lai viesi izvēlētos viesnīcu, kas atrodas ārpus Rīgas, būtu identisks viesnīcas serviss, pakalpojumu klāsts un zemāka cena. Viesnīca varētu atrasties ~ 15 km attālumā, piemēram, Jūrmalā (SIA „Baltic Financial Investment Group”);

36) lai Rīgas viesus izmitinātu ārpus Rīgas, noteicošais ir sezonālitate – vasaras periods, jo tieši šo laika periodu izmantoja tūristi, kas bija apmetušies mūsu viesnīcā (nodibinājums „Sanatorija Belorusija”);

37) Rīgas viesu izmitināšanai varētu tikt izvēlēta viesnīca ārpus Rīgas pilsētas teritorijas, nevis tikai Rīgas teritorijā tikai tad, ja klients pats ir izvēlējis saņemt šādu pakalpojumu un ir informēts par viesnīcas atrašanās

attālumu no Rīgas pilsētas. Viesnīca „Amber Sea Hotel” atrodas 25 km no Rīgas centra un var sniegt 4.kategorijas viesnīcas līmeņa pakalpojumus visu grupu klientiem (SIA „VIA Jūrmala”);

38) noteicošais būtu sakārtota un labi attīstīta infrastruktūra, labi pārdomāts viesnīcas piedāvāto pakalpojumu klāsts, moderns tehniskais aprīkojums u.c. Ne mazāk svarīgi ir apkārt esošie kultūrvēsturiskie un dabas objekti, izklaides vietas, būtu jābūt labi attīstītai reklāmai, informācijas bāzei vismaz gadu iepriekš par dažādām aktivitātēm kultūras, politikas, sporta, dažādu interešu un vaļasprieku jomā, kuru norise notiek gan valsts galvaspilsētā, gan perifērijā (SIA „Metropole Hotel”);

39) uzskatām, ka nav kritēriju, kas vērtējami kā noteicošie, lai Rīgas viesi izvēlētos ārpus Rīgas robežām esošu viesnīcu. Viesu izvēle atkarīga no brauciena mērķa un pasākumiem, ko plānots apmeklēt (SIA „REHO”);

40) uzskatām, ka noteicošie kritēriji, lai Rīgas viesu izmitināšanai varētu tikt izvēlēta viesnīca ārpus Rīgas pilsētas teritorijas, ir transfēra pakalpojuma iekļaušana viesnīcas cenā viesnīcas viesim, kā arī kopējā viesnīcas cena, kas pie vienādas kategorijas viesnīcas, ir zemāka par cenu, kas ir viesnīcai, kas atrodas Rīgas pilsētas teritorijā (SIA „Karavella Hotel”);

41) ārpus Rīgas esošajām viesnīcām ir grūti nodrošināt identisku pakalpojumu klāstu un servisu, un galvenais kritērijs ir pilsētas infrastruktūras (Rīgas) tuvums, kas nodrošina klientam papildus ērtības un servisu. Lai viesnīcas tiktu izmantotas analogi kā Rīgas pilsētā esošās viesnīcas, tām būtu jāatrodas maksimums 10 km attālumā no Rīgas pilsētas robežas, bet ar labu transporta infrastruktūru (SIA „Latlauva”);

42) viesnīcām, kas atrodas ārpus Rīgas pilsētas teritorijas, ir jāpiesaista sevi ar blakusesošajiem tūrisma objektiem – ūdens tuvums, aktīvās atpūtas iespējas u.c. Ļoti daudz viesu namu/viesnīcu ārpus Rīgas ir nepārtrauktā cīņā par izdzīvošanu, daudzām tas nav izdevies (SIA „Kembi”);

43) galvenais kritērijs ir atrašanās vieta, jo pamatā visi viesi vēlas dzīvot tuvāk centram vai izvēlētajam gala mērķim, un nevēlas tērēt lieku naudu braukšanai līdz gala mērķim. Nākamais kritērijs varētu būt numura cena un numura atbilstība zvaigznēm, tas ir atkarīgs no viesu finansiālā stāvokļa un viedokļa. 5-10 km no Rīgas varētu izmantot viesnīcas pakalpojumus, un tikai tie viesi, kuriem mērķis ir baudīt dabas priekus („Slokas OK Hotel”).

Apkopojot un analizējot VRC, kā arī komercsabiedrību (t.sk. lietas dalībnieku), kas darbojas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū, sniegtos viedokļus, Konkurences padome konkrētās lietas ietvaros konstatēja:

1) viesi pamatā izvēlas viesnīcu, kas atrodas tuvāk izvēlētajam galamērķim vai plānotajām aktivitātēm, tāpēc gadījumā, ja viesis izvēlas viesnīcu ārpus Rīgas, viņam pamatā ir nepieciešama viesnīca tieši konkrētajā izvēlētajā ģeogrāfiskajā vietā,

2) lai viesis izvēlētos apmesties ārpus Rīgas, jābūt konkrētam mērķim. Lai viesis izvēlētos viesnīcu, kas atrodas, piemēram, 100 – 200 km no Rīgas, šai viesnīcai jāspēj piedāvāt zemākas cenas, nekā piedāvā Rīgā esošās viesnīcas, jābūt ērtai transporta satiksmei ar Rīgu, jāpiedāvā dažādi papildu pakalpojumi. Viesnīca, kas atrodas ārpus Rīgas pilsētas teritorijas, var konkurēt ar viesnīcu Rīgā, galvenokārt, tad, ja spēj piedāvāt zemāku cenu par tiem pašiem pakalpojumiem, ko piedāvā viesnīca Rīgā, kā arī, piemēram, nodrošina viesim transfēra pakalpojumu uz Rīgu, SPA pakalpojumu u.c.¹³ Viesnīcai, kas neatrodas Rīgā, piedāvājot viesim zemāku cenu par analogiem viesnīcas pakalpojumiem, faktiski ir jākompensē viesim tas laika resurss, ko viesis pavada ceļā uz Rīgu,

3) atsevišķi viesnīcu apsaimniekotāji uzskata, ka Rīgas pilsētas teritorijā esošās viesnīcas nav aizvietošanas ar viesnīcām, kas atrodas ārpus tās, norādot, ka „pat viesnīca, kas atrodas kādā no piepilsētas rajoniem, nevar būt analoga viesnīcai, kas atrodas pilsētas centrā, nemaz nerunājot par viesnīcām ārpus Rīgas” (SIA „Hotel Valdemārs”). Vienlaikus vairāki apsaimniekotāji norāda, ka aizvietojamība varētu pastāvēt un konkurētspējīgas ar Rīgas viesnīcām varētu būt viesnīcas:

- 10 – 20 km attālumā no Rīgas,
- 25 – 30 km attālumā no Rīgas,
- vienlaikus arī konkrēti norādot, ka Rīgas pilsētā esošās viesnīcas var aizvietot tikai ar viesnīcām, kas atrodas Jūrmalā.

Lai arī VRC un daži viesnīcu apsaimniekotāji uzskata, ka par savstarpēji aizvietojamām ir uzskatāmas viesnīcas, kas atrodas 80 vai pat 100-200 km attālumā no Rīgas, vairākums viesnīcu apsaimniekotāju, argumentēti arī pamatojot savu viedokli, par aizvietojamām uzskata viesnīcas, kas atrodas ne tālāk kā 30 km attālumā no Rīgas, sniedzot arī norādes par konkrētām viesnīcām, kas no ģeogrāfiskā izvietojuma viedokļa būtu uzskatāmas par savstarpēji aizvietojamām ar Rīgas pilsētā esošajām viesnīcām. Būtisks aizvietojamības kritērijs, lai Rīgas viesis izvēlētos viesnīcu ārpus Rīgas, ir transporta infrastruktūra, kas zināmā mērā ierobežo minēto aizvietojamību (ātra, ērta, regulāra viesnīcu, kas atrodas ārpus Rīgas pilsētas, sasniegšana ir ierobežota).

Ierēdņi, kas pamatā izvēlas 3. un 4.kategorijas viesnīcas, apmetas pēc iespējas tuvāk, piemēram, konferences vietai. Arī biznesa pārstāvjiem, izvēloties apmesties sev atbilstošās kategorijas viesnīcās, svarīgs nosacījums bez pakalpojuma cenas ir – ērtības un iespējami mazāks laika patēriņš, kārtojot darījumus, organizējot un piedaloties tikšanās utt. Ģimenēm ar bērniem, apmetoties viesnīcā, ļoti svarīgs ir transporta

¹³ SIA „Justina” vēstule

infrastrukturā nodrošinājums un ērtums. Tādējādi – ja pasākuma, konferences u.c. norises vieta ir Rīga, par apmešanās vietu gan biznesa pārstāvji, gan ierēdņi izvēlēsies Rīgu, turklāt iespējami tuvāk pasākumu norises vietai, arī ģimenes ar bērniem izvēlēsies viesnīcu, kas atrodas maksimāli ērtā, ar transportu viegli sasniedzamā vietā.

Pēc gultas vietu un numuru skaita lielākās viesnīcas, kas atrodas Rīgā un var nodrošināt arī sanāksmju, konferenču norisi savās telpās, faktiski atrodas Rīgas centrālajā daļā – tādējādi iepriekš minēto klientu grupu pārstrāvji galvenokārt, ņemot vērā iepriekš minēto, kā viesnīcas nakšņošanai izvēlēsies Rīgas centrālajā daļā esošās 4. vai 5.kategorijas viesnīcas. Vienlaikus secināms, ka tas, ka konference notiek vienā viesnīcā, neliedz konferences dalībniekiem izvēlēties citu, blakus esošo viesnīcu pakalpojumus, ja tos apmierina cena un pakalpojuma līmenis. Tādējādi viesnīcu konkurences iespējas par klientu netiek ierobežotas. Konferenču rīkošanu piedāvā arī ārpus Rīgas esošas viesnīcas un šajā situācijā viesnīcas izvēle būs pakārtota tam, kur notiek konference.

Izvērtējot gan VRC, gan viesnīcu apsaimniekotāju sniegtos viedokļus un argumentus, Konkurences padome secina, ka par konkrēto ģeogrāfisko tirgu konkrētās lietas ietvaros būtu pamatoti noteikt Rīgas pilsētu un teritoriju līdz 30 km rādiusā ap to.

5.1.2.4. SIA „Rezidor Baltics” Iesniegumā sniegtais viedoklis par konkrētā ģeogrāfiskā tirgus definēšanu: saskaņā ar EK praksi viesnīcu sektoru raksturo gan nacionālas, gan vietējās (pilsētu) pazīmes:

- nacionālās, jo konkurences apstākļi nacionālajā līmenī ir visai līdzīgi. Piedāvājuma struktūra var atšķirties nacionālo tirgu starpā, jo īpaši, ņemot vērā, ka viesnīcu nozare ir cieši saistīta ar valsts ekonomiskajām tendencēm,

- vietējās, jo šajā līmenī pastāv vēl viena konkurences pakāpe, kurā iesaistītas visas viesnīcas, neatkarīgi no tā, vai tās pieder kādai viesnīcu grupai vai nē, primārajam viesnīcas izvēles kritērijam esot tās atrašanās vietai. Pilsētas var tikt uzskatītas par vietējiem viesnīcu tirgiem, kā arī viena no galvenajām viesnīcu sektora īpatnībām ir konkrētās pilsētas faktors: klienti izvēlas viesnīcu pilsētā, kurā tie uzturas.

SIA „Rezidor Baltics” pārstāvji neapstrīd konkrētā ģeogrāfiskā tirgus definīciju – Rīgas pilsēta un 30 km rādiuss ap to.

Ņemot vērā iepriekš minēto un to, ka Pārvaldījuma līgums faktiski attiecas uz 3., 4. un 5.kategorijas viesnīcām, Konkurences padome uzskata, ka turpmākā izpēte šīs konkrētās lietas ietvaros attiecas uz šādiem konkrētajiem tirgiem:

a) 3. un 4.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgu Rīgas pilsētā un teritorijā līdz 30 km rādiusā ap to;

b) 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgus¹⁴ Rīgas pilsētā un teritorijā līdz 30 km rādiusā ap to.

Vielākus Konkurences padome secina, ka, vērtējot apstākļus un faktisko situāciju citas lietas ietvaros, kā arī apkopojot tirgus dalībnieku informāciju, tirgus var tikt noteikts arī šaurāk.

5.1.3. Par konkrēto tirgu dalībniekiem

VRC 12.04.2011. sniedza informāciju par VRC sertificētajām 2., 3., 4. un 5.kategorijas viesnīcām 80 km rādiusā no Rīgas uz 2009.gada beigām. Saskaņā ar minētajā vēstulē sniegto informāciju un šīs lietas ietvaros definētajiem konkrētajiem tirgiem, Konkurences padome konstatē, ka 2009.gada beigās:

1) 3. un 4.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū Rīgas pilsētā un teritorijā līdz 30 km rādiusā ap to darbojās šādas viesnīcas:

- 4.kategorijas viesnīcas: „Avalon Hotel”, „Domina Inn Riga”, „Eiropa” 1., 2.korpuss, „Elefant Hotel”, „Europa Royale Hotel Riga”, „Garden Palace”, „Islande Hotel”, „Maritim Park Hotel Rīga”, „Metropole”, „Monika Centrum Hotels”, „Nordic Hotel Bellevue”, „Reval Hotel Latvija”, „Reval Hotel Elizabete”, „Rīga”;

- 4.kategorijas kūrortviesnīcas: „Amber Sea Hotel”, „Baltvilla”, „Hotel Jūrmala SPA”;

- 3.kategorijas viesnīcas: „Annabella”, „Autosole”, „A1 Hotel”, „Baltpark”, „Best Hotel”, „Best Western Hotel Māra”, „Kolonna Hotel Brigita”, „City Hotel Bruņinieks”, „Edvards”, „Eiropa” 3.korp., „Elizabete”, „Elīna”, „Europa City Hotel Riga”, „Ezerkrasts”, „Forums”, „Hanza Hotel”, „Jūrnieks”, „Karavella”, „ABC viesnīca”, „Kert”, „Konventa sēta”, „Ķeizarmežs”, „Art Hotel Laine”, „Liora”, „Monte Kristo”, „Medzābaki”, „NB Hotel”, „Radi un Draugi”, „Kolonna Hotel Rīga”, „Irina”, „Sesame”, „Slokas OK Hotel”, „TIA”, „TOMO”, „TOSS”, „Clarion Collection Hotel Valdemārs”, „Old Riga Hotel Vecrīga”, „Boutique Hotel Viesturs”, „Viktorija”, „Villa Joma”, „Xcelsus”;

- 3.kategorijas kūrortviesnīcas: „Alve”, „Belorusija”, „Lielupe”;

¹⁴ Lietā (Case NoComp/M.1596 – Accor/Blackstone/Colony/Vivendi 08/09/1999) EK, vērtējot viesnīcu pakalpojumu konkrētos tirgus Parīzē, definēja un arī tirgus daļas noteica dažādi: gan atsevišķi katrai viesnīcu kategorijai, gan pa kategoriju grupām (1&2; 2&3; 3&4; 1&2&3; 2&3&4), gan arī kopā, ņemot visu kategoriju viesnīcas (1 – 4), izņemot lētākās (0 kategorija) un dārgākās (5.kategorija). Tādējādi arī šajā lēmumā konkrētais tirgus un apvienošanā iesaistīto viesnīcu daļa vērtēta, atsevišķi nodalot 5.kategorijas viesnīcas,

Lietā (Case NoComp/M.2197 – Hilton/Accor/Forte/Travel Services JV) viesnīcu pakalpojumu tirgū vērtētas atsevišķi 2., 3. un 4.kategorijas viesnīcas, kā arī norādīts – gadījumā, ja viesnīcu pakalpojumu tirgus tiek segmentēts, tas vērtējams šādos ietvaros: 1 un 2 zvaigžņu viesnīcas, 2 un 3 zvaigžņu viesnīcas, 2 un 4 zvaigžņu viesnīcas, 1, 2 un 3 zvaigžņu viesnīcas, 2, 3. un 4 zvaigžņu viesnīcas.

2) 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū Rīgas pilsētā un teritorijā līdz 30 km rādiusā ap to darbojās šādas viesnīcas:

- 5.kategorijas viesnīcas: „Hotel de Rome”, „Hotel Grand Palace”, „Reval Hotel Rīdzene”, „Radisson SAS Daugava”, „Hotel Bergs”, „Royal Square Hotel & Suites”, „Gallery Park Hotel”,

- 5.kategorijas kūrortviesnīca: „Baltic Beach Hotel”.

5.1.4. Tirgus dalībnieku tirgus daļu aprēķins

Apvienošanās darījumā iesaistīto tirgus dalībnieku tirgus daļas tika aprēķinātas, ņemot vērā gan numuru skaitu attiecīgo kategoriju viesnīcās, gan arī cilvēknaķu skaitu.

5.1.4.1. Tirgus daļu aprēķins, ņemot vērā numuru skaitu

2.tabula

Rīgas pilsētas teritorijā un 30 km rādiusā ap to 2009.gadā darbojošos viesnīcu numuru skaits

Viesnīcu klasifikācijas kategorija	Numuru skaits
Piektā kategorija	831
Ceturtnā kategorija	2548
Trešā kategorija	2259
KOPĀ	5638

3.tabula

Apvienošanās iesaistītās viesnīcas, to kategorija un numuru skaits

Viesnīca, klasifikācijas kategorija	Numuru skaits
Reval Hotel Rīdzene (piektā kategorija)	95
Radisson SAS Daugava (piektā kategorija)	361
Reval Hotel Latvija (ceturtnā kategorija)	571
Reval Hotel Elizabete (ceturtnā kategorija)	228
KOPĀ	1255

4.tabula

3. un 4.kategorijas viesnīcu numuru kopējais skaits 2009.gadā Rīgas pilsētas teritorijā un 30 km rādiusā ap to, apvienošanās procesā iesaistīto viesnīcu numuru skaits

Viesnīcu klasifikācijas kategorija	Numuru skaits
Ceturtnā kategorija, t.sk. Reval Hotel Latvija, Reval Hotel Elizabete	2548 799
Trešā kategorija	2259
KOPĀ:	4807, apvienošanās procesā iesaistīto viesnīcu tirgus daļa (*) (< 20 %)

5.kategorijas viesnīcu numuru kopējais skaits 2009.gadā Rīgas pilsētas teritorijā un 30 km rādiusā ap to, apvienošanās procesā iesaistīto viesnīcu numuru skaits

Viesnīcu klasifikācijas kategorija	Numuru skaits
Piektā kategorija, t.sk. Reval Hotel Rīdzene, Radisson SAS Daugava	831 456
KOPĀ:	apvienošanās procesā iesaistīto viesnīcu tirgus daļa (*) (>50 %)

5.1.4.2. Tirgus daļu aprēķins, ņemot vērā cilvēknaķu skaitu

Tirgus daļas aprēķinātas, ņemot vērā komercsabiedrību, kas darbojas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū (t.sk. lietas dalībnieku), sniegto informāciju par cilvēknaķu skaitu („apdzīvotību”). „Apdzīvotības” rādītājs atbilst Direktīvas par saskaņotas statistiskās informācijas savākšanu tūrisma nozarē¹⁵ prasībām, kurā noteikts, ka statistiskie dati apkopojami, ņemot vērā arī cilvēknaķu skaitu („occupancy”)¹⁶.

Cilvēknaķu skaits 3. un 4.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū 2009.gadā Rīgas pilsētā un teritorijā līdz 30 km rādiusā ap to

Viesnīca	Cilvēknaķu skaits
1.	2.
4.kategorija	
„Monika Centrum Hotel”	(*)
„Domina Inn”	(*)
„Hotel Rīga”	(*)
„Nordic Hotel Bellevue” (no 2010.g – „Opera Hotel SPA”)	(*) ¹⁷
„Islande Hotel”	(*)
„Hotel Jūrmala SPA”	(*)
„Europa Royal Rīga”	(*)
„Baltvilla”	(*)

¹⁵ The Council Directive on the harmonised collection of statistical information in tourism (95/57/EC of 23 November 1995 JOCE of 06.12.95, L 291/32)

¹⁶ Lietas (Case NoComp/M.1596 – Accor/Blackstone/Colony/Vivendi 08/09/1999) 33.punkts

¹⁷ cilvēknaķu skaita aprēķins veikts viesnīcām, kuru dati lietas ietvaros netika iegūti, jo, piemēram, viesnīcām iestājušies maksātnespēja, mainījušies īpašnieki, apsaimniekotāji u.c. Cilvēknaķu skaits aprēķināts, pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzē esošo informāciju par gultas vietu noslogojumu 2009.gadā Rīgas pilsētā, kas vidēji attiecīgajā gadā sastāda 34,1%. Aprēķins veikts, pieņemot, ka katrā viesnīcas numurā ir divas gultas vietas, maksimālā noslodze: numuru skaits x2x365. Faktiski noslodze uzskatāma par mazāku Jūrmalā esošajām viesnīcām, jo: 1) noslodze Latvijā kopumā 2009.gadā vidēji ir 25,85%, 2) viesu izmitināšanai Jūrmalas viesnīcās raksturīga sezonālitate saskaņā ar viesnīcu apsaimniekotāju sniegto informāciju šajā lietā

„Maritim Park Hotel Rīga”	(*)
„Garden Palace”	(*) ¹⁸ (X-XII), (*) (attiecīgi gadā)
„Avalon Hotel”	(*)
„Amber Sea Hotel”	(*)
„Metropole”	(*)
„Elefant Hotel”	(*) ¹⁹
„Eiropa”	(*) ²⁰
„Reval Hotel Latvija”	(*)
„Reval Hotel Elizabete”	(*)
3.kategorija	
„Liora”	(*)
„TOMO”	(*)
„Hanza Hotel”	(*)
„TOSS”	(*)
„Best Hotel”	(*)
„Monte Kristo”	(*)
„Viktorija”	(*) ²¹
„City Hotel Bruņinieks”	(*)
„A1 Hotel”	(*)
„NB Hotel”	(*)
„Autosole”	(*)
„Elizabete”	(*)
„Forums”	(*)
„Best Western Hotel Māra”	(*)
„TIA”	(*)
„Clarion Collection Hotel Valdemārs”	(*)
„Edvarts”	(*)
„Art Hotel Laine”	(*)
„Ezerkrasts”	(*) ²²
„Jūrnieks”	(*) ²³
„Annabella”	(*)
„KERT”	(*)
„Radi un Draugi”	(*)
„Hotel Lielupe”	(*)
„Keizarmežs”	(*)
„Elīna”	(*)
„Baltpark”	(*)
„Days Hotel”	(*)
„Belorusija”	(*) ²⁴

¹⁸ informācija tikai par cilvēknaikšu skaitu 2009.gada oktobrī - decembrī

¹⁹ sk. 17. atsauci

²⁰ Turpat.

²¹ Turpat.

²² Turpat.

²³ Turpat.

„Konventa sēta”	(*)
„Kolonna Hotel Brigita”	(*)
„Kolonna Hotel Rīga”	(*)
„Irina”	(*)
„Old Riga Hotel Vecriga”	(*)
„Karavella”	(*) ²⁵ (XI-XII), (*) gadā
„Medzābaki”	(*)
„Eiropa”	(*) ²⁶
„ABC viesnīca”	(*)
„Sesame”	(*) ²⁷
„Slokas OK Hotel”	(*)
„Old City Boutique Hotel”	(*) ²⁸
„Villa Joma”	(*) ²⁹
„Xcelsus”	(*) ³⁰
„Alve”	(*) ³¹
Cilvēknaķu skaits kopā 4.kategorijas viesnīcās	630 708
Cilvēknaķu skaits kopā 3.kategorijas viesnīcās	386 192
Cilvēknaķu skaits (kopā 3. un 4.kategorijas)	1 016 900
Cilvēknaķu skaits Rezidor Hotel (kopā)	(*)
Rezidor Hotel tirgus daļa (%), salīdzinot tikai 4.kategorijas v.	(*) (<40%)
Rezidor Hotel tirgus daļa (%), salīdzinot 3.un 4.kategorijas v.	(*) (<30%)

7.tabula

Cilvēknaķu skaits 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū 2009.gadā Rīgas pilsētā un teritorijā līdz 30 km rādiusā ap to

Viesnīca	Cilvēknaķu skaits
1.	2.
5.kategorija	
„Gallery Park Hotel”	(*)
„Hotel Bergs”	(*)
„Baltic Beach Hotel”	(*)

²⁴ „Sanatorija Belorusija” vairāk pozicionē sevi kā sanatorija, kas sniedz ārstnieciskos rehabilitācijas un medicīniskos pakalpojumus, ir reģistrēta ārstniecības iestāžu reģistrā. Kopējais cilvēknaķu skaits 2009.gadā bija (*), no kurām tikai (*) bija izmantotas kā kūrortviesnīcas cilvēknaķis

²⁵ informācija tikai par cilvēknaķu skaitu 2009.gada novembrī un decembrī

²⁶ sk. 17.atsauci

²⁷ Turpat.

²⁸ Turpat.

²⁹ Turpat.

³⁰ Turpat.

³¹ Turpat.

„Hotel Grand Palace”	(*)
„Royal Square Hotel & Suites”	(*) ³²
„Hotel de Rome”	(*) ³³
„Reval Hotel Rīdzene”	(*)
„Radisson SAS Daugava”	(*)
Cilvēknaķu skaits kopā 5.kategorijas viesnīcās	156 936
Cilvēknaķu skaits kopā 4.kategorijas viesnīcās	630 708
Cilvēknaķu skaits 4. un 5.kategorijas viesnīcās kopā	787 644
Cilvēknaķu skaits Rezidor Hotel (kopā)	(*)
Rezidor Hotel tirgus daļa (%), salīdzinot tikai 5.kategorijas v.	(*) (>40%)
Rezidor Hotel tirgus daļa (%), salīdzinot 4.un 5.kategorijas v.	(*) (<40%)

* informācija tikai par cilvēknaķu skaitu 2009.gada oktobrī – decembrī

Saskaņā ar 2. - 5.tabulā apkopoto informāciju Konkurences padome konstatē, ka SIA „Elizabetes centrs”, SIA „Viesnīca Rīdzene”, a/s „Viesnīca Latvija”, SIA „Polar BEK Daugava” kopējā tirgus daļa 2009.gadā, pamatojoties uz numuru skaitu, bija:

- a) 3. un 4.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū Rīgas pilsētā un teritorijā līdz 30 km rādiusā ap to – mazāka par 20 % (*);
- b) 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū Rīgas pilsētā un teritorijā līdz 30 km rādiusā ap to – lielāka par 50% (*).

Saskaņā ar 6. un 7.tabulā apkopoto informāciju Konkurences padome konstatē, ka SIA „Elizabetes centrs”, SIA „Viesnīca Rīdzene”, a/s „Viesnīca Latvija”, SIA „Polar BEK Daugava” kopējā tirgus daļa 2009.gadā, pamatojoties uz cilvēknaķu skaitu, bija:

- a) 3. un 4.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū Rīgas pilsētā un teritorijā līdz 30 km rādiusā ap to – mazāka par 30 % (*);
- c) 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū Rīgas pilsētā un teritorijā līdz 30 km rādiusā ap to – pārsniedz 40 % (*).

5.1.4.3. SIA „Rezidor Baltics” iesniegumā sniegtais viedoklis par tirgus daļu definēšanu: balstoties uz SIA „Rezidor Baltics” piedāvāto konkrētā tirgus definīciju un ievērojot to, ka pārvaldījuma līgumi aptver vienu 5 zvaigžņu viesnīcu („Reval Hotel Rīdzene”) un divas 4 zvaigžņu

³² Turpat.

³³ norādīts istabu skaits. Cilvēknaķu skaits ir lielāks nekā istabnaķu skaits, jo, piemēram, divvietīgā numurā var nakšņot divi viesi. Istabnaķu skaits šajā gadījumā būs 1, bet cilvēknaķu skaits 2.

viesnīcas („Reval Hotel Latvija” un „Reval Hotel Elizabete”), un faktu, ka 5.kategorijas viesnīcu („Radisson SAS Daugava”) kontrolē Rezidor Grupa, apvienošanās dalībnieku tirgus daļas 4. un 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu tirgū (ņemot vērā viesnīcu numuru skaitu Rīgā un 30 km rādiusā ap to) – (*) (<40%) ((*)(<40%) - ņemot vērā noslogotību).

Atbildot uz iepriekš minēto argumentu, Konkurences padome vērš uzmanību, ka tās ieskatā, ņemot vērā iepriekš minēto, 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu konkrētais tirgus uzskatāms un definējams kā atsevišķs tirgus.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Konkurences padome secina, ka apvienošanās dalībnieku kopējā tirgus daļa vienā no šajā konkrētajā lietā definētajiem konkrētajiem tirgiem – 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgus Rīgas pilsētā un teritorijā līdz 30 km rādiusā ap to 2009.gadā pārsniedz 40 procentus, t.i., pamatojoties uz numuru skaitu tā bija (*), pamatojoties uz cilvēknaķu skaitu tā bija (*).

Tādējādi Konkurences padome secina, ka, pamatojoties uz apvienošanās dalībnieku kopējo tirgus daļu konkrētajā tirgū, izpildās Konkurences likuma 15.panta otrās daļas 2.punktā noteiktais ziņojuma iesniegšanas kritērijs (apvienošanās dalībnieku kopējā tirgus daļa konkrētajā tirgū pārsniedz 40 procentus), un atbilstoši Konkurences likuma 15.panta otrajā daļā noteiktajam pirms Pārvaldījuma līguma spēkā stāšanās tirgus dalībniekiem, kas bija nolēmuši apvienoties, Konkurences padomē bija jāiesniedz ziņojums par apvienošanos. Pārvaldījuma līgums stājās spēkā 01.06.2011., un tādējādi ziņojums par apvienošanos Konkurences padomē bija jāiesniedz līdz 31.05.2010. Saskaņā ar Konkurences likuma 15.panta trešo daļu tirgus dalībnieku apvienošanās, par kuru vajadzēja paziņot, bet tas netika izdarīts, ir nelikumīga.

Saskaņā ar 4. - 7.tabulā esošo informāciju, Konkurences padome konstatē, ka apvienošanās iesaistīto viesnīcu tirgus daļa ir mazāka par 30% (*) ((*) (< 20) % - pēc numuru skaita) (3. un 4.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū) un (vairāk par 40%) (*) ((*) (> 50%) - pēc numuru skaita) (5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū), tādējādi attiecībā uz 5.kategorijas viesnīcām sasniedzot Konkurences likuma 15.panta otrās daļas 2.punktā noteikto ziņojuma iesniegšanas kritēriju (apvienošanās dalībnieku kopējā tirgus daļa konkrētajā tirgū pārsniedz 40%).

Izvērtējot lietā esošo informāciju, Konkurences padome secina, ka:

1) 3. un 4.kategorijas viesnīcas atrodas ne tikai Rīgas pilsētas teritorijā, bet arī 30 km rādiusā ap to, un šīs viesnīcas, galvenokārt, atrodas Jūrmalā.

Gadījumā, ja apvienošanā iesaistīto viesnīcu tirgus daļu nosaka, ņemot vērā tikai 4.kategorijas viesnīcas, tad šī tirgus daļa nepārsniedz 40 %, t.i., (*) ((*) pēc numuru skaita). Tādējādi attiecībā uz apvienošanā iesaistītām 4.kategorijas viesnīcām Konkurences likuma 15.panta otrās daļas 2.punktā noteiktais ziņojuma iesniegšanas kritērijs, vērtējot tirgus daļas pēc cilvēknakšu skaita un numuru skaita, netiktu sasniegts arī, ja tirgus būtu definēts šaurāk. Lai arī Radisson Blu Hotel Latvija ieņem īpašu vietu 3. un 4.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū, ņemot vērā tās atrašanās vietu, kapacitāti un tās iespējas maksimāli nodrošināt dažādu starptautisku pasākumu rīkošanu ar lielu dalībnieku skaitu un ar tiem saistītos papildu pakalpojumus, Konkurences padome uzskata, ka Rezidor Hotel Group iegūstot tiesības apsaimniekot minētās viesnīcas aktīvus, minētajā konkrētajā tirgū neveidojas koncentrācija, tādējādi negatīvi neietekmējot konkurenci 3. un 4.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū. Saskaņā ar lietā esošo informāciju attiecībā uz apvienošanos minētajā konkrētajā tirgū ziņojums tirgus dalībniekiem nebija jāiesniedz,

2) 5.kategorijas viesnīcas pamatā izvietotas Rīgas pilsētā, tās centrālajā daļā. Apvienošanā iesaistīto 5.kategorijas viesnīcu tirgus daļa – (*) (>40%), ((*) (> 50%) - pēc numuru skaita). Vērtējot 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgu, gan pēc numuru skaita, gan pēc apdzīvotības, Konkurences padome ņēma vērā apstākli, ka apvienošanā iesaistītajiem tirgus dalībniekiem bija ļoti ierobežotas iespējas patstāvīgi noteikt savu tirgus daļu, ņemot vērā apdzīvotību, pēc Pārvaldījuma līguma noslēgšanas. Tirgus daļa, kas noteikta, pamatojoties uz viesnīcas apdzīvotību Konkurences padomes ieskatā uzskatāma par rādītāju, kas objektīvāk (jo tiešā veidā saistīts ar apgrozījumu) nekā numuru skaits raksturo katras konkrētās viesnīcas tirgus daļu. Tomēr, ņemot vērā apvienošanā iesaistīto tirgus dalībnieku tirgus daļu 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu konkrētajā tirgū, kas aprēķināta, ņemot vērā numuru skaitu, apvienošanā iesaistītajiem tirgus dalībniekiem bija iespēja pirms Pārvaldījuma līguma noslēgšanas prezumēt savu potenciālo tirgus daļu pēc darījuma, jo viesnīcas numuru skaits ir vispārpieejama informācija. Tādējādi Konkurences padome uzskata, ka apvienošanā iesaistītajiem tirgus dalībniekiem pirms Pārvaldījuma līguma noslēgšanas bija jāvērsās Konkurences padomē, Konkurences likumā noteiktajā kārtībā iesniedzot ziņojumu par apvienošanos, jo vispārpieejamie indikatīvie rādītāji liecināja par koncentrācijas veidošanos konkrētajā tirgū pēc Pārvaldījuma līguma noslēgšanas. Gadījumā, ka konkrētais tirgus tiktu definēts šaurāk - kā 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgus Rīgas pilsētā, neietverot tajā Jūrmalu, Rezidor Hotel Group tirgus daļa būtu vēl lielāka, jo, izvērtējot lietā esošo informāciju, Konkurences padome secina, ka

5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas konkrētajā tirgū nākamā lielākā tirgus daļa aiz Rezidor Hotel Group apsaimniekotajām viesnīcām ir kūrortviesnīcai Baltic Beach Hotel ar tirgus daļu (rēķinot pēc cilvēkknakšu skaita) (*) (< 30%), savukārt pārējo lielāko konkrētajā tirgū darbošos 5.kategorijas viesnīcu tirgus daļas ir mazākas par 10% (Hotel Bergs (*), (Hotel de Rome (*)) un (Hotel Grand Palace (*)).

6. Apvienošanās darījuma izvērtējuma likumiskais pamats

Lai arī apvienošanās ziņojums Konkurences padomē netika iesniegts līdz pat šī lēmuma pieņemšanai 16.12.2011., Konkurences padome uzskata, ka apvienošanās, kas tika realizēta, noslēdzot Pārvaldījuma līgumu, iespējams izvērtēt, neierosinot atsevišķu lietu par apvienošanās. Konkurences padome uzskata, ka tās rīcībā ir nepieciešamā informācija, lai veiktu apvienošanās darījuma izvērtējumu, un saskaņā ar Konkurences likuma 16.panta sesto daļu Konkurences padome ir tiesīga pieņemt šā panta trešajā daļā minētos lēmumus arī par tādu tirgus dalībnieku apvienošanās, kuru vajadzēja pieteikt saskaņā ar šā likuma 15.panta otro daļu, bet tas netika izdarīts.

Konkurences likuma 16.panta trešajā daļā noteikts, ka Konkurences padome ar lēmumu aizliedz apvienošanās, kuras rezultātā rodas vai nostiprinās dominējošais stāvoklis vai var tikt būtiski samazināta konkurence jebkurā konkrētajā tirgū. Konkurences padome ir tiesīga atļaut šādu apvienošanās, nosakot tirgus dalībniekiem saistošos noteikumus, kuri novērš apvienošanās negatīvās sekas attiecībā uz konkurenci.

Pamatojoties uz iepriekš minēto, Konkurences padome secina, ka ir tiesīga izvērtēt apvienošanās un pieņemt lēmumu par apvienošanās atļaušanu vai aizliegšanu arī tādā gadījumā, ja tirgus dalībnieki nav iesnieguši ziņojumu par apvienošanās Konkurences likumā noteiktajā kārtībā.

7. Apvienošanās darījuma dalībnieki

1) Saskaņā ar Konkurences padomes rīcībā esošo informāciju Pārvaldīšanas līgumi noslēgti par a/s „Viesnīca Latvija”, SIA „Viesnīca Rīdzene” un SIA „Elizabetes centrs”, kuru marketinga nosaukumi saskaņā ar gada pārskatā par 2009.gadu norādīto attiecīgi bija Reval Hotel Latvija, Reval Hotel Rīdzene, Reval Hotel Elizabete, pārvaldību. Tādējādi apvienošanās dalībnieki ir a/s „Viesnīca Latvija”, SIA „Viesnīca Rīdzene”, SIA „Elizabetes centrs” un Rezidor Hotels ApS Denmark.

Noslēgti šādi Pārvaldīšanas līgumi:

- 1) starp a/s „Viesnīca Latvija” un Rezidor Hotels ApS Denmark,
- 2) starp SIA „Viesnīca Rīdzene” un Rezidor Hotels ApS Denmark,

3) starp SIA „Elizabetes Centrs” un Rezidor Hotels ApS Danmark.

Kā norādīts a/s „Viesnīca Latvija”, SIA „Viesnīca Rīdzene” un SIA „Elizabetes centrs” sniegtajā informācijā, saskaņā ar Pārvaldīšanas līgumu īpašnieks (Linstow) operatoram (Rezidor Hotel) piešķir (*). Lai arī Pārvaldīšanas līgumi atsevišķi slēgti par katras viesnīcas pārvaldību, visos minētajos līgumos nosacījumi ir analogiski.

2) VRC sniedza savu viedokli par apvienošanās darījumu, norādot, ka 19.04.2010. tika noslēgts Pārvaldīšanas līgums par īpašniekam (Linstow) piederošo viesnīcu pārvaldīšanu. Viena no šīm viesnīcām bija „Reval Hotel Latvija” (1023 gultasvietas), kas vienīgā var nodrošināt starptautisku pasākumu dalībnieku izvietojumu, vienlaicīgu ēdināšanu, papildus autotransporta novietojumu pazemes autostāvvietā, konferenču zāles, videokonferences. Iepriekš minētie pakalpojumi ir viena no obligātajām prasībām lielu starptautisku pasākumu nodrošināšanai. „Reval Hotel Latvija” (tagad – Radisson Blu Latvija) Rīgā ir vienīgā šādu pakalpojumu nodrošinātāja, kā arī, ievērojot tās izdevīgo novietojumu pilsētas centrā, ir pašsaprotams šīs viesnīcas īpašais stāvoklis vietējo viesnīcu starpā, kas nodrošina un arī turpmāk nodrošinās tās pastāvīgu un augstu noslogojumu neatkarīgi no tās apsaimniekošanas rakstura tajā vai citā viesnīcu ķēdē.

Linstow ir saglabājis īpašuma tiesības uz ēkām un zemi Rīgā, Reimersa ielā 1, Elizabetes ielā 55 un Elizabetes ielā 75. Kā norādīts iepriekš minētajā vēstulē, operatoram Rezidor Hotels ApS Danmark tika piešķirtas tikai ekskluzīvas tiesības vadīt un uzraudzīt viesnīcu darbību atbilstoši operatora standartiem. VRC uzskata, ka iepriekš minēto operatoru maiņa nav kvalificējama kā tirgus koncentrācija.

8. Apvienošanās veids

Konkurences likuma 15.panta pirmās daļas 3.punkts nosaka, ka tirgus dalībnieku apvienošanās ir tāds stāvoklis, kad viena vai vairākas fiziskās personas, kurām jau ir izšķiroša ietekme pār vienu vai vairākiem tirgus dalībniekiem, vai viens vai vairāki tirgus dalībnieki iegūst daļu vai visus cita tirgus dalībnieka vai citu tirgus dalībnieku aktīvus vai tiesības tos izmantot, vai tiešu vai netiešu izšķirošu ietekmi pār citu tirgus dalībnieku vai citiem tirgus dalībniekiem. Aktīvu vai to izmantošanas tiesību iegūšanu uzskata par apvienošanos, ja aktīvu vai izmantošanas tiesību iegūšana palielina minēto aktīvu un tiesību ieguvēja tirgus daļu jebkurā konkrētajā tirgū. Rezidor Hotel ApS Danmark par katras viesnīcas (Reval Hotel Latvija, Reval Hotel Elizabete, Reval Hotel Rīdzene) pārvaldīšanu noslēdzis atsevišķu līgumu. Tādējādi veikti trīs vienādi

darījumi, un katrs no šiem darījumiem palielina aktīvu izmantošanas tiesību ieguvēja tirgus daļu konkrētajā tirgū. Saskaņā ar Ministru kabineta 29.09.2008. noteikumu Nr.800 „Kārtība, kādā iesniedz un izskata pilno un saīsināto ziņojumu par tirgus dalībnieku apvienošanu” 6.punktā noteikto „vienu vai vairākus tādus darījumus, kas (...) notiek starp tiem pašiem tirgus dalībniekiem un kuru rezultātā viens tirgus dalībnieks iegūst divu vai vairāku citu tirgus dalībnieku aktīvus (daļu vai visus) vai tiesības tos izmantot, uzskata par vienu apvienošanu (...).”.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Konkurences padome secina, ka Rezidor Hotels ApS Danmark noslēgtie trīs darījumi vērtējami kā viena apvienošanās un par to bija iesniedzams viens apvienošanās ziņojums.

Vērtējot Pārvaldīšanas līgumus kopsakarā, Konkurences padome secina, ka minētie darījumi uzskatāmi par vienu apvienošanu Konkurences likuma 15.panta pirmās daļas 3.punkta izpratnē, jo viens tirgus dalībnieks (Rezidor Hotel Group) iegūst tiesības izmantot cita tirgus dalībnieka (Linstow) aktīvus. Aktīvu izmantošanas tiesību iegūšana uzskatāma par apvienošanu, jo tā palielina tiesību ieguvēja tirgus daļu konkrētajā tirgū.

9. Par apvienošanās ietekmi uz konkurenci

Ņemot vērā, ka ziņojuma iesniegšanas kritērijs izpildās tikai attiecībā uz 5.kategorijas viesnīcām, analizējot apvienošanās dalībnieku kopējo tirgus daļu konkrētajā tirgū, Konkurences padome ņēma vērā apvienošanās dalībnieku (viesnīcu) kopējo cilvēknaķu skaitu 2009.gadā, attiecīgās kategorijas viesnīcu kopējo cilvēknaķu skaitu konkrētajos tirgos, kā arī numuru skaitu attiecīgo kategoriju viesnīcās. Tirgus dalībnieki, kuru aktīvu izmantošanas tiesības tiek iegūtas Pārvaldīšanas līgumu noslēgšanas rezultātā, darbību veic Rīgā, turklāt visas 4 viesnīcas, kas pēc Pārvaldības līguma noslēgšanas apsaimnieko Rezidor Hotel Group, atrodas Rīgas centrā.

Ņemot vērā to, ka Pārvaldījuma līguma rezultātā koncentrācija veidojas tikai 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas konkrētajā tirgū, kas, atšķirībā no 3. un 4.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas konkrētā tirgus, uzskatāms par tādu, kas sevī ietver ekskluzīvus, īpaši tikai 5.kategorijas viesnīcām raksturīgos pakalpojumus, un kuru klienti (mērķauditorija) pamatā nav tādas klientu kategorijas, kā, piemēram, tūristu grupas u.c., kam ir būtiska nozīme atsevišķu tautsaimniecības nozaru attīstībā, vienlaikus norādot, ka 5.kategorijas viesnīcām ir būtiska nozīme augsta līmeņa un lielu, valstiska mēroga pasākumu rīkošanā un to dalībnieku apkalpošanā, Konkurences padome uzskata, ka Pārvaldījuma

līguma noslēgšanas rezultātā realizētā apvienošanās, kuras rezultātā Rezidor Hotel Group iegūst tiesības izmantot cita tirgus dalībnieka aktīvus, atļaujama bez papildu saistošo noteikumu noteikšanas Rezidor Hotel Group.

Līdz ar to Konkurences padome secina, ka Rezidor Hotel Group ir pārkāpusi Konkurences likumā noteikto pienākumu iesniegt ziņojumu pirms apvienošanās, tādējādi radot iestādei administratīvo slogu, jo Konkurences padomei pašai bija jāiegūst informācija, kas likumā noteiktajā kārtībā bija jāiesniedz apvienošanās dalībniekiem. Vienlaikus Konkurences padome secina, ka apvienošanās, kas bija jāpaziņo, ir atļaujama.

Tādējādi Konkurences padome, pamatojoties uz lietderības apsvērumiem, neveic lietas izpēti atbilstoši Konkurences likumā noteiktajam, jo Konkurences padomes rīcībā jau ir pietiekami daudz informācijas, lai izvērtētu apvienošanās radītās sekas un konstatētu, ka minētā apvienošanās ir atļaujama.

10. Naudas soda aprēķins

10.1. Konkurences likuma 17.panta pirmā daļa nosaka, „ja ziņojums par apvienošanos nav iesniegts šajā likumā noteiktajos gadījumos, Konkurences padome ir tiesīga pieņemt lēmumu par naudas soda uzlikšanu jaunajam tirgus dalībniekam vai izšķirošas ietekmes ieguvējam līdz 1000 latiem par katru dienu, skaitot no dienas, kad ziņojumu vajadzēja iesniegt”.

Konkurences likuma 17.panta trešā daļa nosaka, ka naudas soda samaksa neatbrīvo attiecīgos tirgus dalībniekus no pienākuma izpildīt Konkurences likuma noteikumus un Konkurences padomes lēmumu –tātad attiecīgajiem tirgus dalībniekiem ir pienākums iesniegt apvienošanās ziņojumu, kas izriet no Konkurences likuma 17.panta ceturtās daļas, kur noteikts, „kad Konkurences padome ir konstatējusi, ka jaunais tirgus dalībnieks vai izšķirošas ietekmes ieguvējs ir izbeidzis šā panta pirmajā vai otrajā daļā minēto nelikumīgo darbību, un pieņēmusi attiecīgu lēmumu, tā pārtrauc šā panta pirmajā vai otrajā daļā minētā naudas soda aprēķināšanu”. Konkurences likums pieprasa, lai tirgus dalībnieku apvienošanās tiek paziņota pirms apvienošanās, lai tādējādi būtu iespējams veikt efektīvu kontroli pār apvienošanās procesiem tirgū un nepieciešamības gadījumā varētu savlaicīgi novērst apvienošanās negatīvo ietekmi uz konkurenci tirgū. Tādējādi administratīvā akta izdošana šajā lietā ir nepieciešama, lai atturētu gan Rezidor Hotels ApS Danmark, gan citus tirgus dalībniekus no Konkurences likuma pārkāpšanas.

Konkurences likuma 17.panta pirmā daļa neparedz, ka naudas sods uzliekams tikai gadījumos, ja apvienošanās rezultātā iestājušās nelabvēlīgas sekas. Naudas sods ir uzliekams par attiecīgo pārkāpumu, kas

izriet no likumā definētā pārkāpuma sastāva. Sabiedrības intereses ir, lai nodrošinātu, ka tirgus dalībnieku apvienošanās tiek paziņotas pirms darījuma pabeigšanas, lai būtu iespējams veikt efektīvu kontroli pār apvienošanās procesiem tirgū, kā arī tādējādi varētu savlaicīgi novērst apvienošanās negatīvo ietekmi uz konkurenci tirgū. Konkurences likuma 17.panta pirmajā daļā noteiktā soda mērķis ir sodīt pārkāpēju un apturēt izdarīto pārkāpumu, un turpmāk atturēt pārkāpēju un citus tirgus dalībniekus no Konkurences likuma pārkāpumu izdarīšanas.

10.2. Konstatējot, ka ir nepieciešams pieņemt lēmumu, Konkurences padome izvērtēja soda apmēra samērīgumu, ņemot vērā, ka Konkurences likuma 17.panta pirmā daļa paredz naudas soda uzlikšanu līdz 1000 latiem par katru dienu, skaitot no dienas, kad ziņojumu vajadzēja iesniegt. Apvienošanās ziņojuma, kas atbilst Noteikumos Nr.800 noteiktajām prasībām, iesniegšanas termiņš Konkurences padomē bija 31.05.2010. Ņemot vērā, ka tirgus dalībnieku apvienošanās ziņojums netika iesniegts līdz lēmuma pieņemšanai 16.12.2011., kopējais nokavēto dienu skaits ir 564 dienas (31.05.2010.-16.12.2011.).

Konkurences padome 17.03.2010. ierosināja lietu Nr.p/11/03.02/7, uzsākot apkopot un analizēt informāciju par to, vai Pārvaldījuma līguma noslēgšana uzskatāma par apvienošanos, par kuru Konkurences padomē bija iesniedzams apvienošanās ziņojums, kā arī identificējot kritērijus apvienošanās ziņojuma iesniegšanai. Ņemot vērā minētās lietas izpētes ietvaros iegūto informāciju, Konkurences padome secināja, ka, izpildoties vienam no apvienošanās ziņojuma iesniegšanas kritērijiem- apvienošanās dalībnieku kopējā tirgus daļa konkrētajā tirgū pārsniedz 40 procentus, turklāt tikai attiecībā uz vienu no definētajiem konkrētajiem tirgiem – 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas konkrētajā tirgū -, kur apvienošanās iesaistītajiem tirgus dalībniekiem pastāvēja šķēršļi tirgus daļu noteikšanā. Apvienošanās iesaistītie tirgus dalībnieki savu tirgus daļu varēja aprēķināt, tikai pamatojoties uz viesnīcu numuru skaitu, jo tirgus daļas noteikšanā izmantotie viesnīcu apdzīvotību raksturojošie rādītāji uzskatāmi par komercnoslēpumu, kas ir tikai katras konkrētās viesnīcas apsaimniekotāja rīcībā un nav publiski pieejami.

Rezidor Hotels ApS Danmark pirms Pārvaldījuma līguma spēkā stāšanās bija jāizvērtē minētā līguma ietekme uz konkurenci 3. un 4.kategorijas, kā arī 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu tirgū, ņemot vērā to, ka Rezidor Hotels Grupa jau darbojās 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas konkrētajā tirgū. Noslēdzot Pārvaldījuma līgumu, Rezidor Hotel ApS Danmark varēja veikt Rezidor Hotel Group tirgus daļu aprēķinu gan 4., gan 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas tirgū 2009.gadā, gan izvērtēt iespējamās apvienošanās ietekmi uz konkurenci minētajos konkrētajos tirgos, ņemot vērā numuru skaitu konkrētajās

viesnīcās pirms un pēc apvienošanās, kā arī vērsties Konkurences padomē, iesniedzot ziņojumu par apvienošanos Konkurences likumā noteiktajā kārtībā.

Līdz ar to Konkurences padome uzskata, ka Rezidor Hotels ApS Danmark ir uzliekams naudas sods 50 latu apmērā par katru nokavēto dienu. Tomēr, nosakot naudas soda apmēru par Ziņojuma neiesniegšanu pirms apvienošanās, Konkurences padome izvērtēja konstatētos lietas apstākļus kopsakarā ar Administratīvā procesa likuma 66.panta pirmajā daļā noteiktajiem lēmuma satura noteikšanas pamatprincipiem, jo īpaši lēmuma par personas sodīšanu pieņemšanas samērīgumu un atbilstību, konkrētajā gadījumā ņēma vērā šādus faktus un apsvērumus.

1) iepriekš Konkurences padome nav pētījusi un definējusi viesnīcu pakalpojumu tirgu – tādējādi tirgus dalībnieks varēja vadīties tikai no Eiropas Kopienas Tiesas lietās definētajiem konkrētajiem tirgiem, vienlaikus prezumējot, ka, definējot konkrētos tirgus, lētāko viesnīcu sniegto pakalpojumu un dārgāko viesnīcu sniegto pakalpojumu tirgi ir definējami un vērtējami kā atsevišķi konkrētie tirgi. Līdz ar to tā kā konkrētais tirgus iepriekš nebija definēts, apvienošanā iesaistītajiem tirgus dalībniekiem tādējādi varēja būt zināmi šķēršļi gan noteikt konkrēto tirgu, gan arī izvērtēt savu tirgus daļu šajā konkrētajā tirgū;

2) šķēršļus tirgus daļu noteikšanā, jo viesnīcu apdzīvotības rādītāji uzskatāmi par komercnoslēpumu;

3) apvienošanā iesaistītie tirgus dalībnieki lietas izpētes laikā norādītajos termiņos un pieprasītajā apjomā iesniedza visu Konkurences padomes pieprasīto informāciju;

4) apvienošanās atļauta, nepiemērojot apvienošanās dalībniekiem tiesiskos pienākumus un saistošos noteikumus, kā arī apvienošanās neradīja negatīvas sekas (t.i., netika būtiski samazināta konkurence konkrētajos tirgos), par cik pārvaldījuma līguma rezultātā koncentrācija veidojās tikai 5.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas konkrētajā tirgū, kas, atšķirībā no 3. un 4.kategorijas viesnīcu pakalpojumu sniegšanas konkrētā tirgus, uzskatāms par tādu, kas sevī ietver ekskluzīvus, īpaši tikai 5.kategorijas viesnīcām raksturīgos pakalpojumus, kas nav sociāli nozīmīgi lielākajai sabiedrības daļai un kuru klienti (mērķauditorija) pamatā nav tādas klientu kategorijas, kā, piemēram, tūristu grupas u.c., kam ir būtiska nozīme atsevišķu tautsaimniecības nozaru attīstībā.

Konkurences padome, ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, un izvērtējot noteiktā naudas soda lietderību un samērīgumu, par cik Konkurences padomes ieskatā Rezidor Hotels ApS Danmark sodīšanas mērķi var sasniegt ar mazāku ierobežojumu (naudas soda apmēru), nosaka naudas sodu 20 latu apmērā par katru nokavēto dienu, skaitot no 31.05.2010.-16.12.2011., kas kopā sastāda 564 dienas. Tādējādi kopējais

Rezidor Hotels ApS Danmark uzliktais naudas sods par Konkurences likuma 15.panta otrās daļas pārkāpumu ir 11 280 latu.

Pamatojoties uz minēto un saskaņā ar Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 3. un 5.punktu, 15.panta pirmās daļas 3.punktu, 15.panta otrās daļas 2. punktu, 16.panta ceturto un sesto daļu, 17.panta pirmo un ceturto daļu, Administratīvā procesa 13.pantu un 66.panta pirmo daļu, Konkurences padome

nolēma:

1. Atļaut a/s „Viesnīca Latvija” un Rezidor Hotels ApS Danmark, SIA „Viesnīca Rīdzene” un Rezidor Hotels ApS Danmark, SIA „Elizabetes Centrs” un Rezidor Hotels ApS Danmark apvienošanās, kas veikta, Rezidor Hotels ApS Danmark iegūstot tiesības izmantot a/s „Viesnīca Latvija”, SIA „Viesnīca Rīdzene” un SIA „Elizabetes centrs” piederošos aktīvus.
2. Konstatēt, ka, neiesniedzot ziņojumu pirms apvienošanās, kas notika 01.06.2010., Rezidor Hotels ApS Danmark ir pārkāpusi Konkurences likuma 15.panta otro daļu.
3. Uzlikt Rezidor Hotels ApS Danmark naudas sodu 11 280 latu (vienpadsmit tūkstoši divi simti astoņdesmit lati 0 santīmi) apmērā. Uzlikto naudas sodu 45 dienu laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas ieskaitīt valsts budžetā (Valsts kasē, reģ.Nr.90000050138, konta Nr. LV78TREL1060001019900, kods TREL22), norādot lēmuma par naudas soda uzlikšanu numuru un datumu, un 10 dienu laikā pēc naudas soda samaksas paziņot kārtībā apstiprinātu maksājumu apliecināja dokumenta kopiju.

Saskaņā ar Konkurences likuma 8.panta otro daļu Konkurences padomes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā apgabaltiesā viena mēneša laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas.

(*) – Ierobežotas pieejamības informācija

Priekšsēdētāja

I.Jaunzeme