

DEGVIELAS TIRGUS UN KONKURENCE

Droši vien nebūs daudz tādu, kurus neinteresētu situācija degvielas tirgū. Pat tie, kuri nebrauc ar auto, saprot, ka degvielas cenu izmaiņas var ietekmēt nebūt ne tikai autovadītāju dzīves līmeni. Visbiežāk šajā sakarā tiek apspriestas benzīna un dīzeļdegvielas cenas, kuras degvielas uzpildes stacijās (DUS) pēdējā laikā ir vērtētas gan kā pārāk augstas, gan arī kā zemas, gan tādas, kurām noteikti vajadzētu liecināt par kādiem degvielas tirgotāju slepeniem plāniem.

Protams, katram komersantam ir savi plāni, kuri ir vērsti uz peļņas palielināšanu un, parasti, tie arī tiek turēti komercnoslēpumā. Tas tirgus ekonomikā ir normāli. Naivi būtu gaidīt, ka lielie degvielas tirgotāji atteiktos no saviem plāniem palielināt savu tirgus daļu, peļņas daļu un ietekmi tirgū, jautājums ir par to, lai tas notiktu likumdošanas normu, tai skaitā Konkurences likuma, ietvaros.

Ir saprotami, ka tēma, kura būtiski ietekmē ekonomiku un arī iedzīvotāju maciņus, rosina meklēt vainīgos pēc katrām nevēlamām vai negaidītām pārmaiņām tirgū. Šī raksta mērķis nav meklēt vainīgos. Tas būs par galvenajiem procesiem degvielas tirgū saistībā ar Konkurences padomes iespējām tos ietekmēt vēlamajā virzienā.

1. Degvielas tirgus vispārīgs raksturojums

Gan benzīns, gan dīzeļdegviela ir uzskatāmi par homogēnām jeb viendabīgām precēm, kurām pastāv augsta savstarpējā aizvietojamība un kuru cenas, galvenokārt, veidojas pasaules lielākajās biržās. Naftas produktu cenas pasaulē ir cieši savstarpēji saistītas un maz atšķiras. Degvielas cenas mazumtirdzniecībā un vairumtirdzniecībā Latvijā ir atkarīgas no naftas un naftas produktu cenām Eiropā un pasaulē. Degvielas tirgū cenas apkopo paši tirgotāji vai neatkarīgas cenu aģentūras. Tādi lielākie degvielas tirgotāji kā „Mažeiku nafta”, „Mažeiku nafta” tirdzniecības nams”, SIA „Statoil Latvija” degvielas vairumtirdzniecības cenu noteikšanā izmanto aģentūras „Platts” apkopotās cenas. „Platts” apkopo un publicē cenas dažādiem reģioniem pie dažādiem piegādes noteikumiem.

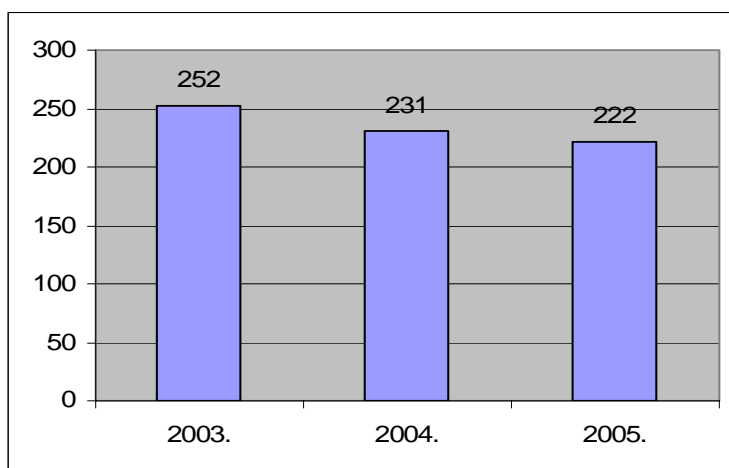
Galveno peļņas daļu degvielas tirgū gūst naftas ieguvēji un degvielas ražotāji. Lejupejošajā tirdzniecības procesā degvielas tirgus dalībnieku rentabilitātes līmenis parasti nav augstāks par citu nozaru vidējo līmeni un attīstītajās Eiropas valstīs ir līdzīgs, tāpat pēdējos gados tas ir arī Latvijā un citās Baltijas valstīs, kurās praktiski ir beidzies periods, kad varēja pelnīt uz cenu atšķirībām austrumu un rietumu tirgos.

Līdz ar to degvielas tirgū, ne tikai Latvijā, bet arī citās valstīs aizvien lielāku lomu iegūst tās kompānijas, kurām ir augsts integrācijas līmenis gan naftas ieguvē, pārstrādē, gan arī vairumtirdzniecībā un mazumtirdzniecībā. Šīm kompānijām parasti ir koncernu struktūra ar plaši sazarotu meitas uzņēmumu un citādi saistīto uzņēmumu tīklu daudzās

valstīs. Pie tādiem var pieskaitīt arī „Statoil”, „Neste”, „Lukoil”. Lai sekmīgi konkurētu ar šiem starptautiskajiem koncerniem, nepietiek ar viena divu DUS biznesa apjomu. Salīdzinoši labākas izredzes ir tiem lielākajiem degvielas tirgotājiem, kuriem ir savas naftas produktu glabāšanas noliktavas jeb termināli.

2. Degvielas mazumtirdzniecības tirgus attīstība Latvijā

Latvijas degvielas mazumtirdzniecības tirgū ir vērojama tirgus dalībnieku skaita samazināšanās tendence.



Degvielas mazumtirdzniecības tirgus dalībnieki Latvijā 2003. – 2005.gadā

Kā redzams no attēla, degvielas mazumtirdzniecības tirgū 2003.gadā Latvijā darbojās 252 komersanti, 2004.gadā – 231 komersanti un 2005. gadā - 222 komersanti, kuriem kopumā piederēja 577 degvielas uzpildes stacijas, t.sk. Rīgā 27 komersantiem – 129 DUS (SIA „Statoil Latvija” – 33, SIA „Neste Latvija” – 19, Trest – 13, DINAZ – 10, SIA „LUKoil Baltija R” – 9, SIA „VIADA” – 9, MPVAS „Latvijas Nafta” – 5 u.c.). Kā redzams no minētajiem datiem, degvielas mazumtirdzniecības tirgū ir vērojama tendence samazināties tirgus dalībnieku skaitam, kam ir sekojoši iemesli:

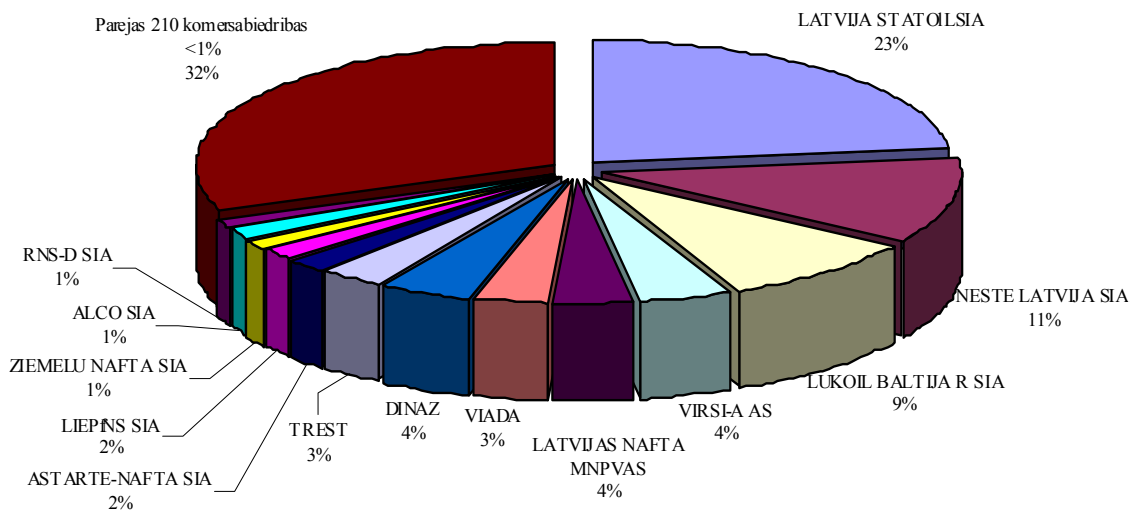
1. Lielo mazumtirgotāju tīklu paplašināšanās un secīgi mazo degvielas tirgotāju izspiešana no tirgus. Pēdējā laikā Latvijā ir vērojama situācija, kad lieli tirgotāji pārņem mazo uzņēmumu degvielas uzpildes stacijas. Šo procesu kontrolē Latvijas Konkurences padome ar mērķi nepieļaut dominējošā stāvokļa veidošanos reģionālajos tirgos.

2. Lielo degvielas tirgotāju ienākšana mazajās Latvijas pilsētās, kur mazie tirgotāji nespēj konkurēt ar lielajiem uzņēmumiem. Piemēri šādai situācijai ir rodami gan 2005.gada septembrī, kad notika ievērojamas svārstības degvielas cenās, gan 2006.gada februārī un martā. Mazie tirgotāji, sekojot zemajām cenām, cieš zaudējumus tādēļ, ka tiem salīdzinājumā ar lielajiem gan degvielas iepirkuma cenas ir augstākas (jo tā tiek iepirkta no starpniekiem un mazākos apjomos), gan mazākas ir iespējas manipulēt ar degvielas krājumiem, gan arī augstākas ir realizācijas izmaksas uz produkcijas vienību.

3. Atsevišķu mazo degvielas tirgotāju maksātnespēja, kuras rezultātā to darbība tiek izbeigta. Īpaši tas attiecas uz nomaļu DUS īpašniekiem lauku teritorijās, kur praktiski nav iespējams nodrošināt minimālo apgrozījumu, kas nepieciešams rentablam darbam.

Latvijas degvielas mazumtirdzniecības tirgū darbojošos tirgus dalībniekus nosacīti var iedalīt trīs lielās grupās (skat. arī attēlā):

- 1) „tirgus līderi”, kuru kopējā tirgus daļa ir 43%;
- 2) vidēja lieluma tirgus dalībnieki - 10 komersanti, kuru kopējā tirgus daļa ir 25%, bet katra šī komersanta tirgus daļas atsevišķi sastāda 1% - 4% no konkrētā tirgus.
- 3) mazie tirgus dalībnieki –komersanti, kuru kopējā tirgus daļa sastāda 32%, bet, atsevišķi ņemot, kuru tirgus daļas lielums nesasniedz 1% no kopējā tirgus.



Degvielas mazumtirdzniecības tirgus daļas pa uzņēmumiem 2005.gadā

Ja salīdzina degvielas mazumtirdzniecībā iesaistīto komersantu tirgus daļas un to izmaiņas laikā no 2003. līdz 2005.gadam, var secināt, ka SIA „Latvija Statoil” šajā periodā ir saglabājusi līdera pozīcijas ar 23% tirgus, bet „Neste Latvija” ir palielinājusi savu tirgus daļu no 9% līdz 11% un „Lukoil Baltija R” no 8% līdz 9%. No tā var secināt, ka „tirgus līderu” tirgus daļām ir tendence palielināties.

Situācija, kurā īpaši izceļas galvenais līderis SIA „Latvija Statoil” ar 23% lielu tirgus daļu, veicina citu mazumtirgotāju sekošanu līdera noteiktajām cenām. Novērots, ka citi degvielas tirgotāji cenu parasti liek nedaudz zemāku nekā SIA „Statoil Latvija”, tādējādi saglabājot konkurētspēju. Ierasto kārtību ir izjaukušas SIA „Neste Latvija” un SIA „Statoil Latvija” šī gada februāra un marta aktivitātes, nosakot neparasti zemas mazumtirdzniecības cenas.

3. Konkurences padomes iespējas uzlabot situāciju degvielas tirgū.

Konkurences likumā ir noteikti galvenie pārkāpumu veidi konkurences jomā, kuri nav pieļaujami un kuri var deformēt konkurenci. Konkurences padomes uzdevums ir iespēju robežās nepieļaut šos pārkāpumus vai arī sodīt pārkāpējus. Galvenie no tiem:

- aizliegtas vienošanās starp tirgus dalībniekiem, piemēram par cenām, kuru mērķis vai sekas ir konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana;
- dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas aizliegums, piemēram, netaisnīgu pirkšanas vai pārdošanas cenu vai citu netaisnīgu tirdzniecības noteikumu tieša vai netieša uzspiešana vai piemērošana;

- Konkurences padome ar lēmumu aizliedz tirgus dalībnieku apvienošanos (piemēram, iegūstot daļu vai visus cita tirgus dalībnieka aktīvus vai tiesības tos izmantot), ja tās rezultātā rodas vai nostiprinās dominējošais stāvoklis vai var tikt būtiski samazināta konkurence jebkurā attiecīgajā tirgū;
- negodīgas konkurences aizliegums.

Ne visi Konkurences likuma pārkāpumu veidi ir vienlīdz raksturīgi visiem preču un pakalpojumu tirgiem. Piemēram, dominējošā stāvokļa esamība un, līdz ar to arī tā ļaunprātīgas izmantošanas iespējas tādu nozaru kā enerģētikas, telekomunikāciju un transporta tirgos ir daudz raksturīgākas nekā sadzīves pakalpojumu vai kokapstrādes tirgos.

3.1. Par aizliegtas vienošanās iespēju

Degvielas tirgum ir raksturīgi vairāki faktori, kas varētu veicināt koordināciju starp uzņēmēj sabiedrībām degvielas mazumtirdzniecības tirgū:

- samērā augsta tirgus koncentrācija,
- tehnisko un administratīvo barjeru pastāvēšana ieiešanai tirgū,
- augsta pārdodamā produkta homogenitāte jeb viendabība,
- augsta uzņēmēj sabiedrību homogenitāte, piemēram, attiecībā uz izmaksu

struktūru, biznesa stratēģiju un risku vadību, degvielas iegādes veidu, avotiem.

Šis tirgus iezīmes, no vienas puses, vienkāršo degvielas tirgus dalībnieku saskaņotas rīcības (arī likumā aizliegtas) realizāciju, bet, no otras puses, samazina vajadzību detalizēti reglamentēt vai fiksēt šo saskaņoto rīcību tādā veidā, lai to pārkāpuma gadījumā varētu atklāt un sodīt.

Būtisks un raksturīgs faktors degvielas mazumtirdzniecības tirgum ir arī tirgus caurskatāmība. Jo caurskatāmāks ir tirgus, jo vieglāk ir uzņēmēj sabiedrībām prognozēt citu uzņēmēj sabiedrību uzvedību. Šādos apstākļos mazumcenu kalkulācija galvenokārt notiek, pamatojoties uz konkurenci, nepārtraukti vērojot sāncensu cenas un reaģējot uz tām. Līdz ar to komersantiem degvielas tirgū ir lielākas iespējas (piemēram, salīdzinājumā ar farmaceitisko izstrādājumu tirgu) savstarpēji koordinēt savu cenu politiku arī bez īpašu aizliegtu slepenu norunu vai vienošanās palīdzības, bet degvielas mazumtirgotāja personīgās cenu politikas realizācijas iespējas ir atkarīgas no šī tirgotāja tirgus daļas attiecīgajā tirgū. Šajā sakarā lielākās iespējas realizēt savu cenu politiku Latvijas degvielas mazumtirdzniecības tirgū ir tādiem tirgus līderiem kā SIA „Latvija Statoil”, „Neste Latvija” un „Lukoil Baltija R”. Arī, tā saucamā „plēsonīgo” cenu (no angļu termina – predation), jeb zemo cenu politika konkurences cīņā principā var būt pieļaujama, ja to nerealizē uzņēmums kuram ir vai kurš šo darbību rezultātā var iegūt dominējošo stāvokli tirgū¹.

3.2. Par dominējošo stāvokli un apvienošanās tendencēm

Neskatoties uz to, ka Latvijas degvielas mazumtirdzniecības tirgū pašlaik nevienam komersantam, atsevišķi ņemot, nav dominējošais stāvoklis, tomēr atsevišķi konkurenci

¹ Atbilstoši Konkurences likumam dominējošais stāvoklis - tirgus dalībnieka vai vairāku tirgus dalībnieku ekonomisks (saimniecisks) stāvoklis konkrētajā tirgū, ja šā dalībnieka vai šo dalībnieku tirgus daļa šajā tirgū ir vismaz 40 procentu un šis dalībnieks vai šie dalībnieki spēj ievērojami kavēt, ierobežot vai deformēt konkurenci jebkurā konkrētajā tirgū pietiekami ilgā laika posmā, darbojoties pilnīgi vai daļēji neatkarīgi no konkurentiem, klientiem vai patērētājiem.

deformējoši riski, kuri saistīti ar iespējamu dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu, ir attiecināmi arī uz šo degvielas mazumtirdzniecības tirgu. Pirmais risks ir saistīts ar koncerna „Mažeikū nafta” (turpmāk – MN) un tā meitas uzņēmuma SIA „„Mažeikū nafta” tirdzniecības nams” (turpmāk – MNTN) iespējamo dominējošo stāvokli attiecībā uz benzīna piegādēm Latvijai. Kaut gan šīs piegādes notiek augstāka līmeņa tirgū, tomēr jāņem vērā, ka situācija degvielas mazumtirdzniecībā tiešā veidā ir atkarīga no degvielas iepirkuma cenām augstākos tirgus līmeņos.

Šajā sakarā, salīdzinot Lietuvas Konkurences padomes 2005.gadā izskatīto MN lietu ar to, kura tiek izskatīta Latvijas Konkurences padomē attiecībā uz MNTN, gribētos norādīt uz vismaz divām būtiskām atšķirībām. Lietuvas gadījumā lieta tika ierosināta pret pašu naftas pārstrādes koncernu MN un lietas pamatā bija nesamērīgi augstās koncerna degvielas vairumtirdzniecības cenas Lietuvas pasūtītājiem salīdzinājumā ar šī paša koncerna vairumcenām attiecībā uz Latvijas un Igaunijas pasūtītājiem, kas tādas bija ilgstoši, neskatoties uz salīdzinoši mazākām piegādes izmaksām Lietuvā. Latvijā lieta ir ierosināta nevis pret MN, bet pret tā meitas uzņēmumu MNTN, pamatojoties uz divām epizodēm 2005.gada septembra sākumā un oktobra sākumā.

Pasaules tirgū 2005.gada 1.septembrī bija vērojams krass benzīna cenas lēcieni, kas jau nākošajā dienā atgriezās iepriekšējā līmenī, savukārt MNTN publiskās benzīna 95E vairumtirdzniecības cenas vēl nedēļu saglabājās ievērojami augstākas. Līdzīga situācija izveidojās arī 2005.gada oktobra pirmajā nedēļā. Ekonomikas ministrija šajā sakarā lūdza Konkurences padomi veikt pārbaudi par MNTN darbībām, nepieciešamības gadījumā piemērojot Konkurences likumā paredzētos pasākumus. Ņemot vērā to, ka MNTN rīcība, paceļot cenu, bija īslaicīga un saistīta ar benzīna cenas svārstībām pasaulē, tā varētu arī netikt kvalificēta kā Konkurences likuma pārkāpums.

Otrais risks saistīts ar jau minētajām koncentrācijas palielināšanās tendencēm degvielas mazumtirdzniecības tirgū. Atsevišķos Latvijas reģionālajos tirgos varētu izveidoties divu vai trīs degvielas tirgotāju kolektīvās dominances ļaunprātīgas izmantošanas iespēja. Te gan jāpiebilst, ka kolektīvās dominances un tās ļaunprātīgas izmantošanas iespēju izvērtēšanas prakse Eiropas kopienas valstīs vēl atrodas savā sākumstadijā.² Galvenais pretdarbības instruments, kas šajā sakarā tiek izmantots Latvijā ir tirgus dalībnieku apvienošanās procesa kontrole, ko veic Konkurences padome. Tas gan nenozīmē, ka Konkurences padome varētu aizliegt apvienošanos, kura ar likumu ir atļauta.

Par koncentrācijas palielināšanos degvielas mazumtirdzniecības tirgū liecina iepriekš minētie dati par degvielas mazumtirdzniecības dalībnieku skaita samazināšanos, kā arī apvienošanās lietu skaita pieaugums, kurās lielākie tirgus dalībnieki, tādi kā “Latvija Statoil”, “Neste Latvija”, pārpērk mazāko dalībnieku degvielas uzpildes stacijas. Līdz zināmai robežai tas ir neizbēgams objektīvs process, ja tas nav saistīts ar būtisku tirgus dalībnieku koncentrācijas līmeņa pieaugumu un nerada šī pārpircēja dominējošo stāvokli attiecīgajā reģionālajā tirgū.

3.3. Par negodīgu konkurenci

² Nozīmīga loma kolektīvā dominējošā stāvokļa koncepcijas skaidrošanai bija Eiropas kopienu tiesas spriedumam *Compagnie Maritime Belge* lietā (C-395/96 P, C-396/96 P *Compagnie maritime belge transports SA, Compagnie maritime belge SA and Dafra-Lines A/S v Commission of the European Communities* [2000]) un Pirmās Instances tiesas lēmumam *Lielbritānijas tūrisma pakalpojumu tirgū* (lietā T-342/99 *Airtours v Commission* [2002])

Konkurences likums ar negodīgu konkurenci parasti saprot tādas darbības kā cita tirgus dalībnieka likumīgi lietota nosaukuma, atšķirības zīmju un citu pazīmju izmantošana vai atdarināšana, cita tirgus dalībnieka ražotās vai realizētās preces nosaukuma, ārējā izskata, marķējuma vai iepakojuma atdarināšana, preču zīmes izmantošana, ja tie var maldināt pircēju un tamlīdzīgas darbības.

Dažkārt sūdzību iesniedzēji Konkurences padomē ar negodīgu konkurenci saprot arī, piemēram, cenas, kuras nesedz attiecīgās preces ražotāja izmaksas. Tomēr starptautiskajā praksē pārmērīgi zemas, jeb „plēsonīgas” cenas par likuma pārkāpumu parasti tiek atzītas tad, ja tās saistās ar dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu vai šāda stāvokļa iegūšanu. Un par „plēsonīgām” cenas var atzīt tad, ja tās nesedz galvenās attiecīgā tirgus dalībnieka izmaksas. Piemēram, „Latvija Statoil” un „Neste Latvija” februārī un martā īpaši zemo noteikto benzīna un dīzeļdegvielas mazumtirdzniecības cenu gadījuma izvērtēšanā šādās izmaksās būtu jāieskaita izmaksas par viņu iepirkto degvielu (kurās tiktu izmantotas cenas, kas, ņemot vērā individuālus līgumus par lielapjoma piegādēm, varētu būt zemākas par publicētajām MNTN vairumtirdzniecības cenām) un citas šo uzņēmumu mainīgās izmaksas. Daļa no pastāvīgajām izmaksām varētu arī netikt ieskaitītas.

Noslēgumā gribētos atgādināt, ka lielākā daļa no mums lielākā vai mazākā mērā saprot konkurences labvēlīgo ietekmi uz attīstību. Bet bieži vien šī sapratne kaut kur pazūd, kad konkurence skar mūs pašus. Un tad ļoti gribas atrast vainīgos jaunajām problēmām, kas atnākušas kopā ar konkurenci vai tās pieaugumu. Problēmas vaina vai iemesls ir vienmēr, jautājums tikai, vai ir vainīgie, kuri būtu sodāmi atbilstoši likumam.