



Konkurences padome

## **Pārskats par svaigpiena iepirkuma tirgu laika posmā no 2016. gada jūlija līdz decembrim**

### **Par situāciju piena tirgū**

2016. gada decembra beigās medijos izskanēja viedoklis, ka, ņemot vērā svaigpiena kā izejvielas cenu kāpumu, 2017. gadā paredzams būtisks piena un piena produktu cenu pieaugums. Vienlaikus parādījās informācija par svaigpiena trūkumu un ar to saistīto iespējamo piena un piena produktu piegāžu samazinājumu mazumtirdzniecībai. Šie publiskie paziņojumi piesaistīja Konkurences padomes (KP) uzmanību vairāku apstākļu dēļ:

- paziņojumi tika veikti gan no lielākā piena pārstrādāja Latvijā, gan asociācijas puses;
- piena produktu cenu pieaugums kopumā bija novērojams jau kopš 2016. gada septembra-oktobra, atsevišķiem produktiem jau kopš vasaras vidus;
- prognozes neatbilda tirgus tendencēm, ko KP iepriekš bija pētījusi un identificējusi, kā arī secinājumiem par tirgus kopsakarībām. Neizskaidrojams bija prognozētais cenu pieauguma simetriskums visā piena produktu vērtības radīšanas ķēdē (*value chain*). Latvijas tirgū, kur darbojas lieluma ziņā ļoti atšķirīgi piena pārstrādātāji, to darbības rādītāji būtiski var atšķirties dažādu apstākļu dēļ, t.sk. produktu portfeļa dažādības un diversifikācijas, ražošanas jaudu un to noslodžu, piegādātāju struktūras un noieta kanālu, kopējo efektivitātes rādītāju dēļ. Tādējādi izejvielu cenu pieauguma ietekme uz produktu portfeļa cenām var būt ļoti atšķirīga;
- KP nesaskatīja, ka šādā kontekstā un veidā sniegtā informācija, patērētājiem darot zināmu, ka gaidāms cenu pieaugums un ka būtībā tendence turpināsies 2017. gadā, ir attaisnojama un pamatota, sniedzot jebkādu ieguvumu tiem;
- vienlaikus šādas informācijas izplatīšana attiecās uz plānotām darbībām tirgū un rādīja risku, ka tā var kalpot kā signāls konkurentiem pielāgoties iepriekš neskaidrajiem tirgus apstākļiem un iedrošināt īstenot cenu palielināšanu.

KP veica pārbaudi par norādītajiem apstākļiem, t.sk. tikās ar piena nozares pārstāvjiem, ieguva informāciju par cenu pieauguma tendencēm un

atsevišķu tirgus dalībnieku darbībām no kaimiņvalstu konkurences iestādēm, analizēja statistikas datus. Iegūtā informācija par pieprasījuma un cenu tendencēm ļauj izdarīt secinājumus par norisēm svaigpiena ražošanas tirgū un to pastarpināto ietekmi uz pārstrādes un mazumtirdzniecību tirgiem.

## **Svaigpiena pieprasījuma izmaiņu nozīmīgums 2016. gadā**

Pieprasījuma straujām un neprognozētām izmaiņām var būt ietekme uz cenu. Pēkšņs būtisks pieprasījuma pieaugums no izejvielas iepircēju puses un deficīta veidošanās piedāvājuma pusē parasti var izraisīt cenu maiņu arī tālākos pārstrādes un izplatīšanas līmeņos.

Aptaujājot tirgus dalībniekus par pieprasījuma izmaiņām, tika saņemta atšķirīga informācija par pieprasījuma pieauguma iespējamo izcelsmi. Vieni norādīja, ka svaigpiena iepirkuma cenu kāpumu izraisīja strauji palielinājies Polijas svaigpiena uzpircēju pieprasījums pēc svaigpiena vasaras beigās. Citi norādīja, ka arī Lietuvas svaigpiena uzpircēji bija tie, kuru aktivitātes Latvijas tirgū ietekmēja svaigpiena cenu kāpumu. Vēl citi apgalvoja, ka pieprasījuma pēc svaigpiena pieaugumu varēja ietekmēt jaunienācējs Latvijas tirgū – pārstrādātājs, kas uzsāka darbību 2015. gadā.

Izvērtējot iegūtos datus, KP atrada tikai daļēju apstiprinājumu šiem viedokļiem.

Lauksaimniecības datu centra apkopotie svaigpiena eksporta dati par periodu no 2014. līdz 2016. gadam liecina, ka eksporta tendences ir līdzīgas. Siltajos mēnešos eksports ir lielāks, aukstajos mēnešos – samazinās, kas atbilst svaigpiena ražošanas apjoma tendencei. 2016. gadā eksporta apjoms bija mazāks par aptuveni 7 % nekā 2015. gadā.

Visos trijos gados galvenais svaigpiena izvešanas virziens bija Lietuva. Uz Lietuvu atsevišķos mēnešos tika eksportēts līdz pat 100 % no kopumā izvestā svaigpiena. 2016. gada otrajā pusē eksports uz Lietuvu bija 82-89 % ar tendenci samazināties. Otrais pēc svarīguma eksporta virziens ir Polija, kaut gan eksporta apjomi uz Poliju ir ievērojami mazāki, piemēram, 2015. gadā, vērtējot pa mēnešiem, visaugstākais eksporta apjoms uz Poliju bija 27 % (5 758 t novembrī), 2016. gadā – nepārsniedza 15 % (3 523 t oktobrī). Mazāki apjomi tika eksportēti arī uz Igauniju un Vāciju. 2016. gadā, atbilstoši datiem, svaigpiena eksports uz Vāciju nenotika.

Visos trijos gados ir novērojams, ka gada otrajā pusē pieaug eksporta apjoms (tonnās) uz Poliju. 2015. gadā eksports uz Poliju pieauga no 1 109 t jūnijā līdz 5 758 t novembrī, bet 2016. gadā – no 1 118 t jūnijā līdz 3 523 t oktobrī.

Nemot vērā minēto, nav pamata uzskatīt, ka 2016. gadā eksports uz Poliju bija kaut kas unikāls un salīdzinājumā ar iepriekšējiem periodiem Latvijai neraksturīgs. Turklāt konstatējams, ka 2016. gadā eksporta pieaugums uz Poliju jūnijā-novembrī bija mazāks nekā eksporta pieaugums 2015. gada jūnijā-oktobrī.

Attiecībā uz bieži piesaukto versiju par Polijas pircēju izraisīto pieprasījuma pieaugumu, iegūtie dati liecina, ka patiešām vienam no pārstrādātājiem notiek jaudu paplašināšanas, būvējot piena pulvera rūpnīcu 190 km attālumā no Lietuvas robežas, bet rūpnīcas atvēršana plānota tikai 2017. gada vasarā. Tādējādi tas nekādi nav saistāms ar potenciālu pieprasījuma pieaugumu kopš 2016. gada vidus.

Svaigpiena iepirkuma apjomu dinamika Polijā 2016. gadā kopumā atbilst dinamikai 2015. gadā. Polijā svaigpiena iepirkumā pastāv cikliskums, kas līdzīgs cikliskumam, kāds vērojams Latvijā.

Attiecībā uz jaunienācēju Latvijas pārstrādes tirgū tika saņemta informācija, ka tas pārsvarā orientējas uz Latvijā ražotā svaigpiena iepirkšanu, bet tā svaigpiena iepirkuma apjomi 2016. gadā nav tādi, kas būtiski ietekmēja Latvijas pieprasījumu: pirms tam šis uzņēmums darbojās kā starpnieks svaigpiena tirgū un piegādāja svaigpienu citiem pārstrādes uzņēmumiem, bet tagad līdzvērtīgu svaigpiena apjomu tas izmanto pārstrādei pats.

Tādējādi nav konstatējamās nozīmīgas svaigpiena pieprasījuma izmaiņas 2016. gadā, t.sk. salīdzinot ar 2015. gadu, kas varēja radīt ietekmi uz svaigpiena iepirkuma cenu ilgtermiņā.

## **Svaigpiena cenu pieaugums**

KP analizēja svaigpiena cenu pieaugumu Latvijā 2016. gadā, t.sk. ņemot vērā iepriekš ilgstoši pastāvējušo zemāku svaigpiena iepirkuma cenu tieši Baltijas reģionā un industriālo piena produktu ietekmi.

Pārbaudes ietvaros iegūtie statistikas dati liecina, ka 2016. gadā svaigpiena iepirkuma cenas Latvijā paaugstinājās no 0,175-0,19 eiro/litrā jūlijā līdz 0,24 eiro/litrā oktobrī un līdz pat 0,34 eiro/litrā decembrī. Nozares pārstāvji indikatīvi minēja, ka tika piedāvāta cena pat 0,35 eiro/litrā, ja iepērkamais apjoms ir liels. Tāpat tika norādīts, ka ārvalstu (t.sk. Polijas, Lietuvas) svaigpiena uzpircēji piedāvāja zemniekiem augstākas cenas, nekā piedāvā Latvijas pārstrādātāji, un tādēļ vairāki zemnieki pārtrauca sadarbību ar Latvijas pārstrādātājiem. Vienlaikus vairāki pārstrādātāji norādīja, ka, vēloties saglabāt savus svaigpiena piegādātājus, arī pirms cenu kāpuma maksājuši zemniekiem augstākas iepirkuma cenas.

Saskaņā ar Eiropas Savienības (ES) apkopoto informāciju<sup>1</sup> vidējās svaigpiena iepirkuma cenas no 2016. gada jūnija un jūlija, kad tās bija viszemākajā līmenī (aptuveni 0,183 eiro/litrā<sup>2</sup>), līdz 2016. gada decembrim pieauga līdz 0,313 eiro/litrā. Tādējādi, ņemot vērā, ka vidējā cena Latvijā saglabājās 0,31 eiro/litrā robežās, secināms, ka tirgus dalībnieku norādītā cena 0,34 un 0,35 eiro/litrā ir maksimālā cena, kas tika maksāta, iespējams, tikai atsevišķiem lielākiem svaigpiena piena ražotājiem.

---

<sup>1</sup> Milk Market Observatory: EU PRICES of COW's RAW MILK. See: <https://goo.gl/zJqOfg>

<sup>2</sup> Pārrēķināts litros, ņemot vērā, ka 1 l piena ir 1,028 kg.

No tirgus dalībnieku sniegtās informācijas secināms, ka 2016. gada zemākā cenu periodā svaigpiena iepirkuma cena bija atšķirīga atkarībā no piegādātāja (saimniecības) piegādātā apjoma un nozīmīguma. Kā tika norādīts, stabiliem lielākiem piegādātājiem svaigpiena iepirkuma cena nesamazinājās zem 0,22 līdz 0,24 eiro/litrā. Tādējādi secināms, ka ikkatram individuālam zemniekam svaigpiena iepirkuma cena viennozīmīgi nevarēja palielināties no 0,17 līdz 0,34 eiro/litrā.

Attiecīgi piena pārstrādātāju svaigpiena kā izejvielas izmaksu pieaugums (atbilstoši iepirktajam apjomam) varētu būt bijis mazāks, nekā 2016. gada decembrī tas tika norādīts, operējot ar starpību starp 2016. gadā vasaras minimālo iepirkuma cenu un 2016. gada decembra maksimālo cenu. Arī saskaņā ar CSP datiem vidējā svaigpiena iepirkuma cena no 2016. gada jūlija līdz decembrim pieaugusi par aptuveni 60 %<sup>3</sup>.

Pārbaudot šo informāciju un izvērtējot datus par svaigpiena iepirkuma cenām Polijā, no Polijas konkurences iestādes iegūtie dati liecina, ka 2016. gada jūnijā Polijā palielinājās svaigpiena iepirkuma cenas – jūnijā aptuveni 0,23 eiro/litrā un oktobrī – 0,27 eiro/litrā (cenas norādītas ar PVN).

Atbilstoši ES apkopotajiem datiem<sup>4</sup> visu 2015. gadu un 2016. gadā no janvāra līdz oktobrim Latvijā vidējā svaigpiena iepirkuma cena bija izteikti zemāka nekā vidējā svaigpiena iepirkuma cena Polijā. Vienlaikus no 2016. gada novembra (0,28 eiro/litrā Latvijā, 0,29 eiro/litrā – Polijā) līdz 2017. gada janvārim (0,305 eiro/litrā Latvijā, 0,302 eiro/litrā – Polijā), ieskaitot, Latvijas vidējā cena izlīdzinājās un bija apmēram vienāda ar cenu Polijā.

Salīdzinot datus par cenām attiecīgajos periodos, secināms, ka svaigpiena iepirkuma cenas Polijā varēja ietekmēt svaigpiena iepirkuma cenas Latvijā, Latvijas zemniekiem piedāvājot vismaz līdzvērtīgas cenas kā Polijā.

Ievērojot iepriekš analizētos datus par svaigpiena eksporta apjomiem uz Poliju, ir maz ticams, ka Polijas pircēji tiešā veidā varēja ietekmēt svaigpiena cenas Latvijā tik lielā mērā, ka cenām Latvijā būtu ekonomisks pamats paaugstināties ilgtermiņā. Tā kā svaigpiena iepirkuma tirgū pārsvarā tiek slēgti īstermiņa sadarbības līgumi, kas garantē konkrētā brīža (*spot*) cenas samaksu svaigpiena ražotājiem, tad, iespējams, atsevišķi darījumi varēja būt imitējuši lavīnveida ietekmi uz iepirkuma cenas pieaugumu.

Galaproduktu cenas var ietekmēt pārstrādē izmantojamo industriālo piena produktu (*dairy commodities*), piemēram, sviesta masas, vājpiena pulvera, pasterizēta krējuma u.tml. cenu pieaugums.

Atbilstoši starptautisko ekspertu prognozēm, uz kurām norādīja aptaujātie tirgus dalībnieki, piena tauku deficīts, krējuma un sviesta cenu

---

<sup>3</sup> Centrālā statistikas pārvalde. Piena iepirkums, vidējā iepirkuma cena un iepirktā kvalitāte. Skatīt: <https://goo.gl/OgVIjc>

<sup>4</sup> Milk Market Observatory: EU PRICES of COW's RAW MILK. See: <https://goo.gl/zJqOfq>

paaugstinājums bija prognozēts 2016. gada novembrī, bet pirmie signāli par šo preču cenu kāpumu atbilstoši svaigpiena pārstrādātāju sniegtajai informācijai parādījušies jau septembrī-oktobrī.

Saskaņā ar ES apkopotajiem datiem par 2014.-2017.gada galveno industriālo produktu cenām<sup>5</sup> praktiski visiem industriālajiem produktiem cenas 2016. gadā ir pieaugušas salīdzinājumā ar iepriekšējo periodu. Visbūtiskāk – sviestam par 54 %, kuram straujākais pieaugums ir vērojams no 2016. gada jūlija. Tāpat pieaugums ir vērojams vājpiena pulverim (par 21 %), kam cena pakāpeniski ir sākusi kāpt no 2016. gada augusta, un citiem industriāliem produktiem.

Jāņem vērā, ka atsevišķi pārstrādātāji Latvijā nodrošina arī dažādu industriālo produktu ražošanu (t.sk. SIA "Latvijas piens", SIA "Baltic Dairy Board", AS "Valmieras piens").

Tomēr, ņemot vērā, ka Latvijā svaigpienu saražo vairāk, nekā vietējie pārstrādātāji spēj pārstrādāt, un lielu daļu arī eksportē, tad industriālo produktu cenu ietekme var būt aktuāla tikai atsevišķu patērētājiem paredzētu galaproduktu ražošanai. Līdz ar to nav pamatoti uzskatīt, ka tas varētu ietekmēt visa preču portfeļa cenu.

## **Ietekme uz cenu pieaugumu mazumtirdzniecībā**

Piena pārstrādātāji, kas piegādā pienu un piena produktus mazumtirgotājiem, paziņoja mazumtirgotājiem par cenu kāpumu, pamatojot to ar straujo izejvielas iepirkuma cenas pieaugumu.

Mazumtirgotāji KP informēja, ka paziņojumi par piegādes cenu pieaugumu tika saņemti gandrīz no visiem piegādātājiem, un pirmie tika iesniegti jau 2016. gada septembrī-oktobrī. Piegādes cenas pēc dažādu mazumtirgotāju norādītā paaugstinājās ļoti plašā diapazonā: no 4 līdz 68 % atkarībā no piegādātāja un produkta. Mazākā apmērā piegādes cenu pieaugumu mazumtirgotājiem prasīja ārvalstu pārstrādātāji (Lietuva, Polija), t.i., līdz 25 % apmēram.

Atsevišķi piena un piena produktu piegādātāji paziņoja mazumtirgotājiem par piegādes cenu paaugstinājumu atkārtoti. Tas tika skaidrots ar to, ka pirmais cenu paaugstinājums izrādījās nepietiekams, lai kompensētu pieaugošās izmaksas sakarā ar svaigpiena iepirkumu.

KP jau agrāk, balstoties uz 2015. gadā noslēgto pētījumu<sup>6</sup> par cenu izmaiņām visā piena izplatīšanas jeb vērtības radīšanas ķēdē, ir paudusi: ja cenas pieaugums notiek izejvielas ražošanas līmenī (piemēram, svaigpiena tirgū), tad pieaugums, ja arī tas notiek, viennozīmīgi ir vairākkārt mazāks nākamajos pārdošanas līmeņos. Ņemot vērā aktuālo svaigpiena iepirkuma cenu pieauguma tendenci, iestādei ir pamats balstīties uz iepriekš paustiem

---

<sup>5</sup> Milk Market Observatory: Prices of EU Dairy commodities. See: <https://goo.gl/WN76gz>

<sup>6</sup> Piena un piena produktu ražošanas, pārstrādes un mazumtirdzniecības 2012.-2013.gadā tirgus struktūras jutīguma novērtējums, Noslēguma ziņojums, 17.12.2015. Skatīt: <https://goo.gl/rfTa9l>

secinājumiem, proti, ka, svaigpiena cenai pieaugot par 50 %, ražotāja vairumtirdzniecības cenas vidējais pieaugums būtu 12,5 %, bet mazumtirgotāja cenas pieaugums būtu 4,5 %.

Turklāt pārstrādātāju starpā piena kā izejvielas ietekme uz saražotā produkta cenu var nozīmīgi atšķirties. Industriālo produktu ražotājiem svaigpiena cena var veidot līdz pat 80 % no produkta izmaksām pretstatā piena pārstrādātājiem, kas ražo galaproduktus mazumtirdzniecībai, kur svaigpiena cenas ietekmes apjoms ir mazāks (apmēram 50 %), kas atšķiras atkarībā no pārstrādātāja produktu portfeļa daudzveidības.

2016. gada beigās KP uzmanība tika vērsta uz faktu, ka atsevišķos gadījumos pārtikas, t.sk. piena produktu, nepietiekamības dēļ mazākajiem tirgotājiem tikušas atteiktas piegādes par labu lielajiem tīkliem, tomēr KP konstatēja, ka tas noticis tikai viena pārstrādātāja un viena mazumtirgotāja gadījumā.

Mazumtirgotāji sniedza informāciju, ka piena un piena produktu piegādes cenas mazumtirdzniecībai dažādiem piegādātājiem mainījās atšķirīgi, tomēr, nepastāvot objektīvam pamatojumam par cenu paaugstināšanas iemesliem, pat nesinhrona un nesimetriskā cenu paaugstināšana neizslēdz piegādātāju saskaņotās rīcības esamības iespēju. Vienlaikus, pastāvot spēcīgai konkurencei starp pārstrādātājiem un starp mazumtirgotājiem, izejvielas cenu pieauguma pārnese uz cenu veikala plauktā var notikt ierobežotā apmērā, kā arī atšķirīgā apjomā un laikā.

### **Riski, kas saistīti ar tirgus dalībnieku publiskiem paziņojumiem**

Pirmkārt, jānorāda, ka, ja pastāv brīvi un vienlīdzīgi konkurences apstākļi, izmaksu pieaugumam vienā līmenī nebūt nav obligāti jārezultējas cenas pieaugumā arī nākamajā līmenī (piemēram, mazumtirdzniecībā). Turklāt piegādātājam, kam nav tiesību noteikt cenas mazumtirdzniecības līmenī, nav pamata runāt un spekulēt par mazumtirdzniecības līmeņa cenu pieaugumu pat situācijā, kad piegādātājam šķiet, ka mazumtirdzniecības iepirkuma cenas pieaugums noteikti un neizbēgami tiks pārnests uz mazumtirdzniecības cenu.

Turklāt jāņem vērā, ka piegādātāju un mazumtirgotāju sarunas par iepirkuma cenu pieaugumu vienmēr ir sarežģītas, un to gala iznākumā noslēgtā vienošanās par iepirkuma cenu var neatbilst sākotnējam piedāvājumam. Tas nozīmē, ka arī vairumtirdzniecības (piegādes) cenu pieauguma prognozes var nebūt pamatotas un ticamas no piegādātāju puses.

Publisko paziņojumu ietekme konkurences tiesībās ir vērtējama no vairākiem aspektiem.

Pirmkārt, tie var būtiski ietekmēt konkurentu rīcību, sekmēt to pielāgošanos, palīdzēt tiem pieņemt lēmumu par cenu paaugstināšanu daudz lielākā apmērā, nekā sākotnēji tika plānots.

Otrkārt, sakarā ar to, ka pārtikas mazumtirdzniecības tirgus ir izteikti koncentrēti, jo tajā darbojas divi lieli tirgus spēlētāji, tad cenu pieaugums mazumtirdzniecībā ir pat ar lielāku iespējamību, ja tas vispirms ir publiski izziņots no piegādātāju vai mazumtirgotāju puses. Jo tādējādi var tikt panākta daudz saskaņotāka pielāgošanās jau abos tirgus līmeņos (vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības). Pēdējiem (mazumtirgotājiem) var būt būtiski, ka cenas, ja tās aug, palielinās saskaņoti visiem mazumtirgotājiem, nekaitējot katra atsevišķai konkurētspējai. Šādas saskaņotas darbības ir viennozīmīgi aizliegtas.

Publiskam paziņojumam, ja tā rezultātā tiek panākts cenu pieaugums, ir līdzvērtīga ietekme kā cenu tiešai saskaņošanai. It īpaši prognožu izteikšana var ietekmēt tirgus dalībnieku uzvedību, ja tās sniedz vadošie tirgus spēlētāji. Šādos gadījumos mazākie tirgus dalībnieki var šīs prognozes uztvert kā signālu, ka cenu paaugstināšana neradīs tiem zaudējumus salīdzinājumā ar konkurentiem, īpaši lielākiem, kas paziņo par cenu paaugstināšanu. Rezultātā, pat nesaskaņojot cenas tieši un neapmainoties tieši ar informāciju par saviem plāniem, konkurentu cenas var tikt paaugstinātas mākslīgi.

Citu valstu konkurences iestādes vairākkārt pievērsušās cenu signalizēšanas un tās radīto negatīvo risku atpazīšanai un novēršanai. Par to liecina OECD apspriedes<sup>7</sup>, EK 2016. gadā pieņemtais lēmums<sup>8</sup> attiecībā uz kuģošanas kompānijām, kas veic konteineru pārvadājumus, Nīderlandes iestādes lēmums<sup>9</sup> attiecībā uz telekomunikāciju operatoriem par stratēģiskās rīcības saskaņošanu, Īrijas konkurences iestādes uzsāktā izmeklēšana<sup>10</sup> apdrošināšanas sektorā u.c.

Viens no faktoriem, kas tiek vērtēts pie cenu signalizēšanas darbībām, ir patērētāju ieguvums. Efektivitātes apsvērumi, kas var radīt arī pozitīvu ietekmi no publiskiem paziņojumiem, ir saistāmi tikai ar gadījumiem, kad šī informācija ir nozīmīga patērētājiem un investoriem vai var palīdzēt tirgū attīstīt efektīvāku darbību.<sup>11</sup> Arī EK to ir vērtējusi savā lēmumā.<sup>12</sup> Vienlaikus ne vienā, ne otrā gadījumā netika identificēts, ka šādi publiskie paziņojumi sniegtu kādus ieguvumus patērētājam.

Attiecībā uz patērētāja ieguvumiem no tirgus dalībnieka sniegtās informācijas KP uzskata, ka tirgus dalībniekam vai nozares asociācijai, plānojot sniegt tamlīdzīgu publisku informāciju, ir jāizvērtē, vai patērētājs patiesi būs spējīgs to izmantot, kļūs informētāks, izglītotāks, piemēram, par preces kvalitatīviem uzlabojumiem, kas ietekmē cenu vai tās pieaugumu, mainīs savu uzvedību, spēs izdarīt labāku un precīzāku izvēli utt. Vispārēji aizbildinājumi, ka publiski paustais ir domāts patērētāju informēšanai, nevar kalpot kā aizbildinājums.

---

<sup>7</sup> Unilateral Disclosure of Information with Anticompetitive Effects, OECD, 2012.

<sup>8</sup> Case AT.39850 Container Shipping, EK 07.07.2016 lēmums.

<sup>9</sup> ACM decision of 7 January 2014, case number 13.0612.53. See: <https://goo.gl/jWT5iQ>

<sup>10</sup> Opening statement in relation to motor insurance premiums. See: <https://goo.gl/OP0h1e>

<sup>11</sup> ACM decision of 7 January 2014, case number 13.0612.53. 12. p.

<sup>12</sup> Case AT.39850 Container Shipping, EK 07.07.2016 lēmums.

## Kopsavilkums un secinājumi

Ņemot vērā minēto, KP uzskata, ka svaigpiena cenu kāpumu 2016. gada otrajā pusē ietekmēja vairāku faktoru kombinācija. Vienlaikus tā nebija saistīta ar pieprasījuma nozīmīgu pieaugumu šajā periodā.

Nav konstatējams svaigpiena cenas pieauguma noturīgs turpinājums 2017. gadā. Nozares pārstāvji snieguši dažādas prognozes par tirgus turpmāko attīstību, t.sk. tika iegūts viedoklis, ka svaigpiena iepirkuma cenu kāpums 2016. gadā bija īslaicīgs, un, lai gan gada beigās sasniedza ES vidējo iepirkuma cenu līmeni, svaigpiena iepirkuma cenas kāpums 2017. gada sākumā, visticamāk, ir apstājies, un ir pazīmes tam, ka cenas turpmāk nepaaugstināsies.

Svaigpiena iepirkuma vidējās cenas Baltijas reģionā pieaugums un tuvošanās blakus reģionu (piemēram, Polijas) vidējai cenai ir loģiska un pamatota tirgus tendence. Jaunas rūpnīcas atvēršana Polijā 2017. gadā, visticamāk, radīs vairāk alternatīvas un lielāku konkurences spiedienu uz svaigpiena cenām Latvijā.

Vērtējot izmaksu pārnesi visā vērtības radīšanas ķēdē, svaigpiena izmaksu pieaugums tiek pārnests daudz mazākā un atšķirīgā apjomā uz pārstrādātāja saražotā produkta portfeļa piegādes cenu un vēl mazākā mērā uz mazumtirdzniecības cenu veikalā.

Ievērojot minēto, KP vēlreiz atgādina, ka konkurentiem ir jāatturas no prognožu (cenu un stratēģijas) savstarpējās apspriešanas un darbības tirgū jāplāno patstāvīgi. Tas nav pieļaujams arī publisku paziņojumu formā, ņemot vērā, ka plānoto darbību attiecībā uz cenām vai cenas veidošanas noteikumiem (t.sk. informācija par atlaidēm, cenas veidošanas metodēm utt.), cenu stratēģiju, plānotajām cenām, cenu izmaiņām (paaugstināšana/pazemināšana), iepirkuma cenu, izmaksu struktūru, peļņas robežām<sup>13</sup> paziņošana no tirgus līderu puses publiski var radīt līdzvērtīgu ietekmi kā tieša darbību, t.sk. cenu, saskaņošana. Apstākļi, ka publiskais paziņojums ir saistīts tikai ar pienākumu skaidrot cenu pieauguma iemeslus patērētājiem, sabiedrībai, īpaši, ja tas satur prognozi par cenu pieaugumu, neattaisno riskus, kādus publiski sniegta komerciāli sensitīva informācija rada konkurences apstākļiem tirgū.

---

<sup>13</sup> Konkurences padomes Vadlīnijas asociācijām un to biedriem par Konkurences likuma 11. pantā minētā aizlieguma ievērošanu. Skatīt: <https://goo.gl/d0RABa>