



Konkurences padome

Brīvības iela 55, Rīga, LV-1010, tālr. 67282865, fakss 67242141, e-pasts pasts@kp.gov.lv, www.kp.gov.lv

L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 6

(Prot. Nr. 5, 8. §)

2026. gada 22. janvārī

Par tirgus dalībnieku apvienošanos

Lietā Nr. KL/2.2-4.1/25/21

“Par fiziskas personas izšķirošas ietekmes iegūšanu pār AB “NOVATURAS”

SATURA RĀDĪTĀJS

I APVIENOŠANĀS DALĪBNIEKI	2
1. Nešets Kočkars	2
2. AB “NOVATURAS”	2
II APVIENOŠANĀS VEIDS	2
III ADMINISTRATĪVAIS PROCESS IESTĀDĒ	3
IV KONKRĒTIE TIRGI UN APVIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IETEKMĒTIE TIRGI	3
3. Atpūtas ceļojumu tirgus	6
3.1. Konkrētās preces tirgus	6
3.2. Konkrētais ģeogrāfiskais tirgus	11
4. Lidmašīnu sēdvietu tirgus Atpūtas ceļojumu organizēšanai	12
4.1. Konkrētās preces tirgus	12
4.2. Konkrētais ģeogrāfiskais tirgus	13
V APVIENOŠANĀS IETEKMES IZVĒRTĒJUMS	14
5. Vispārīgie apsvērumi	14
6. Konkurences apstākļu novērtējums Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā	16
6.1. Konkurences apstākļi tirgū kopumā	16
6.2. Atpūtas ceļojumu tirgus Latvijas teritorijā, izdalot atsevišķi Turcijas un Ēģiptes sektorus	18
6.3. Apvienošanās dalībnieku konkurentu vērtējums	20
6.4. Ieiešana Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā un šķēršļi darbības paplašināšanai	21
7. Konkurences apstākļi Lidmašīnu sēdvietu tirgū	23
8. Secinājumi	24

IEVADS

- 1 Konkurences padomē (turpmāk – KP) 06.10.2025. saņemts Nešeta Kočkara (turpmāk arī Iesniedzējs) ziņojums par izšķirošas ietekmes iegūšanu pār Akcinē bendrovē “Novaturas” (turpmāk – AB “NOVATURAS”) (turpmāk – Apvienošanās, Ziņojums).
- 2 Apvienošanās dalībnieku kopējais neto apgrozījums iepriekšējā finanšu gadā Latvijas teritorijā pārsniedz Konkurences likuma (turpmāk – KL) 15. panta otrajā daļā noteikto sliekšni 30 000 000 *euro*, kā arī abiem Apvienošanās dalībniekiem apgrozījums iepriekšējā finanšu gadā Latvijas teritorijā nav bijis mazāks par 1 500 000 *euro* katram. Līdz ar to Apvienošanās ir paziņojama KP.

I APVIENOŠANĀS DALĪBNIKĒKI

1. Nešets Kočkars

- 3 Nešets Kočkars (Nešet Koçkar), personas kods: (*)¹, Maltas Republikas pilsonis, Turcijas ID Nr. (*), deklarētā adrese (*). N. Kočkars darbojas galvenokārt tūrisma un ar to saistītajās nozarēs, nodrošinot plašu ceļojumu pakalpojumu klāstu, ieskaitot aviopārvadājumus², viesnīcu pārvaldību un ceļojumu organizēšanu.³
- 4 N. Kočkars ir dibinātājs un valdes priekšsēdētājs Anex Tourism Group (turpmāk – Anex Group), kas sniedz aviācijas, tūrisma, ar nekustamajiem īpašumiem saistītus un citus pakalpojumus. Latvijā Anex Group ietvaros darbojas SIA BALTIC WORLD, kas reģistrēta Latvijā ar reģistrācijas Nr. 40203448185, juridiskā adrese: Elizabetes iela 31 - 3, Rīga, LV-1010. Ziņojumā norādīts, ka papildus tūrisma pakalpojumiem N. Kočkara kontrolētā Anex Group ir aktīva arī enerģētikas (hidroelektrostaciju un saules enerģijas projektu attīstīšana) un nekustamā īpašuma attīstīšanas jomās. N. Kočkara kontrolē atrodas vairāk nekā 50 sabiedrību, tomēr saimniecisko darbību Latvijā veic tikai SIA BALTIC WORLD.⁴

2. AB “NOVATURAS”

- 5 AB “NOVATURAS” ir Lietuvas Republikā reģistrēta sabiedrība ar vienoto reģistrācijas Nr. 135567698, kuras juridiskā adrese ir Kaunas, A. Mickevičiaus g. 27, LT-44245. Uzņēmums sniedz kompleksos tūrisma pakalpojumus uz dažādiem atpūtas galamērķiem, iekļaujot aviopārvadājumus, naktsmītnes, transfēru uz un no lidostas, kā arī citus pakalpojumus, piemēram, organizē apskates un ekskursiju ceļojumus, izmantojot aviopārvadājumus un autobusa braucienus no Lietuvas.⁵

II APVIENOŠANĀS VEIDS

- 6 Ziņojumā ir norādīts, ka 2024. gada novembrī AB “NOVATURAS” publiski paziņoja par aktīvu risinājumu meklēšanu tā finansiālas situācijas uzlabošanai. 06.03.2025. tika noslēgts līgums ar N. Kočkaru par 23,2 % AB “NOVATURAS” akciju iegādi. Savukārt līdz 2025. gada rudenim N. Kočkars plānoja iegūt vēl vismaz 9,99 % AB “NOVATURAS” akciju.⁶
- 7 Iesniedzējs ir norādījis, ka izšķiroša ietekme pār AB “NOVATURAS” tiks iegūta:
 - 1) noslēdzot daļu pirkuma līgumu ar esošajiem AB “NOVATURAS” dalībniekiem;
 - 2) iegādājoties AB “NOVATURAS” biržā kotētās daļas no mazākuma dalībniekiem.⁷

¹ Latvijas Republikā piešķirts personas kods.

² Anex Group pieder aviokompānija “Azur Air”, kas nesniedz pakalpojumus Latvijā.

³ Ziņojums, 1. punkts, 3. lp.

⁴ Ziņojums, 3. punkts, 8. lp.

⁵ Ziņojums, 4. punkts, 10. lp.

⁶ Ziņojums, 7.2. apakšpunkts, 13. lp.

⁷ N. Kočkara 12.01.2026. vēstule.

- 8 Ziņojumā ir minēts, ka 33,19 % daļas un atbilstošs balsstiesību skaits piešķir N. Kočkaram izšķirošu ietekmi pār AB “NOVATURAS”. Saskaņā ar AB “NOVATURAS” statūtu 6.12. apakšpunktu un 6.17. apakšpunktu⁸, lai pieņemtu lēmumu par AB “NOVATURAS” valdes locekļu ievēlēšanu, no dalībnieku sapulcē pārstāvēto balsu skaita ir nepieciešams vienkāršs vairākums. Ņemot vērā Apvienošanās rezultātā Iesniedzējam piederošo akciju skaitu un pārējo AB “NOVATURAS” daļu sadalījumu, pastāv iespēja, ka Iesniedzējs varēs iecelt vairākumu AB “NOVATURAS” valdes locekļu. Tāpat pastāv iespēja, ka Iesniedzējs varēs pieņemt arī citus statūtu 6.17. apakšpunktā minētos lēmumus. Līdz ar to Iesniedzējs varētu iegūt izšķirošu ietekmi pār AB “NOVATURAS”.⁹
- 9 Atbilstoši KL 15. panta pirmās daļas 3. punkta noteikumiem tirgus dalībnieku apvienošanās ir tāds stāvoklis, kad viens tirgus dalībnieks iegūst tiešu izšķirošu ietekmi pār citu tirgus dalībnieku. Ņemot vērā minēto, Apvienošanās var būt uzskatāma par apvienošanos KL 15. panta pirmās daļas 3. punkta izpratnē, kad viens tirgus dalībnieks iegūst tiešu vai netiešu izšķirošu ietekmi pār citu tirgus dalībnieku.

III ADMINISTRATĪVAIS PROCESS IESTĀDĒ

- 10 Pirms Ziņojuma iesniegšanas notika gan rakstiska, gan mutiska konsultācija.
- 11 KP 22.09.2025. saņemts apvienošanās ziņojums par izšķirošas ietekmes iegūšanu pār AB “NOVATURAS”. Ziņojums neatbilda Ministru kabineta 29.09.2008. noteikumu Nr. 800 “*Kārtība, kādā iesniedz un izskata pilno un saīsināto ziņojumu par tirgus dalībnieku*” (turpmāk – Noteikumi Nr. 800) prasībām, par ko KP informēja Iesniedzēju, norādot uz nepilnībām ziņojumā. KP papildu informāciju un Ziņojumu saņēma 06.10.2025. Tādējādi atbilstoši Noteikumu Nr. 800 4. punktam Ziņojuma saņemšanas diena KP ir 06.10.2025., un 06.10.2025. uzsākta Apvienošanās lietas Nr. KL/2.2-4.1/25/21 “Par fiziskas personas izšķirošas ietekmes iegūšanu pār AB “NOVATURAS”” (turpmāk – Lieta) izpēti.
- 12 KP 06.11.2025., pamatojoties uz Konkurences likuma 16. panta pirmo daļu, nolēma uzsākt papildu izpēti Lietā.

IV KONKRĒTIE TIRGI UN APVIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IETEKMĒTIE TIRGI

- 13 Saskaņā ar KL 1. panta 4. punktu “konkrētais tirgus – konkrētās preces tirgus, kas izvērtēts saistībā ar konkrēto ģeogrāfisko tirgu”. KL 1. panta 5. punkts nosaka, ka “konkrētās preces tirgus – noteiktas preces tirgus, kurā ietverts arī to preču kopums, kuras var aizstāt ar šo noteikto precī konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū, ņemot vērā pieprasījuma un piedāvājuma aizstājamības faktoru, preču pazīmes un lietošanas īpašības”. Savukārt KL 1. panta 3. punkts nosaka, ka “konkrētais ģeogrāfiskais tirgus ir ģeogrāfiska teritorija, kurā konkurences apstākļi konkrētās preces tirgū ir pietiekami līdzīgi visiem šā tirgus dalībniekiem”.
- 14 Atbilstoši Noteikumu Nr. 800 2. punktam apvienošanās rezultātā ietekmētais tirgus ir: (1) konkrētais tirgus, kurā darbojas apvienošanās iesaistītie tirgus dalībnieki; (2) ar konkrēto tirgu, kurā darbojas viens no apvienošanās iesaistītiem tirgus dalībniekiem, vertikāli saistīts tirgus, kurā darbojas cits apvienošanās iesaistīts tirgus dalībnieks.
- 15 Tirgus dalībnieki ir pakļauti trīs galvenajiem konkurences ierobežojumu avotiem: pieprasījuma aizstājamībai, piedāvājuma aizstājamībai un iespējamajai (potenciālajai) konkurencei.¹⁰
- 16 Pieprasījuma aizstāšanas novērtēšana saistīta ar to produktu vai pakalpojuma klāsta noteikšanu,

⁸Articles of Association of Public Limited Liability Company “NOVATURAS”. Pieejams: [AB Novaturas bendrovės įstatai.pdf](#).

⁹ Ziņojums, 1. punkts, 4. lp.

¹⁰ Eiropas Komisijas paziņojums par jēdziena “konkrētais tirgus” definīciju Savienības konkurences tiesībās (C/2024/1645), 23. rindkopa. Pieejams: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/PDF/?uri=OJ:C_202401645.

kurus patērētājs (klients) uzskata par aizstājamiem. Ekonomiskā ziņā, definējot konkrēto tirgu, pieprasījuma aizstājamība visātrāk un visefektīvāk disciplinē attiecīgā produkta vai pakalpojuma piegādātājus, jo īpaši saistībā ar to lēmumiem par cenu noteikšanu. Apvienošanās dalībnieki nevar būtiski ietekmēt tirdzniecības nosacījumus, piemēram, cenas, ja to klientiem pastāv iespēja viegli pārorientēties uz pieejamiem aizstājošiem produktiem (pakalpojumiem) vai citā teritorijā esošiem piegādātājiem.¹¹

- 17 Piedāvājuma aizstājamību var ņemt vērā, arī definējot konkrētos tirgus tajās situācijās, kad tās ietekme efektivitātes un ātruma ziņā ir līdzvērtīga pieprasījuma aizstāšanas radītajai ietekmei. Tas nozīmē, ka piegādātāji spēj pārorientēt ražošanu konkrētu produktu ražošanai (vai pakalpojumu sniegšanai) un spēj tos realizēt īsā laika posmā bez būtiskām papildu izmaksām vai riskiem, saskaroties ar nelielām un pastāvīgām relatīvo cenu izmaiņām.¹²
- 18 Iespējamā konkurence, kas ir trešais konkurences ierobežojumu avots, netiek ņemta vērā, definējot tirgus. Vajadzības gadījumā šo analīzi veic vēlākā posmā (kas veikta arī Lietā), parasti tad, kad attiecīgajiem tirgus dalībniekiem ir jau noteikts stāvoklis konkrētajā tirgū un kad šāds stāvoklis rada pamatu bažām no konkurences viedokļa.¹³
- 19 Ziņojumā un Sabiedrības ar ierobežotu atbildību “NOVATOOURS” (turpmāk – SIA “NOVATOOURS”) mājas lapā ir norādīts, ka SIA “NOVATOOURS” un SIA BALTIC WORLD Latvijas teritorijā darbojas kā tūrisma operatori un piedāvā kompleksos tūrisma pakalpojumus¹⁴, izmantojot aviopārvadājumus.¹⁵ SIA “NOVATOOURS” sniedz arī tādus tūrisma pakalpojumus kā slēpošanas tūres, solo braucieni, kruīzi, u.c.¹⁶ Turklāt neviens no Apvienošanās dalībniekiem Latvijas teritorijā nepiedāvā kompleksos tūrisma pakalpojumus, izmantojot citu pārvietošanās veidu.¹⁷
- 20 Apvienošanās dalībnieki veic atsevišķu aviobiļešu tirdzniecību savos organizētajos čarterreisos, bet SIA BALTIC WORLD klientiem ir iespēja iegādāties arī atsevišķi pakalpojumu “Viesnīcas”.¹⁸
- 21 KP Lietas izpētē izvērtēja Apvienošanās dalībnieku darbību atsevišķu aviobiļešu tirdzniecībā¹⁹ klientiem čarterreisos, kurus organizē tūrisma operatori. (*). Ievērojot minēto, KP secina, ka atsevišķu aviobiļešu tirdzniecība uz čarterreisiem ir maznozīmīgs Apvienošanās dalībnieku darbības veids, tāpēc tālākā izpēte šajā tirgū nav nepieciešama.
- 22 Anex Group pieder aviokompānija “Azur Air”, kas nesniedz pakalpojumus Latvijas teritorijā.²⁰ Ievērojot minēto, viens no Apvienošanās dalībniekiem sniedz pakalpojumus arī ar kompleksā tūrisma pakalpojumu, izmantojot aviopārvadājumus, vertikāli saistītajā tirgū – lidmašīnu sēdvietu pārdošanas tirgū.
- 23 Savukārt tūrisma operatori Latvijas teritorijā pārdod citiem tūrisma operatoriem sēdvietas savos organizētajos čarterreisos, realizējot noteiktu sēdvietu skaitu kā vienotu kopumu (bloku)²¹ (turpmāk – Lidmašīnu sēdvietu tirgus).
- 24 Ievērojot minēto Apvienošanās dalībnieku darbība Latvijas teritorijā galvenokārt pārklājas

¹¹ Turpat.

¹² Turpat.

¹³ Turpat.

¹⁴ Ziņojums, 8. punkts, 15. lp.

¹⁵ Ziņojums, 8. punkts, 15. lp, Iesniedzējs norāda, ka SIA “NOVATOOURS” realizē arī “pēdējā brīža” ceļojumus, kas iegādājami neilgi pirms ceļojuma sākuma, parasti pāris dienas vai nedēļas pirms, un bieži pieejami ar atlaidēm. Ņemot vērā, ka SIA “NOVATOOURS” kā “pēdējā brīža” ceļojumus pārdod vienīgi kompleksos tūrisma pakalpojumus, “pēdējā brīža” ceļojumi ietilpst kompleksā tūrisma pakalpojumu tirgū.

¹⁶ Skat, SIA “NOVATOOURS” mājas lapu. Pieejams: <https://www.novatours.lv/> [aplūkots 21.01.2026.].

¹⁷ Zinojums, 8. punkts, 15. lp.

¹⁸ Turpat.

¹⁹ (*) (N. Kočkara 23.10.2025. vēstule).

²⁰ Ziņojums, 3. punkts, 8. lp.

²¹ Nozarē izmantots apzīmējums, kas ir atvasināts no termina angliiski – “block seats”.

komplekso tūrisma pakalpojumu sniegšanā, izmantojot aviopārvadājumus.²² Tas ir Apvienošanās dalībnieku galvenais darbības veids.²³

25 Atbilstoši Tūrisma likuma 1. panta 5. punktam kompleks tūrisma pakalpojums ir vismaz divu dažādu tūrisma pakalpojumu apvienojums viena ceļojuma ietvaros, kuru apvieno viens pakalpojumu sniedzējs vai vismaz tie tiek iegādāti pie viena pakalpojumu sniedzēja. Piemēram, vienā kompleksajā tūrisma pakalpojumā tiek iekļauti tādi pakalpojumi kā pasažieru pārvadājumi, naktsmītnes, transfērs u.c.²⁴

26 Kompleksie tūrisma pakalpojumi, izmantojot aviopārvadājumus, ietver vairākus pakalpojumu veidus, kuri ir izveidoti, lai apmierinātu dažādu patērētāju grupu vēlmes, t.i., tiem ir atšķirīgs mērķis, ko ar šo pakalpojumu tūrists var sasniegt. Tādējādi katrs no tiem ir paredzēts atsevišķai mērķauditorijai, atšķirīga ir arī šo pakalpojumu funkcionalitāte. KP, ņemot vērā, ka Apvienošanās dalībnieku darbība pārklājas komplekso atpūtas ceļojumu organizēšanā uz saulainajiem gala mērķiem, EK secinājumus (skat. lēmuma 31. punktu), kā arī tūrisma operatoru izmantoto komplekso ceļojumu iedalījumu, t.i., atpūtas ceļojumi, ekskursijas, grupu ceļojumi, kruīzi, u.c.,²⁵ KP Lietas izpētes laikā apskatīja vairākus kompleksā tūrisma pakalpojuma veidus:

- viens no kompleksā tūrisma pakalpojumu veidiem ir atpūtas tūrisms uz saulainajiem galamērķiem, izmantojot aviopārvadājumus (turpmāk - Atpūtas ceļojumi). Tie paredzēti atpūtai un relaksācijai kūrortos vai pie jūras. Atpūtas ceļojumi tiek veikti uz saulainajiem galamērķiem un ietver lidojumu, naktsmītni, transfērus un atsevišķas ekskursijas (papildu pakalpojums), slēdzot līgumu ar tūrisma operatoru. Bieži Atpūtas ceļojumi tiek nodrošināti koncepta "viss iekļauts" ietvaros. Tūrisma operatori veic Atpūtas ceļojumu sagatavošanu un pārdošanu;
- vēl viens no kompleksā tūrisma veidiem ir arī kultūras un izziņas tūrisms, kas ir vērsts uz kultūras, vēstures un mākslas iepazīšanu, tas ietver organizētas ekskursijas, muzeju apmeklējumus, gidu pakalpojumus, bieži ceļošanu grupās (turpmāk – Grupu ceļojumi);
- izplatīts ir arī sporta un aktīvās atpūtas tūrisms, kas ir saistīts ar fiziskām aktivitātēm vai sporta pasākumiem, piemēram, slēpošanas ceļojumi²⁶, pārgājieni, niršana, golfa tūres. Latvijā tiek piedāvāts arī veselības un labsajūtas tūrisms²⁷, biznesa un konferenču tūrisms²⁸, reliģiskais un svētceļojumu tūrisms²⁹, kā arī kruīzu tūrisms³⁰ u.c. tūrisma veidi.

27 Atbilstoši minētajam, kompleksā tūrisma veidi atšķiras pēc ceļojuma mērķa, taču visus vieno nosacījums, ka ceļotājam tiek piedāvāts vienots, iepriekš saplānots pakalpojumu kopums, kas nodrošina ērtību, drošību un laika ietaupījumu.

²² Ziņojums, 8. punkts, 15. lp.

²³ Ziņojums, 8. punkts, 15. lp.

²⁴ Ziņojums, 8.1. punkts, 16. lp.

²⁵ Skat., piemēram, Sabiedrības ar ierobežotu atbildību "Aza Tours" mājas lapa. Pieejams: <https://azatours.lv/ekskursiju-ceļojumi> [aplūkots 20.01.2026.], Sabiedrības ar ierobežotu atbildību "Ceļojumu bode" mājas lapa. Pieejams: <https://www.ceļojumubode.lv/lv/> [aplūkots 20.01.2026.], Sabiedrības ar ierobežotu atbildību "Mundus Travel Institute" mājas lapa. Pieejams: <https://mundustravels.com/> [aplūkots 20.01.2026.]

²⁶ Skat., piemēram, SIA "Latvia Tours" mājas lapu. Pieejams <https://www.latviatours.lv/ceļojumi/sleposana/> [aplūkots 20.01.2026.].

²⁷ Skat., piemēram, LIAA Tūrisma departamenta mājas lapu, Pieejams: <https://www.latvia.travel/lv/spa-atputas-iespejas> [aplūkots 20.01.2026.].

²⁸ Skat., piemēram, "TŪRISMA AĢENTŪRA KOLUMBS" SIA mājas lapu. Pieejams: <https://www.kolumbs.lv/biznesam/11-uznemumiem/207-izstades-un-pasakumi/> [aplūkots 20.01.2026.]

²⁹ Skat., piemēram, Sabiedrības ar ierobežotu atbildību "Mundus Travel Institute" mājas lapa. Pieejams: <https://mundustravels.com/>, [aplūkots 20.01.2026.]

³⁰ Skat., piemēram, SIA "Vanilla Travel" mājas lapu. Pieejams: <https://www.vanillatravel.lv/kruizi> [aplūkots 20.01.2026.].

3. Atpūtas ceļojumu tirgus

3.1. Konkrētās preces tirgus

- 28 Saskaņā ar Ziņojumā sniegto informāciju, konkrētais preces tirgus, kurš var tikt ietekmēts Apvienošanās rezultātā, Iesniedzēja ieskatā ir definējams kā tūrisma operatoru nodrošinātais komplekso pakalpojumu tirgus, izmantojot aviopārvadājumus.³¹
- 29 Lietas izpētē iegūtā informācija liecina, ka Apvienošanās dalībnieku darbība pārklājas Atpūtas ceļojumu pārdošanā (turpmāk – Atpūtas ceļojumu tirgus). Ievērojot minēto, Atpūtas ceļojumu tirgus ir viens no konkrētās preces tirgiem, kurā darbojas Apvienošanās dalībnieki.

KP iepriekšējā prakse

- 30 KP iepriekšējā praksē konkrēto tirgu ir definējusi kā komplekso tūrisma pakalpojumu sniegšanu un komplekso tūrisma pakalpojumu pārdošanu.³²
- 31 KP secināja, ka kompleksie tūrisma pakalpojumi būtu nodalāmi no atsevišķajiem tūrisma pakalpojumiem (viens individuāli sagatavots pakalpojums, piemēram, tikai nakšņošana vai aviobiļete), jo katrs pakalpojumu veids paredz dažādu pakalpojumu apjomu, kā arī dažādu normatīvo regulējumu un to saņēmēju tiesību aizsardzības līmeni.³³

Eiropas Komisijas prakse

- 32 Eiropas Komisija (turpmāk – EK) iepriekšējos lēmumos tūrisma nozarē ir apsvērusi iespēju sīkāk nošķirt komplekso tūrisma pakalpojumu tirgu pēc brīvdienu veidiem, piemēram, “saules un jūras” brīvdienas, “pludmales brīvdienas”, “slēpošana” un “pilsētas brīvdienas”, bet atstāja atklātu šīs segmentācijas precīzu tvērumu.³⁴
- 33 EK, veicot izpēti lietā Nr. M.9421 Triton/Corendon, norādīja, ka lielākā daļa tūrisma operatoru, kas piedāvā kompleksos ceļojumus Beļģijas teritorijā, tostarp TUI, Alltours, DER Touristik un easyJet Holidays, kompleksos ceļojumus iedala pēc brīvdienu veida. Turklāt lielākā daļa tūrisma operatoru norādīja, ka kompleksie ceļojumi uz “saules un jūras” galamērķiem tiek piedāvāti kā atsevišķs produkts.³⁵ EK līdz šim konkrētās preces tirgu definīcijas ir atstājusi atvērtas.
- 34 Tāpat EK savās lietās saistībā ar komplekso ceļojumu tirgu ir vērtējusi tirgu arī attiecībā uz svarīgākajiem ceļojumu galamērķiem.³⁶ EK apsvēra atšķirību starp iekšzemes un ārvalstu kompleksajiem ceļojumiem, kā arī atšķirību starp īsa/vidēja attāluma un tālā attāluma ārzemju kompleksajiem ceļojumiem, precīzu tirgus definīciju atstājot atklātu.³⁷

Pieprasījuma aizstājamība

- 35 Pieprasījumu pēc Atpūtas ceļojumiem rada personas, kas iegādājas ceļojumus no tūrisma operatoriem vai arī no tūrisma aģentiem³⁸, kuri sadarbojas ar vairākiem tūrisma operatoriem.

³¹ Ziņojums, 8.1. apakšpunkts, 19. lp.

³² KP 09.09.2011. lēmums lietā Nr. p/10/03.02/9 “Par Līgumā par Eiropas Savienības darbību 101. panta 1. punkta c) apakšpunktā un Konkurences likuma 11. panta pirmās daļas 3. punktā noteikto aizliegumu pārkāpumiem SIA „Novatours” un SIA „Tez Tour” darbībās”, 3.1.3. apakšpunkts. Pieejams: <https://www.kp.gov.lv/sites/kp/files/bcezetvvfel.pdf>

³³ Turpat.

³⁴ EK 04.05.2007. lēmums lietā Nr. COMP/M.4601 KarstadtQuelle/MyTravel, 25. punkts, EK 04.06.2007. lēmums lietā Nr. COMP/M.4600, TUI/First Choice, 30. punkts; EK 22.09.1999. lēmums lietā Nr. IV/M.1524, Airtours/First Choice, 10. punkts.

³⁵ EK 01.10.2019. lēmums lietā Nr. COMP/M.9421 Triton/Corendon, 34. un 36. punkts.

³⁶ Skat., piemēram, EK 20.10.2016. lēmumu lietā Nr. COMP/M.4601 KarstadtQuelle/MyTravel, 25. un 26. punktu.

³⁷ EK 20.10.2016. lēmums lietā Nr. M.8046 – TUI/ TRANSAT FRANCE, 55. punkts.

³⁸ Daļa tūrisma operatoru vienlaicīgi darbojas arī kā tūrisma aģenti. Šiem uzņēmumiem ir noslēgti līgumi ar citiem tūrisma operatoriem par to sagatavoto ceļojumu izplatīšanu. Piemēram, Iesniedzējs ir norādījis, ka lielākie tūrisma aģenti Latvijā, kas pārdod dažādu tūrisma operatoru pakalpojumus, ir Estravel, Averoja, Travel Plus.

Atbilstoši Ziņojumā norādītajam, lielākie tūrisma aģenti Latvijā pārdod dažādu tūrisma operatoru pakalpojumus.³⁹ Par minēto liecina arī Patērētāju tiesību aizsardzības centra mājas lapā atrodamā informācija, t.i., tūrisma aģenti (tūrisma operatori⁴⁰) slēdz līgumus ar tūrisma operatoriem par to sagatavoto komplekso ceļojumu pārdošanu.⁴¹ Ievērojot minēto, tūrisma aģentu rīcībā parasti ir piedāvājumi no vairākiem tūrisma operatoriem, kas ļauj tiem piedāvāt klientiem labāko tiem atbilstošo risinājumu.

- 36 Lai novērtētu pieprasījumu aizstājamību, ir nepieciešams apskatīt tādos faktorus kā, pakalpojuma funkcionalitāte, paredzamais lietojums, u.c.⁴²
- 37 Lietas izpētē, lai noteiktu pieprasījuma aizstājamību, KP vērtēja Atpūtas ceļojumu, Grupu ceļojumu un citu ceļojumu (slēpošanas tūres, solo braucieni, kruīzi, u.c.) pārdošanu. Šis iedalījums ir atšķirīgs no KP iepriekšējās prakses, bet ir atbilstošs EK praksei.
- 38 Lietas izpētes laikā daudziem tūrisma operatoriem tika lūgts atbildēt uz jautājumu, t.i., ja cena uz Atpūtas ceļojumiem pieaugtu par 5-10 %, visiem pārējiem apstākļiem paliekot nemainīgiem, kāda ir prognozējamā šī pakalpojuma klientu rīcība.
- 39 Vairāki respondenti ir norādījuši, ka vienmēr pastāvēs klientu segments – ģimenes un seniori, kuri izvēlas saņemt pakalpojumus tieši no tūrisma operatoriem, tādējādi garantējot drošību, paredzamību un profesionālu atbalstu visa ceļojuma laikā.⁴³ Tāpat ir arī ilgtermiņa klienti, kuri ir pieraduši pie konkrētā tūrisma operatora sniegtā pakalpojuma un kvalitātes, tiem tas ir ērts un nav būtiskas nelielas cenu izmaiņas.⁴⁴ Savukārt gados jaunāki ceļotāji noteikti var izvēlēties saistīto tūrisma pakalpojumu sniedzējus, tādos kā Booking.com vai AS Air Baltic Corporation (turpmāk – Air Baltic) vai arī uzsāks patstāvīgu ceļojumu plānošanu.⁴⁵
- 40 Attiecībā uz patērētāju rīcību, vai tie varētu izvēlēties Grupu ceļojumus gadījumā, ja cena uz Atpūtas ceļojumiem paaugstinātos, ir minēts, ka Grupu ceļojumus un apskates ekskursijas tūristi neizmanto, tā ir cita veida ceļošana, un cita veida ceļotājs.⁴⁶ Vēl norādīts, ka neliela daļa klientu pārietu uz Grupu ceļojumiem vai citiem atpūtas veidiem, tomēr galvenais ceļotāju segments paliktu Atpūtas ceļojumu tirgū.⁴⁷ Turklāt neliela daļa klientu varētu izvēlēties Grupu ceļojumus vai apskates ekskursijas kā alternatīvu, ja tie piedāvātu labākas cenas un vērtības attiecību.⁴⁸ Līdzīgu viedokli, ka vienmēr būs ceļotāji, kas gribēs ekskursijas, citi gribēs tikai atpūtu, un vēl citi organizēs savu ceļojumu paši, ir paudusi SIA “Remiro travel”.⁴⁹
- 41 KP norāda, ka minētais SIA “Remiro travel” secinājums pēc būtības atspoguļo vairākuma aptaujāto respondentu viedokli, t.i., ka katrs no kompleksā tūrisma veidiem – Atpūtas ceļojumi, Grupu ceļojumi u.c. komplekso ceļojumu veidi – ir dažādi, jo tie atšķiras pēc mērķa, funkcionalitātes, satura, klientu vajadzībām un sniegto pakalpojumu kopuma, turklāt katra minētā kompleksā ceļojuma mērķauditorijai ir atšķirīgas vajadzības un vēlmes.
- 42 Būtisks ir arī SIA “ATLANTIC TRAVEL” norādītais, ka gadījumā, ja cenas Atpūtas ceļojumiem pieaugtu par 5 – 10 %, visiem pārējiem apstākļiem paliekot nemainīgiem, SIA “ATLANTIC TRAVEL” klienti pārsvarā turpinātu rezervēt ceļojumus kā ierasts, jo ir pašsaprotami, ka jebkuru tūrisma pakalpojumu cenas, t.sk. aviobiļetēm un viesnīcām, katru

³⁹ Ziņojums, 8. punkts, 16. lp.

⁴⁰ Latvijas tūrisma operatori izplata arī citu tūrisma operatoru sagatavotos kompleksos pakalpojumus.

⁴¹ Skat., piemēram, https://registri.ptac.gov.lv/dokuments_T-2025-12_nr-27531#related_8, sadaļu “Tūrisma operatoru pilnvarojums”.

⁴² Komisijas paziņojums par jēdziena “konkrētais tirgus” definīciju Savienības konkurences tiesībās (C/2024/1645), 26. rindkopa. Pieejams: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/PDF/?uri=OJ:C_202401645

⁴³ Piemēram, SIA “NOVATOURS” 29.10.2025. vēstule.

⁴⁴ Turpat.

⁴⁵ Itaka Latvija SIA 28.10.2025. vēstule.

⁴⁶ SIA “Vanilla Travel” 23.10.2025. vēstule.

⁴⁷ Sabiedrības ar ierobežotu atbildību “Weekend Travel Latvia” 20.10.2025. vēstule.

⁴⁸ Sabiedrības ar ierobežotu atbildību “Aza Tours” 29.10.2025. vēstule.

⁴⁹ SIA “Remiro travel” 28.10.2025. vēstule.

gadu pieaug, mainoties pasaules ekonomiskajai situācijai kopumā.⁵⁰ Vēl ir ticis norādīts, ka kopumā individuāla ceļojuma plānošana laika gaitā ir kļuvusi daudz ērtāka un pieejamāka, pateicoties tiešsaistes platformām un zemāku cenu iespējām, tomēr joprojām ir būtiska klientu daļa, kas novērtē un turpina izmantot tūrisma operatoru sniegtos pakalpojumus.⁵¹

- 43 Lietā aptaujāto tūrisma operatoru sniegto informāciju apstiprina Lietas izpētē iegūtā informācija par tūristu skaitu, kuri ir iegādājušies Atpūtas ceļojumus no 2022. līdz 2024. gadam (skat. šī lēmuma 6.1. nodaļu), t.i., ka pieprasījums pēc Atpūtas ceļojumiem ir stabils un turpina pieaugt.
- 44 Izvērtējot minēto, KP secina, ka Atpūtas ceļojumu tirgus klienti lielākoties neuzsāktu patstāvīgu ceļojumu plānošanu, ja cenas Atpūtas ceļojumiem pieaugtu par 5–10 %, visiem pārējiem apstākļiem paliekot nemainīgiem. Turklāt Lietas izpētē iegūtā informācija liecina, ka Atpūtas ceļojumus nevar aizvietot ar Grupu ceļojumiem un citiem kompleksā tūrisma pakalpojuma veidiem.
- 45 Tādējādi Atpūtas ceļojumi no klientu viedokļa, ņemot vērā pakalpojuma funkcionalitāti, paredzamo lietojumu un sasniedzamo mērķi, nav aizvietojami ar citu ceļojumu veidu. Vienlaikus KP norāda, ka, ievērojot minētos apstākļus un ņemot vērā tirgus attīstību, t.i., dažādu digitālo resursu pieejamību, kas var izraisīt patērētāju paradumu maiņu, šie faktori var ietekmēt konkurences apstākļus Atpūtas ceļojumu tirgū nākotnē. Ievērojot minēto un ņemot vērā šī lēmuma 6.1. un 6.2. nodaļā konstatēto, Atpūtas ceļojumu tirgus šaurāku definīciju ir iespējams atstāt atvērtu, jo, veicot šī tirgus izvērtējumu arī sadalījumā pa valstīm (galamērķiem), kur tika konstatēta Apvienošanās dalībnieku darbības pārklāšanās, nav sagaidāms būtisks konkurences samazinājums Apvienošanās rezultātā. KP secina, ja būtisks konkurences samazinājums netiek konstatēts Atpūtas ceļojumu tirgū sadalījumā pa valstīm, kur Apvienošanās dalībnieku pārklāšanās ir visbūtiskākā, tad visticamāk tas nav sagaidāms arī citos alternatīvos konkrētās preces tirgos.⁵²

Sadalījums pa valstīm (galamērķiem)

- 46 Lietas izpētes laikā Atpūtas ceļojumu tirgus vērtēts arī sadalījumā pa patērētājiem svarīgākajiem galamērķiem, t.i., KP atsevišķi izvērtēja konkurences apstākļus divos Atpūtas ceļojumu sektoros – ceļojumu pārdošanā uz Turciju un Ēģipti.
- 47 2024. gadā SIA “BALTIC WORLD” Atpūtas ceļojumu pārdošanas apjoms uz Turciju un Ēģipti ir bijis aptuveni (*) no uzņēmuma kopējā Atpūtas ceļojumu pārdošanas apjoma, vēl uzņēmums ir organizējis Atpūtas ceļojumus uz Apvienotajiem Arābu Emirātiem.⁵³
- 48 SIA “NOVATOURLS” Atpūtas ceļojumu galamērķu portfelis ir būtiski plašāks nekā SIA “BALTIC WORLD”, ietverot arī tādus galamērķus kā Taizeme, Indonēzija, Spānija, Grieķija u.c. Vienlaikus, pamatojoties uz Lietas izpētē iegūto informāciju, KP konstatē, ka 2024. gadā SIA “NOVATOURLS” Atpūtas ceļojumu pārdošanas apjoms uz Turciju un Ēģipti ir veidojis aptuveni (*) no uzņēmuma kopējā Atpūtas ceļojumu pārdošanas apjoma.⁵⁴
- 49 Ievērojot minēto Apvienošanās dalībnieku darbība pārklājas trīs Atpūtas ceļojumu tirgus sektoros – Atpūtas ceļojumu pārdošanā uz Turciju (turpmāk – Turcijas sektors), Atpūtas ceļojumu pārdošanā uz Ēģipti (turpmāk – Ēģiptes sektors) un Atpūtas ceļojumu pārdošanā uz Apvienotajiem Arābu Emirātiem. SIA “BALTIC WORLD” pārdoto ceļojumu skaits uz Apvienotajiem Arābu Emirātiem ir ļoti mazs ((*)), tāpēc šis sektors Lietas izpētē detalizētāk netika skatīts.

⁵⁰ SIA “ATLANTIC TRAVEL” 29.10.2025. vēstule.

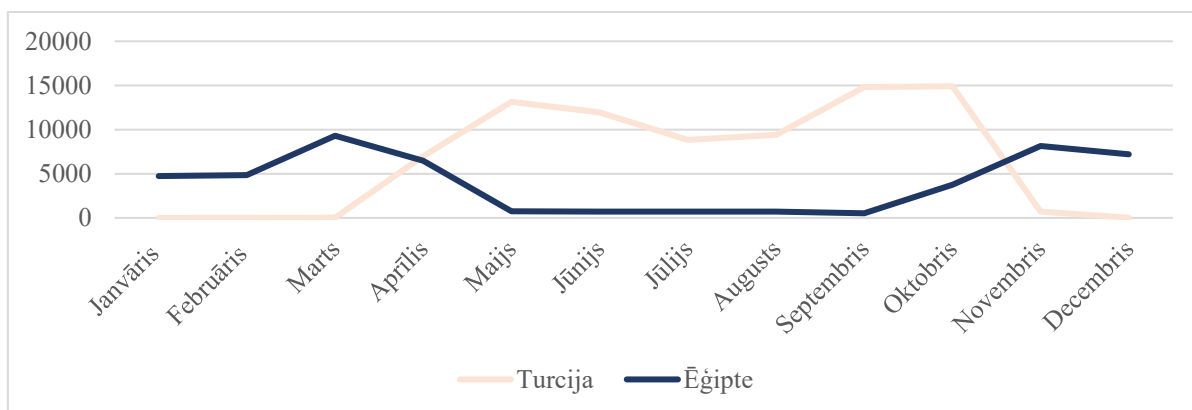
⁵¹ SIA “NOVATOURLS” 29.10.2025. vēstule.

⁵² Komisijas paziņojums par jēdziena “konkrētais tirgus” definīciju Savienības konkurences tiesībās (C/2024/1645), 20. rindkopa. Pieejams: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/PDF/?uri=OJ:C_202401645

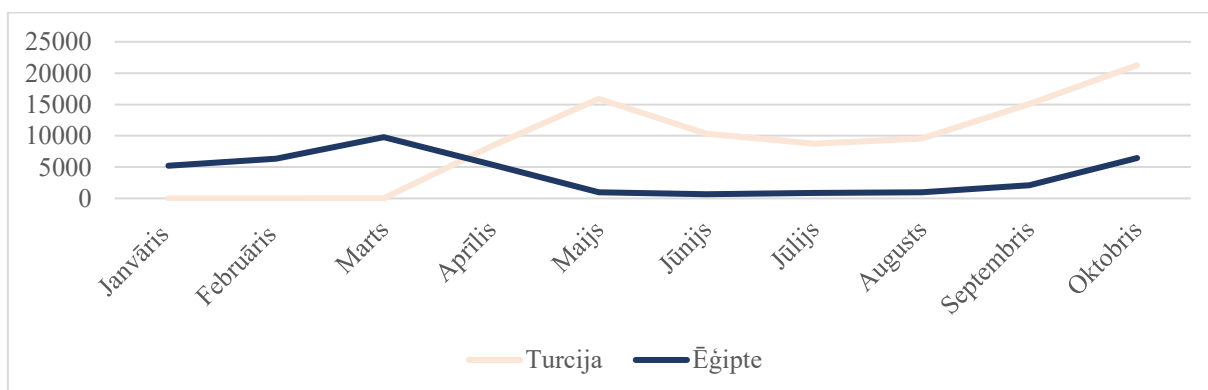
⁵³ N. Kočkara 05.12.2025. vēstule.

⁵⁴ SIA “NOVATOURLS” 10.12.2025. vēstule.

- 50 Lietas izpētes laikā vērtēts, kuri no Atpūtas ceļojuma galamērķiem ir aizvietojami ar citiem galamērķiem, īpaši attiecībā uz Turcijas un Ēģiptes virzienu, ņemot vērā ceļojuma ilgumu (ceļā pavadīto laiku), sezonālītāti u.c. faktorus. CORAL TRAVEL Latvia SIA ir norādījusi, *“ka ir tūrisma operators, kura darbība ir fokusēta uz Turcijas un Ēģiptes čartera lidojumu pakešu veidošanu [uz komplekso Atpūtas ceļojumu pakalpojumu izveidi] (papildus nedaudz Grieķijas, Spānijas, AAE). Šie galamērķi nevar būt aizvietoti.”*⁵⁵ Līdzīgu viedokli ir sniegusi Sabiedrība ar ierobežotu atbildību “TEZ TOUR” (turpmāk – SIA “TEZ TOUR”), t.i., ka galamērķi atšķiras ne tikai ar lidojumu ilgumu un biežumu, bet galvenokārt ar to, ko klienti sagaida galamērķī. Atšķiras viesnīcu kvalitāte, virtuve, klimatiskie apstākļi, pludmales segums, ūdens temperatūra, ekskursiju pieejamība, ievērojamāko un vēsturisko vietu spektrs, izklaides pieejamība, attālumi no lidostām līdz viesnīcām un daudzi citi katram klientam atšķirīgi, bet svarīgi apstākļi.⁵⁶
- 51 KP, izvērtējot Atpūtas ceļojumu tirgus dalībnieku (SIA “NOVATOURLS”, SIA BALTIC WORLD, SIA “TEZ TOUR”, CORAL TRAVEL Latvia SIA un Sabiedrība ar ierobežotu atbildību “Join Up Baltic” (turpmāk – SIA “Join Up Baltic”)) apkalpoto tūristu skaitu uz tādiem Atpūtas ceļojumu galamērķiem kā Turcija un Ēģipte 2024. un 2025. gadā, atsevišķi izdalot katru kalendārā gada mēnesi, secina, ka tūristu pieprasījums pēc ceļojumiem uz Turciju un Ēģipti būtiski atšķiras atkarībā no kalendārā gada mēneša (skat. tālāk tekstā attēlu Nr. 1 un Nr. 2). Attiecīgi patērētāju pieprasījuma pieaugums Atpūtas ceļojumam uz Turciju vērojams pavasara un vasaras mēnešos, savukārt uz Ēģipti pieprasījuma pieaugums ir vērojams rudens un ziemas mēnešos, kas norāda, ka Turcijas un Ēģiptes galamērķi nav uzskatāmi par savstarpēji aizvietojamiem galamērķiem konkrētos kalendārā gada mēnešos.



1. attēls. Atpūtas ceļojumu tirgus apkalpoto tūristu skaits Latvijas teritorijā, izdalot atsevišķi Turcijas un Ēģiptes sektoru, 2024. gads.



2. attēls. Atpūtas ceļojumu tirgus apkalpoto tūristu skaits Latvijas teritorijā, izdalot atsevišķi Turcijas un Ēģiptes sektorus, no 2025. gada janvārim līdz 2025. gada oktobrim.

⁵⁵ CORAL TRAVEL Latvia SIA 27.11.2025. vēstule.

⁵⁶ SIA “TEZ TOUR” 15.12.2025. vēstule Nr. 298/12/2025.

- 52 Ņemot vērā minēto, KP secina, ka Lietas izpētes ietvaros pastāv pamats novērtēt konkurences apstākļus Atpūtas ceļojumu tirgū, izdalot tādus galamērķus kā Turcija un Ēģipte kā atsevišķus tirgus sektorus.

Piedāvājuma aizstājamība

- 53 Piedāvājumu Atpūtas ceļojumiem galvenokārt veido lielie tūrisma operatori – SIA BALTIC WORLD, SIA “NOVATOURLS”, CORAL TRAVEL Latvia SIA, SIA “Join Up Baltic”, SIA “TEZ TOUR” (turpmāk arī – Lielie tūrisma operatori), savukārt salīdzinoši mazie tūrisma operatori, piemēram (Sabiedrība ar ierobežotu atbildību “IMPRO CEĻOJUMI” (turpmāk – SIA “IMPRO CEĻOJUMI”), “TŪRISMA AĢENTŪRA KOLUMBS” SIA, SIA “ATLANTIC TRAVEL” u.c.) (turpmāk – Mazie tūrisma operatori) organizē nelielu apjomu pašu veidotus Atpūtas ceļojumus, iegādājoties vietas citu operatoru vai aviokompāniju čarterreisos un regulārajos reisos. Mazie tūrisma operatori neorganizē savus čarterreisos. Daļa Mazo tūrisma operatoru organizē arī cita veida kompleksos ceļojumus, piemēram, Grupu ceļojumus, slēpošanas braucienus, u.c. Lielie tūrisma operatori galvenokārt specializējas tikai Atpūtas ceļojumu organizēšanā.
- 54 Piedāvājuma aizstājamība tiek ņemta vērā tikai tad, ja tās ietekme efektivitātes un ātruma ziņā ir līdzvērtīga pieprasījuma aizstāšanas radītajai ietekmei.⁵⁷
- 55 Tā kā vairums tirgus dalībnieku specializējas viena vai otra pakalpojuma sniegšanā, tad piedāvājuma puses aizvietojamība nav tikpat iedarbīga un tieša kā pieprasījuma aizstājamība, un līdz ar to piedāvājuma puses aizvietojamība ir ierobežota. KP secina, ka Latvijas Mazajiem tūrisma operatoriem būtu jāiegulda būtiski finanšu līdzekļi, lai uzsāktu konkurēt ar Lielajiem tūrisma operatoriem Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā. Turklāt ir nepieciešama atbilstošā pieredze un darbības apjoms vairākās valstīs, kāds tas ir Lielajiem tūrisma operatoriem, piemēram, SIA BALTIC WORLD (kopā ar saistītajiem uzņēmumiem), CORAL TRAVEL Latvia SIA un SIA “Join Up Baltic” (skat. lēmuma 6.3. apakšpunktu). Šo investīciju apjoms ir būtiski lielāks kā tikai nenožīmīgas papildu neatgūstamās izmaksas vai riski. Ievērojot minēto, KP secina, ka Mazie tūrisma operatori nevarēs īstermiņā piedāvāt līdzvērtīgu Atpūtas ceļojumu piedāvājuma klāstu un apjomu kā Lielie tūrisma operatori.
- 56 Lietas izpētē iegūtā informācija no Lielo tūrisma operatoru mājas lapām liecina, ka klienti var iegādāties Atpūtas ceļojumus laika periodā pat 8 mēnešus uz priekšu. Ievērojot minēto KP secina, ka vienošanās ar lidsabiedrībām, viesnīcām un citiem pakalpojuma sniedzējiem Lielajiem tūrisma operatoriem ir jānoslēdz jau pirms astoņu mēnešu perioda, un šis termiņš varētu būt aptuveni viens gads.⁵⁸
- 57 Tādējādi KP secina, ka uzņēmumiem, kuri nedarbojas Atpūtas ceļojumu tirgū, būtu nepieciešams vismaz gads, lai spētu nodrošināt šim pakalpojumam nepieciešamos resursus, un līdz ar to tie nespēj īsā termiņā pārslēgties uz tā sniegšanu un nav uzskatāmi par piedāvājuma aizvietotājiem.
- 58 KP iegūtā informācija liecina, ka daži uzņēmumi, kuri darbojas Atpūtas ceļojumu tirgū, plāno paplašināt savu darbību tirgū, bet netika iegūta informācija par jaunienācējiem tirgū, kas spētu laicīgi, bez būtiskām papildu izmaksām un pietiekamā apjomā veikt piedāvājuma aizstājamību.

⁵⁷ Komisijas paziņojums par “konkrētā tirgus” definīciju Kopienas konkurences tiesībās, 20. punkts. Pieejams: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/PDF/?uri=CELEX:31997Y1209\(01\)&from=LV](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/PDF/?uri=CELEX:31997Y1209(01)&from=LV)

⁵⁸ Skat., piemēram, SIA “Novatours” mājas lapu. Pieejams: <https://www.novatours.lv/search?fs=step3&h%5B0%5D=TRXMERYAHO&had=2&hcf=2026-10-13&hch=0&hcim=true&hct=2026-10-13&hmf=7&hnt=7&hp=1&> [aplūkots 19.01.2026.], viesnīcu var rezervēt uz 2026. gada oktobri.

3.2. Konkrētais ģeogrāfiskais tirgus

- 59 Savā iepriekšējā praksē KP ģeogrāfisko tirgu ir definējusi kā Latvijas teritoriju.⁵⁹ Arī EK ir norādījusi, ka ģeogrāfiskais tirgus ir nacionāls.⁶⁰
- 60 Tirgus definēšanu lielā mērā nosaka Latvijas tūrisma nozares normatīvais regulējums. Tūrisma likums un no tā izrietošie normatīvie akti nosaka tūrisma pakalpojumu sniegšanas un pārdošanas kārtību Latvijā. Šie noteikumi attiecas arī uz gadījumiem, kad līgums par pakalpojuma sniegšanu noslēgts Latvijā, pat ja pats ceļojums tiek realizēts ārpus Latvijas. Tas nozīmē, ka tūrisma pakalpojumu izplatīšana un pārdošana Latvijā ir pakļauta nacionālajai regulācijai. Darbības veikšanai Latvijā teritorijā ir nepieciešams saņemt licenci.
- 61 Būtiski ir ņemt vērā patērētāju paradumus, t.i., lielākā daļa Latvijas patērētāju tūrisma pakalpojumus iegādājas no Latvijā reģistrētiem tūrisma operatoriem vai aģentūrām. Primārie iemesli ir valodas barjera, iespējamās neskaidrības par līguma noteikumu interpretāciju un maksājumiem ar citu valstu pakalpojumu sniedzējiem, kā arī ir sarežģītāk nodrošināt patērētāju tiesību aizsardzību (prasību celt pret ārvalstu uzņēmumu ir grūtāk nekā pret Latvijā reģistrētu).⁶¹ Vienlaicīgi KP norāda, ka Latvijas patērētāji var izmantot arī ārvalstu tūrisma operatoru/aģentu pakalpojumus.
- 62 Latvijas tūrisma operatori galvenokārt konkurē savā starpā nevis ar citu valstu tūrisma operatoriem. Ziņojumā ir norādīts, ka konkurence ar Lietuvas un Igaunijas tūrisma operatoriem pastāv tikai margināli, jo Atpūtas ceļojumi ar lidojumu no Viļņas vai Tallinas starptautiskajām lidostām veido nelielu daļu no Latvijas patērētāju kopējā pieprasījuma.⁶²
- 63 SIA "NOVATOURS" ir norādījusi, ka jau šobrīd tā novēro, ka klienti izvēlas citu valstu tūrisma operatoru sniegtos pakalpojumus, kas piedāvā lidojumus no Latvijas robežvalstu (Lietuvas un Igaunijas) starptautiskajām lidostām, jo īpaši skolēnu brīvlaika laikā, kas ir populārs laiks ceļojumiem, kad SIA "NOVATOURS" ceļojumu piedāvājumi Latvijā ir izpārdoti vai citu valstu tūrisma operatori var piedāvāt izdevīgākas cenas.⁶³
- 64 Sabiedrība ar ierobežotu atbildību "Aza Tours" (turpmāk – SIA "Aza Tours") ir norādījusi, ka, ja cenas pieaugtu par 5–10 %, daļa klientu, īpaši cenu jūtīgākie, varētu sākt salīdzināt piedāvājumus ārvalstu tūrisma operatoru mājaslapās vai izvēlēties izlidojumus no tuvējām lidostām (piemēram, Viļņas vai Tallinas). Tomēr vairumam klientu šāda pārslēgšanās nav būtiski izdevīgāka, jo tas prasa papildu laiku, transporta izmaksas un nereti sarežģītāku ceļojuma organizēšanu. Tāpēc šāda pārorientācija kopumā būtu neliela.⁶⁴ Klienti cenu pieauguma gadījumā, iespējams, meklētu pakalpojuma sniedzējus ārpus Latvijas, taču vecāka gadagājuma cilvēki, kuri sliktāk pārvalda tehnoloģijas un ceļojumu meklēšanas un rezervācijas sistēmas ārpus Latvijas, iespējams, būs spiesti maksāt augstāku cenu vai arī atteiksies no ceļošanas iespējas.⁶⁵
- 65 Ievērojot minēto KP secina, ka Latvijas iedzīvotāji Atpūtas ceļojumus galvenokārt iegādājas no Latvijas teritorijā strādājošajiem tūrisma operatoriem, citu valstu tūrisma pakalpojumi tiek izmantoti galvenokārt tikai gadījumos, kad Latvijas teritorijā ir paaugstināts pieprasījums pēc šī pakalpojuma.
- 66 KP secina, ka Lietas izpētē nav iegūta informācija, kas liktu paplašināt ģeogrāfiskā tirgus robežas un Lietuvā Atpūtas ceļojumu tirgus tiek apskatīts Latvijas teritorijā.

⁵⁹ KP 09.09.2011. lēmums lietā Nr. p/10/03.02/9 "Par Līgumā par Eiropas Savienības darbību 101. panta 1. punkta c) apakšpunktā un Konkurences likuma 11. panta pirmās daļas 3. punktā noteikto aizliegumu pārkāpumiem SIA "Novatours" un SIA "Tez Tour" darbībās", 3.1.2. apakšpunkts. Pieejams: <https://www.kp.gov.lv/sites/kp/files/bcezetvvfel1.pdf>

⁶⁰ EK 20.10.2016. lēmums lietā Nr. M.8046 TUI/ TRANSAT FRANCE, 65. punkts, EK 04.05.2007. lēmums lietā Nr. COMP/M.4601 KarstadtQuelle/ MyTravel, 29. punkts.

⁶¹ Ziņojums, 8.1. apakšpunkts, 18. lp.

⁶² Turpat.

⁶³ SIA "NOVATOURS" 29.10.2025. vēstule.

⁶⁴ Sabiedrības ar ierobežotu atbildību "Aza Tours" 29.10.2025. vēstule.

⁶⁵ Itaka Latvija SIA 28.10.2025. vēstule.

4. Lidmašīnu sēdvietu tirgus Atpūtas ceļojumu organizēšanai

4.1. Konkrētās preces tirgus

- 67 Ziņojumā šis tirgus nav apskatīts. KP savā iepriekšējā praksē šo tirgu nav definējusi.
- 68 EK savā praksē ir definējusi lidmašīnu sēdvietu vairumtirdzniecības tirgu, kurā piedāvājumu pārstāv aviokompānijas, bet pieprasījumu – tūrisma operatori, kas iegādājas atsevišķas sēdvietas, sēdvietu blokus vai veselus lidojumus un integrē tos savos kompleksajos ceļojumos. Līdz ar to, apsverot piegādātāju (aviokompāniju) darbības, EK ir definējusi atsevišķu tirgu, t.i., lidmašīnu sēdvietu vairumtirdzniecības tirgu, atstājot šī konkrētā tirgus definīciju atvērtu.⁶⁶ EK ir arī apsvērusi, vai pastāv atsevišķs tirgus bloku sēdvietu vai visu čarterlidojumu piegādei, ko čarterreisu aviokompānijas nodrošina tūrisma operatoriem, izslēdzot sēdvietas, ko nodrošina regulāro reisu aviokompānijas.⁶⁷
- 69 Anex Group pieder aviokompānija “Azur Air”, kas nesniedz pakalpojumus Latvijā. Minētais norāda, ka šī Apvienošanās dalībnieka rīcībā ir aktīvi, lai darbotos šajā tirgū Latvijas teritorijā (piedāvātu lidojumus no Latvijas) nākotnē.
- 70 Veicot konkurences apstākļu novērtējumu šajā tirgū, KP norāda, Lidmašīnu sēdvietu tirgus kā vertikāli ietekmētais tirgus ir tikai potenciāls ietekmētais tirgus. Tomēr KP Lietas izpētē bija būtiski novērtēt konkurences apstākļus šajā tirgū. Avio pārvadājumi ir viens no svarīgākajiem elementiem, kas ir nepieciešams Atpūtas ceļojumu organizēšanai, jo tie nodrošina mobilitāti, elastību un iespēju piedāvāt kvalitatīvus, daudzveidīgus un starptautiski konkurētspējīgus ceļojumus. To organizēšana nosaka tirgus dalībnieku konkurētspēju šajā tirgū. Turklāt Lidmašīnu sēdvietu tirgus pieprasījuma pusē notiek Apvienošanās dalībnieku darbības pārklāšanās
- 71 Lidmašīnu sēdvietu tirgus piegādes pusē darbojas aviosabiedrības, kuras veic lidojumus no Valsts akciju sabiedrības “STARPTAUTISKĀ LIDOSTA “RĪGA”” teritorijas (turpmāk – Rīgas lidosta), bet pieprasījuma pusē Latvijas tūrisma operatori, kuru skaitā ir abi Apvienošanās dalībnieki.
- 72 Lietas izpētē iegūtā informācija liecina, ka liela daļa Atpūtas ceļojumu tiek veikti ar tūrisma operatoru pasūtītajiem lidsabiedrību čarterreisiem, regulārie lidsabiedrību reisi tiek izmantoti mazāk, bet tie ir svarīga un bieži izmantota Atpūtas ceļojumu sastāvdaļa.⁶⁸
- 73 Iesniedzējs ir norādījis, ka vienošanās ar aviokompānijām par čarterreisiem tiek uzsāktas vismaz pusgadu pirms lidojuma, lai tūrisma operators varētu laicīgi plānot ceļojumu un uzsākt tā pārdošanu. Tad tiek slēgts līgums ar aviokompāniju par čarterreisa nodrošināšanu. Pieejamība ir atkarīga no aviokompānijas iespējām, noslodzes. Attiecībā uz lidostu infrastruktūru ir nepieciešams iepriekš saskaņot ielidošanas un izlidošanas laikus un jānodrošina atbilstoša infrastruktūra. Tūrisma operators uzņemas risku par neizpārdotām vietām, kas var radīt zaudējumus, attiecīgi bieži vietas tiek pārdotas citiem tūrisma operatoriem.⁶⁹ Līdzīgu informāciju par čarterreisu organizēšanu ir snieguši arī citi tūrisma operatori. Tā SIA “Join Up Baltic” ir norādījusi, ka čarterreisu organizēšanas procesā rodas arī būtiskas izmaksas, tostarp gaisa kuģa nomas maksas, degvielas izmaksas, apkalpes izdevumi, apdrošināšanas, lidostu un aeronavigācijas maksas, šie izdevumi parasti tiek segti avansā, tādējādi palielinot komercdarbības finanšu risku.⁷⁰
- 74 Ievērojot minēto KP secina, ka, norādītie apstākļi atklāj iemeslus, kāpēc čarterreiskus spēj organizēt tikai Lielie tūrisma operatori.

⁶⁶ EK 04.06.2007. lēmums lietā Nr. COMP/M.4600 TUI / First Choice, 57.] punkts; EK 04.05.2007. lēmums lietā Nr.] COMP/M.4601 KarstadtQuelle/MyTravel, 43.] punkts; EK 14.09.2010. lēmums lietā Nr. COMP/M.5867 – Thomas Cook / Öger Tours, 16. punkts.

⁶⁷ Skat., piemēram, EK 20.10.2016. lēmums lietā Nr. M.8046 – TUI/ TRANSAT FRANCE, 70. punkts.

⁶⁸ Skat., piemēram, SIA “Join Up Baltic” 11.12.2025. vēstule, (*) vēstule.

⁶⁹ N. Kočkara 05.12.2025. vēstule.

⁷⁰ SIA “Join Up Baltic” 11.12.2025. vēstule.

- 75 Lietas izpētē iegūta informācija par to, vai lidmašīnas sēdvietu iegāde tūrisma operatoru organizētajos čarterreisos, ņemot vērā tādus faktorus, kā pieejamība, atšķirība cenās, pakalpojuma kvalitātē, ir aizvietoājama ar lidmašīnas sēdvietu iegādi regulārajos aviosabiedrību reisos.
- 76 Iesniedzējs ir norādījis, ka kopumā sēdvietu iegāde čarterreisos un regulārajos pārvadājumos ir uzskatāma par aizvietojamu no patērētāja skatu punkta, jo abos gadījumos tiek sasniegts tas pats mērķis – nokļūšana galamērķī. Patērētāji parasti nešķiro ceļojumu pēc lidojuma veida, bet pēc galamērķa, cenas un pakalpojuma kvalitātes, tādēļ būtiskas atšķirības no klienta perspektīvas nav. Šo aizvietojamību apliecina prakse: tūrisma operatori, komplektējot ceļojumus, bieži iegādājas sēdvietas regulārajos pārvadājumos, īpaši uz tālākiem galamērķiem vai gadījumos, kad pieprasījums nav pietiekams čarterreisa organizēšanai.⁷¹
- 77 Aptaujātie tūrisma operatori – Apvienošanās dalībnieku tiešie konkurenti (Lielie tūrisma operatori) – ir norādījuši, ka Atpūtas ceļojumu komplektēšanai tie organizē savus čarterreisos, iegādājas sēdvietas konkurentu organizētajos čarterreisos, kā arī iegādājas sēdvietas regulārajos lidsabiedrību reisos.⁷²
- 78 SIA “Join Up” ir norādījusi, ka sēdvietu iegāde regulārajos aviosabiedrību reisos var daļēji aizstāt čarterreisos, īpaši gadījumos, kad regulārie pārvadātāji nodrošina lidojumus uz populāriem kūrortu galamērķiem ar piemērotiem lidojumu grafikiem. Tomēr čarterreisi joprojām tās ieskatā būtu vērtējams kā viens no veiksmīgākajiem veidiem, kā organizēt Atpūtas ceļojumus, jo tie nodrošina lielāku elastību grafiku plānošanā, izmaksu efektivitāti un paaugstinātu kontroli pār sniegtā pakalpojuma kvalitāti.⁷³ (*).⁷⁴ Minēto apliecina, piemēram, fakts, ka (*).
- 79 Air Baltic piedāvā tiešos regulāros avio reisos uz Ēģipti (Hurgadu, Šarm el-Šeihu) un Turciju (Antāliju un Alanju) tūrisma sezonu laikā. Air Baltic regulāros reisos uz Ēģipti (Hurgadu, Šarm el-Šeihu) uzsāka 2024. gadā⁷⁵, bet 2026. gada pavasarī Air Baltic sāks tiešos lidojumus uz Turciju (Antāliju)⁷⁶. Turklāt uzņēmums piedāvā regulāros reisos uz daudziem citiem saulainajiem galamērķiem. Air Baltic arī slēdz līgumus ar tūrisma operatoriem par čarterreisu organizēšanu.⁷⁷
- 80 Ievērojot minēto, konkrētajā tirgū ir iekļaujama gan sēdvietu pārdošana tūrisma operatoru organizētajos čartera reisos citiem tūrisma operatoriem, gan arī lidsabiedrību sēdvietu pārdošana tūrisma operatoriem savos regulārajos reisos.
- 81 Ievērojot minēto, Lietuvā kā ietekmētais preču tirgus tiks apskatīts Lidmašīnu sēdvietu tirgus.

4.2. Konkrētais ģeogrāfiskais tirgus

- 82 KP savā iepriekšējā praksē šo tirgu nav definējusi, savukārt EK ir secinājusi, ka lidmašīnu sēdvietu vairumtirdzniecības tirgus ir vērtējams nacionālā mērogā.⁷⁸
- 83 Lietas izpētē Lidmašīnu sēdvietu tirgus tiek apskatīts Latvijas teritorijas ietvaros. Pamatojums šādam secinājumam ir fakts, ka Latvijas tūrisma operatori Atpūtas ceļojuma komplektēšanai galvenokārt izmanto čarterlidojumus un regulāros aviosabiedrību reisos ar izlidošanu no Rīgas

⁷¹ N. Kočkara 05.12.2025. vēstule.

⁷² Piemēram, SIA “Join Up Baltic” 31.10.2025. vēstule.

⁷³ SIA “Join Up Baltic” 11.12.2025. vēstule.

⁷⁴ CORAL TRAVEL Latvia SIA 27.11.2025. vēstule.

⁷⁵ Skat. Air Baltic mājas lapu. Pieejams: <https://nra.lv/ekonomika/latvija/462078-airbaltic-uzsaks-regularus-lidojumus-uz-hurgadu-un-sarm-es-seihu.htm> [aplūkots 21.01.2026].

⁷⁶ Skat. Air Baltic mājas lapu. Pieejams: <https://company.airbaltic.com/lv/preses-telpa?press=2025/2026-gada-airbaltic-piedavas-jaunus-galamerkus-un-biezakus-reisos-no-rigas> [aplūkots 21.02.2026].

⁷⁷ Skat. Air Baltic mājas lapu. Pieejams: <https://www.airbaltic.com/lv/index>, <https://www.airbaltic.com/lv/acmi-out-un-carterreisi>, [aplūkots 21.01.2026].

⁷⁸ Piemēram, EK 04.06.2007. lēmums lietā Nr. COMP/M.4600 TUI / First Choice, 59. punkts; EK 04.05.2007. lēmums lietā Nr. COMP/M.4601 KarstadtQuelle/ MyTravel, 44. punkts; EK 22.02.2013. lēmums lietā Nr. COMP/M.6704 REWE Touristik GmbH / Ferid NASR / EXIM Holding SA, 28. punkts.

lidostas.

- 84 Ņemot vērā minēto, Lietā kā otrs Apvienošanās rezultātā ietekmētais preces tirgus ir apskatīts Lidmašīnu sēdvietu tirgus Latvijas teritorijā (klientiem, kas atrodas Latvijas teritorijā).
- 85 Atbilstoši Noteikumu Nr. 800 2. punktam Apvienošanās rezultātā ietekmētie tirgi ir:
- 1) Atpūtas ceļojumu tirgus Latvijas teritorijā;
 - 2) Lidmašīnu sēdvietu tirgus Latvijas teritorijā, atsevišķi izvērtējot Turcijas sektoru Latvijas teritorijā un Ēģiptes sektoru Latvijas teritorijā.
- 86 Ņemot vērā Lietā veikto konkurences apstākļu novērtējumu (skat. šī lēmuma 6.1. un 6.2. nodaļu), tostarp tirgus daļu aprēķinu, tirgus koncentrācijas mērīšanas – Herfindāla-Hiršmana indeksu (turpmāk - HHI), KP secina, ka Apvienošanās rezultātā Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā un Lidmašīnu sēdvietu tirgū Latvijas teritorijā patērētājiem būs pietiekamas izvēles iespējas un būtisks konkurences samazinājums netiek konstatēts. Vienlaikus KP secina, ka, izvērtējot ietekmētos tirgus arī šaurākā tvērumā, t.i., atsevišķi izdalot Turcijas un Ēģiptes sektorus Latvijas teritorijā, patērētājiem būs pietiekamas izvēles iespējas un būtisks konkurences samazinājums netiek konstatēts, līdz ar to ietekmēto tirgu šaurākas definīcijas Lietā var tikt atstātas atvērtas.

V APVIENOŠANĀS IETEKMES IZVĒRTĒJUMS

5. Vispārīgie apsvērumi

- 87 Saskaņā ar KL 16. panta trešo daļu KP ar lēmumu aizliedz apvienošanās, kuras rezultātā rodas vai nostiprinās dominējošais stāvoklis vai var tikt būtiski samazināta konkurence jebkurā konkrētajā tirgū. Tādējādi apvienošanās ietekmes uz konkurenci izvērtējumā novērtējams dominējošā stāvokļa rašanās vai nostiprināšanās risks vai arī būtisks konkurences samazinājums jebkurā konkrētajā tirgū apvienošanās rezultātā.
- 88 Apvienošanās sekas uz sabiedrības labklājību ietekmē daudzi un dažādi faktori, kas saistīti ar tirgus apstākļiem un iespējamajiem ieguvumiem no apvienošanās. Apvienošanās izvērtējumu pamato ekonomikas teorijās izdarīti secinājumi, to vispārējs apkopojums ir atrodams EK Pamatnostādnes par horizontālo apvienošanās novērtēšanu saskaņā ar Padomes Regulu par uzņēmumu koncentrāciju kontroli (turpmāk – Horizontālās pamatnostādnes)⁷⁹, atbilstoši kurām var vērtēt apvienošanās sekas uz konkurenci. Lai novērtētu paredzamo apvienošanās ietekmi uz attiecīgajiem tirgiem, analizējama apvienošanās iespējamā pret konkurenci vērsta ietekme un attiecīgie kompensācijas faktori, piemēram, šķēršļi ienākšanai tirgū un iespējamie efektivitātes ieguvumi, ko piedāvā puses.⁸⁰
- 89 Eiropas Savienības Tiesas (turpmāk – EST) praksē nostiprinātais pierādīšanas standarts prasa varbūtību izvērtējumu, vērtējot konkrētajam darījumam piedēvējamo ekonomisko iznākumu, kura iespējamība ir vislielākā.⁸¹
- 90 Atbilstoši EST judikatūrā nostiprinātajām atziņām tāda prognozes analīze, kas vajadzīga koncentrācijas kontroles jomā, ir jāveic ar lielu rūpību, jo šāda analīze neattiecas uz pagātnes notikumu vērtējumu, par kuriem bieži ir pieejami vairāki pierādījumu elementi, tādējādi sniedzot iespēju izprast cēloņsakarības vai šī brīža notikumus, bet drīzāk, lai paredzētu notikumus, kas vairāk vai mazāk ticami varētu izcelties nākotnē, ja netiek pieņemts lēmums, ar ko aizliedz vai precizē plānotas koncentrācijas nosacījumus. Tādējādi prognozes analīzi veido izvērtējums tam, kā koncentrācija var mainīt faktorus, kas nosaka konkurences stāvokli attiecīgajā tirgū, lai pārbaudītu, vai tā efektīvai konkurencei radīs nozīmīgus traucējumus. Kā jau norādīts, šādai analīzei ir jāparedz dažādas cēloņsakarības, lai apstiprinātu tās, kuru

⁷⁹ EK Pamatnostādnes par horizontālo apvienošanās novērtēšanu saskaņā ar Padomes Regulu par uzņēmumu koncentrāciju kontroli. Pieejamas: [https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/LV/TXT/PDF/?uri=CELEX:52004XC0205\(02\)](https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/LV/TXT/PDF/?uri=CELEX:52004XC0205(02))

⁸⁰ Horizontālās pamatnostādnes, 12. punkts.

⁸¹ Vispārējās tiesas 11.12.2013. spriedums lietā Nr. T-79/12, Cisco Systems Inc., Messagent SpA, 47. punkts.

iespējamība ir vislielākā.⁸² Ja apvienošanās ir jāaizliedz, jo tā radīs vai nostiprinās dominējošu stāvokli paredzamā laikposmā, KP ir pienākums sniegt pārliecinošus pierādījumus par to.⁸³

91 Vienlaikus KP nav pienākuma bez saprātīgām šaubām pierādīt, ka koncentrācija rada konkurences samazinājumu⁸⁴, vai sniegt tādu kaitējuma teoriju, kas nav apšaubāma. Ja šāds būtu piemērojama standarts apvienošanās darījumu izskatīšanā, tad KP praktiski nespētu aizliegt (vai atļaut⁸⁵) nevienu apvienošanās darījumu.

92 Tāpat KL 16. panta trešā daļa skaidri norāda uz nepieciešamību noteikt, vai apvienošanās var būtiski samazināt konkurenci jebkurā konkrētajā tirgū. Tas nozīmē, ka KP nav precīzi jānosaka iespējama kaitējuma veids patērētājam – ir jākonstatē iespējama konkurences samazinājums tirgū. Proti, KP ir jāspēj formulēt, kāda ir apvienošanās problemātika un iespējama kaitējums, taču šiem apgalvojumiem nav jābūt kategoriskiem un pilnībā neapstrīdamiem, neapšaubāmiem, jo tas, vai apvienošanās būtiski nostiprinās dominējošo stāvokli vai arī būtiski samazinās konkurenci, faktiski ir prognoze. Prognozes veidošanā apsveramie faktori ir ekonomiska rakstura un veidoti ilgstošas prakses ceļā.⁸⁶

93 Ņemot vērā minēto, KP apvienošanās izvērtēšanas gadījumos lēmums jāpieņem, izsverot varbūtību līdzsvaru, un tas tiek balstīts uz KP prognozēm par visticamāko tirgus attīstību apvienošanās darījuma rezultātā.

94 Pastāv divi galvenie veidi, kā horizontālās apvienošanās var būtiski traucēt efektīvu konkurenci, jo īpaši, radot vai nostiprinot dominējošo stāvokli:

- 1) likvidējot svarīgus konkurences ierobežojumus vienam vai vairākiem uzņēmumiem, kas attiecīgi būtu palielinājuši tirgus daļu, neizmantojot koordinētu rīcību (**nekoordinēta ietekme**);
- 2) izmainot konkurenci tā, lai ievērojami palielinātu varbūtību, ka uzņēmumi, kas agrāk nav koordinējuši savu rīcību, koordinēs un paaugstinās cenas vai citādi kaitēs efektīvai konkurencei. Apvienošanās var arī atvieglot koordinēšanu, padarīt to stabilāku vai efektīvāku uzņēmumiem, kas pirms apvienošanās veikuši koordinēšanu (**koordinēta ietekme**).⁸⁷

95 Lietas izpētē netika iegūti fakti, kas norādītu par koordinētas ietekmes esību, bet padziļināti vērtēta iespējamā nekoordinēta ietekme. Atbilstoši Horizontālajām pamatnostādnēm faktori, kas norāda, ka apvienošanās radīs nekoordinētu ietekmi, ir:

- 1) uzņēmumiem, kas apvienojas, ir lielas tirgus daļas;
- 2) uzņēmumi, kas apvienojas, ir tuvi konkurenti;
- 3) klientiem ir ierobežotas iespējas mainīt piegādātāju;
- 4) maz ticams, ka konkurenti palielinās piedāvājumu, ja paaugstināsies cenas;
- 5) apvienotā struktūra spēj kavēt konkurentu paplašināšanos;
- 6) apvienošanās likvidē svarīgu konkurētspējīgu spēku.⁸⁸

96 Tāpat noderīgu informāciju par konkurences situāciju konkrētajā tirgū sniedz kopējais koncentrācijas līmenis tirgū. Konkurences ekonomikā, tirgus koncentrācijas mērīšanai, parasti piemēro HHI. To aprēķina, summējot atsevišķu visu tirgū esošo uzņēmumu tirgus daļas, kāpinātas kvadrātā.

⁸² Vispārējās tiesas 15.02.2005. spriedums lietā Nr. C-12/03, Tetra Laval, 42., 43. punkts; Vispārējās tiesas 09.03.2015. spriedums lietā Nr. T-175/12, Deutsche Börse, 62. punkts un tajā minētā judikatūra.

⁸³ Vispārējās tiesas 09.03.2015. spriedums lietā Nr. T-175/12, Deutsche Börse, 63. punkts un tajā minētā judikatūra.

⁸⁴ Vispārējās tiesas 11.12.2013. spriedums lietā Nr. T-79/12, Cisco Systems Inc., Messagent SpA, 47. punkts.

⁸⁵ Ne KL, ne kāds cits normatīvais akts neparedz atšķirīgu pierādīšanas standartu lēmumiem, ar kuriem atļautā apvienošanās un lēmumiem, ar kuriem aizliegta apvienošanās. Šajā sakarā skatīt arī EST 10.07.2008. spriedumu lietā Nr. C-413/06 P, Bertelsmann AG v Impala, 46. punktu un turpmākos punktus.

⁸⁶ Senāta 22.01.2013. spriedums lietā Nr. SKA-37/2013, Plesko, 6. punkts, Senāta 10.02.2012. spriedums lietā Nr. SKA43/2012, Ostas flote, 12. punkts.

⁸⁷ Horizontālās pamatnostādnes, 22. punkts.

⁸⁸ Horizontālās pamatnostādnes, 27. – 38. punkts.

- 97 Turpmāk sniegta ietekmēto tirgu analīze, izmantojot apvienošanās novērtēšanas ekonomisko teoriju un iepriekš norādītos raksturlielumus.

6. Konkurences apstākļu novērtējums Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā

6.1. Konkurences apstākļi tirgū kopumā

- 98 Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā darbojas Lielie tūrisma operatori, kā arī liels daudzums mazu tūrisma operatoru, kas realizē ierobežotu Atpūtas ceļojumu apjomu.
- 99 Būtisks ir fakts, ka visi Lielie (pēc sniegtā pakalpojuma apjoma Latvijas teritorijā) Atpūtas ceļojumu pārdevēji par saviem konkurentiem uzskata tikai Lielos tūrisma operatorus. SIA “TEZ TOUR” ir norādījusi, ka uz šo brīdi viņu konkurenti ir tūrisma operatori SIA “NOVATOURS”, SIA BALTIC WORLD, CORAL TRAVEL Latvia SIA, SIA “Join Up Baltic”.⁸⁹ Līdzīgu viedokli ir pauduši arī citi Lielie tūrisma operatori, kā arī Iesniedzējs.⁹⁰ Šo uzņēmumu spēju konkurēt Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā nosaka to darbības mērogs, t.i., darbojoties vienlaicīgi vairākās valstīs un apkalpojot lielāku tūristu skaitu, tūrisma operatori iegūst labākas viesnīcu rezervācijas un lidmašīnas sēdvietu cenu nekā tie tūrisma operatori, kas darbojas tikai Latvijas teritorijā. Savukārt Mazie tūrisma operatori par konkurentiem uzskata sev līdzīgos tūrisma operatorus.⁹¹ Minēto apstiprina arī Lietas izpētes laikā iegūtā informācija par Mazo tūrisma operatoru apgrozījumu no Atpūtas ceļojumu pārdošanas Latvijas teritorijā, kas ir salīdzinoši neliels.
- 100 KP veica tirgus daļu aprēķinu, izmantojot no Atpūtas ceļojumu tirgus dalībniekiem, kuri darbojas Latvijas teritorijā, iegūto informāciju. Tabulā Nr. 1 ir iekļauta informācija arī par atsevišķiem Mazajiem tūrisma operatoriem, kas pierāda, ka šo uzņēmumu tirgus daļas ir nenozīmīgas, t.i., nepārsniedz 5 %.

Tabula Nr. 1

Atpūtas ceļojumu tirgus Latvijas teritorijā tirgus daļas pēc apgrozījuma *euro* (bez PVN) un pēc apkalpotā tūristu skaita

Tirgus dalībnieki	Tirgus daļas, pēc apgrozījuma <i>euro</i> , bez PVN				Tirgus daļas, pēc apkalpoto tūristu skaita (gab.)			
	2022., %	2023., %	2024., %	2025. 1.pusg., %	2022., %	2023., %	2024., %	2025. 1.pusg., %
SIA “NOVATOURS”	(*) [30-40]	(*) [20-30]	(*) [20-30]	(*) [20-30]	(*) [40-50]	(*) [20-30]	(*) [20-30]	(*) [20-30]
SIA BALTIC WORLD	-	(*) [1-5]	(*) [10-20]	(*) [10-20]	-	(*) [1-5]	(*) [10-20]	(*) [10-20]
Apvienošanās dalībnieki kopā:	(*) [30-40]	(*) [30-40]	(*) [30-40]	(*) [30-40]	(*) [40-50]	(*) [30-40]	(*) [30-40]	(*) [30-40]
SIA “TEZ TOUR”	(*) [30-40]	(*) [20-30]	(*) [20-30]	(*) [10-20]	(*) [20-30]	(*) [20-30]	(*) [20-30]	(*) [10-20]
CORAL TRAVEL Latvia SIA	(*) [20-30]	(*) [20-30]	(*) [20-30]	(*) [20-30]	(*) [10-20]	(*) [20-30]	(*) [10-20]	(*) [10-20]
Itaka Latvija SIA	-	(*) [1-5]	(*) [1-5]	(*) [1-5]	-	(*) [1-5]	(*) [1-5]	(*) [1-5]
SIA “Join Up Baltic”	(*) [10-20]	(*) [10-20]	(*) [10-20]	(*) [20-30]	(*) [10-20]	(*) [10-20]	(*) [10-20]	(*) [20-30]

⁸⁹ SIA “TEZ TOUR” 22.10.2025. vēstule Nr. 253/10/2025.

⁹⁰ Ziņojums, 8.1.1. apakšpunkts, 22. lp.

⁹¹ SIA Travel RSP PLUS 4.11.2025. vēstule, SIA “VivaTravel” 21.10.2025. vēstule, Sabiedrības ar ierobežotu atbildību “Averoja” 22.10.2025. vēstule, “TŪRISMA AĢENTŪRA KOLUMBS” SIA 22.10.2025. vēstule Nr. 09/IDA, SIA “Atlantic Travel” 29.10.2025. u.c.

SIA "IMPRO CEĻOJUMI"	(*) [1-5]	(*) [1-5]	(*) [1-5]	(*) [1-5]	(*) [1-5]	(*) [1-5]	(*) [1-5]	(*) [1-5]
"TŪRISMA AĢENTŪRA KOLUMBS" SIA	(*) [<1]	(*) [<1]	(*) [<1]	(*) [<1]	(*) [<1]	(*) [<1]	(*) [<1]	(*) [<1]
SIA "ATLANTIC TRAVEL"	(*) [<1]	(*) [<1]	(*) [<1]	(*) [<1]	(*) [<1]	(*) [<1]	(*) [<1]	(*) [<1]
KOPĀ:	100	100	100	100	100	100	100	100

Avots: tirgus dalībnieku sniegtā informācija

(*) 3. attēls. **Lielo tūrisma operatoru tirgus daļas Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā.**

- 101 Izvērtējot tabulā Nr. 1 un attēlā Nr. 3 apkopoto informāciju, KP secina, ka SIA "TEZ TOUR", SIA "NOVATOURLS", SIA BALTIC WORLD, CORAL TRAVEL Latvia SIA, SIA "Join Up Baltic" tirgus daļas Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā ir salīdzinoši līdzīgas. Būtisks ir fakts, ka SIA BALTIC WORLD, kopš ienākšanas tirgū 2022. gadā (uzņēmums ir dibināts 16.12.2022.), ir būtiski palielinājusi savu tirgus daļu.
- 102 Starpība starp Apvienošanās dalībnieku un nākamā lielākā konkurenta tirgus daļām var norādīt par lielāku nekoordinētā efekta iespējamību.⁹² Nākamais lielākais tirgus dalībnieks ir SIA "Join Up Baltic" (tirgus daļa (*) [20-30] %), starpība ar apvienoto tirgus dalībnieku ir (*) [10-20] %). KP secina, ka minētā starpība nav tik nozīmīga, lai Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā izveidotos Apvienotā tirgus dalībnieka dominējošais stāvoklis. Vēl lielākie tirgus dalībnieki ir SIA "CORAL TRAVEL Latvia" (tirgus daļa - (*) [10-20] % un SIA "TEZ TOUR" (tirgus daļa - (*) [10-20] %).
- 103 Lai novērtētu, vai apvienošanās dalībnieki ir tuvi konkurenti, var novērtēt, kādi ir tirgus daļu pārbīžu virzieni. Ja viena apvienošanās dalībnieka tirgus daļas mainās apgriezti atbilstoši otrai apvienošanās pusei, tas nozīmē, ka apvienošanās dalībnieki ir tuvi konkurenti.⁹³
- 104 KP secina, ka, kopš SIA BALTIC WORLD darbības uzsākšanas Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā, SIA "NOVATOURLS" un SIA "TEZ TOUR" tirgus daļas ir pakāpeniski samazinājušās, CORAL TRAVEL Latvia SIA tirgus daļa ir bijusi samērā stabila, savukārt SIA "Join Up Baltic" tirgus daļa no 2022. līdz 2025. gada 1. pusgadam ir pieaugusi. Atbilstoši minētajam KP konstatē, ka SIA "NOVATOURLS", SIA "TEZ TOUR", CORAL TRAVEL Latvia SIA un SIA "Join Up Baltic" konkurē ar SIA BALTIC WORLD.
- 105 Ievērojot minēto, KP secina, ka SIA "NOVATOURLS" un SIA BALTIC WORLD nav tuvākie konkurenti, jo tie vienlaicīgi aktīvi konkurē arī ar citiem tirgus dalībniekiem.
- 106 Atbilstoši Horizontālo pamatnostādņu 20. punktam apvienošanās horizontālā līmenī nav uzskatāma par problemātisku, ja HHI pēc apvienošanās ir zemāks par 1000. Arī gadījumā, ja HHI pēc apvienošanās ir no 1000 līdz 2000 un HHI izmaiņas (turpmāk – Deltas koeficients) ir zemākas par 250, vai apvienošanās gadījumā, kad HHI pēc apvienošanās ir augstāks par 2000 un Deltas koeficients zemāks par 150, konkurence traucēta netiek. HHI līmeni kombinācijā ar attiecīgo Deltas koeficientu var izmantot kā sākotnējo norādi par konkurences izmaiņām, ņemot vērā konkrētā tirgus īpašos apstākļus.⁹⁴

⁹² EK 15.03.2000. lēmums lietā Nr. COMP/M.1672 *Volvo/Scania*, 106. punkts. EK 16.02.2010. lēmums lietā Nr. COMP/M.5721 *OTTO/Primondo Assets*, 40. punkts.; EK 11.06.2003. lēmums lietā Nr. COMP/M.2947 *Verbund/Energie Allianz*, 106. un 128. punkts.

⁹³ EK 15.03.2000. lēmums lietā Nr. COMP/M.1672 *Volvo/Scania*, 82. punkts.

⁹⁴ KP 04.03.2019. lēmums Nr. 7 *Latvijas propāna gāze, EAN, ILEA, Rietumu vējš, Pro gāze Agus* 33. punkts.

HHI Atpūtas ceļojumu tirgum Latvijas teritorijā

Tirgus daļas	HHI 2025. gada 1. pusgadā	HHI pēc Apvienošanās	Delta koeficients
Pēc apgrozījuma (eiro)	(*)	(*)	(*)
Pēc apkalpoto tūristu skaita	(*)	(*)	(*)

Avots: tirgus dalībnieku sniegtā informācija.

- 107 Izvērtējot Lietas izpētē iegūto informāciju, KP secina, ka Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā palielināsies Apvienotā dalībnieka tirgus daļa un tirgus vara, kas var samazināt konkurences spiedienu starp tirgus dalībniekiem. Tomēr vienlaikus KP secina, ka šajā tirgū darbojas vēl citi tirgus dalībnieki, kas konkurēs ar Apvienoto tirgus dalībnieku.
- 108 Lielie tūrisma operatori sagatavo un pārdod Atpūtas ceļojumus klientiem, daļēji šo funkciju nododot citiem tūrisma operatoriem, kas darbojas kombinētā darbības modelī⁹⁵ un tūrisma aģentiem. Tādējādi daļa no Mazajiem tūrisma operatoriem ir arī Lielo tūrisma operatoru klienti, saņemot komisijas maksu par Atpūtas ceļojumu izplatīšanu. Tādējādi Mazie tūrisma operatori tikai ierobežotā apmērā konkurē ar Lielajiem tūrisma operatoriem.
- 109 Lietā iegūtā informācija apstiprina, ka Apvienošanās dalībnieku tiešie konkurenti ir Lielie tūrisma operatori. Tādēļ turpmākajā Lietas izpētē Atpūtas ceļojumu tirgus Latvijas teritorijā ir vērtēts, izmantojot informāciju tikai no Lielajiem tūrisma operatoriem, vienlaikus analizējot šo tirgu arī šaurākā tvērumā, t.i., izdalot atsevišķi Turcijas un Ēģiptes sektorus Latvijas teritorijā.

6.2. Atpūtas ceļojumu tirgus Latvijas teritorijā, izdalot atsevišķi Turcijas un Ēģiptes sektorus

Lietas izpētes laikā KP ieguva informāciju no Lielajiem tūrisma operatoriem par Turcijas sektoru, kas apkopota tabulā Nr. 3.

Tabula Nr. 3

Lielo tūrisma operatoru tirgus daļas pēc apgrozījuma *euro* un apkalpoto tūristu skaita Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā, izdalot atsevišķi Turcijas sektoru

Tirgus dalībnieki	2023. gads, %		2024. gads, %		2025. gads (ieskaitot oktobri), %	
	Apgrozījums <i>euro</i> , bez PVN	Apkalpoto tūristu skaits	Apgrozījums <i>euro</i> , bez PVN	Apkalpoto tūristu skaits	Apgrozījums <i>euro</i> , bez PVN	Apkalpoto tūristu skaits
SIA BALTIC WORLD	(*) [5-10]	(*) [5-10]	(*) [20-30]	(*) [20-30]	(*) [20-30]	(*) [20-30]
SIA "NOVATOURS"	(*) [10-20]	(*) [10-20]	(*) [10-20]	(*) [10-20]	(*) [10-20]	(*) [10-20]
Apvienošanās dalībnieki kopā:	(*) [20-30]	(*) [20-30]	(*) [30-40]	(*) [40-50]	(*) [30-40]	(*) [40-50]
CORAL TRAVEL Latvia SIA	(*) [30-40]	(*) [30-40]	(*) [30-40]	(*) [30-40]	(*) [30-40]	(*) [20-30]

⁹⁵ Šiem tūrisma operatoriem ir noslēgti līgumi ar Lielajiem tūrisma operatoriem par to sagatavoto Atpūtas ceļojumu izplatīšanu.

SIA "Join Up Baltic"	(*) [5-10]	(*) [10-20]	(*) [5-10]	(*) [5-10]	(*) [10-20]	(*) [10-20]
SIA "TEZ TOUR"	(*) [10-20]	(*) [10-20]	(*) [20-30]	(*) [10-20]	(*) [10-20]	(*) [10-20]
KOPĀ:	100	100	100	100	100	100

Avots: Tirgus dalībnieku sniegtā informācija.

- 110 Atbilstoši tabulas Nr. 3 datiem, KP secina, ka Apvienošanās dalībnieku tirgus daļas pēc apgrozījuma *euro* un apkalpoto tūristu skaita Turcijas sektorā Latvijas teritorijā laika periodā no 2024. gada līdz 2025. gada oktobrim nav būtiski augstākas kā CORAL TRAVEL Latvia SIA, starpība – (*) [10-20] %. Papildus KP secina, ka arī SIA "Join Up Baltic" un SIA "TEZ TOUR" ir nozīmīgi minētā tirgus dalībnieki. Tādējādi pēc Apvienošanās patērētājiem būs pietiekamas izvēles iespējas iegādāties Atpūtas ceļojumus uz Turciju arī pie citiem tūrisma operatoriem, kas tos piedāvā no Latvijas teritorijas.
- 111 Lietas izpētes laikā iegūtā informācija par Ēģiptes sektoru apkopota tabulā Nr. 4.

Tabula Nr. 4

Latvijas tūrisma operatoru tirgus daļas pēc apgrozījuma *euro* un apkalpoto tūristu skaita Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā, izdalot atsevišķi Ēģiptes sektoru

Tirgus dalībnieki	2023. gads, %		2024. gads, %		2025. gads (ieskaitot oktobri), %	
	Apgrozījums <i>euro</i> , bez PVN	Apkalpoto tūristu skaits	Apgrozījums <i>euro</i> , bez PVN	Apkalpoto tūristu skaits	Apgrozījums <i>euro</i> , bez PVN	Apkalpoto tūristu skaits
SIA "NOVATOURLS"	(*) [10-20]	(*) [10-20]	(*) [10-20]	(*) [10-20]	(*) [10-20]	(*) [10-20]
SIA BALTIC WORLD	(*) [1-5]	(*) [1-5]	(*) [10-20]	(*) [10-20]	(*) [10-20]	(*) [20-30]
Apvienošanās dalībnieki kopā:	(*) [20-30]	(*) [20-30]	(*) [20-30]	(*) [20-30]	(*) [30-40]	(*) [30-40]
CORAL TRAVEL Latvia SIA	(*) [5-10]	(*) [5-10]	(*) [10-20]	(*) [10-20]	(*) [5-10]	(*) [5-10]
SIA "Join Up Baltic"	(*) [20-30]	(*) [30-40]	(*) [30-40]	(*) [40-50]	(*) [40-50]	(*) [40-50]
SIA "TEZ TOUR"	(*) [20-30]	(*) [10-20]	(*) [20-30]	(*) [20-30]	(*) [10-20]	(*) [10-20]
KOPĀ:	100	100	100	100	100	100

Avots: Tirgus dalībnieku sniegtā informācija.

- 112 KP, izvērtējot tabulas Nr. 4 datus, secina, ka SIA "Join Up Baltic" tirgus daļas no 2024. līdz 2025. gada oktobrim gan pēc apgrozījuma, gan apkalpoto tūristu skaita Ēģiptes sektorā Latvijas teritorijā ir lielākas kā Apvienošanās dalībniekiem kopā. Papildus KP secina, ka gan CORAL TRAVEL Latvia SIA, gan SIA "TEZ TOUR" ir nozīmīgi tirgus dalībnieki, kuri spēs izdarīt konkurences spiedienu uz Apvienošanās dalībnieku Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā, izdalot atsevišķi Ēģiptes sektoru.
- 113 No iepriekš minētā KP secina, ka Apvienotajam tirgus dalībniekam tirgus daļas Atpūtas

ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā kopumā ir aptuveni (*) [40-50] %. Apskatot atsevišķi Turcijas sektoru Latvijas teritorijā, Apvienošanās dalībnieku tirgus daļa ir aptuveni (*) [40-50] %. Savukārt apskatot atsevišķi Ēģiptes sektoru Latvijas teritorijā, Apvienošanās dalībnieku tirgus daļa ir (*) [30-40] % un lielākais tirgus dalībnieks ir SIA "Join Up Baltic".

- 114 Minētie fakti kopsakarā ar Lietas izpētē iegūto informāciju par SIA BALTIC WORLD straujo izaugsmi, kopš tās ienākšanas Latvijas tirgū, var būt norāde, ka pastāv risks, ka Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā varētu rasties Apvienotā tirgus dalībnieka dominējošais stāvoklis. Tomēr šajā tirgū darbojas vēl vairāk nekā 3 konkurenti, kas var radīt ierobežojošu ietekmi, ja, piemēram, tie spēj un ir ieinteresēti palielināt savu Atpūtas ceļojumu piedāvājumu.⁹⁶ Turklāt tirgū ir novērojamas izteiktas tirgus daļu svārstības. Lielo tirgus dalībnieku tirgus daļas kalendārā gada laikā ir svārstījušās 10 % robežās. Šāds tirgus daļu mainīgums norāda uz to, ka tirgus daļas (balstoties uz vēsturisko apgrozījumu) nav pietiekami labs tirgus spēka indikators.⁹⁷
- 115 Iepriekš norādītais ļauj apgalvot, ka augsta apvienotā tirgus dalībnieka tirgus daļa ne vienmēr rada apvienotā uzņēmuma dominējošo stāvokli nākotnē. Tāpēc Lietas izpētes laikā veikts izvērtējums, vai pastāv strukturāli faktori, kas laika gaitā varētu mainīt esošos konkurences apstākļus Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā, t.i., izvērtēti Apvienošanās dalībnieku tiešie konkurenti, to konkurētspēja un spēja palielināt piedāvājumu Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas-teritorijā. Tāpat vērtēta tirgus dalībnieku ieiešana Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā un šķēršļi to darbības paplašināšanai tajā.

6.3. Apvienošanās dalībnieku konkurentu vērtējums

- 116 Lai noteiktu, vai konkurenti radīs efektīvu konkurences spiedienu apvienotajam uzņēmumam, EK pārbauda, vai tie nodrošina dzīvotspējīgus alternatīvus piegādes avotus klientiem. Ja šādu konkurentu esība tiek konstatēta, apvienotais uzņēmums nespēs rentabli paaugstināt cenas, jo klienti mainīs vai draudēs mainīt pakalpojuma sniedzēju. Esošo konkurentu paplašināšanai ir jābūt iespējamai, savlaicīgai un pietiekamai, lai novērstu mēģinājumu īstenot tirgus varu.⁹⁸
- 117 Lai sniegtu Atpūtas ceļojuma pakalpojumu ir nepieciešams izveidot ceļojumu biroju, pieņemt darbā darbiniekus, noslēgt līgumus ar ceļojumu aģentūrām par Atpūtas ceļojumu izplatīšanu.⁹⁹ Pakalpojuma sniedzējam ir jānoslēdz līgumi ar piegādātājiem, avio sabiedrībām un viesnīcām, lai nodrošinātu ātru un konkurētspējīgu Atpūtas ceļojumu piedāvājumu pārdošanu. Efektīva minēto resursu kombinācija var nodrošināt, ka Apvienošanās dalībnieku konkurenti varētu palielināt savu piedāvājumu Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā.
- 118 Tirgus dalībnieku konkurētspēju nākotnē visatbilstošāk nosaka nevis vēsturiskās tirgus daļas, bet gan to pieredze, darbības mērogs, sadarbības iespēja ar aviokompānijām par čarterreisu organizēšanu, kā arī to tehnoloģiskais nodrošinājums. Tāpēc šis aspekts Lietas izpētes laikā vērtēts detalizēti, lai noteiktu, vai tirgus dalībniekiem ir pieejama brīva un neizmantota kapacitāte, kas ļautu tiem palielināt piedāvājumu Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā un tādējādi veiksmīgi konkurēt ar Apvienoto tirgus dalībnieku.
- 119 Lietas izpētes laikā vērtēts, kurš no tirgus dalībniekiem nākotnē varētu būt Apvienošanās dalībnieku efektīvs konkurents. KP secina, ka Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā ir vairāki Apvienošanās dalībnieku konkurenti, kuru spēja izdarīt efektīvu spiedienu nākotnē ir būtiska, turklāt tie var nodrošināt ilgtspējīgu piegādes avotu Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā, ko pierāda tālāk norādītie apstākļi.
- 120 Būtisks fakts Lietuvā ir tas, ka, sākot no 2021. gada Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā ir ienākuši trīs tirgus dalībnieki, kuri laika posmā līdz 2025. gadam ir sasnieguši aptuveni (*) [20-

⁹⁶ Horizontālās pamatnostādnes, 17. punkts.

⁹⁷ EK 04.08.2000 lēmums lietā Nr. COMP/M.2036 *Valeo/Labinal*, 29. punkts., EK 08.12.2000 lēmums COMP/M.2199 *Quantum/Maxtor*, 16.punkts.; EK 29.03.2010 lēmums lietā Nr. COMP/M.5669 *Cisco/Tandberg*, 43. un 54. punkts.

⁹⁸ Lindsay, Berridge (2017), *The EU Merger Regulation*, 485. lp.

⁹⁹ SIA "Join Up Baltic" 11.12.2025. vēstule.

- 30] tirgus daļu. Šie tirgus dalībnieki ir SIA BALTIC WORLD, SIA "Join Up Baltic", CORAL TRAVEL Latvia SIA. Šo uzņēmumu ienākšanas rezultātā būtiski samazinājās tirgū jau ilgstoši strādājošo uzņēmumu – SIA "NOVATOURS" un SIA "TEZ TOUR" tirgus daļas.
- 121 KP secina, ka minēto uzņēmumu ienākšanu Latvijas tirgū varētu būt veicinājis fakts, ka to saistītie uzņēmumi ir pieredzējuši tūrisma nozarē un vienlaicīgi darbojas vairākās valstīs.¹⁰⁰ Tādējādi Atpūtas ceļojumu tirgū darbojas vairāki Apvienošanās dalībnieku, kuriem ir gan kapacitāte, gan komerciāla motivācija paplašināt savu darbību šajā tirgū, konkurenti.
- 122 SIA "Join Up Baltic"¹⁰¹ ir uzsākusi darbību Latvijā 07.10.2021. Uzņēmums darbojas Lietuvā, Igaunijā, Latvijā, Polijā, Rumānijā, Čehijā, Kazahstānā, Moldovā un Ukrainā, un darbības paplašināšana plānota arī citos tirgos.¹⁰² Vietējās darbības izveides un iepriekš pastāvošo resursu kombinācija ļāva sabiedrībai efektīvi un sekmīgi ienākt Latvijas tirgū.¹⁰³ Līdz 2025. gada vidum SIA "Join Up Baltic" Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā bija sasniegusi (*) [20-30] % tirgus daļu un tā ir kļuvusi par vienu no lielākajiem Atpūtas ceļojumu tirgus dalībniekiem Latvijas teritorijā.
- 123 Lietas izpētes ietvaros SIA "Join Up Baltic" attiecībā par tās spēju paplašināt savu darbību Atpūtas ceļojumu tirgus svarīgākajos galapunktos ir norādījusi, ka Atpūtas ceļojumu pārdošanas apjomi uz tādiem galamērķiem kā Turcija (Antālija) un Ēģipte (Hurgada, Šarm el-Šeiha) var tikt palielināti, paplašinot gan lidojumu, gan izmitināšanas kapacitāti.¹⁰⁴
- 124 Ievērojot minēto, KP secina, ka SIA "Join Up Baltic" ir kapacitāte, lai sekmīgi turpinātu savu izaugsmi Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā.
- 125 CORAL TRAVEL Latvia SIA ir uzsākusi savu darbību Latvijas teritorijā 15.02.2021. Uzņēmums darbojas Coral Travel Group grupas sastāvā, kas nodrošina tūrisma operāciju un pārdošanas aģentūru pakalpojumus ar Coral Travel zīmolu 15 valstīs.¹⁰⁵ Savā darbības laikā līdz 2025. gada vidum uzņēmums Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā bija sasniedzis (*) [10-20] % tirgus daļu. (*).¹⁰⁶
- 126 SIA "TEZ TOUR" tirgus daļa laika periodā no 2022. līdz 2025. gadam ir samazinājusies, uzņēmums turpina savu darbību Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā un turpinās konkurēt ar Apvienošanās dalībniekiem.
- 127 SIA "Join Up Baltic" un CORAL TRAVEL Latvia SIA darbība Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā liecina, ka šajā tirgū var viegli ienākt un salīdzinoši īsā laika periodā sasniegt salīdzinoši lielu tirgus daļu. Minētie uzņēmumi veiksmīgi strādā pie sava piedāvājumu palielināšanas Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā un varēs nodrošināt ilgtspējīgu alternatīvu klientiem.
- 128 Tādējādi iespējamība, ka Apvienošanās dalībnieku konkurenti spēs nodrošināt efektīvu sāncensību, ir lielāka nekā, ka tie nespēs to paveikt.

6.4. Ieiešana Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā un šķēršļi darbības paplašināšanai

- 129 Ienākšana tirgos ir uzskatāma par vienkāršu, ja tā ir iespējama ne ilgāk kā divu gadu laikā un notiek tādā apjomā, kas ir pietiekoši, lai novērstu vai neitralizētu būtisku konkurences ierobežojumu, ko rada apvienošanās.¹⁰⁷ Ja iekļūšana tirgū ir pietiekami vienkārša, maz ticams, ka apvienošanās radīs jebkādu būtisku pret konkurenci vērstu risku. Tāpēc iekļūšanas ietekmes

¹⁰⁰SIA "Join Up Baltic" mājas lapa. Pieejams: <https://joinup.lv/lv/about>, [aplūkots 21.01.2026.], CORAL TRAVEL Latvia SIA mājas lapa. Pieejams: <https://www.coraltravel.lv/about-coral-travel-group/> [aplūkots 21.01.2026.]

¹⁰¹ Starptautisks tūrisma zīmols, kas radīts 2010. gadā.

¹⁰² SIA "Join Up Baltic" mājas lapa. Pieejams: <https://joinup.lv/lv/about> [aplūkots 21.01.2026.].

¹⁰³ SIA "Join Up Baltic" 11.12.2025. vēstule.

¹⁰⁴ Turpat.

¹⁰⁵ CORAL TRAVEL Latvia SIA mājas lapa. Pieejams: <https://www.coraltg.com/EN/general/> [aplūkots 21.01.2026.].

¹⁰⁶ CORAL TRAVEL Latvia SIA 27.11.2025. vēstule.

¹⁰⁷ Horizontālās pamatnostādnes, 74.–75. punkts.

analīze ir svarīgs elements, novērtējot kopējo ietekmi uz konkurenci.¹⁰⁸

130 Šķēršļi iekļūšanai tirgū var izpausties dažādos veidos:

- juridiskās priekšrocības rodas gadījumos, kad normatīvie šķēršļi ierobežo tirgus dalībnieku skaitu, piemēram, ierobežojot licenču skaitu;
- tirgū jau esošajiem uzņēmumiem var būt arī tehniskas priekšrocības, piemēram, preferenciāla piekļuve svarīgām ražotnēm, dabas resursiem, jauninājumiem un pētniecībai un attīstībai vai intelektuālā īpašuma tiesībām, kā dēļ ikvienam uzņēmumam kļūst sarežģītāk veiksmīgi konkurēt;
- jau esošo uzņēmumu stāvoklis tirgū var radīt šķēršļus iekļūšanai. Jo īpaši sarežģīta var būt iekļūšana noteiktā darbības nozarē, jo, lai efektīvi konkurētu, ir vajadzīga pieredze vai reputācija, kuras jaunpienācējam var būt sarežģīti iegūt. Šķēršļi iekļūšanai tirgū ietver arī situācijas, kad tirgū jau esošie uzņēmumi ir jau izveidojuši lielu jaudas pārpalikumu vai kad izmaksas, ar kurām saskaras pircēji, pārorientējoties uz jauniem piegādātājiem, var kavēt iekļūšanu tirgū.¹⁰⁹

131 Lietas izpētes laikā iegūta informācija, ka juridiskie šķēršļi ienākšanai Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā galvenokārt ir saistīti ar licences iegūšanu un atbilstības Latvijas normatīvajiem aktiem nodrošināšanu. SIA "TEZ TOUR" ir norādījusi arī uz birokrātiskiem šķēršļiem, piemēram, prasību saņemt nodrošinājumu klientu iemaksāto avansa maksājumu apjomā.¹¹⁰ Tūrisma operatoriem, kas organizē kompleksos tūrisma pakalpojumus, viens no kuriem ir Atpūtas ceļojumu pakalpojums, obligāti ir jānodrošina garantija par klientu iemaksātajiem avansiem – tā var būt apdrošināšanas polise vai bankas garantija. Minētā prasība var būt finansiāls apgrūtinājums mazajiem uzņēmumiem, jauniem tirgus dalībniekiem, kā arī citiem tirgus dalībniekiem laika periodos, kad ir augsts pieprasījums sezonas laikā. Šī prasība ir nepieciešama, lai nodrošinātu klientu drošību. Tas ir arī administratīvs slogs, jo regulāri jāiesniedz atskaites Patērētāju tiesību aizsardzības centram. KP norāda, ka minētā prasība izriet no nozares normatīvā regulējuma, kas jāizpilda ikvienam tirgus dalībniekam. Šo noteikumu var kvalificēt kā juridisku šķērslī iekļūšanai tirgū, tomēr tas pats par sevi nav nepārvarams un vairāk darbojas kā papildu ienākšanas sliekšnis.

132 Ievērojot minēto, KP secina, ka nepastāv būtiski juridiski šķēršļi ienākšanai Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā.

133 Iekļūšanas iespējamības novērtēšanā, t.i., vērtējot vai tirgū jau esošajiem uzņēmumiem var būt arī tehniskas priekšrocības un vai tirgū esošo uzņēmumu stāvoklis tirgū var radīt šķēršļus iekļūšanai, KP secina, ka informācija, kas ietverta šī lēmuma 6.3. nodaļā liecina, ka līdz šim esošo uzņēmumu stāvoklis tirgū nav radījis šķēršļus iekļūšanai Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā. Turklāt KP ņem vērā tirgus dalībnieku norādīto, ka tirgus kopumā ir atvērts, ar zemu pārslēgšanās barjeru klientiem un augstu digitālās konkurences līmeni (tiešsaistes platformas, starptautiskie operatori, dinamiskas cenu salīdzināšanas iespējas).¹¹¹

134 Būtisks ir apstāklis, ka, lai ienāktu Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā, uzņēmumam ir jābūt vai nu starptautiski atpazīstamam, vai arī ir jāiegūst atpazīstamība Latvijas tirgū. Turklāt jaunajam tirgus dalībniekam ir jāiegulda līdzekļi reklāmā un klientu uzticības veidošanā, jo Latvijas patērētāji bieži dod priekšroku pazīstamiem vietējiem zīmoliem vai operatoriem, kuri sadarbojas ar vietējām tūrisma aģentūrām. Jauna tirgus dalībnieka ienākšana būs ekonomiski izdevīga tikai tad, ja pastāv pietiekams apjoms un pieprasījums. Tūrisma pakalpojumu nodrošināšanai nepieciešama stabila sadarbība ar aviokompānijām, viesnīcām un apdrošinātājiem.¹¹² Turklāt attiecībā uz starptautisku uzņēmumu ienākšanu Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā norādīts, ka šī tirgus apjoms salīdzinoši ir neliels un pieprasījums ir

¹⁰⁸ Horizontālās pamatnostādnes, 68. punkts.

¹⁰⁹ Horizontālās pamatnostādnes, 71. punkts.

¹¹⁰ SIA "TEZ TOUR" 22.10.2025. vēstule Nr. 253/10/2025.

¹¹¹ SIA "Aza Tours" 29.10.2025. vēstule.

¹¹² Turpat.

izteikti sezonāls, tādēļ ienākšana prasa rūpīgu izvērtējumu par izmaksu un ieguvumu attiecību.¹¹³

- 135 Ievērojot minēto, KP secina, ka ienākšana Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā drīzāk ir iespējama uzņēmumiem, kuriem ir pieredze darbībā šajā tirgū ārvalstīs. Turklāt aktīvā Apvienošanās konkurentu darbība savas konkurētspējas uzlabošanā norāda, ka šķēršļi savas darbības paplašināšanai un attiecīgi tirgus spēka palielināšanai ir pārvarami.

7. Konkurences apstākļi Lidmašīnu sēdvietu tirgū

- 136 Lidmašīnu sēdvietu tirgus piedāvājuma pusē darbojas aviokompānijas, kuras veic lidojumus no Rīgas lidostas. Lielie tūrisma operatori organizē savus čarterreisos sadarbībā ar aviokompānijām Freebird Airlines, Heston Airlines UAB, Mavi Gok Airlines, SKYLINE EXPRESS AIRLINES” LLC, SkyUp Airlines un Air Baltic, izmantojot vietas tajos savu ceļojumu organizēšanai, bet daļu no sēdvietām čarterreisos tūrisma operatori pārdod arī citiem tūrisma operatoriem.¹¹⁴ Vienlaicīgi Lielie tūrisma operatori iegādājas sēdvietas arī lidsabiedrību regulārajos reisos.¹¹⁵
- 137 Lietas izpētes laikā vērtēts Lidmašīnu sēdvietu tirgus Latvijas teritorijā šaurākā tvērumā, t.i., izdalot atsevišķi Lielo tūrisma operatoru čarterreisu sēdvietu pārdošanu citiem tūrisma operatoriem Turcijas sektorā Latvijas teritorijā un Ēģiptes sektorā Latvijas teritorijā.
- 138 Informācija par Lielo tūrisma operatoru pārdoto sēdvietu skaitu savos organizētajos čarterreisos citiem tūrisma operatoriem Turcijas sektorā Latvijas teritorijā ir apkopota tabulā Nr. 5.

Tabula Nr. 5

Lielo tūrisma operatoru pārdoto lidmašīnu sēdvietu skaits savos organizētajos čarterreisos Turcijas sektorā Latvijas teritorijā, 2023.-2025. gads (*)

- 139 KP, izvērtējot tabulas Nr. 5 datus, secina, ka (*), līdz ar to Lidmašīnu sēdvietu tirgū Latvijas teritorijā, izdalot atsevišķi Lielo tūrisma operatoru čarterreisu sēdvietu pārdošanu Turcijas sektorā Latvijas teritorijā, Apvienošanās dalībnieku darbība nepārklājas. Tāpat KP secina, ka CORAL TRAVEL Latvia SIA laika posmā no 2023. līdz 2025. gadam ir būtiski palielinājusi pārdoto Lidmašīnu sēdvietu skaitu čarterreisos uz Turciju, kas norāda, ka CORAL TRAVEL Latvia SIA būs efektīvs konkurents Apvienotajam tirgus dalībniekam. Turklāt Lielajiem tūrisma operatoriem, kā arī Mazajiem tūrisma operatoriem ir iespēja iegādāties lidmašīnas sēdvietas uz Turciju lidsabiedrību regulārajos reisos, kā to dara vairāki tirgus dalībnieki¹¹⁶, tādējādi arī pēc Apvienošanās īstenošanas Atpūtas ceļojumu tirgus dalībniekiem Latvijas teritorijā būs vairākas izvēles iespējas, kā nodrošināt klientu nokļūšanu uz Turciju.
- 140 Informācija par Lielo tūrisma operatoru pārdoto sēdvietu skaitu savos organizētajos čarterreisos Ēģiptes sektorā ir apkopota tabulā Nr. 6.

Tabula Nr. 6

Lielo tūrisma operatoru pārdoto Lidmašīnu sēdvietu skaits savos organizētajos čarterreisos Ēģiptes sektorā Latvijas teritorijā, 2023.-2025. gads (*)

- 141 KP, izvērtējot tabulas Nr. 6 datus, secina, ka SIA “Join Up Baltic” tirgus daļa Lidmašīnu sēdvietu tirgū Latvijas teritorijā, izdalot atsevišķi Lielo tūrisma operatoru čarterreisu sēdvietu

¹¹³ Turpat.

¹¹⁴ Piemēram, (*).

¹¹⁵ Tirgus dalībnieku sniegtā informācija un Rīgas lidostas mājas lapa: <https://www.riga-airport.com/lv/aviokompaniju-kontakti>,

¹¹⁶ Skat., piemēram, SIA “TEZ TOUR” 24.11.2025. vēstuli Nr.2.2.-4.1/1505.

pārdošanu Ēģiptes sektorā no 2023. līdz 2025. gadam, ir lielāka kā Apvienošanās dalībniekiem kopā. (*). Tādējādi KP konstatē, ka Lidmašīnu sēdvietu tirgū Latvijas teritorijā, izdalot atsevišķi Lielo tūrisma operatoru čarterreisu sēdvietu sektoru uz Ēģipti, 2025. gadā nenotiek Apvienošanās dalībnieku darbības pārklāšanās.

- 142 Izvērtējot konkurences apstākļus Lidmašīnu sēdvietu tirgū Latvijas teritorijā arī šaurākā tvērumā, t.i. izdalot atsevišķi Lielo tūrisma operatoru čarterreisu sēdvietu pārdošanu Turcijas un Ēģiptes sektoros Latvijas teritorijā, KP secina, ka nav konstatējams Apvienotā tirgus dalībnieka tirgus varas pieaugums. Līdz ar to arī Lidmašīnu sēdvietu tirgū Latvijas teritorijā (plašākā tvērumā), papildus ieskaitot arī Lielo tūrisma operatoru sēdvietu iegādi regulārajos lidsabiedrību reisos, nav sagaidāms būtisks kaitējums konkurencei.
- 143 Apvienošanās dalībnieku konkurentiem ir noslēgti līgumi par čarterreisu organizēšanu un sēdvietu iegādi lidsabiedrību regulārajos reisos. Lidmašīnu sēdvietu tirgus Latvijas teritorijā dalībnieki pārdod viens otram un pērk viens no otra sēdvietas čarterreisos. Šāda daudzveidīga pieeja nodrošina elastību, izmaksu efektivitāti un stabilitāti lidojumu organizācijas procesā.¹¹⁷
- 144 Ievērojot minēto, KP secina, ka Apvienošanās dalībnieku konkurentiem ir pieeja Lidmašīnu sēdvietu tirgum Latvijas teritorijā un tos nevar norobežot no piekļuves šim tirgum, tajā skaitā uz nozīmīgākajiem galamērķiem.
- 145 Būtiska ir Lietā iegūtā informācija, ka aviokompānijas gadījumā, ja palielināsies pieprasījums no klientu puses un būs pieejamas atbilstošas tehniskās iespējas, varētu palielināt savu piedāvājumu Lidmašīnu sēdvietu tirgū Latvijas teritorijā. Aviokompānijas ir norādījušas arī uz iespēju nepieciešamības gadījumā paplašināt lidojumu ģeogrāfiju no Latvijas teritorijas.¹¹⁸ “SKYLINE EXPRESS AIRLINES” LLC ir sniegusi informāciju, ka aviokompānijai ir potenciāla kapacitāte palielināt čarterreisu skaitu no Lidostas Rīga nākamo 2-3 gadu laikā. Uzņēmums var apsvērt lidojumu skaita palielināšanu, kā arī lidojumu ģeogrāfijas paplašināšanu no Latvijas, atbilstoši klientu pieprasījumam.¹¹⁹ Līdzīgu informāciju ir sniegusi arī (*).¹²⁰
- 146 KP secina, ka Apvienošanās dalībnieku konkurenti, organizējot čarterreisos, veiksmīgi strādā pie sava avio sēdvietu iepirkuma organizēšanas un varēs nodrošināt ilgtspējīgu alternatīvu saviem klientiem. Turklāt aviosabiedrību rīcībā ir kapacitāte, lai to nodrošinātu un atbilstoši tūrisma operatoru pieprasījumam arī to palielinātu.

8. Secinājumi

Atpūtas ceļojumu tirgus Latvijas teritorijā

1. N. Kočkara kontrolēto uzņēmumu un AB “NOVATURAS” apvienošanās ietekmes novērtējums veikts, izvērtējot Apvienošanās horizontālo aspektus, kas ir noteikti Horizontālajās pamatnostādnēs. Vienlaicīgi vērtēti arī Apvienošanās vertikālie aspekti.
2. Vērtējot tirgus dalībnieku tirgus daļas Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā, Lietas izpētē apskatītajā periodā novērotas gan Apvienošanās dalībnieku, gan to konkurentu tirgus daļu svārstības, tām samazinoties un pieaugot. Šāds tirgus daļu mainīgums norāda uz to, ka tirgus daļas nav pietiekami labs tirgus spēka indikators. Savukārt tirgus daļu pārbīžu virzieni starp Apvienošanās dalībniekiem un to konkurentiem ir viens no faktoriem, kas norāda, ka Apvienošanās dalībnieki ir konkurenti, kas vienlaicīgi konkurē arī ar citiem Atpūtas ceļojumu tirgus dalībniekiem.
3. Apvienotajam tirgus dalībniekam tirgus daļas Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā kopumā ir ap (*) [40-50] %. Apskatot atsevišķi Atpūtas ceļojumu organizēšanu uz Turciju (Turcijas sektorā) Latvijas teritorijā, arī šajā gadījumā Apvienošanās dalībnieku tirgus daļa ir ap (*) [40-50] %. Atšķirīga situācija ir Atpūtas ceļojumu organizēšanā uz Ēģipti (Ēģiptes

¹¹⁷ Skat., piemēram, SIA “Join Up Baltic” 31.10.2025. vēstuli, (*) 27.11.2025. vēstuli.

¹¹⁸ Skat., piemēram, “SKYLINE EXPRESS AIRLINES” LLC 22.12.2025. vēstule, LLC, (*) 18.12.2025. vēstule.

¹¹⁹ “SKYLINE EXPRESS AIRLINES” LLC 22.12.2025. vēstule.

¹²⁰ (*) 18.12.2025. vēstule.

sektorā), šajā Atpūtas tirgus sektorā līdere ir SIA "Join Up Baltic", kuras tirgus daļa 2025. gadā ir (*) [40-50] %, bet Apvienošanās dalībnieku tirgus daļa ir (*) [30-40] %. Minētais liecina, ka Apvienošanās dalībniekiem ir salīdzinoši liela tirgus daļa, kas norāda, ka Apvienotais tirgus dalībnieks var kļūt par Atpūtas ceļojumu tirgus līderi Latvijas teritorijā. Tomēr tirgū darbojas vēl 3 nozīmīgi konkurenti, kas var radīt konkurences spiedienu uz Apvienoto tirgus dalībnieku, jo tiem ir pieejami materiāli tehniskie resursi, lai palielinātu savu Atpūtas ceļojumu piedāvājumu.

4. KP secina, ka, Apvienošanās dalībnieki ir konkurenti Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā, bet šajā ietekmētajā tirgū darbojas arī citi tirgus dalībnieki, kas ir pietiekami nozīmīgi, t.i., Apvienošanās dalībnieku konkurenti ir arī SIA "SIA "Join Up Baltic", CORAL TRAVEL Latvia SIA un SIA "TEZ TOUR". Turklāt SIA "SIA "Join Up Baltic" un CORAL TRAVEL Latvia SIA veiksmīgi strādā pie sava piedāvājumu palielināšanas un varēs nodrošināt ilgtspējīgu alternatīvu klientiem. Tādējādi iespējamība, ka Apvienošanās dalībnieku konkurenti spēs nodrošināt efektīvu sāncensību, ir lielāka nekā, ka tie nespēs to paveikt.

5. Apvienošanās rezultātā samazināsies konkurences spiediens attiecībā uz N. Kočkara kontrolēto uzņēmumu SIA BALTIC WORLD Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā, ko iepriekš radīja tā konkurents SIA "NOVATOURLS", tomēr pārējie tirgus dalībnieki – CORAL TRAVEL Latvia SIA, SIA "TEZ TOUR", SIA "SIA "Join Up Baltic" – spēs nākotnē palielināt konkurences spiedienu uz apvienoto tirgus dalībnieku.

6. Ienākšanai Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā ir juridiski un finansiāli šķēršļi, kas var kavēt jaunu tirgus dalībnieku ienākšanu šajā tirgū, tomēr jaunu tirgus dalībnieku ienākšana tajā laika periodā no 2021. gada līdz 2025. gadam, norāda, ka šie šķēršļi ir mazāki uzņēmumiem, kuriem ir pieredze darbībā tūrisma nozarē citās valstīs.

7. Ievērojot minēto, KP secina, ka kopumā Apvienošanās dalībnieku konkurentiem tuvāko gadu laikā ir potenciāls, kas varētu kavēt Apvienotā tirgus dalībnieka iespējamo dominējošo stāvokļa izveidošanos Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā un novērst Apvienotā tirgus dalībnieka vēlmi celt cenas vai samazināt kvalitāti, inovācijas vai izvēli.

Lidmašīnu sēdvietu tirgus Latvijas teritorijā

8. Izvērtējot konkurences apstākļus Lidmašīnu sēdvietu tirgū, KP secina, ka Apvienošanās dalībnieku konkurentiem ir noslēgti līgumi par čarterreisu organizēšanu vai sēdvietu iegādi lidsabiedrību regulārajos reisos. Attiecīgajā tirgū pastāv prakse, ka tirgus dalībnieki savstarpēji pērk un pārdod sēdvietas čarterreisos. Šāda daudzveidīga pieeja nodrošina elastību, izmaksu efektivitāti un stabilitāti lidojumu organizēšanas procesā.

9. Ievērot minēto, gan Apvienošanās dalībniekiem, gan to konkurentiem ir pieeja Lidmašīnu sēdvietu tirgum un tos nevar norobežot no piekļuves tam. Apvienošanās dalībnieku konkurenti veiksmīgi strādā pie sava lidmašīnas sēdvietu nodrošinājuma palielināšanas un varēs nodrošināt ilgtspējīgu alternatīvu saviem klientiem. Turklāt aviosabiedrību rīcībā ir kapacitāte, lai to nodrošinātu un atbilstoši tūrisma operatoru pieprasījumam arī to palielinātu.

Ievērojot minēto, Lietas izpētē nav iegūti pierādījumi, ka Apvienošanās radīs nekoordinētu ietekmi, kuras rezultātā izveidotos Apvienotā tirgus dalībnieka dominējošais stāvoklis, kas Lietuvā apskatītajos ietekmētajos tirgos varētu izraisīt efektīvas konkurences traucējumus. Tādējādi nav konstatējama būtiska Apvienošanās negatīva ietekme uz konkurenci Lietuvā apskatītajos ietekmētajos tirgos, t.i., Atpūtas ceļojumu tirgū Latvijas teritorijā un Lidmašīnu sēdvietu tirgū Latvijas teritorijā, izvērtējot konkurences apstākļus minētajos tirgos atsevišķi arī Turcijas un Ēģiptes sektoros.

Nemot vērā minēto un saskaņā ar Konkurences likuma 8. panta pirmās daļas 5. punktu, 15. panta pirmās daļas 3. punktu un 16. panta otro un ceturto daļu, Konkurences padome

nolēma

atļaut apvienošanos, N. Kočkaram iegūstot izšķirošu ietekmi pār AB “NOVATURAS”.

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

Priekšsēdētāja

I. Šmite