

**PAR KONKURENCES SITUĀCIJU UN TENDENCĒM
AUTO DEGVIELAS TIRGŪ**
Konkurences padomes informatīvs ziņojums
(05.06.2007.)

Degvielas tirgus uzraudzības procesā no degvielas tirgus dalībniekiem tika pieprasīti un iegūti to savstarpējās sadarbības līgumi (kopijas), informācija par degvielas iepirkumiem un iepirkumu struktūru, realizācijas apjomiem un to virzieniem, degvielas uzglabāšanas noliktavām (termināliem). Šajā apsekojumā tika iekļauti tie tirgus dalībnieki, kuriem tirgus daļa degvielas mazumtirdzniecības tirgū 2006. gada 3 mēnešos bija ne mazāka par 1% un/vai, kuri 2006. gada astoņos mēnešos ievada no Eiropas Kopienas dalībvalstīm un/vai importēja no trešajām valstīm un realizēja auto degvielu (izņemot naftas gāzi) vairumtirdzniecībā un arī mazumtirdzniecībā.

Lielākā daļa no ziņojuma Par konkurences situāciju un tendencēm auto degvielas mazumtirdzniecības tirgū (turpmāk - Ziņojums)¹ vērtējumu pamatojas uz 17-19 apsekojumā iekļauto komersantu atbildēm. Izmantota informācija arī no izpētes lietām, galvenokārt no degvielas tirgus dalībnieku apvienošanās lietām, kā arī publiski pieejamā informācija (no komersantu gada pārskatiem un cita).

1. Tirgus dalībnieki un strukturālās izmaiņas degvielas tirgū

1.1. Tirgus dalībnieki un vispārējās tendences

(1)

Trīs tirgus līderi (turpmāk arī - pirmās grupas tirgus dalībnieki) SIA "Latvija Statoil" (turpmāk – Statoil), SIA "Neste Latvija" (turpmāk – Neste) un SIA "Lukoil Baltija R" (turpmāk – Lukoil) turpina nostiprināt savas pozīcijas Latvijas degvielas mazumtirdzniecības tirgū. 2006. gadā šis process ir ievērojami intensificējies. Ja divu gadu laikā no 2003. gada līdz 2005. gadam šīs pirmās grupas tirgus dalībnieku kopīgā tirgus daļa pieauga no 39.3% līdz 42.2%², tad līdz 2006. gadam (trīs mēnešiem) tā jau sasniedza 50.0% (Statoil – 26.2%, Neste – 15.1% un Lukoil – 8.6%).

Gandrīz visiem aiz līderiem sekojošās nākamās (otrās) grupas tirgus dalībniekiem (ar tirgus daļu lielāku par 1%) šajā laikā tirgus daļas ir vairāk vai mazāk samazinājušās. Šajā grupā tirgus daļas pieauga tikai AS „Virši-A” no 3.5% 2003. gadā līdz 5.1% 2006.gadā (3 mēnešos), kā arī SIA „Trest Oil Co” iznomāto degvielas uzpildes staciju (turpmāk DUS) tīklam – attiecīgi 2% un 2.9%.

Kopš 2003. gada turpina samazināties komersantu skaits, kas ieguvuši Valsts ieņēmumu dienesta (turpmāk – VID) licences degvielas mazumtirdzniecībai – 2003. gadā - 252, 2005. gadā – 222, uz 2007. gada sākumu – 203. Galvenokārt no tirgus aiziet mazākie (trešās grupas) tirgus dalībnieki ar tirgus daļu zem 1%.

¹ Informatīvais ziņojums ir papildināta Ziņojuma publiskojamā versija.

² 2003. gada Statoil tirgus daļā ir ieskaitīts arī tā meitas uzņēmums SIA „Magni”, kas 2005. gadā ar degvielas mazumtirdzniecību vairs nedarbojās.

(2)

Tirgus dalībnieku skaita samazināšanās un lielāko tirgotāju daļu palielināšanās degvielas mazumtirdzniecības tirgū galvenokārt ir saistīta ar apvienošanās procesiem, kuros lielākie tirgotāji pārņem savā īpašumā vai nomā mazāko tirgotāju degvielas uzpildes stacijas (turpmāk - DUS). Šis process ir ievērojami intensificējies kopš 2006. gada³, kura laikā Konkurences padomē tika izskatītas desmit apvienošanās lietas šajā tirgū (salīdzinājumam - 2005. gadā tika izskatīta viena lieta, bet 2004. gadā neviena).

1.2. Situācija konkrētajos tirgos

(3)

Faktiskā konkurences situācija degvielas mazumtirdzniecības tirgū Latvijā galvenokārt ir atkarīga no situācijas atsevišķos konkrētajos (lokālajos) tirgos. Atbilstoši izpētes lietās iegūtajai informācijai Statoil ir neapšaubāms līderis ne tikai Latvijas degvielas mazumtirdzniecības tirgū kopumā, bet arī konkrētajos tirgos. 2005. gadā Statoil tirgus daļas divos no sešpadsmit apsekotajiem konkrētajiem tirgiem saskaņā ar Konkurences likuma 1. panta pirmās daļas normām sasniedza 40% (dominējošā stāvokļa) robežu, trijos tirgos (no tiem arī Rīgā) Statoil daļa bija tuvu 40% un vēl četros tā bija lielāka par 20%. Pārējie pirmās grupas tirgus dalībnieki 2005. gadā šajā ziņā ievērojami atpalika – Neste tirgus daļas pārsniedza 20% četros tirgos un Lukoil trijos tirgos. No citiem tirgus dalībniekiem lielākas par 20% daļas vairāk nekā vienā tirgū vēl bija tikai SIA „Alco” – divos tirgos virs 40% un divos virs 20%. Trīs pirmās grupas degvielas tirgotāju Statoil, Neste un Lukoil tirgus daļas kopā ņemot 2005. gadā pārsniedza 40% robežu 10 konkrētajos tirgos no 17 apsekotajiem.

(4)

Tirgus dalībnieku koncentrācijas līmenis minētajos konkrētajos degvielas mazumtirdzniecības tirgos 2005. gadā bija samērā augsts – septiņos no sešpadsmit tirgiem Herfindahl-Hirschman indekss (HHI)⁴ 2005. gadā bija augstāks par 2000. Vērtējot pēc šī indeksa vidējām izmaiņām 2004. – 2005. gados, tirgus koncentrācijas līmeņa palielināšanās šajā periodā nav notikusi, bet vairumā tirgu koncentrācijas līmenis ir pat samazinājies. Tomēr jāņem vērā, ka šāda situācija bija pirms iepriekš minētās degvielas tirgus dalībnieku apvienošanās procesa intensificēšanās 2006. gadā.

(5)

Izmaiņas konkrēto degvielas mazumtirdzniecības tirgu struktūrā kopš 2006. gada tika vērtētas pamatojoties uz VID informāciju par izsniegtajām atļaujām (licencēm) naftas produktu mazumtirdzniecībai tajās DUS, kuru pārņemšanu bija atļāvuši Konkurences padome ar atbilstošiem laikiem no 01.01.2006. līdz 31.05.2007. pieņemtiem lēmumiem par tirgus dalībnieku apvienošanu, kā arī ņemot vērā, ka atļautie darījumi par apvienošanu var tikt realizēti arī vēlāk⁵.

³ Iepriekšējais nozīmīgākais degvielas mazumtirdzniecības tirgus dalībnieku apvienošanās posms saistās ar Statoil un SIA „Shell Latvia, SIA” apvienošanu, kas notika 2002. gadā (Konkurences padomes 09.12.2002. lēmums Nr. 50).

⁴ HHI aprēķina summējot tirgū esošo uzņēmumu tirgus daļas kāpinātas kvadrātā.

⁵ Atbilstoši VID mājas lapā 05.06.2007. pieejamajai informācijai gandrīz visi komersanti, kas minētajā periodā bija saņēmuši Konkurences padomes atļaujas apvienoties, bija arī saņēmuši VID licences darbības uzsākšanai

Situācija konkrētajos tirgos kopš 2006. gada ir būtiski mainījusies. Atbilstoši Konkurences padomes minētajā periodā pieņemtajiem lēmumiem un attiecīgajām VID izsniegtajām licencēm sešās apvienošanās lietās ieguvēja bija Lukoil, trijās⁶ Neste, vienā⁷ AS “Virši-A”. Rezultātā Neste ir ieguvusi 5 DUS⁸, Lukoil – 6 un SIA “Virši-A” - 2⁹. Statoil šajā laikā apvienošanās procesos nav piedalījies, tomēr, ņemot vērā tās tirgus daļas pieaugumu Latvijas degvielas mazumtirdzniecības tirgū 2006. gada trīs mēnešos, tās ietekme konkrētajos tirgos caurmērā nav mazinājusies. Līdz ar to pēc provizoriska vērtējuma trīs tirgus līderu tirgus daļas kopā ņemot 2007. gada piecos mēnešos pārsniedza 40% robežu 12 konkrētajos tirgos no 17 apsekotajiem.

Ja Neste 02.08.2006. ziņojumā par apvienošanos ar SIA “Alco” pieteiktais darījums tiks realizēts tajā apjomā, kuru savā 02.12.2006. lēmumā Nr. 138 ir atļāvusi Konkurences padome, tad kopā ar darījumiem, kas ir jau realizēti saskaņā ar pārējiem laikā no 01.01.2006. līdz 31.05.2007. pieņemtajiem lēmumiem Neste apvienošanās lietās¹⁰, to konkrēto tirgu skaits, kuros Neste tirgus daļa pēc provizoriska vērtējuma pārsniedz 20%, vairāk nekā divkāršosies un vienā no šiem tirgiem (Saldū) Neste tirgus daļa pēc 01.12.2007.¹¹ varētu pārsniegt 40% robežu. Minētajā periodā Neste ir palielinājusi savu tirgus daļu arī Jēkabpilī, ieguvusi īpašumā divas DUS Daugavpilī un ieguvusi nomas tiesības uz SIA „Aksioma – R.S.” DUS Iecavā, kas atrodas pie valstiski nozīmīga autoceļa A7 (Via Baltica).

Minētajā periodā savas pozīcijas konkrētajos ģeogrāfiskajos tirgos ievērojami nostiprinājusi arī Lukoil, vēl vienā tirgū (pie valstiski nozīmīga autoceļa A6 Rīga - Jēkabpils) iegūstot daļu, kas lielāka par 20%, divos tirgos (Tukumā un gar autoceļu Via Baltica posmā no Rīgas līdz Igaunijas robežai) palielinot savu ietekmi, kā arī ieejot vēl trijos jaunos tirgos.

Kopš 2007. gada apvienošanās procesos, neskaitot trīs līderus, ir sākuši iesaistīties arī citi degvielas tirgus dalībnieki. Līdz 31.05.2007. pieņemti divi Konkurences padomes lēmumi¹², kuru rezultātā AS “Virši-A” (ceturtais lielākais tirgus dalībnieks) ir iegājuši divos¹³ jaunos tirgos un viens lēmums¹⁴, kas dod iespēju SIA “Kings” ieiet jaunā tirgū. Otrās grupas tirgus dalībnieku vai degvielas vairumtirgotāju nostiprināšanās vai ieešana Latvijas degvielas mazumtirdzniecības tirgū varētu veicināt konkurenci šajā tirgū. Līdzīgi būtu vērtējami AS “Mažeikū nafta” (turpmāk - MN) jaunā īpašnieka Polijas koncerna

atbilstošajās DUS, ar izņēmumiem attiecībā uz sekojošiem Konkurences padomes lēmumiem: 02.12.2006. lēmums Nr. 138 (Neste – 5 DUS, kurām tika dota attiecīgā Konkurences padomes atļauja, no 7, kuru nomas tiesību atļauja no Konkurences padomes tika prasīta); 21.03.2007. lēmums Nr. 18 (Neste – 1 DUS); 25.04.2007. lēmums Nr. 39 (SIA „Virši-A” – 1 DUS); 25.04.2007. lēmums Nr.37 (SIA „Kings” – 1 DUS).

⁶ Piecās - ja tiks realizēti darījumi atbilstoši attiecīgajiem minētajiem Konkurences padomes lēmumiem.

⁷ Divās - ja tiks realizēts darījums atbilstoši attiecīgajam minētajam Konkurences padomes lēmumam.

⁸ 11 DUS - ja tiks realizēti darījumi atbilstoši attiecīgajiem minētajiem Konkurences padomes lēmumiem.

⁹ 3 DUS, ja tiks realizēts darījums atbilstoši attiecīgajam minētajam Konkurences padomes lēmumam.

¹⁰ 31.05.2006. lēmums Nr. 51; 21.06.2006. lēmums Nr. 58; 12.07.2006. lēmums Nr. 70.

¹¹ Datums ar kuru Konkurences padome savā 02.12.2006. lēmumā Nr. 138 ir atļāvusi nomāt attiecīgo DUS no SIA „Alco”.

¹² 14.02.2007. lēmums Nr. 7 un 25.04.2007. lēmums Nr. 39.

¹³ Trijos – ja 25.04.2007. lēmums Nr. 39 tiks realizēts.

¹⁴ 25.04.2007. lēmums Nr. 37

“PKN Orlen” plāni izvērst savu darbību Latvijas degvielas mazumtirdzniecības tirgū, par ko informēja tā valdes priekšsēdētājs Pjotrs Kovnackis¹⁵.

1.3. Norises tirgus dalībnieku sadarbības jomā

(6)

Apstākļos, kad starp degvielas mazumtirgotāju klientiem pieaug pastāvīgo klientu īpatsvars, kuri iegādājas kāda noteikta degvielas tirgotāja degvielas karti un tādējādi lielākā vai mazākā mērā piesaista savu pieprasījumu šī konkrētā tirgotāja piedāvājumam tā DUS, salīdzinoši neizdevīgākās konkurences pozīcijās nonāk tirgotāji, kuru rīcībā nav sazarota un atpazīstama DUS tīkla. Reagējot uz doto situāciju, aizvien plašāk starp degvielas tirgotājiem tiek slēgti līgumi par vienas vai otras līguma slēdzējas puses vai savstarpēju degvielas karšu un/vai talonu apkalpošanu, kuri faktiski nepalielina komersantu tirgus daļas un koncentrāciju tirgū, bet dod iespēju veidot tādu DUS tīklu, kurš novērš vai vismaz mazina mazo tirgotāju ierobežotās iespējas piedāvāt klientiem degvielas kartes/talonus un atlaides, kas būtu izmantojami plašā vai visā Latvijas teritorijā un iespējams arī citās valstīs, kurās ir saistīto komersantu sadarbības partneri.

Iepriekš minētā degvielas tirgotāju sadarbība var palielināt mazo un vidējo tirgotāju konkurētspēju un līdz ar to no konkurences veicināšanas un attīstības viedokļa degvielas tirgū būtu vēlama pie nosacījuma, ka netiek pārkāptas Konkurences likuma 11. panta pirmajā daļā noteiktās normas, īpaši jautājumā par degvielas cenu noteikšanu, to saskaņošanu un informācijas apmaiņu par cenām.

(7)

Vērtējot strukturālās izmaiņas degvielas mazumtirdzniecības tirgū kopumā, ir konstatēti sekojoši galvenie procesi un norises:

- Kopš 2006. gada ir paātrinājušies tirgus dalībnieku apvienošanās procesi, kuros lielākie tirgus dalībnieki pārņem savā īpašumā vai nomā mazāku tirgus dalībnieku DUS. To rezultātā vairumā konkrēto tirgu trīs galvenie tirgus līderi ir ieguvuši tirgus daļas, kuras kopā ņemot ir pietiekamas, lai līderu attiecīgas paralēlas darbības radītu kolektīva dominējoša stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas risku.
- Kopš 2003. gada turpina samazināties komersantu skaits, kas nodarbojas ar degvielas mazumtirdzniecību. Galvenokārt no tirgus aiziet mazākie (trešās grupas) tirgus dalībnieki ar tirgus daļu zem 1%.
- No 2007. gada ietekmi konkrētajos tirgos, kas gūta apvienošanās rezultātā ir sākuši palielināt arī tādi degvielas tirgus dalībnieki, kas neietilpst pirmajā līderu grupā.
- Degvielas tirgotāji aizvien plašāk slēdz savstarpējus līgumus par degvielas karšu un/vai degvielas talonu apkalpošanu, lai vairotu to pielietojamas iespēju plašumu un pievilcību klientu acīs vai gūtu kādu labumu no iesaistīšanās citu tirgotāju DUS tīklos un tādējādi celtu savu konkurētspēju.

¹⁵ “Telegraf”, 31.05.2007.

2. Degvielas importētāji un vairumtirdzniecība

(8)

Lai noskaidrotu degvielas mazumtirgotāju benzīna un dīzeļdegvielas iepirkuma avotus, to lomu un izmaiņas, apsekotajiem tirgotājiem tika uzdots jautājums par iepirkuma kopapjomu dalījumā pa piegādātāju un piegādes veidu grupām laikā no 2004. 1. pusgada līdz 2006. gada 1. pusgadam. Informācija par iepirkumiem bija jāsadala piecās iepirkumu grupās: 1) iepirkumi no SIA „Mažeiku nafta Tirdzniecības nams” (turpmāk - MNTN) vai no MN ar ilgtermiņa piegādes līgumiem; 2) pārējie iepirkumi no MNTN vai MN; 3) iepirkumi no ārvalstu uzņēmumiem, kuru degvielas izcelsme ir Norvēģijā vai kādā no Eiropas Savienības dalībvalstīm (izņemot pirmās un otrās grupas iepirkumus); 4) pārējie iepirkumi no ārvalstu uzņēmumiem; 5) pārējie iepirkumi no Latvijas uzņēmumiem.

(9)

Apkopojot un izvērtējot saņemto informāciju, tika konstatēts, ka degvielas iepirkumus no ārvalstu uzņēmumiem 2006. gada 1. pusgadā veica galvenokārt tikai lielākie degvielas tirgotāji. Atbilstoši saņemtajai informācijai, vērtējot pēc degvielas iepirkumu kopapjoma (kb.m.) 2006. gada 1. pusgadā, pirmie septiņi degvielas tirgotāji pēc lieluma sarindojās sekojoši¹⁶ (dilstošā secībā): Statoil, Lukoil, Neste, SIA „Ziemeļu nafta” (turpmāk - ZN), AS „Virši-A”, SIA “OVI” un SIA “East West Transit”. No šiem pirmajiem septiņiem lielākajiem bija tikai viens komersants (AS „Virši-A”), kurš kopš 2005. gada 2. pusgada vairs nebija iepircis degvielu no ārvalstu uzņēmumiem. Salīdzinot šo lielāko komersantu grupu ar pārējiem desmit, ir konstatējams, ka no šiem desmit mazākajiem degvielu no ārvalstu uzņēmumiem minētajā periodā bija iepirkuši tikai divi. Pie tam tādu degvielas ievadēju skaits, kuri to ievad Latvijā tālākpārdošanai ar katru gadu samazinās. Ja 2004. gada 1. pusgadā no apsekotajiem uzņēmumiem tādu bija divpadsmit, tad 2005. gada 1. pusgadā – desmit, bet 2006. gada 1. pusgadā – astoņi.

(10)

Samērā līdzīga iepirkumu struktūra bija tiem komersantiem, kas degvielu Latvijā neieveda. 2006. gada 1. pusgadā gandrīz visiem šīs grupas komersantiem galvenais un bieži arī vienīgais iepirkuma avots bija pārējie iepirkumi no Latvijas uzņēmumiem. Daļa no tiem vēl iepirka degvielu (lielākā mērā benzīnu nekā dīzeļdegvielu) arī no MNTN ar ilgtermiņa vai/un īstermiņa piegādes līgumiem. Kopš 2004. gada 1. pusgada gan benzīna, gan dīzeļdegvielas iepirkumu daļa no MN un MNTN ir būtiski pieaugusi, lielākais pieaugums ir noticis laikā no 2004. gada 1. pusgada līdz 2005. gada 1. pusgadam pēc Eiropas Savienības degvielas kvalitātes prasību ieviešanas Latvijā 01.05.2004. un saistībā ar MN meitas uzņēmuma MNTN darbības neseno sākumu. Benzīna iepirkuma no MNTN un MN īpatsvarā kopš 2005. gada 1. pusgada ir būtiski palielinājusies iepirkumu daļa ar ilgtermiņa līgumiem un nedaudz samazinājusies pārējo iepirkumu daļa no MNTN un MN.

(11)

Tiem degvielas tirgotājiem, kuri degvielu iepirka arī no ārvalstu uzņēmumiem, iepirkumu struktūra 2006. gada 1. pusgadā atšķīrās gan no iepriekš izvērtētās tirgotāju grupas, gan savstarpēji.

¹⁶ Šajā grupā neietilpst degvielas vairumtirgotāji, kuri nenodarbojas arī ar degvielas mazumtirdzniecību.

Prioritārie avoti benzīna iepirkumam 2006. gada 1. pusgadā Neste un Lukoil bija līdzīgi. Tie bija iepirkumi no MNTN ar ilgtermiņa piegādes līgumiem. ZN šāda veida piegādes deva gandrīz visu iepirkuma kopapjomu. Statoil šajā laikā, atšķirībā no iepriekšējiem periodiem, gandrīz visi benzīna iepirkumi tika veikti Norvēģijā. Līdz ar to savas līdera pozīcijas attiecībā uz Statoil ir zaudējis MNTN, kurš 2005. gada 1. pusgadā bija galvenais tā piegādātājs. Atšķirības Statoil benzīna iepirkumu avotu struktūrā 2006. gada 1. pusgadā salīdzinājumā ar pārējiem Latvijas degvielas tirgotājiem, tai skaitā pārējiem diviem tirgus līderiem Neste un Lukoil, kuri tāpat kā Statoil ir vertikāli integrētu starpnacionālu koncernu pārstāvji Latvijas degvielas tirgū, varētu norādīt, ka Statoil ir pirmais degvielas tirgotājs Latvijā, kuram alternatīvas benzīna (tai skaitā A-95) piegādes no tā saistītajiem uzņēmumiem ir kļuvušas konkurētspējīgas ar attiecīgajām MNTN piedāvātajām benzīna cenām. Nākamais koncerna pārstāvis, kura benzīna piegādes acīm redzot atgūst 2004. gada maijā (sakarā ar Eiropas Savienības degvielas kvalitātes prasību ieviešanu Latvijā) zaudēto konkurētspēju salīdzinājumā ar MNTN piedāvātajām piegādēm, ir Lukoil. Šajā sakarā minams fakts, ka 2006. gada 1. pusgadā Lukoil ir atjaunojis pusotru gadu pārtrauktos iepirkumus no ārvalstu uzņēmumiem (pārējie iepirkumi no ārvalstu uzņēmumiem). Pie tam atbilstoši publikācijām presē¹⁷, sākot ar 2007. gadu Lukoil ir sācis importēt ES standartiem atbilstošu benzīnu no Krievijas, kas ražots modernizētajā Lukoil naftas pārstrādes rūpnīcā Nižņijnovgorodā.

(12)

Dīzeļdegvielas iepirkumos 2006. gada 1. pusgadā līdzās MNTN, kurš bija gandrīz vienīgais Statoil piegādātājs (ar ilgtermiņa piegādes līgumiem), galvenā nozīme Lukoil un Neste iepirkumos bija pārējiem iepirkumiem no ārvalstu uzņēmumiem. Kaut gan Neste gadījumā tie bija iepirkumi no Eiropas Savienības un Šveices uzņēmumiem, tāpat kā Lukoil attiecīgajos iepirkumos, Neste iepirktā dīzeļdegviela nāca no Krievijas un Baltkrievijas. ZN lielāko dīzeļdegvielas iepirkuma daļu tāpat deva pārējie iepirkumi no ārvalstu uzņēmumiem un nedaudz mazāku daļu - iepirkumi no MNTN ar ilgtermiņa piegādes līgumiem. Dīzeļdegvielas iepirkumi no ārvalstu uzņēmumiem ar Krievijas vai Baltkrievijas izcelsmi Latvijas tirgū joprojām paliek konkurētspējīgi un tas ir galvenais dīzeļdegvielas iepirkuma avots ne tikai Neste, Lukoil un ZN, bet arī tādiem degvielas tirgotājiem kā SIA "East West Transit" un SIA "OVI", kuri to savukārt pārdot tālāk Latvijas iekšzemes tirgū gan vairumtirdzniecībā gan mazumtirdzniecībā.

(13)

Informāciju par benzīna un dīzeļdegvielas realizācijas apjomiem degvielas tirgotājiem tika lūgts sniegt dalījumā pa sekojošiem realizācijas virzieniem: 1) realizēts savā mazumtirdzniecības tīklā Latvijā; 2) realizēts lielajiem korporatīvajiem patērētājiem vairumtirdzniecībā Latvijā; 3) realizēts iekšzemes degvielas tirgotājiem; 4) realizēts Eiropas Savienības ārvalstu klientiem; 5) realizēts pārējiem ārvalstu klientiem.

(14)

Atbilstoši iesniegtajai informācijai laikā no 2004. gada 1. pusgada līdz 2006. gada 1. pusgamam Statoil un ZN degvielu realizēja pirmajos četros no minētajiem realizācijas virzieniem, bet pārējie degvielas tirgotāji – pirmajos trīs. Lielākais pieaugums šajā periodā caurmērā ir noticis realizācijai mazumtirdzniecībā. Vidēji ņemot ir pieaudzis

¹⁷ „Lukoil” sāks importēt benzīnu no Krievijas - BNS, 29.01.2007.

realizācijas apjoms arī citiem iekšzemes degvielas tirgotājiem (3. realizācijas virziens). Vairumam degvielas tirgotāju vairumtirdzniecība lielajiem korporatīvajiem patērētājiem nav bijis nozīmīgs realizācijas virziens, to aizvien vairāk ir aizstājusi mazumtirdzniecība juridiskām personām ar speciālām atlaižu programmām. Nedaudz atšķirīga situācija ir tiem degvielas tirgotājiem, kuriem galveno vietu ieņem nevis mazumtirdzniecība, bet vairumtirdzniecība, piemēram, SIA “East West Transit” un SIA “OVI”. Šiem tirgotājiem dīzeļdegvielas realizācija korporatīvajiem patērētājiem līdz 2005. gada beigām deva nozīmīgu daļu no realizācijas kopapjoma, tomēr arī viņiem 2006.gada 1. pusgadā šim otrajam realizācijas virzienam bija visstraujākais kritums. Statoil kopš 2005. gada 2. pusgada par nozīmīgu realizācijas virzienu benzīnam ir kļuvusi realizācija Eiropas Savienības ārvalstu klientiem, kas vērtējot pēc publikācijām presē¹⁸, galvenokārt ir saistīts ar realizāciju Statoil saistītajiem uzņēmumiem Igaunijā un Lietuvā. ZN šis virziens kļuva galvenais gan benzīnam, gan dīzeļdegvielai 2006. gada 1. pusgadā.

(15)

Attiecībā uz degvielas mazumtirgotāju iepirkuma avotiem un realizācijas virzieniem ir konstatēts:

- Degvielas iepirkumus no ārvalstu uzņēmumiem 2006. gada 1. pusgadā veica galvenokārt tikai lielākie degvielas tirgotāji. To degvielas ievadēju skaits, kuri to ievad Latvijā tālākpārdošanai ar katru gadu samazinās. Ja 2004. gada 1. pusgadā no apsekotajiem uzņēmumiem tādu bija divpadsmit, tad 2005. gada 1. pusgadā – desmit, bet 2006. gada 1. pusgadā – astoņi.
- Samērā līdzīga iepirkumu struktūra bija tiem degvielas tirgotājiem, kas degvielu Latvijā neieveda. 2006. gada 1. pusgadā gandrīz visiem šīs grupas komersantiem galvenais un bieži arī vienīgais degvielas iepirkuma avots bija pārējie iepirkumi no Latvijas uzņēmumiem. Daļa no šīs grupas komersantiem vēl iepirka degvielu arī no MNTN ar ilgtermiņa vai/un īstermiņa piegādes līgumiem.
- Lielākie degvielas tirgotāji benzīnu galvenokārt iepērk no MNTN ar ilgtermiņa piegādes līgumiem, bet dīzeļdegvielu - no dažādu valstu uzņēmumiem ar vienotu šīs degvielas izcelsmi Krievijā vai Baltkrievijā. Izņēmums 2006. gada 1. pusgadā bija tikai Statoil, kurš šajā periodā gandrīz visu benzīnu iepirka Norvēģijā, bet gandrīz visu dīzeļdegvielu iepirka no MNTN ar ilgtermiņa piegādes līgumiem.
- Ja salīdzina degvielas mazumtirgotāju iepirkuma struktūras izmaiņas laikā no 2004. gada 1. pusgadam līdz 2006. gada 1. pusgadam, tad šajā laikā lielākais īpatsvara pieaugums caurmērā (ja neskaita Statoil) ir bijis iepirkumiem no MNTN. Īpaši tas ir attiecināms uz benzīna iepirkumiem. Tomēr dažas pazīmes (Statoil un zināmā mērā arī Lukoil iepirkumu struktūras izmaiņas, informācija par Eiropas Savienības standartiem atbilstoša benzīna ražošanas uzsākšanu Lukoil naftas pārstrādes rūpnīcā Ņižņijnovgorodā) ļauj prognozēt Norvēģijas un Krievijas izcelsmes benzīna īpatsvara pieaugumu Latvijas degvielas tirgū 2007. gadā. Līdz ar to pakāpeniski varētu mazināties MN un tā meitas uzņēmuma MNTN dominējošā loma benzīna piedāvājumā vairumtirdzniecībā Latvijā.
- Apsekotajiem degvielas tirgotājiem laikā no 2004. gada 1. pusgada līdz 2006. gada 1. pusgadam vidēji ņemot turpināja pieaugt realizācija savā mazumtirdzniecības tīklā un

¹⁸ “Statoil” gatavojas paplašināt naftas produktu termināli Rīgā - BNS, 20.02.2007.

realizācija citiem iekšzemes degvielas tirgotājiem. Statoil un ZN kopš 2005. gada 1. pusgada ir ievērojami pieaugusi arī degvielas realizācija Eiropas Savienības ārvalstu klientiem. Vairumam degvielas tirgotāju vairumtirdzniecība lielajiem degvielas patērētājiem nav bijis nozīmīgs realizācijas virziens, to aizvien vairāk ir aizstājusi mazumtirdzniecība juridiskām personām ar speciālām atlaižu programmām.

3. Iespējas un ierobežojumi degvielas uzglabāšanai un ievēšanai Latvijā

(16)

Informāciju par komersantu īpašumā vai izmantošanā esošajiem termināliem iesniedza 19 komersanti. Ņemot vērā, ka apsekojumā tika iekļauti visi tie degvielas tirgotāji, kuri 2006. gada astoņos mēnešos ieveda degvielu Latvijā un realizēja to vairumtirdzniecībā un mazumtirdzniecībā, kā arī pārējie lielākie degvielas mazumtirgotāji, iesniegtajām atbildēm vajadzētu sniegt pietiekami plašu priekšstatu par Latvijas degvielas tirgotāju rīcībā esošajiem lielākajiem benzīna un dīzeļdegvielas uzglabāšanas rezervuāriem un to izmantošanu.

3.1. Terminālu resursi

(17)

Lai mēģinātu novērtēt esošo degvielas terminālu pietiekamību vai nepietiekamību tādai degvielas tirdzniecībai, kura ietver patstāvīgus degvielas iepirkumus ārvalstīs, tās uzglabāšanu, sadali un realizāciju gan savā mazumtirdzniecības tīklā, gan vairumtirdzniecībā, pieņemsim, ka Statoil rīcībā uz 01.07.2006. esošo terminālu kopējums bija apmierinošs tās iepirktās degvielas uzglabāšanai pirms tās tālākas sadales un realizācijas. Šis Statoil izmantotais apjoms bija 64 400 kb.m. Neskatoties uz to, ka zināma daļa no šī apjoma netika izmantoti, nav pamata uzskatīt, ka tie būtu lieki kb.m, jo citiem komersantiem Statoil terminālus neiznomāja, bet savām vajadzībām nomāja no citiem aptuveni pusi no terminālu kopējuma, pie tam sabiedrība pati plāno papildus izbūvēt virszemes rezervuārus ar kopējo ietilpību 46.2 tūkstoši kb.m naftas produktu pieņemšanai un īslaicīgai uzglabāšanai.¹⁹

Vērtējot pēc Statoil rīcībā esošajiem termināliem un veiktajiem degvielas iepirkumiem 2006. gada 1. pusgadā, apmierinošam tāda degvielas tirgotāja darbam, kurš pats grib iepirkt degvielu ārvalstīs un realizēt to ne tikai mazumtirdzniecībā, bet arī vairumtirdzniecībā, viena pusgada laikā iepirkta kb.m. degvielas uzglabāšanai ir nepieciešami 0.30 kb.m. terminālu tilpuma. Pēc aptuvena vērtējuma pārējo apsekoto degvielas tirgotāju (izņemot Statoil) rīcībā šajā periodā bija 0.5 kb.m. terminālu tilpuma uz vienu iepirktās degvielas kb.m. Atbilstoši šādam kritērijam terminālu kopējums varētu būt apmierinošs, tomēr jautājuma otra daļa saistās ar terminālu iznomāšanas iespējām un komersantu ieinteresētību tos iznomāt vai iegūt nomā.

(18)

Lai noteiktu terminālu iznomāšanas vai citādas iegūšanas iespējas izmantošanai, tika aprēķināts brīvo neizmantoto terminālu īpatsvars, kurš uz 01.07.2007. bija tikai 5.5% no

¹⁹ Turpat - BNS, 20.02.2007.

īpašumā esošajiem termināliem. Terminālus citiem tirgotājiem galvenokārt iznomāja tie degvielas tirgotāji, kas paši tos neizmantoja. Tikai divos gadījumos iznomātāji izmantoja tos arī paši (SIA „Tīne” un SIA „Ingrid A”). Pie tam, kā tika noskaidrots turpinājumā aprakstītajā degvielas tirgotāju pārstāvju aptaujā, terminālu iznomāšanas iespējas apgrūtina dažādi šķēršļi.

3.2. Barjeras terminālu nomai un mazo tirgotāju iespējas ievest degvielu

(19)

Konkurences padome 12.12.2006. uzaicināja Latvijas Degvielas tirgotāju asociāciju (LDTA), Degvielas tirgotāju un ražotāju savienību (DTRS) un SIA “Viada” izteikt viedokli par degvielas mazumtirgotāju iespējām iepirkt degvielu ārpus Latvijas lielākos daudzumos, degvielas uzglabāšanas iespējām, šādu darbību finansiālo izdevīgumu, iespējām un šķēršļiem nelielo degvielas tirgotāju kooperācijai šādiem degvielas iepirkumiem un par terminālu pieejamību nelielo degvielas mazumtirgotāju vajadzībām.

(20)

Saņemtajās atbildēs jautājumā par mazo degvielas tirgotāju iespējām iepirkt degvielu ārpus Latvijas LDTA norādīja, ka šāda iespēja ir apgrūtināta ar daudziem faktoriem un riskiem, tāpēc to vērtē kā maz realizējamu, jo: “...Šādiem iepirkumiem ir nepieciešami milzīgi finansiāli līdzekļi... Ir nepieciešama administratīvā kapacitāte likumdošanas un normatīvo aktu prasību izpildei. Piemēram NP ievēdējam Latvijas tirgū ir pienākums glabāt Valsts degvielas krīzes rezerves 36 dienu patēriņa apjomā; Nezināmiem (bezvārdu) un ar mazu saimnieciski-ekonomisko kapacitāti esošiem uzņēmumiem ir gandrīz nerealizējamas iespējas pirkt NP tieši no ražotāja.”

(21)

Atbildot uz jautājumu par mazo tirgotāju kooperācijas iespējām degvielas ievēšanai Latvijā LDTA atzina, ka viņiem šādu ziņu nav un ka kaut kāda sadarbība notiek tikai saistīto uzņēmumu starpā, kuri ir kopēju valdītāju pārziņā, un ka pastāvošās saspringtās konkurences apstākļos degvielas tirgū šāda kooperācija neesot iespējama. DTRS uz jautājumu par mazo degvielas tirgotāju kooperēšanās iespējām degvielas iepirkumiem ārpus Latvijas atbildēja, ka iepirkt degvielu ārpus Latvijas lielākos daudzumos un kooperēties mazajām un vidējām DUS praktiski gandrīz neiespējami, jo viņiem nav kopēja kredīta nodrošinājuma un ka glabāšanas un loģistikas izmaksas ir nepārvarams šķērslis, kas pēc būtības pārsniedz radīto ekonomiju. Lai kooperēšanās kļūtu iespējama nepieciešams valsts garantēts kredīts un īpaša valsts atbalsta programma degvielas uzpildes stacijām lauku apvidos. SIA “Viada” jautājumā par šķēršļiem mazo degvielas tirgotāju kooperācijai degvielas iepirkumiem ārpus Latvijas papildus norādīja, ka to arī liedz Latvijas likumdošana t.i., ja arī varētu kādu partiju iepirkt, tad ievest to Latvijā var tikai tas, kas to nopircis, savukārt pārdot degvielu var tikai tas, kam ir attiecīga licence, šajā gadījumā vairumtirdzniecības licence. Lai saņemtu vairumtirdzniecības licenci komersantam ir nepieciešama attiecīga naftas bāze (tātad termināli).

(22)

Uz jautājumu par terminālu pieejamību nelielajiem degvielas tirgotājiem SIA “Viada” norādīja, ka mazajiem tirgotājiem šādu terminālu nopirkšanai vai uzcelšanai trūkst

līdzekļu un ka naftas bāžu īpašnieki/lietotāji nav gatavi nodot savas naftas bāzes daļu lietošanā kādai citai personai, jo tad naftas bāzes īpašniekam/lietotājam jānodrošina šo atsevišķo tilpņu nodalīšana no pārējām tvertnēm ar atsevišķu iepildi un izliešanu, ko neviens no naftas bāzes īpašniekiem/lietotājiem neesot veicis. Šajā jautājumā DTRS papildus norādīja, ka daļai terminālu, kuri būtu izmantojami un stāv tukši, ir nepieciešams remonts un tāvad nepieciešamas jaunas papildus izmaksas.

(23)

Secinājumi jautājumā par mazo un vidējo tirgotāju iespējām un ierobežojumiem degvielas uzglabāšanai un ieviešanai Latvijā:

- Degvielas uzglabāšanas terminālu daudzuma un to kopējās ietilpības nepietiekamība, iespējams, varētu nebūt galvenā problēma to plašākai izmantošanai.
- Galvenās problēmas tirgotājiem, kuru rīcībā nav šādu terminālu, varētu sagādāt finansiālo līdzekļu nepietiekamība to nomai, iegūšanai īpašumā vai izbūvei un ievērojami darbības apjomi, kas nepieciešami, lai gūtu ekonomiju no liela apjoma degvielas iepirkumiem ārvalstīs un to glabāšanas terminālos.
- Terminālu īpašnieki, kuri paši nodarbojas ar liela apjoma degvielas iepirkumiem un degvielas uzglabāšanu terminālos, nav ieinteresēti tos iznomāt citiem degvielas tirgotājiem gan normatīvajos aktos noteikto prasību dēļ, kuras nosaka nepieciešamību savstarpēji nošķirt katra komersanta rīcībā esošo terminālu darbību, gan atbilstošu tehnisku problēmu dēļ.
- Arī degvielas tirgotāju savstarpējā konkurence varētu neveicināt terminālu iznomāšanu citiem degvielas tirgotājiem.
- Mazo degvielas tirgotāju kooperēšanās iespējas savukārt ir apgrūtinātas ar normatīvo aktu prasībām degvielas ieviešanai Latvijā, ar degvielas tirgotāju savstarpējo konkurenci, kā arī nelielo ekonomisko efektu, ko, ņemot vērā papildus izmaksas, varētu dot degvielas iepirkumi ārvalstīs.

4. Degvielas tirgotāju konkurētspējas palielināšanas iespējas un tiesiskie aspekti

(24)

Mazo un vidējo degvielas mazumtirgotāju (no trešās un lielā mērā arī no otrās grupas) būtiska konkurētspējas saglabāšanas un celšanas iespēja ir saistīta ar sadarbības līgumu slēgšanu par degvielas karšu/talonu apkalpošanu vai franšīzes līgumu slēgšanu ar kādu no lielo DUS tīklu īpašniekiem. Šāda degvielas tirgotāju sadarbība no konkurences veicināšanas un attīstības viedokļa degvielas tirgū būtu vēlama pie nosacījuma, ka netiek pārkāptas konkurences tiesību normas (Konkurences likuma 11. panta pirmajā daļā noteiktās normas, īpaši jautājumā par degvielas cenu noteikšanu, to saskaņošanu un informācijas apmaiņu par cenām; Ministru kabineta 27.04.2004. noteikumu Nr.434 „Par vertikālo vienošanos atbrīvošanu no Konkurences likuma 11. panta pirmajā daļā noteiktā vienošanās aizlieguma” normas un citas).

(25)

Slēdzot līgumus ar citiem tirgus dalībniekiem par degvielas talonu un/vai degvielas karšu apkalpošanu, kā arī sagatavojot līgumiem pievienotus cenu veidošanas protokolus, tirgus

dalībniekiem jāņem vērā, ka, nosakot līgumos cenu veidošanas mehānismu, ir pieļaujams par pamatu ņemt, piemēram, degvielas tirgotāja iepriekšējā mēneša vidējo mazumtirdzniecības cenu, bet šādi līgumi un protokoli nedrīkst saturēt tirgus dalībnieku vienošanos par vienotas cenas noteikšanu.

(26)

Cits veids, kas var palīdzēt mazajiem degvielas tirgotājiem izturēt lielo konkurentu spiedienu, ir franšīzes līgumi. Noslēdzot franšīzes līgumu ar kāda atpazīstama un populāra DUS tīkla īpašnieku, var vairojot arī sava uzņēmuma pievilcību klientu acīs. Šim partnerim nebūt nav jābūt tuvākajam un lielākajam konkurentam, jo tas var nelikties pievilcīgi (ja tas ir arī nīknākais konkurents), kā arī var radīt problēmas no tiesiskā aspekta saistībā ar franšīzes devēja tirgus daļu konkrētajā tirgū un/vai franšīzes devēja un franšīzes ņēmēja kopīgo tirgus daļu konkrētajā tirgū (skat. turpinājumā). Vairumā gadījumu degvielas tirgotāju franšīzes līgumi satur ierobežojumus, kas ir pieļaujami franšīzes līgumiem, lai nodrošinātu zinātību, intelektuālo īpašumu un tīkla reputāciju, taču dažos jautājumos šo līgumu slēdzējiem ir jābūt uzmanīgiem, lai nepārkāptu konkurences tiesību normas.

(27)

Saskaņā ar iepriekš minēto Ministru kabineta noteikumu Nr. 434 1.6. punktu un atbilstoši šo noteikumu prasībām franšīzes līgumos ir pieļaujams ieslēgt nekonkurēšanas pienākumu, nosakot, ka franšīzes devējam ir pienākums nodrošināt franšīzes ņēmēju ar privātā zīmola produktiem saskaņā ar franšīzes ņēmēja pasūtījumu un franšīzes ņēmēja pienākums ir pirkt visus privātā zīmola produktus tālākpārdošanai DUS. Bet tādā gadījumā ir jāņem vērā, ka atbilstoši šo noteikumu 8.1. punktam šis nekonkurēšanas pienākums nedrīkst pārsniegt piecus gadus. Pastāvot īpašiem priekšnoteikumiem, kuri pieļauj šāda termiņa pagarinājumu noslēgtajā franšīzes līgumā vai termiņa ierobežojuma atcelšanu, nepieciešama Konkurences padomes atļauja saskaņā ar Konkurences likuma 11. panta otro, trešo daļu.

(28)

Ja franšīzes līgumos to darbības laikā franšīzes devējs iesaka maksimālās mazumtirdzniecības cenas degvielas pārdošanai DUS un franšīzes ņēmējam nav tiesību noteikt augstāku cenu nekā ir ticis norādīts franšīzes devēja marketinga vai reklāmas pasākumos saskaņā ar kopējiem marketinga principiem, tad šādi ierobežojumi atbilstoši minēto Ministru kabineta noteikumu Nr. 434 5., 7. un 9.1. punktiem ir pieļaujami tikai tad, ja franšīzes devēja tirgus daļa konkrētajā tirgū, kurā tas pārdot līguma preces, nepārsniedz 30% (ja tie abi nav konkurenti) vai ja franšīzes devēja un ņēmēja kopīgā tirgus daļa konkrētajā tirgū (ja tie abi ir konkurenti) nepārsniedz 20%.

(29)

Franšīzes līgumos var tikt paredzēta tāda franšīzes devēju kontrole pār franšīzes ņēmēju finanšu pārskatiem un tādā apjomā, kāds nepieciešams franšīzes maksas aprēķināšanai, jo nepamatota finanšu pārskatu kontrole var saturēt aizliegtu informācijas apmaiņu starp tirgus dalībniekiem.

(30)

Tendence, kas parādījies 2007. gadā, kad apvienošanās procesos degvielas mazumtirdzniecības tirgū bez tirgus līderiem ir sākuši iesaistīties arī citi degvielas tirgotāji ir apsveicama un tā var mazināt šo līderu kolektīva dominējoša stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas risku un nākt par labu gan tirgus dalībniekiem, gan patērētājiem, tomēr attiecīgajiem tirgus dalībniekiem būtu jāņem vērā, ka šādā gadījumā Konkurences padomē ir jāiesniedz ziņojums saskaņā ar Konkurences likuma 15. panta otrās daļas un 16. panta prasībām. Nosakot tirgus dalībnieka kopējo apgrozījumu, ir jāņem vērā arī ar izšķirošu ietekmi saistītie tirgus dalībnieki tā kā tas noteikts Ministru kabineta 26.10.2004. noteikumu Nr.897 „Kārtība, kādā iesniedzams un izskatāms ziņojums par tirgus dalībnieku apvienošanos” 13. punktā.

(31)

Degvielas tirgotājiem un īpaši mazajiem, lai izturētu konkurences cīņā un sekmīgi attīstītos, ir jāņem vērā dažādi priekšnoteikumi, liela daļa no kuriem nav Konkurences padomes kompetencē (piemēram, marketinga un citi pasākumi, lai sasniegtu efektīvam darbam nepieciešamo atsevišķas DUS vai DUS tīkla realizācijas apjomu vai degvielas termināla izmantošanas apjomu). Lai pilnīgāk izmantotu tās iespējas un ievērotu prasības, ko nosaka konkurences tiesību normas, degvielas tirgotāji tiek aicināti sekot līdzī informācijai un Konkurences padomes mājas lapā publicētajiem lēmumiem par degvielas tirgotāju apvienošanos un citiem. Šajā ziņojumā neiekļautie jautājumi par degvielas tirgotāju cenu konkurenci, izmantotajām atlaižu sistēmām un citi tiks izvērtēti drīzumā gaidāmajā Konkurences padomes lēmumā lietā „Par Konkurences likuma 11., 13. un 18. panta iespējamo pārkāpumu SIA „Latvijas Statoil”, SIA „Neste Latvija” un SIA „Lukoil Baltija R” darbībās”.

No konkurences tiesību normu un Konkurences padomes likumīgo prasību ievērošanas labumu gūst ne tikai patērētāji, bet arī tirgus dalībnieki. Ne tikai tāpēc, ka brīva godīga un vienlīdzīga konkurence dod vislabākos rezultātus, bet arī tāpēc, ka konkurences tiesību pārkāpuma rezultātā saņemtais sods un/vai komersanta reputācijai nodarītais zaudējums parasti ir lielāks, nekā ieguvums, kurš gūts pārkāpjot likuma normas.