



Konkurences padome

Ikdienas patēriņa preču
mazumtirdzniecības lielveikalu vidē
tirgus uzraudzība.
Iepirkumu grupu darbības izpēte

Noslēguma ziņojums

29.04.2015.
Rīga

SATURA RĀDĪTĀJS

| | |
|--|----|
| 1. IEVADS | 3 |
| 2. UZRAUDZĪBAS MĒRĶI UN UZDEVUMI..... | 3 |
| 3. KOOPERĀCIJU/IEPIRKUMU GRUPU DARBĪBAS PAMATPRINCIPI..... | 4 |
| 4. KOOPERĀCIJU/IEPIRKUMU GRUPU APKOPOTĀ INFORMĀCIJA | 5 |
| 5. PARTNERU (JURIDISKO PERSONU) SKAITS KOOPERĀCIJĀS..... | 5 |
| 6. KOPĒJAIS VEIKALU SKAITS KOOPERĀCIJĀS..... | 6 |
| 7. AKCIJAS KOOPERĀCIJĀS/IEPIRKUMU GRUPĀS | 7 |
| 8. SORTIMENTA PLĀNOŠANA UN CENU NOTEIKŠANAS POLITIKA KOOPERĀCIJĀS/IEPIRKUMU GRUPĀS | 8 |
| 9. IENĀKUMU SADALE KOOPERĀCIJĀS/IEPIRKUMU GRUPĀS..... | 8 |
| 10.„JUMTA LĪGUMI” KOOPERĀCIJĀS/IEPIRKUMU GRUPĀS | 9 |
| 11.INSTITŪCIJAS KOOPERĀCIJĀS/IEPIRKUMU GRUPĀS | 9 |
| 12.KOOPERĀCIJU/IEPIRKUMU GRUPU REALIZĀCIJAS APJOMS | 9 |
| 13.PAŠŽĪMOLA PRECES KOOPERĀCIJĀS/IEPIRKUMU GRUPĀS..... | 12 |
| 14. ATSEVIŠĶU KOOPERĀCIJU/IEPIRKUMU GRUPU DARBĪBAS SPECIFIKA | 12 |
| 14.1. BALTSTOR | 12 |
| 14.2. BETA..... | 13 |
| 14.3. ELVI | 13 |
| 15. KOOPERĀCIJU/IEPIRKUMA GRUPU LĪGUMA NOTEIKUMU SALĪDZINĀJUMS PIEGĀDĀTĀJAM SIA „VOLDEMĀRS” | 13 |
| 16.BALTSTOR LĪGUMU ANALĪZE AR MAIZES UN ČĪPŠU PIEGĀDĀTĀJIEM | 14 |
| 17.PIEGĀDĀTĀJU NOZĪMĪGUMS KOOPERĀCIJĀM/ IEPĪRKUMU GRUPĀM..... | 16 |
| 18.SECINĀJUMI | 18 |

1. IEVADS

Viens no Konkurences padomes (turpmāk – KP) mērķiem ir uzraudzīt sektorus, kas visvairāk ietekmē patērētāju ikdienu, tāpēc 07.03.2014. KP uzsāka jaunu mazumtirdzniecības lielveikalu vidē tirgus uzraudzības izpēti virzienu, kurā izvērtēja *iepirkumu grupu/apvienību darbības*.

Tā kā līdz šim mazumtirgotāju apvienību SIA „Baltstor” (turpmāk-Baltstor), SIA „Latvijas tirgotāju kooperācija „AIBE” (turpmāk-AIBE), SIA „Latvijas tirgotāju savienība” (turpmāk-LaTs), SIA „ELVI Latvija” (turpmāk-ELVI), SIA „Iepirkumu grupa” (turpmāk – Iepirkumu grupa), SIA „Rust” un SIA „Savel” (turpmāk – Rust, Savel, bet abas divas komercsabiedrības kopā - BETA) darbība nebija padziļināti pētīta un salīdzināta, šīs uzraudzības ietvaros KP izvērtēja mazumtirgotāju apvienību/iepirkumu grupu darbības, izpētot gan līgumus ar piegādātājiem, gan uzņēmumu praktisko sadarbību kooperāciju/iepirkumu grupu ietvaros.

Lai gan Latvijā pastāvošās vairākas veikalu kooperācijas jeb iepirkumu grupas savā ziņā pēc to darbības principiem ir līdzīgas, tomēr atsevišķos gadījumos atšķiras to juridiskais statuss un noteikti darbības principi. Tādējādi tirgus uzraudzības ietvaros KP aplūkoja katras kooperācijas/iepirkumu grupas juridisko pamatu (dibināšanas līgumi), lielumu (apgrozījums) un vietu (konkurētspēja) konkrētajā tirgū. KP arī vērtēja kooperācijās/iepirkumu grupās ietilpstošo komersantu darbības koordinācijas pakāpi kooperācijas ietvaros un preču iepirkšanas sadarbības noteikumus ar piegādātājiem. Tāpat uzraudzībā tika vērtēts, vai kooperācijā/iepirkumu grupā ietilpstošie biedri var tikt uzskatīti par neatkarīgiem katras iepirkumu grupas ietvaros.

Otrs izpēti virziens uzraudzībā bija novērtēt konkurences situāciju atsevišķās produktu grupās, tādējādi novērtējot patērētāju izvēles iespējas:

- 1) KP tirgus uzraudzības ietvaros un, pamatojoties uz iepriekš veikto eiro ieviešanas uzraudzību, izvēlējās šādas produktu grupas un konkrētajos tirgos padziļināti vērtēja produktu konkurenci un piedāvāto sortimentu :
 - griķi;
 - rīsi;
 - rudzu maize;
 - dzirkstošais vīns;
 - piens;
 - biezpiena sierīņi;
 - zobu pasta;
 - kartupeļu čipsi;
 - tostermaize;
- 2) vienlaicīgi uzraudzības ietvaros tika pētīts, vai akciju periodos mazumtirgotāji iepērk akcijas preces ar iepriekšēju nolūku palielināt iepirkto apjomu, lai pēc akciju perioda beigām preces tiktu pārdotas par regulāro cenu, tādējādi panākot augstāku piecenojumu un lielāku peļņu uz ražotāja/iegādātāja rēķina.

2. UZRAUDZĪBAS MĒRĶI UN UZDEVUMI

Tirgus uzraudzības mērķi:

- izvērtēt mazumtirgotāju apvienību/iepirkumu grupu darbību;

- izvērtēt konkurences situāciju mazumtirgotāju apvienību/iepirkumu grupu segmentā;
- pārbaudīt Konkurences likuma (turpmāk – KL) 13.panta otrās daļas pārkāpuma pazīmju esamību mazumtirgotāju darbībā, kā arī šo uzņēmumu darbību atbilstību KL 11.pantam;
- noteikt iespējamus riskus konkurencei, tajā skaitā, identificējot iespējamus riskus kontekstā ar plānotām *Negodīgas mazumtirdzniecības prakses aizlieguma likuma* (turpmāk – NMPAL) normām, kuras spēkā būs no 01.01.2016.

Tirgus uzraudzības uzdevumi:

- izvērtēt situāciju saistībā ar mazumtirgotāju apvienību dinamiku (iesaistītie biedri, biedru skaita pieaugums, realizēto preču apgrozījums);
- noskaidrot mazumtirgotāju apvienību biedru juridisko statusu (biedru neatkarība apvienības ietvaros, t.i., sadarbība uz franšīzes pamata vai cita sadarbības forma);
- noteikt barjeras ienākšanai tirgū un jaunu biedru piesaistei (pāriešana no vienas grupas uz otru);
- izvērtēt veikalu, kā arī apvienību līgumus ar piegādātājiem noteiktās preču kategorijās, kā arī citus dokumentus, kas ir saistīti ar preču piegādi, veicot apmeklējumus gan pie iepirkumu grupām, gan arī pie atsevišķiem iepirkumu grupu/kooperāciju biedriem.

3. KOOPERĀCIJU/IEPIRKUMU GRUPU DARBĪBAS PAMATPRINCIPI

Uzraudzības ietvaros KP apkopoja informāciju par zemāk norādīto kooperāciju/iepirkuma grupu pamatprincipiem, kooperācijas sadarbības mērķiem un galvenās kopīgās darbības pazīmes.

Tabula Nr.1

Kooperācijas/iepirkumu grupas Latvijā

| AIBE | Iepirkumu grupa | Baltstor | LaTs | ELVI |
|---|---|---|--|---|
|  |  |  |  |  |

Apkopojot informāciju par visu minēto kooperāciju/iepirkumu grupu darbības pamatprincipiem, secināms, ka visu kooperāciju/iepirkumu grupu darbības pamatprincipi saistīti ar labāku tirdzniecības noteikumu, augstāku apjoma atlaižu iegūšanu no preču piegādātājiem un ražotājiem un kopīga iepirkuma veikšanu. Vienlaicīgi kooperāciju/iepirkumu grupu kopīgā iezīme saistīta ar kopīgu mārketinga aktivitāšu realizēšanu. Piemēram, kooperācijās/iepirkumu grupās Baltstor, LaTs un ELVI ieviesta kopīga lojalitātes programma (t.sk. LaTs, ELVI klienta karšu veidā). Lielākoties ar atsevišķiem uzņēmumiem kooperācijā/iepirkumu grupā ietilpstošo partneru veikali strādā zem vienota attiecīgā mazumtirdzniecības tīkla koncepta, un izmantojot vienotu zīmolu.

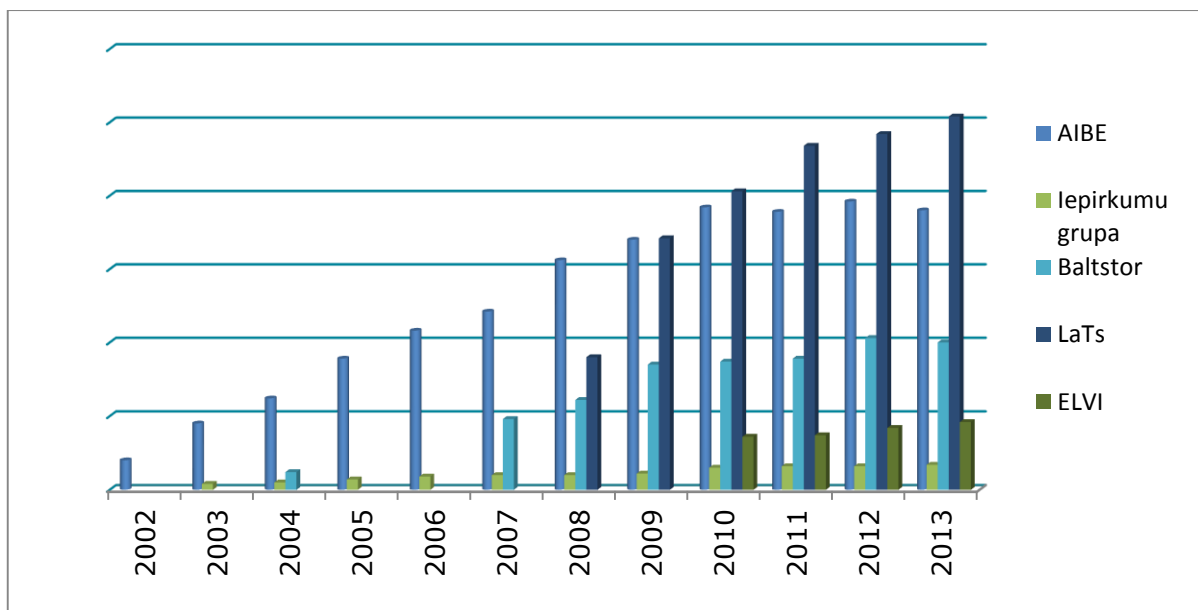
4. KOOPERĀCIJU/IEPIRKUMU GRUPU APKOPOTĀ INFORMĀCIJA

Tā kā kooperācijās/iepirkumu grupās ietilpst ievērojams skaits partneru un kooperācijas/iepirkumu grupu darbības nodrošināšanai sadarbībā gan ar piegādātājiem, gan pašiem partneriem notiek daļēja informācijas apmaiņa par preču tirdzniecību kooperācijas ietvaros, uzraudzības ietvaros KP apzināja informāciju, kuru katra kooperācija/iepirkumu grupa apkopo par saviem partneriem, vienlaicīgi noskaidrojot, kādi ierobežojumi pastāv katras iepirkumu grupas/kooperācijas kopējā sistēmā.

No apkopotajiem datiem par informācijas plūsmu starp piegādātājiem un kooperāciju/iepirkumu grupu partneriem secināms, ka kooperācijās/iepirkumu grupās pastāv atšķirīgas informācijas apkopošanas iespējas. Galvenokārt kooperācijas/iepirkumu grupas apkopo informāciju par tajās ietilpstošo veikalu apgrozījumu (reizi mēnesī), sadarbības partneru (veikalu) iepirkuma apjomu no „Jumta līgumu” piegādātājiem (katru mēnesī), atsevišķas kooperācijas/iepirkumu grupas apkopo informāciju par mārketinga aktivitātēm, taupības programmām un to ietvaros realizētajām precēm. Visas kooperācijas/iepirkumu grupas sniedza informāciju, ka atšķirīgo IT sistēmu dēļ kooperāciju iekšienē nepastāv 100% informācijas apkopošanas iespēja, īpaši griezumā pa atsevišķu produktu kategorijām.

5. PARTNERU (JURIDISKO PERSONU) SKAITS KOOPERĀCIJĀS

Attēlā Nr.1 apkopota informācija par katras kooperācijas partneru/dalībnieku skaita dinamiku pa gadiem. No apkopotās informācijas konstatējams, ka partneru skaits kooperācijās pieaug. Lielākā daļa no kooperācijām sniedza informāciju, ka partneru pāriešana no vienas kooperācijas uz citu mēdz notikt, taču pāriešanas īpatsvars vērtējams kā nebūtisks, lai gan ir ar pieaugošu tendenci. Migrācijas iemesli ir dažādi, piemēram, izdevīgāku nosacījumu meklēšana, bankrots vai citi apstākļi. Pāriešana var noritēt, sākot no vienas nedēļas līdz vairākiem gadiem, un šķērslis pāriešanai varētu būt kāda saistoša līguma esamība ar kādu citu komersantu. Izbeidzot sadarbību, tīkla dalībnieki var pievienoties citai iepirkumu grupai, izbeigt darbību mazumtirdzniecībā vai arī veidot savu veikalu tīklu. KP uzraudzības ietvaros nekonstatēja, ka kooperācijas/iepirkumu grupas veidotu šķēršļus tīkla dalībnieku pārejai uz citām iepirkumu grupām.



1.attēls. **Kooperācijās/iepirkumu grupās ietilpstošo partneru skaits 2002. - 2013.**

Avots: kooperāciju/iepirkumu grupu sniegtā informācija

Kopējais partneru skaits katrā no kooperācijām/iepirkumu grupām pieaug. Novērojams pakāpenisks partneru skaita pieaugums ar atsevišķiem izņēmumiem, kā AIBE 2011. un 2013.gadā. Lielākais partneru skaits 2014.gada 1.janvārī bija kooperācijā LaTs. LaTs lielākais dalībnieku skaita pieaugums vērojams pēc pirmā darbības gada (no 2008. uz 2009.gadu- - 95% pieaugums), pēc tam pārējos darbības gadus palielinot savu dalībnieku skaitu vidēji par 4-18%. Mazākais partneru skaits bija Iepirkumu grupai (Top!) un visu apsekoto laika periodu dalībnieku skaits saglabājies līdzīgā līmenī.

6. KOPĒJAIS VEIKALU SKAITS KOOPERĀCIJĀS

Zemāk tabulā Nr.2 atspoguļota katrā kooperācijā/iepirkumu grupā ietilpstošais veikalu skaits 2014.gada 1.janvārī.

Tabula Nr.2

Veikalu skaits kooperācijās/iepirkumu grupās

| | Veikalu skaits |
|------------------------|---|
| AIBE | 453 ~ 20% no šiem veikaliem nestrādā zem AIBE preču zīmes, neizmanto AIBE zinātību un tirdzniecības koncepciju. |
| Iepirkumu grupa | 230 veikali, t.sk: 98 top! veikali; 97 mini top! veikali; 14 Labais veikali; |

| | |
|-----------------|--|
| | 21 cita nosaukuma veikali (neattiecas TOP iepirkuma un mārketinga stratēģija). |
| Baltstor | 543 veikali, t.sk.: 96 M Mego veikali; 7 Mego New veikali; 150 Vesko veikali; 100 Mini Vesko veikali Baltstor veikala darbībā pastāv dažādas atšķirības, tā kā veikali darbojas zem dažādiem zīmoliem un ir dažāda lieluma. Pastāv sortimenta atšķirības, atšķirīgas uzskaites sistēmas un atšķirīgi veikalu tipi kā <i>aizletes</i> un pašapkalpošanās veikali, noliktavu tipa veikali, veikali ar nenoteiktu sortimentu. |
| LaTs | 504 Veikali pieder dažādām juridiskām personām un tie atšķiras, piemēram, dažiem veikaliem ir sava konditoreja, citiem kulinārija, ir letes veikali, pašapkalpošanās veikali. |
| ELVI | 94 ELVI veikali strādā saskaņā ar ELVI piedāvāto klasisko franšīzes modeli. Būtiskas atšķirības ELVI veikalu darbībā nepastāv. |

Avots: kooperāciju/iepirkumu grupu sniegtā informācija

Lielākais veikalu skaits 2014.gada 1.janvārī bija kooperācijā Baltstor (543), kurā pārstāvēti dažādu nosaukumu veikali (M Mego, Mego New, Vesko, Mini Vesko). Otra lielākā kooperācija ar 504 veikaliem konkrētajā periodā bija LaTs, bet trešā lielākā kooperācija ar 453 veikaliem bija kooperācija AIBE. Attiecīgi nākošā kooperācija/iepirkumu grupa pēc veikalu skaita bija Iepirkumu grupa ar 230 veikaliem, bet mazākais veikalu skaits bija veikalu tīklam ELVI (94).

Savukārt pēc veikalu kopējām platībām lielākais veikalu tīkls konkrētajā periodā bija kooperācijai LaTs.

7. AKCIJAS KOOPERĀCIJĀS/IEPIRKUMU GRUPĀS

Tā kā viens no visu kooperāciju/iepirkumu grupu mērķiem ir labāku iepirkuma cenu iegūšana no piegādātājiem, KP apkopoja informāciju par kooperāciju/iepirkumu grupu rīkotajām preču akcijām, akciju organizēšanu, koordinēšanu un ziņas par to, kāda veikali rīkojas ar precēm pēc akciju perioda beigām.

Viena no kooperāciju/iepirkumu grupu kopīgām iezīmēm ir kopīgu mārketinga aktivitāšu organizēšana, tajā skaitā iesaiste kooperāciju/iepirkumu grupu organizētajās akcijās. Visas no kooperācijām/iepirkumu grupām izdod akciju avīzes ar akciju preču piedāvājumiem. Akcijas produktu piedāvājumu piedāvā piegādātāji, taču galvenokārt

akcijas preču piedāvājums tiek saskaņots ar kooperācijas partneriem vai kooperācijas vadību (administrāciju). Produktu akcijas tiek plānotas noteiktu periodu, iepriekš tās saskaņojot. Akcijas savos veikalos var organizēt arī paši kooperācijas/iepirkumu grupas sadarbības partneri, nesaskaņojot tās ar kooperācijas vadību. Tādējādi veikalam tiek nodrošināta zināma neatkarība savā darbībā. Preces pēc akcijām tiek izpārdotas, bet, ja ir panākta vienošanās, prece tiek atdotas atpakaļ piegādātājam. Katrā akcijas produkta gadījumā situācija var būt atšķirīga. Ja būs panākta vienošanās par preču atdošanu atpakaļ, tad prece tiek atdota piegādātājam, bet lielākā skaitā gadījumu akcijas preces tiek iztirgotas (t.i., akcija tiek turpināta vai arī tiek rīkots akcijas preču cenu pazeminājums). Turklāt jāņem vērā, ka atsevišķas kooperācijas nenoliedza, ka pēc akciju perioda beigām prece mēdz tikt tirgota par regulāro cenu, un tikai tad, ja pēc preces nav pieprasījuma, vai tuvojas preces derīguma termiņš, prece tiek nocenota. Līdz ar to rīcības modeļi ar akcijas precēm pēc akciju perioda beigām ir dažādi.

8. SORTIMENTA PLĀNOŠANA UN CENU NOTEIKŠANAS POLITIKA KOOPERĀCIJĀS/IEPIRKUMU GRUPĀS

Kooperāciju/iepirkumu grupu viena no darbības kopējām iezīmēm ir kopīgs iepirkums. KP apkopoja informāciju par kooperāciju/iepirkumu grupu neatkarības pakāpi preču iepirkšanā un realizācijā gala patērētājiem, kā arī attiecībā uz sortimenta plānošanas neatkarību. Minētā informācija ir svarīga, lai izprastu katras kooperācijas/iepirkumu grupas partneru rīcības brīvību attiecībā uz sortimenta plānošanu un cenu noteikšanu.

Uzraudzības ietvaros tika konstatēts, ka iepirkuma cenas kooperācijas/iepirkumu grupu partneriem regulārajam un akcijas sortimentam ir vienādas. Preču gala cenas veikala plauktā noteikšana ir katra kooperācijas veikala brīva rīcība, izņemot akcijas preču gala cenas un pašzīmola preču gala cenas. Kooperācijas atsevišķam regulārajam sortimentam rekomendē gala cenas. Lai gan gala cenu rekomendācijas ievērošana ir katra veikala brīva izvēle un uzraudzības ietvaros veikali sniedza informāciju, ka gala cenas regulārā sortimenta precēm veikalos nosaka neatkarīgi pēc saviem ieskatiem, no konkurences aspekta KP ieskatā kooperāciju/iepirkumu grupu gala cenu rekomendēšana kooperācijas veikaliem var radīt risku saskaņotai horizontālai vienošanai starp kooperācijas/iepirkumu grupas biedriem. Sortimentu veikalu plauktos ir atkarīgs no veikala kategorijas. Atšķirīgās kooperācijās ir atšķirīga pieeja sortimenta noteikšanai veikalos. AIBE partneriem obligāto sortimentu nenosaka/neuzspiež. Taču citās kooperācijās/iepirkumu grupās obligātā sortimenta apmērs svārstās proporcijās no 70-100% apmērā un ir atkarīgs no veikala kategorijas. Neviena no kooperācijām/iepirkumu grupām neierobežo partnera brīvību attiecībā uz individuālu sadarbību ar reģionālajiem piegādātājiem.

9. IENĀKUMU SADALE KOOPERĀCIJĀS/IEPIRKUMU GRUPĀS

Ieguvumi jeb labums, kurš tiek saņemts no piegādātājiem katrā kooperācijā starp pašu kooperācijas administrāciju un kooperācijas partneriem, tiek sadalīts atšķirīgi. Tā kā klasiskā izpratnē partneri par dalību kooperācijās/iepirkumu grupās dalības maksu nemaksā, bet gan labums no piegādātājiem tiek saņemts kā bonusi vai atlaides, KP uzraudzības ietvaros apkopoja informāciju par katrā kooperācijā pastāvošo praksi no piegādātājiem saņemto ienākumu sadalē.

Saņemtās apjoma atlaides no piegādātājiem katrā kooperācijā/iepirkumu grupā starp kooperācijas/iepirkumu grupas vadību (administrāciju) un kooperācijas/iepirkumu

grupas partneriem tiek sadalītas atšķirīgās proporcijās. ELVI veikali maksā ELVI noteiktu franšīzes maksu, t.i., noteiktu procentu no franšīzes ņēmēja veikalu sasniegtā neto apgrozījuma, kas netiek praktizēts no citu kooperāciju/iepirkumu grupu puses. Publiski informācija par proporcionālajiem labuma apjomiem, kādus partneris var saņemt, nav pieejama. Minēto potenciālais partneris var uzzināt, komunicējot ar attiecīgo iepirkumu grupu/kooperāciju.

10. „JUMTA LĪGUMI” KOOPERĀCIJĀS/IEPIRKUMU GRUPĀS

Tā kā viens no kooperāciju/iepirkumu grupu sadarbības principiem ir kopējs iepirkums, kas tiek realizēts ar tā saucamo „Jumta līgumu” palīdzību, kurus ar piegādātājiem slēdz attiecīgās kooperācijas/iepirkumu grupas vadība, lai panāktu lielākas atlaides no piegādātājiem un citus labākus preču piegādes nosacījumus no piegādātājiem, uzraudzībā KP apkopoja informāciju par „Jumta līgumu” proporciju katrā no kooperācijām/iepirkumu grupām.

Kooperāciju/iepirkumu grupu noslēgto „Jumta līgumu” īpatsvars katrā no kooperācijām/iepirkumu grupām variē no 60-100%. Atlikušajā procentuālajā apmērā kooperācijas partneri darbojas brīvi ārpus „Jumta līgumu” iepirkumiem. Lielākā iesaiste (>80%) preču iepirkšanā caur „Jumta līgumiem” konstatējama Iepirkumu grupa un ELVI veikalu tīklā.

11. INSTITŪCIJAS KOOPERĀCIJĀS/IEPIRKUMU GRUPĀS

Partnerim iestājoties noteiktā kooperācijā/iepirkumu grupā, ar attiecīgo kooperāciju/iepirkumu grupu tiek noslēgts sadarbības līgums, kurš nosaka pušu atbildības sfēru kooperācijā un katras puses tiesības un pienākumus. Tāpat sadarbības līgumi atrunā atbildīgās institūcijas kooperācijā/iepirkumu grupā, kuras veic noteiktas funkcijas kooperācijā.

Iepirkumu grupās/kooperācijās eksistē tādas institūcijas kā valdes, dalībnieku sapulces, kolēģijas. Kooperācijās/iepirkumu grupās situācija mēdz būt atšķirīga. Nozīmīgas ir arī tirdzniecības komisijas vai veikalu padomes, kurās tiek apspriesti un risināti aktuālie tirdzniecības jautājumi par akcijām, par aktuālo nākotnes tirdzniecībā. Tirdzniecības komisijās tiek pārskatīti līguma noteikumi ar piegādātājiem, tās ņem vērā un izvērtē arī partneru viedokļus, kas tiek iesūtīti pirms tirdzniecības komisiju jeb veikalu padomes sanāksmēm.

12. KOOPERĀCIJU/IEPIRKUMU GRUPU REALIZĀCIJAS APJOMS

Tabulā Nr.3 apkopota informācija par kooperāciju/iepirkumu grupu realizācijas apgrozījumu 2013.gadā. Apgrozījums apkopots par visu kooperācijā/iepirkumu grupā ietilpstošo partneru apgrozījumu kopā. Minētajā tabulā apkopota informācija arī par citiem mazumtirdzniecības tirgus dalībniekiem, tajā skaitā SIA „Rimi Latvia” (turpmāk–RIMI), SIA „MAXIMA Latvija” (turpmāk–MAXIMA), AS „Prisma Latvija” (turpmāk–Prisma), SIA „Stockmann” (turpmāk–Stockmann) un SIA „Skai Baltija” (turpmāk–Skai), lai gūtu salīdzinošu priekšstatu par kooperāciju/iepirkumu grupu lielumu un konkurētspēju salīdzinājumā ar vadošajiem mazumtirgotājiem Latvijā.

Mazumtirdzniecības nespecializētajos veikalos tirgus dalībnieku un kooperāciju/iepirkumu grupu apgrozījuma un tirgus daļu salīdzinājums 2013.gada 31.decembrī

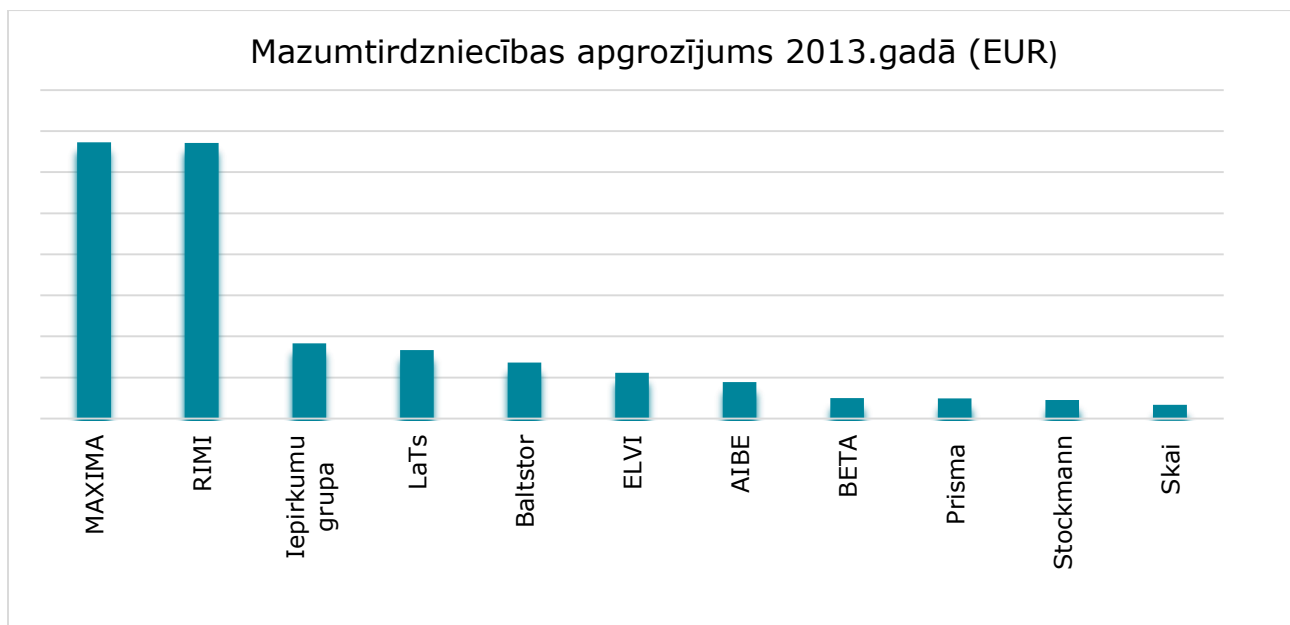
| | Tirgus daļas (%) pēc apgrozījuma |
|------------------------|---|
| MAXIMA | (*) [30-40]% |
| RIMI | (*) [30-40]% |
| Iepirkumu grupa | (*) [5-10]% |
| LaTs | (*) [5-10]% |
| Baltstor | (*) [5-10]% |
| ELVI | (*) [5-10]% |
| AIBE | (*) [1-5]% |
| BETA | (*) [1-5]% |
| Prisma | (*) [1-5]% |
| Stockmann | (*) [1-5]% |
| Skai | (*) [1-5]% |
| Kopā | 100,00% |

Avots: kooperāciju/iepirkumu grupu sniegtā informācija

Novērtējot lielo mazumtirdzniecības tīklu – MAXIMA un RIMI – tirgus daļu attiecību pret kooperācijām/iepirkumu grupām, secināms, ka 2013.gadā lielākā kooperācija bija IG, nākošā lielākā kooperācija bija LaTs, tai seko kooperācija Baltstor. Tomēr secināms, ka kooperāciju/iepirkumu grupu tirgus daļas ir ievērojami mazākas par lielo mazumtirdzniecības tīklu – MAXIMA un RIMI – tirgus daļām, kuras 2013.gadā bija 30-40% katram.

KP ieskatā Latvijā esošās kooperācijas/iepirkumu grupas, lai gan pakāpeniski attīstās, tomēr pēc sava lieluma nav vērtējamās kā efektīvi konkurenti MAXIMA un RIMI.

Mazumtirdzniecības apgrozījums 2013.gadā (EUR)



2.attēls. Mazumtirdzniecības apgrozījums uz 2013.gada 31.decembri, EUR

Avots: kooperāciju/iepirkumu grupu sniegtā informācija

No visām kooperācijām/iepirkumu grupām lielāko apgrozījumu 2013.gadā sasniegusi Iepirkumu grupa, kurai seko LaTs, trešā lielākā no kooperācijām pēc apgrozījuma bija Baltstor, bet ceturtā ELVI. Mazākais apgrozījums salīdzinājumā ar citām kooperācijām/iepirkumu grupām Latvijā bija AIBE.

Tabula Nr.4

Apgrozījuma izmaiņas % pret iepriekšējo periodu

| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|---------------------------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|---------------------|
| RIMI | 28,5% | 17,1% | -13,0% | -3,1% | 6,5% | 6,3% | 6,6% |
| MAXIMA | 21,8% | 20,2% | -8,1% | -0,2% | 5,8% | 9,0% | 5,1% |
| Palink¹ | 83,2% | 65,0% | 6,6% | 66,0% | 0,8% | -9,0% | N.D. ² |
| Prisma | 441,0% | 20,3% | 14,0% | 9,7% | 26,4% | 42,9% | 39,6% |
| Skai | 54,9% | 10,7% | -36,8% | -8,7% | 8,6% | 6,9% | 2,8% |
| Stockmann | 19,1% | 12,3% | -24,3% | -5,4% | 11,3% | 4,6% | -29,1% ³ |
| Baltstor | N.D. | 193,0% | -74,1% | 79,1% | 21,9% | -11,0% | 5,7% |
| AIBE | N.D. | -8,1% | -21,9% | -13,8% | 4,4% | -2,5% | -2,0% |
| ELVI | N.D. | 17,8% | -49,1% | 22,1% | 29,8% | 12,2% | 25,3% |
| Iepirkumu grupa | N.D. | 16,8% | -30,9% | 69,2% | 20,4% | 13,2% | 10,8% |
| LaTS | N.D. | N.D. | -16,0% | -67,5% | 13,3% | 24,8% | -22,0% |

¹ SIA „Palinks”

² Nav datu.

³ Stockmann apgrozījuma dati par laika periodu no 2007.-2012.gadam ietver arī veikala Seppala apgrozījumu, 2013.gada dati Seppala apgrozījumu neietver.

| | | | | | | | |
|-------------|-------|------|--------|------|------|-------|------|
| BETA | 15,6% | 5,2% | -15,0% | 2,5% | 3,0% | -1,8% | 0,0% |
|-------------|-------|------|--------|------|------|-------|------|

Avots: Informācija no komercsabiedrību gada pārskatiem

Lai gan, apmeklējot iepirkumu grupas/kooperācijas, sarunās tika uzsvērts, ka kooperācijas attīstās un to apgrozījums pieaug, tomēr, novērtējot iepirkumu grupu/kooperāciju apgrozījumus pa gadiem, nav iespējams secināt, ka apgrozījums visām kooperācijām nemainīgi pieaug, jo kooperācijām AIBE un LaTs apgrozījums 2013.gadā salīdzinājumā ar 2012.gadu ir krities. AIBE apgrozījums ir samazinājies gan 2012., gan 2013.gadā. LaTs apgrozījuma kritums 2013.gadā pret 2012.gadu bijis ievērojams (-22%). Savukārt kooperācijām ELVI un Iepirkumu grupa apgrozījums pa gadiem no 2010.-2013.gadam pieaudzis. Kooperācijas Baltstor apgrozījuma rādītāji no gada uz gadu bijuši svārstīgi, tomēr kopumā novērtējami ar pozitīvu tendenci. Lielo mazumtirdzniecības tīklu MAXIMA, RIMI apgrozījuma rādītāji laika periodā no 2011.-2013.gadam bijuši ar pieaugošu tendenci.

13. PAŠZĪMOLA PRECES KOOPERĀCIJĀS/IEPIRKUMU GRUPĀS

Uzraudzības ietvaros tika apkopota informācija par pašzīmola preču klāstu kooperācijās/iepirkumu grupās 2013.gadā – zīmoli, skaits, produktu grupas un tendences pēdējos trīs gados, ražotāji, ar kuriem katrai kooperācijai/iepirkumu grupai notiek sadarbība, pašzīmola produktu īpatsvars attiecībā pret kopējo preču apgrozījumu, kā arī nosacījumi attiecībā uz pašzīmola produktu izplatīšanu.

Lai gan trīs no piecām aptaujātām kooperācijām/iepirkumu grupām pircējiem savos veikalos piedāvā pašzīmola preces un katru gadu to sortiments paplašinās, tomēr kooperācijas/iepirkumu grupas nav orientētas uz darbības koncentrēšanu pašzīmola preču jomā, par ko liecina arī salīdzinoši pieticīgais pašzīmola preču īpatsvars – līdz 10% kopējā apgrozījumā.

14. ATSEVIŠĶU KOOPERĀCIJU/IEPIRKUMU GRUPOU DARBĪBAS SPECIFIKA

14.1. BALTSTOR

Baltstor partneri par dalību kooperācijā saņem apjoma atlaides. Saskaņā ar informāciju, kura iegūta no Baltstor, tiek kontrolēts izvietojums atbilstoši planogrammām. Par izvietojumu plauktos īpaši cīnās alus, čipšu, cigarešu piegādātāji. Planogrammas tiek pārskatītas līgumu slēgšanas brīdī. Piegādātāju pārstāvji seko līdzī savas produkcijas izvietojumam. Baltstor, izveidojot planogrammu, ņem vērā abu pušu intereses. Gadījumos, kad līgumi ar piegādātājiem tiek slēgti ar kooperācijas Baltstor starpniecību, attiecīgās planogrammas izstrādā kooperācijas Baltstor vadība, tās saskaņojot ar veikalu īpašniekiem.

Tāpat kā citām kooperācijām, Baltstor pastāv Tirdzniecības komisija (citām kooperācijām nosaukums atšķiras). Kooperācijas partneri ierodas uz Tirdzniecības komisiju, kur izsaka vēlmes par akcijām, tiek pārrunāti jautājumi par Baltstor piedāvātajām rekomendācijām, par aktuālo nākotnes tirdzniecībā. Tirdzniecības komisija sastāv no Baltstor darbiniekiem un partneru pārstāvjiem, piegādātājiem. Tirdzniecības komisijā tiek pārskatīti līguma noteikumi ar piegādātājiem, aktivitātes

„karstās trešdienas” nosacījumi, par akcijām „karstās trešdienas” pieņemtie lēmumi ir saistoši visiem partneriem.

14.2. BETA

Tirdzniecības tīkls BETA pieder divām komercsabiedrībām: Savel un Rust. Taču minētās komercsabiedrības nav noslēgušas līgumus par dalību kooperācijā jeb iepirkumu grupā. Savel ir veikali Rīgā, Daugavpilī, Siguldā, Ogrē un Aizkrauklē. Rust ir veikali Balvos, Gulbenē, Jēkabpilī, Jelgavā, Krāslavā, Līvānos, Liepājā, Madonā, Preiļos, Rēzeknē un Ventspilī.

BETA veikalu skaits tiek paplašināts, ja uzņēmumi strādā ar peļņu un uzņēmumu valdes ir pieņēmušas lēmumu noteiktā reģionā atvērt jaunu veikalu BETA. Veikalu BETA skaits ir mainījies kopš abu uzņēmumu dibināšanas pakāpeniski, strādājot ar peļņu un atverot jaunus veikalus, aptuveni pa vienam līdz diviem veikaliem kalendārā gada ietvaros. Kopējais veikalu BETA skaits uz 2014.gada 1.janvāri bija 38 veikali, no kuriem Savel piederēja 18 veikali, bet Rust piederēja 20 veikali. Veikalu BETA darbībā īpašas atšķirības nepastāvo. Veikalu tīklā BETA regulāri tiek organizētas akcijas, produkcija, kas netiek izpārdota akcijas laikā, tiek atdota atpakaļ piegādātājiem. Savel un Rust strādā patstāvīgi, katra SIA savos veikalos patstāvīgi seko preču izvietojumam. Starp Savel un Rust pastāv nelielas atšķirības sadarbības partneros un preču piegādē, jo ir piegādātāji, kuri precīzi piegādā tikai savam noteiktam reģionam.

BETA tīkla pašzīmola preces ir iepakojuma maisiņi un sērkoksiņi. Iegūtā informācija liecina, ka abām kompānijām pastāv kopīgs mārketingas, jo ir kopīga reklāmas akciju ikmēneša avīze. Preču zīme BETA ir vecāka nekā Savel un Rust, preču zīme BETA tiek nomāta no SIA „Zemniecība”.

14.3. ELVI

KP veica trīs ELVI veikalu apmeklējumus un aptaujāja veikalu vadītājus, lai pārliecinātos par to, cik neatkarīgi no ELVI strādā pašas struktūrvienības/veikali. Veikala pārstāvji paskaidroja, ka akcijas laikā nepārdotās preces veikals iztirgo pats pēc saviem ieskatiem, atkarībā no situācijas mēdz būt atšķirīgi rīcības varianti.

Aptaujājot ELVI veikalus, tika iegūta informācija, ka attiecībā uz cenu rekomendācijām veikalu rīcība ir atšķirīga – atsevišķi veikali pieturas pie ELVI regulārā sortimenta cenu rekomendācijām, bet citi šādas cenu rekomendācijas neievēro. Nepieciešamos preču pasūtījumus izdara pats ELVI veikala vadītājs, sekojot nepieciešamajiem daudzumiem. Aptaujātie ELVI veikalu pārstāvji Rīgā neapstiprināja, ka paši tieši ar piegādātājiem būtu slēguši līgumus par preču piegādi, ELVI veikali Rīgā strādā ar ELVI „Jumta līgumu” nodrošināto preču sortimentu.

15. KOOPERĀCIJU/IEPIRKUMA GRUPOU LĪGUMA NOTEIKUMU SALĪDZINĀJUMS PIEGĀDĀTĀJAM SIA „VOLDEMĀRS”

Uzraudzības ietvaros KP iepazīnās ar kooperāciju/iepirkumu grupu noslēgtajiem spēkā esošajiem līgumiem ar piegādātājiem. Salīdzināšanai tika izvēlēts piegādātājs SIA „VOLDEMĀRS” un atlases veidā daži citi piegādātāji, lai salīdzinātu piegādes līgumu noteikumus dažādām kooperācijām/iepirkumu grupām.

Atsevišķām kooperācijām/iepirkumu grupām līgumos ar piegādātājiem tika konstatēta pirmšķietama līguma noteikumu neatbilstība plānotajām NMPAL normām.

Piemēram, uzraudzības ietvaros attiecībā uz līgumsodiem, kurus iepirkumu grupas/kooperācijas pieprasa no piegādātājiem, konstatējami atšķirīgi sodu apmēri par līdzīgiem sadarbības nosacījumu pārkāpumiem. Piemēram, par preču piegādes nokavēšanu (tāpat akcijas preču nepiegādi), atpakaļ atdošanai paredzēto preču neizņemšanu, savlaicīgi neiesniegtu informāciju, sodu summas, ko ir tiesīgas saskaņā ar līgumiem pieprasīt iepirkumu grupas/kooperācijas, ievērojami atšķiras. Pieprasīto maksājumu atšķirība par vienu un to pašu (vai ļoti līdzīgu) sadarbības noteikumu pārkāpumu ir tik ievērojama, ka raisa bažas par šo maksājumu apmēra pamatotību.

Vienlaicīgi uzraudzības ietvaros atsevišķām kooperācijām/iepirkumu grupām sadarbības līgumos ar piegādātājiem tika konstatēti noteikumi, kas nosaka, ka, ja kooperācija konstatē, ka šai kooperācijai piedāvātā standartcena jeb bāzes cena atšķiras no citiem pircējiem piedāvātās standartcenas jeb bāzes cenas, tad par to piegādātājam ir paredzēts līgumsods. KP ieskatā kooperāciju/iepirkuma grupu vienādu bāzes cenu pieprasīšana padara prognozējamāku citu kooperāciju cenu politiku, radot riskus paralēlai cenu piemērošanas politikai un iespējamām saskaņotām darbībām starp kooperācijām/iepirkumu grupām un to biedriem. KP vērtējumā nav saskatāmi efektivitātes ieguvumi, kooperācijām/iepirkumu grupām pieprasot vienādas preču bāzes cenas, kas var novest pie paralēlas mazumtirdzniecības cenu piemērošanas, mazinot konkurenci kooperācijas/iepirkuma grupas veikalu starpā.

Ņemot vērā minēto darbību iespējamo negatīvo ietekmi uz konkurenci, uzraudzības ietvaros KP informēja attiecīgās kooperācijas/iepirkumu grupas, norādot uz nepieciešamību ierobežojumus bāzes cenu noteikšanai izslēgt no līgumiem ar piegādātājiem.

16. BALTSTOR LĪGUMU ANALĪZE AR MAIZES UN ČIPŠU PIEGĀDĀTĀJIEM

KP padziļināti izvērtēja kooperācijas Baltstor darbību. Lai izpētītu jautājumu par Baltstor iespējamiem netaisnīgiem maksājumiem, kuri tiek pieprasīti no ražotājiem, papildus SIA „VOLDEMĀRS” līgumu analīzei KP aptaujāja maizes ražotājus un salīdzināja līguma noteikumus, kā arī izvērtēja līguma noteikumus ar AS „Latfood”. Uzraudzības laikā KP rīcībā nonāca līguma projekts, kādu Baltstor piedāvā noslēgt vienam no potenciālajiem piegādātājiem. Tā kā šis piegādātājs pauda neapmierinātību ar Baltstor pieprasītajiem maksājumiem (līgumsodiem, atlaidēm), KP uzraudzības ietvaros salīdzināja līguma noteikumus ar citiem attiecīgās nozares ražotājiem, un konstatēja, ka līguma projekta noteikumi satur analogiskus noteikumus, kādi pastāv citiem attiecīgā nozares lielākiem ražošanas uzņēmumiem. Ņemot vērā to, ka piegādātājam līguma projektā ietvertie noteikumi KP vērtējumā nav uzskatāmi par nesamērīgiem, un kooperācijai Baltstor nepiemīt attiecīga tirgus vara, nav pamata vērtēt Baltstor darbību atbilstību KL 15.panta otrajai daļai, jo attiecīgās normas (dominējošā stāvokļa ļaunprātīga izmantošana mazumtirdzniecībā) uz Baltstor neattiecas.

KP apmeklēja maizes ražotāju Latvijā. Maizes ražotāja sniegtā informācija liecina, ka Baltstor darbība būtiski neatšķiras no citām kooperācijām. Pēc Mego un IKI veikalu apvienošanās vienīgā izmaiņa – pārskatīta bonusu sistēma. Maizes ražotājs sniedza informāciju, ka regulārā sortimenta plaukta maksas neeksistē, jo, ja tāda būtu, tad

maizes ražotājs nebūtu ieinteresēts strādāt ar Baltstor un nodrošinātu preču noietu citos mazumtirdzniecības tīklos.

Starpnieka maksa Baltstor (procentuālā izteiksmē no mēneša apgrozījuma) maizes ražotājam sadarbības periodā nav mainījusies. Maizes ražotāja ieskatā tā ir maksa par produktu tirdzniecības un darbību koordināciju starp piegādātājiem un Baltstor partneriem. Konkrētais maizes ražotājs šo starpnieka maksu vērtē kā adekvātu maksājumu Baltstor, jo, ja vajadzētu sadarboties ar katru Baltstor biedru individuāli, izmaksas būtu vēl lielākas.

Arī cita maizes ražotāja sniegtā informācija liecina, ka Baltstor darbība salīdzinājumā ar konkurējošām mazumtirdzniecības kooperācijām nav atšķirīga un iebildumu pret Baltstor rīcību tam nav. Arī šis maizes ražotājs uzskata, ka Baltstor pieprasītajai starpnieka maksai ir pamatojums, jo tas ir par starpniecības pakalpojumiem, ko sniedz Baltstor (sortimenta izvērtēšanu, sortimenta prezentācijas pasākumu organizēšanu, citi organizatoriski un koordinējoši pasākumi, kas taupa attiecīgā maizes ražotāja resursus un laiku). Par preču regulārā sortimenta izvietojumu plauktos attiecīgais maizes ražotājs Baltstor nemaksā. Ir paredzēts, ka Baltstor var pieprasīt maksu par papildu izvietojumu, taču papildu izvietojuma ir bijusi mazā apmērā. Par līgumsodu apmēru un to samērīgumu attiecīgajam maizes ražotājam būtisku iebildumu nav.

Latvijas čipšu ražošanas uzņēmumu sniegtā informācija par sadarbību ar kooperāciju Baltstor liecina, ka tā ir lietišķa un, no tirgus dalībnieka puses skatoties, Mego un IKI apvienošanās ir nesusi pozitīvus rezultātus. Attiecībā par situāciju ar akcijas precēm pēc akcijas perioda beigām – rīcības varianti mēdz būt dažādi un ir atkarīgi no pušu panāktās vienošanās. Attiecībā par preču izvietojumu plauktos – mazumtirdzniecības tīkli seko, lai attiecīgais ražotājs „neizplestos” plauktā vairāk nekā viņam ir paredzēts. Preču izvietojuma shēmas plauktiem (planogrammas) veido mazumtirgotāji. Attiecībā par maksājumiem Baltstor čipšu ražotāji uzskata, ka tie ir pamatoti, tajā skaitā starpnieka maksa. Maksājumu dublēšanos (t.i., par vienu un to pašu aktivitāti maksājot divreiz) Baltstor darbībā Latvijas čipšu ražotāji nesaskata, tajā skaitā, minētais attiecas arī uz Baltstor starpnieka atlaidi. Uzskata, ka Baltstor starpnieka atlaidei ir ekonomisks pamatojums.

Iepazīstoties un izanalizējot Baltstor līgumus ar piegādātājiem un aptaujājot ražotājus par Baltstor piedāvātajiem sadarbības noteikumiem (maksājumiem, līgumsodiem u.c. noteikumiem), secināms, ka nav konstatējama atšķirīga rīcība salīdzinājumā ar citiem mazumtirdzniecības tīkliem/kooperācijām tādā nozīmē, ka Baltstor pieprasītu nepamatotas dubultas atlaides, kas ir nosauktas par starpnieka atlīdzību un apjoma atlaidi, jo aptaujātie tirgus dalībnieki, kuri ir noslēguši līgumus ar Baltstor, uzskata, ka minētais tiek maksāts par atšķirīgām lietām.

Starpnieka atlīdzība (atlaide) tiek uztverta kā maksa par darbu, ko organizē Baltstor kā starpnieks starp piegādātājiem un veikaliem, veicot visu pasākumu koordināciju un administrēšanu, un līdz ar to ir pamatojama ar faktiski saņemtiem pakalpojumiem.

Nav saskatāma atšķirīga rīcība vai diskriminēšana Baltstor rīcībā pret piegādātājiem.

Vienlaicīgi uzsverams, ka saskaņā ar NMPAL normām, sākot ar 01.01.2016., mazumtirgotājiem sava komercdarbība būs jāorganizē atbilstoši NMPAL normām, kuras nosaka, ka pieļaujamas būs tikai apjoma atlaides un akcijas atlaides. Līdz ar to cita veida maksājumi tiks uzskatīti par netaisnīgiem un nepamatotiem.

17. PIEGĀDĀTĀJU NOZĪMĪGUMS KOOPERĀCIJĀM/ IEPĪRKUMU GRUPĀM

Zemāk sniegta informācija par piegādātājiem kooperācijās/iepirkumu grupās un to iepirkumu apjomu (EUR, bez PVN) dažādās pārtikas produktu grupās (griķi, rīsi, rudzu maize, tostermaize, 2,5% piens, sierīņš „Kārums”, dzirkstošais vīns, zobu pasta, kartupeļu čipši). Informācija apkopota par trīs iepirkumu grupām/kooperācijām, jo divas no tām, proti, LaTs un AIBE, informāciju varēja sniegt tikai par kopējo piegādātāju iepirkuma apjomu, to neizdalot attiecībā par konkrētām preču grupām, bet BETA tīkla dalībnieki Savel un Rust ir snieguši informāciju par katru produktu atsevišķi.

Konstatējams, ka visvairāk **griķu** visas trīs kooperācijas/iepirkuma grupas veido iepērk no SIA „Voldemārs”. ELVI griķu iepirkumā 2013.gadā sadarbojās ar 10 piegādātājiem, Iepirkumu grupa ar deviņiem, bet Baltstor ar pieciem. Vienlaicīgi konstatējams, ka preču apgrozījums no lielākā piegādātāja griķu iepirkuma tirgū atsevišķās iepirkumu grupās veido līdz pat 80% no kopējā preču grupas apgrozījuma un šajos gadījumos novērots, lai gan piegādātāju skaits nodrošina patērētājiem iespējas izvēlēties, to tirgus daļas no kopējās preču grupas apgrozījuma ir nelielas.

Līdzīga situācija ir arī **rīsu** piegādātāju izvēlē minētajām kooperācijām/iepirkumu grupām. Tajā pašā laikā rīsu piegādātāju kopējais skaits Baltstor ir līdzvērtīgs griķu piegādātāju skaitam – pieci, ELVI sadarbojusies ar 13 rīsu piegādātājiem un Iepirkumu grupa ar 16 rīsu piegādātājiem. Ņemot vērā salīdzinoši lielo piegādātāju skaitu pēdējām divām kooperācijām/iepirkumu grupām kontekstā ar lielo SIA „Voldemārs” rīsu produktu iepirkumu, secināms, ka iepirkumu apjoms no pārējiem piegādātājiem ir neliels un ar to produkciju netiek nodrošināti visi kooperāciju/iepirkumu grupu veikali.

Izvērtējot **rudzu maizes** un **tostermaizes** piegādātāju īpatsvaru norādītajās trīs iepirkumu grupās, konstatējams, ka rudzu maizes sektorā līdere ir AS „Hanzas maiznīca”, no kuras iepirktais rudzu maizes apjoms veido līdz pat 50% no kopējā apgrozījuma konkrētā preču grupā. Kooperācijā Baltstor trīs lielākie piegādātāji kopā veidoja 70-80% no kopējā rudzu maizes iepirkuma, kas veidojas no 18 piegādātājiem. Tostermaizes iepirkumos starp trīs kooperācijām/iepirkumu grupām līderis ir SIA „Fazer Latvia”, kas veido līdz pat 50% atsevišķās iepirkumu grupās. Visās trīs kooperācijās/iepirkumu grupās tostermaīžu piegādātāju skaits 2013.gadā bijis no četri līdz seši.

Attiecībā par piena produktu iepirkumu, konkrēti **pienu (2,5%)** un saldo **biezpiena sierīņu „Kārums”**, konstatējams, ka Iepirkumu grupa gadījumā piena iepirkumā lielākais piegādātājs ir AS „Rīgas piena kombināts”, bet Baltstor gadījumā vislielākais iepirkums veikts no AS „Tukuma piens”. Saldo biezpiena sierīņu segmentā līderis ir SIA „Rīgas piensaimnieks” ar „Kārums” zīmola dažādo garšu un sortimenta saldajiem šokolādes sierīņiem. Vērtējot piegādātāju skaitu un sarakstu, konstatējams, ka saldo biezpiena sierīņu segmentā lielākā daļa piegādātāju ir Latvijas ražotāji. Gan saldo biezpiena sierīņu, gan piena piegādātāju starpā ir pa vienam lietuviešu piegādātājam, kā arī vairumtirgotājam, kas piegādā saldus biezpiena sierīņus no kaimiņvalstīm vai Polijas. Saldo biezpiena sierīņu piegādātāju skaits svārstās no pieci līdz astoņi, bet piena piegādātāju skaits ir ~10.

Dzirkstošo vīnu segmentā vislielākais īpatsvars produkta piegādēs ir SIA „SPI Distribution”, kas veido apmēram pusi no visa konkrēto preču apgrozījuma visās trīs

iepirkumu grupās. Iepirkumu grupa un ELVI nākamais lielākais piegādātājs veido apmēram 20% no kopējā iepirkuma. Kopējais piegādātāju skaits šajā segmentā iepirkumu grupās svārstās no 16 līdz 21, kas liecina par salīdzinoši lielo dažādību un zīmolu izvēli šajā segmentā.

Zobu pastas segmentā piegādātāji ir vairumtirdzniecības komersanti un lielākie no tiem ir SIA „Eugesta un partneri” un SIA „Sanitex”, pārējie piegādātāji katrs veido 5-10% no piegādes apgrozījuma. Kopējais piegādātāju skaits šajā segmentā konkrētajām kooperācijām/iepirkumu grupām ir no septiņi līdz 14. Novērojumi liecina, ka kooperāciju biedru veikalu plauktos zobu pastu segmentā pārsvarā dominē *Colgate* un *Blend a med* zobu pastu zīmoli, lai gan piegādātāju skaits liecina par plašākām izvēles iespējām.

Konstatējams, ka patērētāji **kartupeļu čipsu** segmentā priekšroku dod Latvijā ražotajiem kartupeļu čipsiem, kas pārstāv zīmolu „Ādažu čipsi”. AS „Latfood” visās trīs iepirkumu grupās kartupeļu čipsu iepirkumā 2013.gadā veidoja ap 50% no kopējā apgrozījuma. Kopā šajā segmentā bija septiņi līdz deviņi piegādātāji.

No augstāk minētā konstatējams, ka aplūkotajās produktu grupās visās trīs iepirkumu grupās piegādātāju skaits liecina par patērētājiem esošajām izvēles iespējām. Vismazākais piegādātāju skaits un konkurence pastāv tostermaizes segmentā, kur piegādātāju skaits svārstās no četri līdz seši, un biezpiena sieriņu segmentā, kur piegādātāju skaits svārstās no pieci līdz astoņi. Novērtējot katra no minētajiem produktu segmentiem piegādātāju īpatsvaru kooperācijās/iepirkumu grupās, konstatējams, ka lielāko īpatsvaru tādos produktu segmentos kā rīsi, griķi un tostermaize veido viens un tas pats piegādātājs. Piena segmentā un biezpienu sieriņu segmentā vērojama pretēja tendence – piegādātāju ietekme mainās atkarībā no iepirkuma grupas. Zobu pastas segmentā lielākais piegādātājs minētajām trim iepirkumu grupām ir vairumtirgotājs, kas Latvijā izplata ārvalstu ražojuma produkciju.

18. SECINĀJUMI

1. KP 2014.gadā veica kooperāciju/iepirkuma grupu darbības izvērtējumu Latvijā. Uzraudzībā apkopota informācija par šādām kooperācijām/iepirkumu grupām: AIBE, LaTs, Baltstor, Iepirkumu grupa un ELVI. Salīdzināta kooperāciju/iepirkuma grupu darbība 2013.gadā, taču atsevišķa informācija kā kooperāciju/iepirkuma grupu apgrozījums un līgumu analīze veikta par ilgāku laika periodu, t.i., no 2007.gada līdz 2014.gadam.
2. Kooperāciju/iepirkumu grupu darbības pamatmērķis, veicot kopīgu iepirkumu, ir labāku tirdzniecības noteikumu un augstāku apjoma atlaizņu iegūšana no preču piegādātājiem un ražotājiem. Vienlaicīgi kooperāciju/iepirkumu grupu kopīgā iezīme ir mārketinga aktivitāšu realizēšanu. Piemēram, atsevišķās kooperācijās/iepirkumu grupās (Baltstor, LaTs un ELVI) ieviesta kopīga lojalitātes programma (t.sk. LaTs, ELVI, Mego klienta karšu veidā). Lielākoties ar atsevišķiem izņēmumiem kooperācijā/iepirkumu grupā ietilpstošo partneru veikali strādā zem vienota attiecīgā mazumtirdzniecības tīkla koncepta, izmantojot vienotu zīmolu (vai zīmolus).
3. Partneru iesaistīšanās iepirkumu grupās/kooperācijās un to sadarbība notiek uz sadarbības līguma pamata. Dalība tirdzniecības tīklā ELVI notiek uz franšīzes līguma pamata. Attiecīgie sadarbības līgumi nosaka iepirkumu grupas/kooperācijas darbības galvenos principus, kā arī partneru galvenos darbības principus kooperācijā. Vienlaicīgi sadarbības līgumi nosaka noteikumus attiecībā uz ieguvumiem, kurus katra puse iegūs no dalības attiecīgajā iepirkumu grupā/kooperācijā.
4. Kopējais partneru skaits visās kooperācijās/iepirkumu grupās, izņemot AIBE, pakāpeniski pieaug. AIBE partneru skaita samazinājums bija 2011. un 2013.gadā. Lielākais partneru skaits uz 2014.gada 1.janvāri bija kooperācijā LaTs. Mazākais partneru skaits bija Iepirkumu grupa (Top!).
5. Lielākais veikalu skaits uz 2014.gada 1.janvāri bija kooperācijā Baltstor (543). Kooperācijā Baltstor ietilpstošie veikali izmanto vairākus zīmolus (M Mego, Mego New, Vesko, Mini Vesko). Otra lielākā kooperācija ar 504 veikaliem konkrētajā periodā bija LaTs, bet trešā lielākā kooperācija ar 453 veikaliem bija kooperācija AIBE. Attiecīgi nākošā kooperācija/iepirkumu grupa pēc veikalu skaita bija Iepirkumu grupa ar 230 veikaliem, bet mazākais veikalu skaits bija veikalu tīklam ELVI (94). Savukārt pēc veikalu kopējām platībām lielākais veikalu tīkls attiecīgā periodā bija LaTs.
6. Uz 2014.gada 1.janvāri lielākā kooperācija bija Iepirkumu grupa ar 5-10% lielu tirgus daļu mazumtirdzniecības nespecializētajos veikalos tirgū, nākošā lielākā kooperācija bija LaTs, tai seko kooperācija Baltstor. Pārējo kooperāciju kā ELVI, AIBE tirgus daļas nepārsniedz 5-10% tirgus daļu. Tādējādi kooperāciju/iepirkumu grupu tirgus daļas ir ievērojami mazākas par lielo mazumtirdzniecības tīklu – MAXIMA un RIMI – tirgus daļām, kuras 2014.gada 1.janvārī bija 30-40% katram. KP ieskatā Latvijā esošās kooperācijas/iepirkumu grupas, lai gan pakāpeniski attīstās, tomēr pēc sava lieluma nav uzskatāmas par MAXIMA un RIMI līdzvērtīgiem konkurentiem.

7. Novērtējot iepirkumu grupu/kooperāciju apgrozījumus 2010.-2013.gadā, nevar tikt izdarīts secinājums par minēto kooperāciju attīstību: kooperācijām AIBE un LaTs apgrozījums 2013.gadā salīdzinājumā ar 2012.gadu ir krities. AIBE apgrozījuma kritums novērojams gan 2012., gan 2013.gadā, bet LaTs apgrozījuma kritums 2013.gadā pret 2012.gadu bijis ievērojams (-22%), savukārt kooperācijām ELVI un Iepirkumu grupa apgrozījums no 2010.gada līdz 2013.gadam pieaudzis. Kooperācijas Baltstor apgrozījuma rādītāji bijuši svārstīgi, tomēr kopumā novērtējami ar pozitīvu tendenci. Lielo mazumtirdzniecības tīklu MAXIMA un RIMI apgrozījuma rādītāji laikā no 2011. līdz 2013.gadam bijuši ar pieaugošu tendenci.
8. Kooperāciju/iepirkumu grupu noslēgto „Jumta līgumu” noteikumi katrā no tām nosaka grupu sadarbību ar piegādātājiem un atlaižu (bonusu) saņemšanu no šiem piegādātājiem. Minētie līgumi aptver no 60 līdz 100% no kopējā preču iepirkuma apjoma. Otru iepirkuma daļu kooperācijas partneri veic patstāvīgi. Lielāka iesaiste preču iepirkšanā caur „Jumta līgumiem” ar piegādātājiem konstatējama Iepirkumu grupa un ELVI veikalu tīklā.
9. Kooperāciju/iepirkumu grupu vadība nosaka katra veikala sortimentu 50-100% apmērā. Sortiments tiek noteikts atkarībā no veikala kategorijas, kas veikalam piešķirta atbilstoši tā platībai.
10. Lielākā daļa no kooperācijām/iepirkumu grupām pircējiem veikalos piedāvā pašzīmola preces. Izņēmums ir AIBE, kurai pašzīmola preču iekļaušana sortimentā nav obligāta. Tomēr kooperācijas/iepirkumu grupas nav orientētas uz pašzīmola preču klāsta tālākattīstīšanu, par ko liecina salīdzinoši pieticīgais pašzīmola preču īpatsvars kopējā apgrozījumā.
11. Katram kooperācijas/iepirkuma grupas partnerim (veikalam) ir tiesības noteikt gala cenu regulārā sortimenta precēm plauktā. KP ieskatā kooperāciju/iepirkumu grupu gala cenu rekomendēšana regulāram sortimentam kooperācijas veikaliem padara prognozējamāku citu attiecīgā kooperācijā konkurējošo biedru cenu politiku, radot riskus paralēlai cenu piemērošanas politikai un iespējamām saskaņotām darbībām starp kooperācijas/iepirkumu grupas biedriem. KP vērtējumā nav saskatāmi efektivitātes ieguvumi kooperācijām/iepirkumu grupām rekomendējot tās biedriem vienādas preču gala cenas regulāram sortimentam plauktā, kas var novest pie paralēlas mazumtirdzniecības cenu piemērošanas, mazinot konkurenci kooperācijas/iepirkuma grupas veikalu starpā.
12. Neviena no kooperācijām/iepirkumu grupām neierobežo partnera brīvību attiecībā uz individuālu sadarbību ar reģionālajiem piegādātājiem.
13. Kooperāciju/iepirkumu grupu viena no kopīgām iezīmēm ir kopīgu mārketinga aktivitāšu organizēšana, tajā skaitā, iesaiste kooperāciju/iepirkumu grupu organizētajās akcijās. Visas kooperācijas/iepirkumu grupas izdod akciju avīzes ar akciju preču piedāvājumiem. Pamata akcijas preču piedāvājums tiek saskaņots un izdiskutēts ar kooperācijas partneriem, ņemot vērā to ieteikumus. Atsevišķos gadījumos (kooperācija AIBE) arī akciju sortimentu kooperācijas partneriem ir tiesības izvēlēties neatkarīgi, un tas nav obligāts. Tomēr lielākoties kooperācijām/iepirkumu grupām jāpieturas pie akcijas preču (kuras publicētas akcijas avīzēs) obligātas iekļaušanas sortimentā. Akcijas savos veikalos var organizēt arī paši kooperācijas/iepirkumu grupas partneri, nesaskaņojot tās ar kooperācijas vadību. Tāpat kooperāciju/iepirkumu grupu partneri ir neatkarīgi

noteikt akcijas preču iepirkumu apjomu un ir brīvi rīcībā ar precēm pēc akcijas perioda beigām.

14. Ar preču apjomu, kas netiek izpārdots akciju periodā, veikals rīkojas atbilstoši sev izdevīgākam rīcības modelim, kas var izpausties kā: (1) preču atpakaļatdošana, iepriekš vienojoties ar piegādātāju; (2) preču iztirgošana veikalu plauktos par attiecīgās preces regulāro cenu; (3) akcijas periods tiek pagarināts; (4) akcijas preces cenas pazemināšana/pārcenošana. Turklāt atsevišķas kooperācijas nenoliedza, ka pēc akciju perioda beigām preces mēdz tirgot par attiecīgās preces regulāro cenu, un tikai tad, ja pēc preces nav pieprasījuma vai tuvojas preču derīguma termiņš, preces tiek nocenotas. Lai gan šobrīd atbilstoši Konkurences likuma regulējumam šāda darbība no iepirkuma grupu/kooperāciju dalībnieku puses nav ierobežojama, tomēr KP vērš uzmanību uz to, ka no 01.01.2016. atbilstoši NMPAL 6.panta otrajai daļai šāda prakse tiks pieļauta tikai, ja pastāvēs rakstveida vienošanās starp mazumtirgotāju un piegādātāju par akcijas atlaides piemērošanu preču pārdošanas veicināšanas laikā nerealizētām precēm.
15. Novērtējot iepirkumu grupu/kooperāciju darbības atbilstību KL 13.panta otrai daļai, secināms, ka pirmšķietami nevienai no iepirkumu grupām/kooperācijām nav atbilstošas tirgus varas, lai šo iepirkumu grupu/kooperāciju darbības izvērtētu atbilstoši KL 13.panta otrās daļas noteikumiem.
16. Vērtējot līgumsodus, kurus iepirkumu grupas/kooperācijas pieprasa no piegādātājiem, konstatējami atšķirīgi sodu apmēri par līdzīgiem sadarbības nosacījumu pārkāpumiem (piemēram, par preču piegādes nokavēšanu vai akcijas preču nepiegādāšanu, atpakaļ atdošanai paredzēto preču neizņemšanu, savlaicīgi neiesniegtu informāciju, sodu summas, ko ir tiesīgas saskaņā ar līgumiem pieprasīt iepirkumu grupas/kooperācijas), kas rada bažas par maksājumu apmēra pamatotību un atbilstību NMAPL prasībām.
17. Vienlaicīgi uzraudzības ietvaros atsevišķām kooperācijām/iepirkumu grupām sadarbības līgumos ar piegādātājiem tika konstatēti noteikumi, kas nosaka, ka, ja kooperācija konstatē, ka šai kooperācijai piedāvātā standartcena jeb bāzes cena atšķiras no citiem pircējiem piedāvātās standartcenas jeb bāzes cenas, tad par to piegādātājam ir paredzēts līgumsods. KP ieskatā kooperāciju/iepirkuma grupu vienādu bāzes cenu pieprasīšana padara prognozējamāku citu kooperāciju cenu politiku, radot riskus paralēlai cenu piemērošanas politikai un iespējamām saskaņotām darbībām starp kooperācijām/iepirkumu grupām un to biedriem. KP vērtējumā nav saskatāmi efektivitātes ieguvumi kooperācijām/iepirkumu grupām pieprasot vienādas preču bāzes cenas nodrošināšanai, kas var novest pie paralēlas mazumtirdzniecības cenu piemērošanas, mazinot konkurenci kooperācijas/iepirkuma grupas veikalu starpā. Ņemot vērā minēto darbību iespējamo negatīvo ietekmi uz konkurenci, uzraudzības ietvaros KP informēja attiecīgās kooperācijas/iepirkumu grupas, norādot uz nepieciešamību ierobežojumus bāzes cenu noteikšanai izslēgt no līgumiem ar piegādātājiem. Vienlaikus norādām, ka NMPAL 6.panta pirmās daļas 6.punkts paredz aizliegumu pieprasīt nodrošināt zemāko cenu, ierobežojot piegādātāja brīvību vienoties ar citu mazumtirgotāju par zemāku cenu.

Pateicība

Konkurences padome pateicas uzņēmumiem, kas sniedza tirgus uzraudzības veikšanai nepieciešamo informāciju.

Par tirgus uzraudzībām

Konkurences padome veic tirgus uzraudzības – padziļinātu konkurences situācijas analīzi – mērķtiecīgi izvēlētos tirgos, lai atklātu un novērstu konkurences kropļojumus, kas ierobežo uzņēmumu vienlīdzīgu sāncensību.

Uzraudzības noslēguma ziņojums tiek publiskots, ja to neliedz informācijas pieejamības ierobežojumi un ja informācija par tirgu, kas iegūta papildus pārkāpuma konstatēšanai vai nekonstatēšanai, uzskatāma par būtisku.

Sabiedrības līdzdalības iespējas

*Anonīmas ziņošanas iespēja Konkurences padomes interneta vietnē:
<http://www.kp.gov.lv/lv/tipoffs>*

Informēt Konkurences padomi par iespējamām pārkāpumiem vai saņemt konsultāciju iespējams gan klātienē (iepriekš piesakoties), gan telefoniski (arī neatklājot savu identitāti).

Konkurences padome

Brīvības 55, 2.korp.,
Rīga, LV-1010,
Tālrunis: +371 67282865
Fakss: +371 67242141
E-pasts: konkurence@kp.gov.lv

www.kp.gov.lv



[@KPgovLV](https://twitter.com/KPgovLV)