



Konkurences padome

**Vadlīnijas par tirdzniecību pašvaldību
organizētos un atbalstītos publiskos
pasākumos**

Rīga
2025

SATURS

1. IEVADS	2
2. VADLĪNIJU IZSTRĀDES PAMATOJUMS	3
3. PAŠVALDĪBU ORGANIZĒTI PUBLISKIE PASĀKUMI	4
3.1. Tirdzniecības organizēšana	4
3.2. Informācija par tirdzniecību publiskajā pasākumā un pieteikšanās	4
3.3. Dalības noteikumi	5
3.4. Vietējo komersantu atbalsts	7
4. PAŠVALDĪBU ORGANIZĒTI PUBLISKIE PASĀKUMI AR PRIVĀTAJEM ATBALSTĪTĀJIEM	10
5. PRIVĀTO KOMERSANTU VAI NVO ORGANIZĒTI PUBLISKIE PASĀKUMI AR PAŠVALDĪBAS ATBALSTU	12
6. PAŠVALDĪBU RĪCĪBAS IZVĒRTĒJUMS	14

1. IEVADS

- 1 Pašvaldības un to iestādes¹ organizē publiskus svētku, kultūras, atpūtas, sporta, piemiņas un citus pasākumus (piemēram, pilsētas svētkus, novada svētkus, zvejnieksvētkus u. tml.) vai piedalās šādu pasākumu organizēšanā. Lai radītu unikālu atmosfēru un piesaistītu pēc iespējas lielāku apmeklētāju skaitu – gan pašvaldību iedzīvotājus, gan viesus – publisku pasākumu laikā tiek organizētas dažādas aktivitātes, t. sk. tirdzniecība. Tirdzniecībā publisku pasākumu laikā atkarībā no pasākuma koncepcijas piedalās tirgotāji ar amatnieku un mājražotāju izstrādājumiem, dizaina, mākslas, interjera precēm, zemnieku produktiem, pārtikas precēm (sabiedriskie ēdinātāji) u. c. Konkurences padome (turpmāk – KP) ir saņēmusi virkni iesniegumu (sūdzību) saistībā ar tirdzniecību pašvaldību organizētajos vai atbalstītajos publiskos pasākumos.
- 2 KP norāda, ka papildus nozares normatīvajam regulējumam, t. sk. Ministru kabineta 12.05.2010. noteikumiem Nr. 440 "Noteikumi par tirdzniecības veidiem, kas saskaņojami ar pašvaldību, un tirdzniecības organizēšanas kārtību"² (turpmāk – Ministru kabineta noteikumi Nr. 440), uz tirdzniecību pašvaldību organizētos un atbalstītos publiskos pasākumos attiecas arī Konkurences likuma (turpmāk – KL) normas.
- 3 KP ir izstrādājusi šīs Vadlīnijas, lai palīdzētu pašvaldībām veicināt konkurenci un novērst konkurences neitralitātes neatbilstības riskus, organizējot un atbalstot publiskus pasākumus, kuros norisinās tirdzniecība. Vadlīnijās sniegti konkurences neitralitātes principa ievērošanas ieteikumi pašvaldībām attiecībā uz tirdzniecību pašvaldību organizētos publiskos pasākumos, pašvaldību organizētos publiskos pasākumos ar privāto komersantu atbalstu un privāto komersantu vai nevalstisko organizāciju (turpmāk – NVO) organizētos pasākumos ar pašvaldības atbalstu. Vadlīnijās sniegti ilustratīvi piemēri par iespējamām problēmsituācijām konkurences neitralitātes jomā, iezīmējot gadījumus, kad publisko personu rīcība neatbilst konkurences neitralitātes principiem, kā arī atsevišķi labās prakses piemēri. Šo Vadlīniju izstrādes procesā KP konsultējās ar Latvijas Pašvaldību savienību, Latvijas Lielo pilsētu asociāciju, Ekonomikas ministriju, kā arī izlases kārtībā ar atsevišķiem privātajiem tirdzniecības organizatoriem.

¹ Turpmāk tekstā atsauces uz pašvaldībām ietver pašvaldības un to iestādes.

² Cita starpā Ministru kabineta noteikumos Nr. 440 uzsvars likts uz tiem tirgotājiem, kuru produkciju primāri nav iespējams iegādāties mazumtirdzniecības veikalos.

2. VADLĪNIJU IZSTRĀDES PAMATOJUMS

- 4 Kopš 01.01.2020. spēkā stājušies KL grozījumi, ar kuriem noteikts publisku personu konkurences neitralitātes ievērošanas pienākums. Proti, KL 3. panta otrajā daļā noteikts, ka tiešās pārvaldes un pastarpinātās pārvaldes iestādes, kā arī kapitālsabiedrības, kurās publiskai personai ir izšķiroša ietekme, savā darbībā nodrošina brīvu un godīgu konkurenci. Savukārt KP uzrauga, kā tiešās pārvaldes un pastarpinātās pārvaldes iestādes, kā arī kapitālsabiedrības, kurās publiskai personai ir izšķiroša ietekme, ievēro konkrēto pienākumu nodrošināt brīvu un godīgu konkurenci saskaņā ar KL 6. panta pirmās daļas 6. punktu.
- 5 Publisko personu un to kapitālsabiedrību pienākums nodrošināt brīvu un godīgu konkurenci ir izvērsti KL 14.¹ panta pirmajā daļā. Proti, tiešās pārvaldes un pastarpinātās pārvaldes iestādēm, kā arī kapitālsabiedrībām, kurā publiskai personai ir izšķiroša ietekme, ir aizliegts kavēt, ierobežot vai deformēt konkurenci. Konkurences ierobežošana, deformēšana vai kavēšana var izpausties, t. sk. kā tirgus dalībnieku diskriminēšana, radot nevienlīdzīgus konkurences apstākļus, priekšrocību radīšana kapitālsabiedrībām, kurās publiskai personai ir tieša vai netieša ietekme un darbību īstenošana, kuru dēļ citi tirgus dalībnieki ir spiesti atstāt tirgu vai kuru dēļ tiek apgrūtināta komersantu iekļūšana vai darbība tirgū.
- 6 Pašvaldības rīcība saistībā ar tirdzniecību publisku pasākumu laikā visbiežāk būs vērtējama KL 14.¹ panta pirmās daļas 1. un 3. punkta ietvarā, proti, tirgus dalībnieku diskriminēšana, radot nevienlīdzīgus konkurences apstākļus un darbības, kuru dēļ tirgus dalībnieki ir spiesti atstāt tirgu vai kuru dēļ tiek apgrūtināta komersantu ienākšana vai darbība tirgū.

3. PAŠVALDĪBU ORGANIZĒTI PUBLISKIE PASĀKUMI

3.1. Tirdzniecības organizēšana

- 7 Pašvaldība var izvēlēties organizēt tirdzniecību publiska pasākuma laikā pati vai arī tirdzniecības organizēšanai piesaistīt privāto komersantu (tirdzniecības organizatoru). Izvērtējot efektīvāko un konkrētai situācijai piemērotāko risinājumu, būtu jāņem vērā pašvaldības pieredze, resursi un iespējas saistībā ar tirdzniecības organizēšanu publiskā pasākuma laikā, kā arī konkrētā publiskā pasākuma budžets un apmērs.
- 8 KP rīcībā ir informācija, ka Latvijas teritorijā darbojas vairāki privātie tirdzniecības organizatori. Līdz ar to gadījumā, ja pašvaldība, veicot izvērtējumu, lemj piesaistīt privāto tirdzniecības organizatoru, tiesības organizēt tirdzniecību publiska pasākuma laikā būtu piešķiramas konkursa kārtībā, veicot kvalitatīvu tirgus izpēti (apzinot potenciālos pakalpojuma sniedzējus), tādējādi veicinot patiesu konkurenci tirdzniecības organizatoru starpā un iegūstot labāko piedāvājumu. Tirdzniecības organizēšanas tiesību piešķiršana, nerīkojot konkursu, var tikt uzskatīta par priekšrocību piešķiršanu konkrētam komersantam.

Piemēri:

■ Lai gan pašvaldība bija norādījusi, ka ar tirdzniecības organizēšanu nodarbosies pati, faktiski tirdzniecības organizēšanas tiesības tika nodotas privātajam tirdzniecības organizatoram bez konkursa. KP ieskatā, pašvaldības rīcība var tikt vērtēta kā priekšrocību sniegšana konkrētajam tirdzniecības organizatoram. Pašvaldība apņēmas nākamajiem publiskajiem pasākumiem izvēlēties tirdzniecības organizatoru, rīkojot konkursu, t. i., izstrādājot un publicējot konkursa nolikumu, nosakot potenciālo tirdzniecības organizatoru pieteikšanās kārtību, vērtēšanas kritērijus, vērtēšanas kārtību un uzvarētāja noteikšanu.

■ Pašvaldības iestāde veica tirgus izpēti, nosūtot vairākiem tirdzniecības organizatoriem tirgus izpētes anketas par tirdzniecības organizēšanu un pakalpojuma izmaksām. Minētā anketa netika nosūtīta tirdzniecības organizatoram, kas iepriekš bija pašvaldībai paudis gatavību nodarboties ar tirdzniecības organizēšanu pašvaldības rīkotos publiskos pasākumos. KP ieskatā, apstākļi, ka pašvaldība kā potenciālo tirdzniecības organizatoru ir ignorējusi jau iepriekš apzinātu tirgus dalībnieku, var tikt vērtēts kā konkurences ierobežošana.

3.2. Informācija par tirdzniecību publiskajā pasākumā un pieteikšanās

- 9 Ņemot vērā, ka tirgotāji, visticamāk, piedalās (vēlas piedalīties) vairāku pašvaldību, komersantu un NVO organizētajos publiskajos pasākumos (it sevišķi vasaras sezonā), lai tirgotājiem nodrošinātu iespēju plānot savu

laiku un dalību tirdzniecībā publiskajos pasākumos, informācijai par publiskā pasākuma norisi un pieteikšanās iespējām tirdzniecībai pasākuma laikā ir jābūt savlaicīgi publiski pieejamai. Minētā informācija varētu tikt publicēta pašvaldības tīmekļvietnē, sociālo mediju kontos, pašvaldības izdevumos. KP pozitīvi vērtē atsevišķu pašvaldību praksi publicēt informāciju par plānoto tirdzniecību publisko pasākumu laikā un iespējām pieteikties tirdzniecībai specializētās tīmekļvietnēs, kas apkopo aktuālos publiskos pasākumus un tirdzniecības iespējas.

- 10 Plānojot publiskā pasākuma organizatoriskos procesus, t. sk. pieteikumu iesniegšanas termiņus, pašvaldībai ir jāparedz pietiekams laiks kvalitatīvu pieteikumu iesniegšanai, kā arī noteiktais termiņš jāievēro. Tādā veidā var būtiski paaugstināt konkurences līmeni un saņemt kvalitatīvākus un publiskajam pasākumam atbilstošākus pieteikumus, kā arī samazināt nekvalitatīvu (vai nekvalitatīvi iesniegtu) pieteikumu risku.

Piemērs:

Pašvaldība pieņēma lēmumu noslēgt pieteikšanos sabiedriskās ēdināšanas nodrošināšanai pilsētas svētku laikā pirms noteiktā pieteikumu iesniegšanas termiņa, pamatojoties uz lielo jau saņemto pieteikumu skaitu, iepriekš nebrīdinot potenciālos tirgotājus. KP vērtējumā, pirmšķietami pašvaldība nav ievērojusi pienākumu nodrošināt brīvu un godīgu konkurenci. Proti, potenciālie tirgotāji, kas pieteicās dalībai līdz pašvaldības lēmumam slēgt pieteikšanos tika izvērtēti un tiem bija iespēja pretendēt uz tirdzniecības vietu svētkos, bet tiem, kas potenciāli būtu vēlējušies pieteikties dalībai līdz pieteikumu iesniegšanas termiņam, kas būtu bijis saskaņā ar noteikumiem, šāda iespēja tika liegta. Lai novērstu konkurences neitralitātes neatbilstības risku, pašvaldībai būtu, piemēram, jāparedz ilgāks laiks pieteikumu izskatīšanai un atbilžu sniegšanai potenciālajiem tirgotājiem, lai nodrošinātu vienādus, godīgus un paredzamus apstākļus, kā arī to, ka pašvaldības publiskajos pasākumos sabiedrisko ēdināšanu nodrošina komersanti ar atbilstošāko un daudzveidīgāko sortimentu, labāko tehnisko nodrošinājumu un atbilstošāko noformējumu.

3.3. Dalības noteikumi

- 11 Lai nodrošinātu caurspīdīgumu un ievērotu labas pārvaldības principus, ir jānodrošina, ka tirdzniecības noteikumi (nolikums) ir brīvi pieejami visiem potenciālajiem tirgotājiem, piemēram, publicēti pašvaldības tīmekļvietnē vai pasākuma organizētāja tīmekļvietnē.
- 12 Pašvaldībai jānodrošina, ka nosacījumi un prasības, kas izvirzītas potenciālajiem tirgotājiem, ir skaidras, racionāli pamatotas, samērīgas un vērstas uz kvalitatīva un daudzveidīga preču un pakalpojumu sortimenta nodrošināšanu publiskajā pasākumā. Tirdzniecības noteikumos varētu tikt paredzēti ierobežojumi noteiktām preču kategorijām, piemēram, rūpnieciski

ražotas preces, masveidā ražotas preces u. c., kā arī varētu tikt paredzētas tiesības atteikt dalību tirdzniecībā, pamatojoties uz apstākli, ka attiecīgā produktu grupa vai pakalpojums jau tiks nodrošināts pasākumā pietiekamā apjomā. Tāpat atkarībā no konkrētā publiskā pasākuma un tirdzniecības rakstura, ievērojot samērīgumu un ņemot vērā 20. rindkopā norādīto, iespējams paredzēt labvēlīgāku attieksmi (t. sk. rezervēts tirdzniecības vietu skaits, novietojums publiskā pasākuma teritorijā), piemēram, amatniekiem un mājražotājiem, tādā veidā popularizējot un atbalstot vietējo komersantu īpašās prasmes, produktus un pakalpojumus.

- 13 Vienlaikus pašvaldības nedrīkst noteikumus ietvert nosacījumus vai prasības, kas ir nepamatoti konkurenci ierobežojošas. Būtu jānovērš prasības vai nosacījumi, kas pārmērīgi ierobežo potenciālo tirgotāju dalību tirdzniecībā pasākuma laikā, t. sk., uzliekot pārlietu lielus finansiālos un organizatoriskos šķēršļus. Jānodrošina, ka nosacījumi un prasības veicina pēc iespējas plašāku tirgotāju loka iespējas piedāvāt savas preces vai pakalpojumus. Ja pastāv vairāki iespējamie risinājumi mērķa sasniegšanai, tad pašvaldībai būtu jāizvēlas mazāk konkurenci ierobežojoši risinājumi, jo īpaši tādu nosacījumu vai prasību noteikšana, kas pēc iespējas nodrošina plašāku tirgotāju loku.
- 14 KP aicina pašvaldības, nosakot jaunus noteikumus vai prasības, kurām ir potenciāls būt ierobežojošām vai izslēdzošām, iespēju robežās konsultēties ar tirdzniecības organizatoriem vai pašiem tirgotājiem par to iespējām konkrētās prasības izpildīt.

Piemērs:

Pašvaldības kapitālsabiedrības rīkotajā tirdzniecības vietu izsoles nolikumā bija ietvertas tirdzniecības nojumju vizuālās prasības, t. sk. attiecībā uz nojumju izmēru un toni. Lai gan KP atzina, ka ir svarīgi, ka tirdzniecības vietām tiek rasti vizuālie risinājumi, kas harmonizē ar apkārtējo vidi, kā arī iekļaujas tajā, tomēr, KP ieskatā, pastāvēja bažas, ka konkrētās prasības uzliek pārlietu lielus finansiālos un organizatoriskos šķēršļus potenciālo tirgotāju dalībai īslaicīgā ielu tirdzniecībā un aicināja pašvaldības kapitālsabiedrību un pašvaldību veikt prasību ietekmes uz konkurenci un uzņēmējdarbības vidi izvērtējumu, vērtējot, vai vispār ir nepieciešams noteikt atšķirīgas prasības nekā iepriekš noteiktas. Šāds izvērtējums būtu veicams pirms attiecīgo prasību noteikšanas un tām ir jābūt racionāli pamatotām. Vienlaikus KP vērsa uzmanību uz to, ka, ja tomēr tiek paredzētas izmaiņas prasībās, ir būtiski, ka tās ir savlaicīgi zināmas, kā arī to ieviešanai ir paredzēts pietiekošs pārejas periods, citādi pastāv konkurences ierobežošanas risks. Norādāms, ka konkrētā izpēte bija par īslaicīgajai ielu tirdzniecībai izvirzītajām prasībām, taču KP paustie principi attiecas arī uz tirdzniecību publisku pasākumu laikā.

- 15 Lai nodrošinātu vienlīdzīgu un godīgu attieksmi pret visiem potenciālajiem tirgotājiem un veicinātu plašāku interesi un dalību arī nākamajos

- pasākumos, pašvaldībai izvirzītie noteikumi vai prasības ir arī jāpiemēro paredzamā un vienlīdzīgā veidā. Lēmumam par atteikumu piedalīties tirdzniecībā ir jābūt pamatotam ar konkrētu prasību vai noteikumu neizpildi.
- 16 Ja tirdzniecības nolikumā nav ietverti kritēriji, pēc kuriem saņemtie pieteikumi tiks vērtēti un izvēlēti, tas var radīt neskaidrību potenciālajiem tirgotājiem un var veicināt subjektīvu lēmumu pieņemšanu pašvaldībā.

Piemērs:

Pašvaldība skaidroja, ka pieteikšanās kārtība tirdzniecībai publiskajā pasākumā bija noteikta tirdzniecības nolikumā. Taču ne no pašvaldības skaidrojuma, ne no nolikuma nebija skaidrs, pēc kādiem tieši kritērijiem tirgotāji tika izvēlēti. KP aicināja pašvaldību pārskatīt pieteikšanās kārtību un citus organizatoriskos procesus saistībā ar tirdzniecības organizēšanu pašvaldībā un rīkoties tā, lai tajos noteiktā kārtība, ietvertās prasības un vērtēšanas kritēriji nodrošinātu vienlīdzīgas iespējas un caurredzamību, novēršot bažas par iespējami nevienlīdzīgu attieksmi pret potenciālajiem tirgotājiem.

- 17 Lēmums saistībā ar potenciālā tirgotāja pieteikumu jāpaziņo tam rakstiski (vai citā veidā, ja tāds noteikts tirdzniecības noteikumos (nolikumā)). Par lēmumu jāpaziņo savlaicīgi, pirms konkrētā pasākuma norises laika. Pretējā gadījumā tirgotājiem, kas tiek noraidīti, var nebūt pietiekami daudz laika, lai saplānotu savu dalību citos tirdzniecības pasākumos, kas var ietekmēt to darbību, it īpaši, ja konkrētais pasākums ir nozīmīgs pārdošanas notikums.
- 18 KP apzinās, ka publiskajos pasākumos, kas pēc mēroga ir mazāki un kuros nav liels tirgotāju skaits, atsevišķi noteikumi (nolikums) varētu netikt izstrādāti. Šādos gadījumos jānodrošina, ka informācija par pasākumu, pieteikšanos (termiņiem) ir savlaicīgi un brīvi pieejama potenciālajiem tirgotājiem un ka visi saņemtie pieteikumi tiek godīgi un vienlīdzīgi izvērtēti.

3.4. Vietējo komersantu atbalsts

- 19 Tirdzniecības publisku pasākumu laikā un gadatirgu mērķis bieži vien ir piedāvāt preces, kas ir unikālas, atšķirīgas no ikdienas sortimenta, raksturīgas konkrētajam reģionam, kā arī popularizēt vietējo amatnieku un ražotāju īpašās prasmes un iemaņas.
- 20 Lai gan viena no pašvaldības autonomajām funkcijām ir sekmēt saimniecisko darbību pašvaldības administratīvajā teritorijā un sniegt tai atbalstu,³ pašvaldībai jārod samērīgs risinājums, kas izceļ vietējos komersantus, it sevišķi tādus, kas piedāvā atšķirīgas, unikālas vai reģionam tipiskas preces un pakalpojumus⁴, taču vienlaikus neierobežo vai faktiski

³ Pašvaldību likuma 4. panta pirmās daļas 12. punkts.

⁴ Arī Ministru kabineta noteikumu 23.1. apakšpunktā ir paredzēts, ka, organizējot ielu tirdzniecību, pirmtiesības tikt iekļautam tirdzniecības dalībnieku sarakstā ir tirdzniecības

neieslēdz iespējas tirdzniecībā piedalīties arī tirgotājiem no citām pašvaldībām.

Piemēri:

■ Pretēji pašvaldības iestādes sabiedriskās ēdināšanas noteikumiem, ne visiem potenciālajiem tirgotājiem tika nosūtīts pretendentu atlases komisijas rakstveida lēmumus par rezultātiem, kā arī piedāvājums izvēlēties tirdzniecības vietu, saņemto punktu secībā. Tā vietā pašvaldības pārstāvis tirdzniecības vietu ierādīja uz vietas klātienē, mutiski skaidrojot, ka noteiktā teritorijā strādās tikai vietējie sabiedriskās ēdināšanas pakalpojuma sniedzēji, lai gan noteikumos ietvertie kritēriji paredzēja piešķirt punktus tikai par tirdzniecības sortimentu un tā daudzumu, tirdzniecības vietas tehnisko nodrošinājumu, noformējumu un darbinieku tērpu nodrošinājumu, kā arī apkalpojošā personāla skaitu.

■ Pašvaldības rīkotajā nomas tiesību izsolē uz tirdzniecības vietām publiskā pasākumā bija noteikta prioritāte komersantiem, kuri ir reģistrēti vai veic saimniecisko darbību attiecīgajā novadā. KP vērtējumā, izsolē nosakot prioritāro statusu pašvaldībā reģistrētiem vai komercdarbību veicošiem komersantiem un neierobežojot tirdzniecības vietu skaitu, uz kurām var pieteikties viens komersants, tika pārmērīgi ierobežota iespēja piedalīties tirdzniecībā komersantiem, kas reģistrēti ārpus novada, kā rezultātā pašvaldība neievēroja pienākumu savā darbībā nodrošināt brīvu un godīgu konkurenci.

- 21 Ja pašvaldība nosaka prioritāru statusu vietējiem komersantiem, kā arī publiskajā pasākumā ir ierobežots (neliels) tirdzniecības vietu skaits, pašvaldībai ir rūpīgi jāizvērtē iespēja ierobežot tirdzniecības vietu skaitu, uz kurām attiektos prioritāte un/vai noteikt, ka viens komersants var pretendēt tikai uz vienu tirdzniecības vietu. Nebūtu pieļaujama situācija, kad viens vai atsevišķi vietējie komersanti iegūst tiesības uz visām publiskajā pasākumā pieejamajām tirdzniecības vietām, tādējādi izslēdzot citu komersantu iespējas piedalīties tirdzniecībā.
- 22 Atsevišķas pašvaldības norādījušas, ka nav bijusi situācija, kad tiktu noraidīti potenciālie tirgotāji, vai būtu nepieciešams rīkot izsoli dalībai tirdzniecībā pašvaldības organizētajos publiskajos pasākumos, jo liela mēroga pasākumi pašvaldībā parasti notiek vasarā, piemēram, brīvdabas estrādē, kurā ir pietiekams tirdzniecības vietu skaits. Situācijās, kad tomēr ir ierobežots tirdzniecības vietu skaits, ir pozitīvi vērtējama pašvaldību iniciatīva organizēt (nodrošināt) tirdzniecības iespējas arī citiem

dalībniekam, kurš pārdod šo noteikumu 7. punktā minētās preces, t. sk. pašu ražoto lauksaimniecības produkciju, pašu iegūtus svaigus zvejas produktus, savvaļas ogas, augļus, riekstus, sēnes, savvaļas ziedus.

komersantiem ārpus publiskā pasākuma teritorijas, piemēram, gadatirgus formātā.

Piemērs:

Lai gan tirdzniecības vietu skaits publiskā pasākuma teritorijā bija ierobežots un daļa tirdzniecības vietu bija rezervētas vietējiem komersantiem, citi komersanti (amatnieki, dizaineri, mājražotāji u. c.) varēja pieteikties uz tirdzniecības vietām pasākuma gadatirgū, kas norisinājās blakus publiskajam pasākumam. Gadatirgu organizēja privātais tirdzniecības organizators, un tirdzniecības vietu skaits nebija ierobežots. Dalībai gadatirgū pieteicās vairāk nekā 200 tirgotāju no dažādām Latvijas pilsētām un novadiem.

4. PAŠVALDĪBU ORGANIZĒTI PUBLISKIE PASĀKUMI AR PRIVĀTAJIEM ATBALSTĪTĀJIEM

- 23 Lai nodrošinātu publiska pasākuma apmeklētājiem pēc iespējas saistošāku, augstākas kvalitātes pasākumu, pašvaldības, organizējot publiskus pasākumus, nereti piesaista līdzfinansējumu vai cita veida atbalstu (noteiktu aktivitāšu organizēšana/nodrošināšana, balvu fonds, aprīkojums/mēbeles u. c.) no privātajiem komersantiem.
- 24 Izvēloties publiska pasākuma atbalstītāju, pašvaldībai jānodrošina vienlīdzīgas iespējas visiem komersantiem – iespējamiem pasākuma atbalstītājiem, kas atbilst caurspīdīgiem, nediskriminējošiem un pamatotiem kritērijiem, pretendēt uz publiskā pasākuma atbalstītāja statusu. Lai veicinātu konkurenci, vēlams risinājums publiskā pasākuma atbalstītāja izvēlei būtu savlaicīga konkursa (izsoles) pasākuma atbalstītāja tiesību iegūšanai izsludināšana un rīkošana, lai noskaidrotu izdevīgākā piedāvājuma iesniedzēju.
- 25 Iespējamās situācijas, kad privātais komersants pēc savas iniciatīvas piedāvā pašvaldībai atbalstīt pašvaldības organizētu publisko pasākumu un kad, iespējams, nebūtu lietderīgi rīkot konkursu par pasākuma atbalstīšanas tiesību piešķiršanu. Izvērtējot, vai konkursa (izsoles) rīkošana būtu piemērotākais risinājums pasākuma atbalstītāja izvēlei, pašvaldībai būtu jāņem vērā publiskā pasākuma plānotais apmērs, finansējuma apjoms, ko nepieciešams piesaistīt, iespējamais finanšu un administratīvais slogs uz pašvaldību un potenciālajiem pasākuma atbalstītājiem, kā arī citi konkrētajai situācijai atbilstoši faktori.
- 26 Nereti, lai piesaistītu līdzfinansējumu vai cita veida atbalstu pasākumam, pašvaldība piešķir ekskluzīvas tiesības noteiktā preču kategorijā publiskā pasākuma atbalstītājam. Pašvaldībai ir jāizvērtē ekskluzīvo tiesību piešķiršanas ietekme uz konkurenci un uzņēmējdarbības vidi, lai šādu tiesību piešķiršana nesamērīgi neietekmētu citus iespējamus konkrēto preču un pakalpojumu piegādātājus.

Piemērs:

Pašvaldības iestāde rīkoja izsoli par ekskluzīvu tiesību iegūšanu noteiktas preču kategorijas tirdzniecībai pilsētas svētkos. Izsoles sākumcena bija noteikta tādā apmērā, kas liedza izsolē piedalīties mazajiem komersantiem. KP ieskatā, tādas izsoles sākumcenas noteikšana, kas liedz dalību izsolē mazākiem tirgus dalībniekiem pati par sevi nerada konkurences neitralitātes neatbilstību, ja izsoles mērķis ir nodrošināt pēc iespējas lielāku līdzfinansējumu publiskajam pasākumam.

- 27 Līdzīgi kā gadījumos, kad tirdzniecības vietu skaits ir ierobežots, arī gadījumos, kad tiek piešķirtas ekskluzīvas tiesības noteiktās preču

kategorijās, pašvaldībai būtu jānodrošina arī citu komersantu iespējas piedāvāt savu produkciju publiskā pasākuma laikā, piemēram, ārpus konkrētā pasākuma teritorijas. Tādējādi pašvaldība nodrošinātu citiem komersantiem (kas nav pasākuma atbalstītāji) iespēju sasniegt patērētājus, kā arī nodrošinātu plašāku piedāvājumu pasākuma apmeklētājiem.

5. PRIVĀTO KOMERSANTU VAI NVO ORGANIZĒTI PUBLISKIE PASĀKUMI AR PAŠVALDĪBAS ATBALSTU

- 28 Tirdzniecība var norisināties arī privātā komersanta vai NVO organizēta publiska pasākuma norises laikā un vietā.
- 29 Situācijās, kad pašvaldība piešķir publiska pasākuma rīkošanas tiesības privātajam komersantam (pasākuma rīkotājs), bet nodrošina līdzfinansējumu vai cita veida atbalstu pasākumam, piemēram, nodrošinot reklāmu, piešķirot tiesības izmantot pasākuma norises vietu (zeme, skatuve, u. tml.), ir būtiski, ka pašvaldība ir izstrādājusi skaidrus principus, atbilstoši kuriem šāds atbalsts tiek piešķirts, nodrošinot caurspīdīgu procesu un iepriekš zināmus kritērijus.
- 30 Gadījumos, kad par publiska pasākuma organizatorisko pusi (t. sk. tirdzniecības koordinēšanu un/vai organizēšanu) atbild privātais komersants vai NVO, nevis pašvaldība, pasākuma organizators atlasa tādus tirgotājus, kas atbilst pasākuma koncepcijai, organizatora vajadzībām un iespējām. Šādās situācijās konkurences neitralitātes regulējums nebūs piemērojams. Vienlaikus atkarībā no pasākuma rakstura, pašvaldības atbalsta apmēra un citiem faktoriem pašvaldībai būtu jāizvērtē iespējas paredzēt nosacījumus, atbilstoši kuriem tiktu izvēlēti tirgotājiem, tādā veidā veicinot caurskatāmību un vienlīdzīgu konkurenci potenciālo tirgotāju starpā.
- 31 Gadījumā, ja pašvaldība ne tikai piešķir finansējumu publiskajam pasākumam, bet arī iesaistās pasākuma organizatoriskajos aspektos, pašvaldībai jāievēro pienākums nodrošināt brīvu un godīgu konkurenci. Nebūtu pieļaujams, ka pašvaldība būtiski atbalsta viena komersanta publisko pasākumu, kas pēc būtības ir komerciāla rakstura, proti, pasākuma mērķis ir konkrētā komersanta preču vai pakalpojumu tirdzniecība un/vai konkrētā komersanta reputācijas un atpazīstamības veicināšana.

Piemēri:

Lai gan pašvaldība pauda, ka konkrētajā datumā un vietā norisinājās divi atsevišķi pasākumi (pašvaldības pasākums un privātā komersanta pasākums), KP vērtējumā, privātais komersants (un tā organizētais publiskais pasākums) guva vērā ņemamas priekšrocības no pašvaldības organizētās kultūras programmas, kā arī no pašvaldības nodrošinātās pasākuma publicitātes. Ņemot vērā, ka tirdzniecībā pasākuma laikā piedalījās tikai pasākuma organizatora grupas uzņēmumi, jo citiem komersantiem bija noteikts, ka tiem jāatbilst mājražotāja statusam, KP ieskatā, pašvaldība neievēroja pienākumu savā darbībā nodrošināt brīvu un godīgu konkurenci.

KP atzinīgi vērtēja pašvaldības iniciatīvu privāta komersanta rīkotajā un pašvaldības atbalstītajā publiskajā pasākumā nodrošināt citu komersantu iespēju piedalīties tirdzniecībā publiskā pasākuma laikā, sedzot izmaksas, kas saistītas ar mājražotāju zonas iekārtošanu.

- 32 Konkurences neitralitātes regulējums netiks piemērots situācijās, kad publisko pasākumu, kurā norisinās tirdzniecība, organizē privātais komersants vai NVO bez pašvaldības atbalsta. Vienlaikus pašvaldībai ir jānodrošina, ka visiem komersantiem ir vienlīdzīgas iespējas pieteikties un saņemt atļauju publiska pasākuma rīkošanai un/vai tirdzniecības atļauju. Tāpat pašvaldībai jānodrošina, ka tā, izvērtējot pieteikumus un izsniedzot atļaujas vai atteikumus, piemēro atbilstošo regulējumu, t. sk. Publisku izklaides un svētku pasākumu drošības likumu, Ministru kabineta noteikumu Nr. 440⁵ un attiecīgos konkrētās pašvaldības saistošos noteikumus, vienlīdzīgā un paredzamā veidā.

⁵ Piemēram, īstenojot Ministru kabineta noteikumu Nr. 440 8.6. apakšpunktā noteiktās tiesības gadījumos, kad tirdzniecība tiek organizēta nekustamajā īpašumā, kas ir pašvaldības īpašumā vai valdījumā, izvērtēt iespēju noteikt gan tiesības tirdzniecības organizatoram noteikt tirgotājiem maksu par tirdzniecības organizēšanas nodrošināšanu, gan arī minētās maksas maksimālo apmēru. Tādā veidā tiktu samērotas tirdzniecības organizatoru un tirgotāju intereses.

6. PAŠVALDĪBU RĪCĪBAS IZVĒRTĒJUMS

- 33 KP aicina pašvaldības ik pa laikam patstāvīgi veikt publisku pasākumu, kuros norisinās tirdzniecība, kārtības, dokumentu, procesu un savas rīcības izvērtējumu, tādējādi identificējot un novēršot potenciālos konkurences neitralitātes neatbilstības riskus. Neveicot šādus izvērtējumus, pastāv risks, ka potenciālie tirgotāji vairs var nebūt ieinteresēti piedalīties tirdzniecībā pašvaldības organizētos publiskos pasākumos, tādējādi nenodrošinot pasākuma apmeklētājiem labāko, atbilstošāko un daudzveidīgāko preču un pakalpojumu sortimentu.