



Konkurences padome

Olu, zivju, piena, gaļas, graudu un maizes produktu mazumtirdzniecības tirgus uzraudzība

Tirgus uzraudzības noslēguma ziņojums
(I daļa - piena produkti)

Rīga
2023

Analizētais periods no 2021. gada janvāra līdz 2023. gada maijam

SATURA RĀDĪTĀJS

Ievads.....	3
I Normatīvais regulējums un nozaru iniciatīvas	4
1.1. NTPAL UN NEGODĪGAS TIRDZNIECĪBAS PRAKSES VEIDI.....	5
1.2. LIKUMS “PAR NORĒĶINIEM AR NEPĀRSTRĀDĀTĀS LAUKSAIMNIECĪBAS PRODUKCIJAS RAŽOTĀJIEM”	7
1.3. CIVILTIESISKAIS REGULĒJUMS	8
1.4. ZEMKOPĪBAS MINISTRIJAS, PĀRTIKAS RAŽOTĀJU UN TIRGOTĀJU SADARBĪBAS MEMORANDS	9
II Lauksaimniecības un pārtikas preču ķēdes posmi.....	10
2.1. SVAIGPIENA RAŽOŠANA	12
2.2. PIENA PRODUKTU RAŽOŠANA.....	14
2.3. MAZUMTIRDZNIECĪBAS TIRGUS	15
III Metodoloģija, teorētiskais pamatojums un teoriju analīze	18
3.1. METODOLOĢIJA UN DATI	18
3.1.1. Cenu dati.....	18
3.1.2. Cenu transmisijas analīze	19
3.1.3. Cenu noturības un mainības analīze.....	20
3.2. CENU TRANSMISIJAS ANALĪZE.....	23
3.2.1. Piena cenu transmisijas analīze	23
3.2.2. Siera cenu transmisijas analīze	29
3.2.3. Krējuma cenu transmisijas analīze	33
3.3. CENU MAINĪBAS ANALĪZE.....	37
3.4. CENU KOMPONENTES RAŽOŠANAS UN TIRDZNIECĪBAS PIEGĀDES ĶĒDES POSMIEM. 38	
IV Mazumtirgotāju un piegādātāju sadarbība.....	46
4.1. SADARBĪBAS PĀRTRAUKŠANA UN SORTIMENTA MAIŅA.....	46
4.2. PREČU CENU PĀRSKATĪŠANA	48
4.3. PREČU CENU PIELĀGOŠANA	49
V Secinājumi un priekšlikumi.....	51
5.1. Secinājumi	51
5.2. Priekšlikumi	54

IEVADS

1. Negodīgas tirdzniecības prakses aizlieguma likuma (turpmāk – NTPAL) mērķis saskaņā ar šī likuma 2. pantu ir aizliegt negodīgas tirdzniecības praksi visā lauksaimniecības un pārtikas preču piegādes ķēdē, kā arī ierobežot nepārtikas preču mazumtirgotāju iepirkuma varas izmantošanu pret piegādātājiem. Savukārt, NTPAL 5. panta pirmajā daļā ietvertā ģenerālklausula nosaka, ka pircējam ir aizliegtas darbības, kas ir pretrunā ar godīgu tirdzniecības praksi un neatbilst prasībām par labticību un godprātību darījumos. Pārtikas piegādes ķēdes posmos pastāv liela varbūtība, ka kādā no šiem posmiem tiks piemērota negodīga tirdzniecības prakse.
2. Krievijas kara Ukrainā ietekmē ir samazinājusies pārtikas ražošanas izejvielu un energoresursu pieejamība un palielinājušās to cenas. Tas, savukārt, jau atstājis tiešu negatīvu ietekmi uz pārtikas ražošanas pašizmaksu – tā ir pieaugusi. Līdz ar pašizmaksas pieaugumu attiecīgi ir strauji kāpušas arī gala cenas daudzu pārtikas preču grupu produktiem.
3. Kā vēsta Centrālās statistikas pārvaldes (turpmāk – CSP) dati¹, tad 2022. gada decembrī patēriņa grupai “Visas preces un pakalpojumi” patēriņa cenas pieaugušas par 32.7 % salīdzinot ar 2018. gada decembri. Tas nozīmē, ka preču un pakalpojumu grozu, ko 2018. gada decembrī patērētājs varēja nopirkt par 100 EUR, 2022. gada decembrī par tāda paša groza saturu jau jāmaksā 132,70 EUR. Vienlaicīgi, vērtējot patēriņa grupu “Pārtika un bezalkoholiskie dzērieni”, patēriņa cenas 2022. gada decembrī salīdzinot ar 2018. gada decembri pieaugušas par 43.1 %, pārtikai – par 44,9 %. Bet vislielākais cenu pieaugums pārtikas nozarē vērojams maizei un graudaugiem – 76,6 %, kam seko eļļa un taukvielas – 53,5 %.
4. Ievērojot vispārējo dārdzības pakāpi, sabiedrībā raisās jautājumi par pārtikas preču gala cenas noteikšanu, t. i., vai gala cenas tik ļoti patēriņā nepieciešamām pārtikas precēm ir pamatotas ar izejvielu un ražošanas resursu cenu kāpumu vai arī pārtikas ķēdes visu vai atsevišķu posmu vēlmi pēc lielākas peļņas. Kaut gan Konkurences padome (turpmāk – KP) tāpat kā citu valstu konkurences iestāžu kompetencē neietilpst inflācijas jautājumi un tie drīzāk ir valstu centrālo banku pārziņā,² aiz augstajām pārtikas preču gala cenām var slēpties negodīga tirdzniecības prakses no pircēju puses vai konkurences tiesību pārkāpumi, kas ir KP kompetencē.
5. Šajā tirgus uzraudzībā KP viesīs skaidrību par konkurences apstākļiem, kādi tie ir aktuāli pārtikas ražošanas un mazumtirdzniecības posmos, par cenu veidošanos piegādes ķēdes posmos, kā arī par ķēdes posmu ietekmi un savstarpējo mijiedarbību 2022. gadā un 2023. gada pirmajā pusgadā.
6. KP tirgus uzraudzībā analizē sešas pārtikas preču grupas:
 - 1) piena produkti;

¹ Centrālās statistikas pārvaldes oficiālā mājas lapa, pieejams: https://tools.csb.gov.lv/cpi_calculator/lv/2018M12-2022M12/0/100

² Organisation for Economic Co-operation and Development (Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācija). Competition and Inflation: OECD Policy Roundtable Background Note. 23.p. Pieejams: <https://www.oecd.org/competition/competition-and-inflation.htm>

- 2) maize;
 - 3) gaļas produkti;
 - 4) olas;
 - 5) zivju produkti;
 - 6) graudu produkti.
- 7 Tirdzniecības uzraudzībā KP vērtē piegādātāju un pircēju attiecības konkrētajās pārtikas preču grupās, kā arī ir veikusi divas ekonomiskās analīzes: (1) cenu mainības un noturības analīzi, kuras pamatā ir datu apsekojumos gūtā informācija par atsevišķu produktu cenām individuālās tirdzniecības vietās; (2) cenu transmisiju analīzi, novērtējot cenu izmaiņu korelācijas ražošanas un tirdzniecības posmos, vienlaicīgi novērtējot, vai šo produktu realizācijā nav novērotas negodīgas tirdzniecības pazīmes vai citi konkurencei nelabvēlīgi apstākļi.
- 8 Lai sasniegtu tirdzniecības uzraudzības mērķi, KP veica attālinātas, individuālas, strukturētas intervijas, pieprasot informāciju mazumtirgotājiem, tostarp arī iepirkumu grupām, kas saimniecisko darbību veic ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū un uz kurām attiecas NTPAL regulējums. Tāpat tika analizēti iesniegtie piegādes līgumi, kas noslēgti starp mazumtirgotājiem un to piegādātājiem. Informācija tika pieprasīta divās kārtās kopā no 28 mazumtirgotājiem, tostarp arī no iepirkuma grupām, kā arī kopā no 40 piegādātājiem/ražotājiem, kas reģistrēti gan Latvijā, gan ārpus Latvijas. Pirmajā kārtā dati tika pieprasīti mazumtirgotājiem par laika periodu no 01.09.2021. līdz 28.02.2023. Savukārt, otrajā kārtā dati tika pieprasīti mazumtirgotājiem un ražotājiem par laika periodu no 01.01.2022. līdz 31.05.2023., kā arī par 2021. gadu pa ceturkšņiem. KP analizējusi vairāk nekā 100 000 pirmajā kārtā sniegtos datus un vairāk nekā 70 000 otrajā kārtā iesniegtos datus.
- 9 Šajā tirdzniecības uzraudzības noslēguma ziņojumā publiskotā informācija un analīze attiecas uz piena produktu grupu.

I NORMATĪVAIS REGULĒJUMS UN NOZARU INICIATĪVAS

- 10 Negodīgas tirdzniecības prakses veidu aizliegumu reglamentē NTPAL. Atbilstoši NTPAL 4. panta pirmajai daļai par NTPAL izpildi uzraudzību un kontroli ir atbildīga KP.
- 11 Atbilstoši Līguma par Eiropas savienības darbību (turpmāk – LESD) 39. panta pirmajai daļai vieni no kopējās lauksaimniecības politikas mērķiem ir stabilizēt tirgu un panākt, ka patērētāji piedāvātos produktus saņem par samērīgām cenām.
- 12 Likums "Par norēķiniem ar nepārstrādātās lauksaimniecības produkcijas ražotājiem"³ (turpmāk – likums PNNLPR) reglamentē kartību, kādā tiek veikti norēķini starp nepārstrādātās lauksaimniecības produkcijas ražotājiem un komersantiem, kas nodarbojas ar produkcijas pārstrādi, tirdzniecību vai izmanto produkciju savas saimnieciskās darbības veikšanai.

³ Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/37862-par-norekiniem-ar-neparstradatas-lauksaimniecibas-produkcijas-razotajiem>

- 13 Vienlaicīgi parādās arī pārtikas nozares un mazumtirgotāju kopīgās iniciatīvas, kas nosaka to savstarpējo sadarbību.
- 14 Šajā sadaļā tiks sniegts ieskats NTPAL noteiktos negodīgas tirdzniecības prakses veidos, likumā PNNLPR, kā arī ZM, pārtikas ražotāju un tirgotāju sadarbības memoranda rezultātos par nozaru sadarbību pirmās nepieciešamības pārtikas preču nepārtrauktas pieejamības nodrošināšanu patērētājiem mazumtirdzniecības veikalos.

1.1. NTPAL UN NEGODĪGAS TIRDZNICĪBAS PRAKSES VEIDI

- 15 Saskaņā ar NTPAL 5. panta pirmās daļas 6. punktu pircējam, sadarbojoties ar lauksaimniecības un pārtikas preču piegādātāju, ir aizliegtas darbības, kas ir pretrunā ar godīgu tirdzniecības praksi un neatbilst prasībām par labticību un godprātību darījumos. Vienlaicīgi saskaņā ar NTPAL 5. panta pirmajā daļā ietverto ģenerālklausulu pircējam pret lauksaimniecības un pārtikas preču piegādātājiem ir aizliegts veikt darbības, kas ir pretrunā ar godīgu tirdzniecības praksi un neatbilst prasībām par labticību un godprātību darījumos.
- 16 NTPAL 5. panta pirmajā daļā ir uzskaitīti tie negodīgas tirdzniecības prakses veidi, kas aizliegti jebkurā gadījumā, tos sauc arī par "melno sarakstu". Savukārt NTPAL 5. panta otrajā daļā ir "pelēkā saraksta" prakses veidi, kas ir aizliegti, ja vien attiecīgie nosacījumi nav iepriekš skaidri un nepārprotami paredzēti rakstveida līgumā starp lauksaimniecības un pārtikas preču piegādātāju un pircēju.

1. tabula

"Melnā saraksta" un "pelēkā saraksta" aizliegtās prakses tirdzniecībā

17

"Melnais saraksts" – vienmēr aizliegtās prakses tirdzniecībā	"Pelēkais saraksts" – aizliegtās prakses tirdzniecībā, ja vien rakstveida līgumā nav nepārprotami norādīts citādi
1) veikt līgumā vienuspusējus grozījumus; 2) pieprasīt maksājumus, kas nav saistīti ar piegādātāja preču pārdošanu (piemēram, maksāt par līguma slēgšanu; kompensēt administrēšanas izmaksas; maksāt par preču atrašanos tirdzniecības vietā; kompensēt negūto peļņu; kompensēt jaunu veikalu iekārtošanas/vecu veikalu atjaunināšanas izmaksas); 3) pieprasīt piegādātājam maksāt par lauksaimniecības un pārtikas preču bojājumiem	1) pieprasīt tiešā vai netiešā veidā maksāt par reklāmu; 2) pieprasīt tiešā vai netiešā veidā maksāt par preču tirgvedību; 3) pieprasīt tiešā vai netiešā veidā maksāt par loģistikas pakalpojumiem; 4) pieprasīt iegādāties preces, pakalpojumus vai īpašumu no pircēja norādītām trešajām personām; 5) piemērot akcijas atlaides veicināšanas laikā nerealizētām precēm.

<p>un zudumiem, kas radušies pircēja telpās;</p> <ol style="list-style-type: none"> 4) pieprasīt kompensēt ar patērētāju sūdzību izskatīšanu saistītas izmaksas; 5) atdot atpakaļ nepārdotās preces (izņēmums – nekvalitatīvas preces, jaunas un patērētājiem nezināmas preces); 6) noteikt netaisnīgas un nepamatotas sankcijas par līguma noteikumu pārkāpumu; 7) atteikties slēgt rakstiskus līgumus; 8) ļaunprātīgi izmantot komercnoslēpumu; 9) draudēt ar komerciālajiem pretpasākumiem vai tos izmantot pret piegādātāju; 10) atcelt pasūtījumu pēdējā brīdī (par īsu termiņu vienmēr ir uzskatāms termiņš, kas sāks par 30 dienām); 11) mainīt pasūtījumu pēdējā brīdī (divas dienas pirms preču piegādes); 12) nepieņemt preces no piegādātāja ar 2/3 garu derīguma termiņu; 13) pieprasīt zemāko cenu nodrošināšanu; 14) pieprasīt segt izdevumus par personāla nodarbināšanu veikalu iekārtošanai; 15) pieprasīt maksu par preču glabāšanu, iekļaušanu sortimentā vai to, lai šādas preces būtu pieejamas tirgū; 16) pieprasīt netaisnīgus, nepamatotus vai līgumā neparedzētus maksājumus (atlaides). 	
--	--

Avots: KP izstrādāts, izmantojot NTPAL

- 18) Papildus minētajiem negodīgas tirdzniecības prakses veidiem NTPAL 5. panta ceturtajā daļā ir uzskaitītas aizliegtas darbības attiecībā uz norēķinu termiņiem par piegādātām precēm. Vienlaicīgi NTPAL 5. panta piektā daļa nosaka specifiskus noteikumus, kas jāievēro tikai lauksaimniecības un pārtikas preču mazumtirgotājam.

- 19 Saskaņā ar NTPAL 5. panta ceturtās daļas noteikumiem norēķini par ātrbojīgām precēm nedrīkst pārsniegt 30 dienas pēc to piegādes, bet precēm, kas nav ātrbojīgas, nedrīkst pārsniegt 60 dienas pēc to piegādes. Lauksaimniecības un pārtikas preču mazumtirgotājam aizliegts piemērot netaisnīgus un nepamatoti garus termiņus norēķiniem par svaigiem dārzeņiem un ogām, kas vienā kalendāra nedēļā tiek piegādāti vismaz trīs reizes, t. i., ilgākus par 20 dienām pēc to piegādes. Lauksaimniecības un pārtikas preču mazumtirgotājs ar ražotāju vai ražotāju kooperatīvo sabiedrību var rakstveidā vienoties par citu norēķinu termiņu, ciktāl tas nav pretrunā ar NTPAL 5. panta ceturtās daļas prasībām.
- 20 KP jau skaidrojusi⁴, ka pircēju iepirktie lauksaimniecības un pārtikas preču krājumi pārvēršas par skaidru naudu, iekams ir jāapmaksā piegādātāju rēķini. Savukārt ilgstoši neapmaksātie rēķini pircējiem dod iespēju iegūtos līdzekļus investēt aktīvos. Līdz ar to ir secināms, ka pārmērīgi garu norēķinu termiņu pastāvēšana vai novēlota rēķinu apmaksa pēc būtības ir kā bezprocentu finansējums pircēju izaugsmei, kas tiek finansēts uz piegādātāju rēķina.⁵ Lai nodrošinātu lauksaimniecības un pārtikas preču piegādātāju un viņu likviditātes lielāku aizsardzību, par lauksaimniecības un pārtikas precēm, kas nav ātrbojīgas, maksājumu termiņš nedrīkst būt ilgāks par 60 dienām pēc šo preču piegādes.
- 21 Kopsakarā ar NTPAL 5. panta pirmajā daļā ietvertās ģenerālklausulas noteikumiem, vērtējot norēķinu termiņu atbilstību godīgai tirdzniecības praksei, ņemot vērā iepriekšējos KP secinājumus⁶, par pamatu norēķinu termiņa ilguma, kas pārsniegs 30 dienas, bet nepārsniegs termiņu līdz 60 dienām, izvērtējumam KP ņems vērā lauksaimniecības un pārtikas preču vidējo aprites termiņu pie pircēja gan attiecībā uz precēm, kas paredzētas kā izejvielas, gan gatavām precēm, kas paredzētas pārdošanai patērētājiem. Par taisnīgu un pamatotu termiņu, kad pircējam ir jānorēķinās par piegādātām lauksaimniecības un pārtikas precēm, tiek uzskatīts šo preču vidējais aprites termiņš, pieskaitot tam termiņu līdz 10 dienām norēķinu veikšanai.

1.2. LIKUMS "PAR NORĒĶINIEM AR NEPĀRSTRĀDĀTĀS LAUKSAIMNIECĪBAS PRODUKCIJAS RAŽOTĀJIEM"

- 22 Likums PNNLPR nosaka kartību, kādā tiek veikti norēķini starp nepārstrādātās lauksaimniecības produkcijas ražotājiem un komersantiem, kas nodarbojas ar produkcijas pārstrādi, tirdzniecību vai izmanto produkciju savas saimnieciskās darbības veikšanai (likumā PNNLPR dēvēti par komersantiem). Nepārstrādātā lauksaimniecības produkcija likuma PNNLPR

⁴ Sk. KP NTPAL piemērošanas vadlīnijas, 2022. 179. punktā. Pieejams: <https://www.kp.gov.lv/lv/media/9853/download>

⁵ Relations between Industry and Distribution across Europe: Proposals for a CIAA Agenda, Madrid, May 2006, 2. lpp, nepublicēts.

⁶ KP 13.01.2011. lēmums Nr. E02-4 lietā Nr. P/09/06/7 "Par Konkurences likuma 13. panta otrās daļas 5. punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA "MAXIMA Latvija" darbībā", 34. lpp., kas galīgā spēkā stājies ar Augstākās tiesas Senāta Administratīvo lietu departamenta 30.01.2013. rīcības sēdes lēmumu lietā SKA - 155/2013 (A43004211).

izpratnē ir augu vai dzīvnieku valsts sākotnējā produkcija, ko patērē tiešā veidā vai izmanto kā izejvielu pārtikas produktu un citu izstrādājumu ražošanā (PNNLPR 1. panta 1. punkts). Savukārt par nepārstrādātās lauksaimniecības produkcijas ražotājiem (piegādātājiem) saskaņā ar likumu PNNLPR 1. panta 2. punktu tiek uzskatītās fiziskās vai juridiskās personas, kas nodarbojas ar lauksaimniecību un realizē pašu izaudzēto augu vai dzīvnieku valsts sākotnējo produkciju nepārstrādātā veidā, kā arī atbilstošas lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvās sabiedrības.

- 23 Likuma PNNLPR 2. panta otrā daļa nosaka, ka starp nepārstrādātās lauksaimniecības produkcijas ražotājiem un komersantiem noslēgtajos līgumos paredzamais samaksas termiņš nedrīkst pārsniegt 30 dienas no produkcijas piegādes dienas. Šis samaksas termiņš neattiecas uz graudu piegādes līgumiem. Savukārt atbilstoši likuma PNNLPR 3. pantam norēķini starp nepārstrādātās lauksaimniecības produkcijas ražotājiem (piegādātājiem) un komersantiem tiek veikti 10 dienu laikā no produkcijas piegādes dienas. Vienlaicīgi 10 dienu norēķinu laiks no produkcijas piegādes dienas neattiecas uz graudu piegādes līgumiem.
- 24 Likuma PNNLPR 5. pants nosaka ZM un Lauku atbalsta dienesta (turpmāk – LAD) tiesības saņemt informāciju par piegādāto un termiņā nesamaksāto produkciju un iesniegt tiesā prasību nepārstrādātās lauksaimniecības produkcijas ražotāju (piegādātāju) interešu aizstāvībai.
- 25 Atšķirībā no NTPAL, kura noteikumus jāievēro pircējiem, ja to pēdējā finanšu gada neto apgrozījums pārsniedz 2 000 000 EUR, vai Eiropas Savienībā esošām iestādēm (valsts, reģionālā vai vietējā iestāde vai vairāku šādu iestāžu apvienība, kas darbojas saskaņā ar publisko tiesību principiem), komersantiem, kas nodarbojas ar produkcijas pārstrādi, tirdzniecību vai izmanto produkciju savas saimnieciskās darbības veikšanai, likums PNNLPR gada apgrozījuma sliekšņus nenosaka un tas jāievēro neatkarīgi no apgrozījuma lieluma.
- 26 Konstatējams, ka lauksaimniecības un pārtikas piegādes ķēdes ražošanas posmā likumdevējs ir paredzējis īsākus apmaksas termiņus par piegādātām precēm nekā tas noteikts NTPAL. Līdz ar to komersantiem norēķinos ar nepārstrādātās lauksaimniecības produkcijas ražotājiem jāievēro, lai tie būtu saskaņā gan ar NTPAL, gan vienlīdz arī ar likumā PNNLPR noteikto.

1.3. CIVILTIESISKAIS REGULĒJUMS

- 27 Civillikumā (turpmāk – CL) ir paredzēti noteikumi attiecībā uz apmaksas termiņiem par preces piegādi, pirkumu vai pakalpojuma sniegšanu. CL 1668¹–1668¹¹ pantos, kā arī CL 1652. panta otrajā daļā, 1652. panta trešajā daļā, 1653. pantā, 1765. panta otrajā daļā ir pārņemti Eiropas Parlamenta un Padomes direktīvas 2011/7/ES (2011. gada 16. februāris) par maksājumu kavējumu novēršanu komercdarījumos⁷ noteikumi.
- 28 KP NTPAL piemērošanas vadlīnijās⁸ jau skaidrojusi, ka NTPAL satur speciālo

⁷ Pieejams:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32011L0007>

[https://eur-lex.europa.eu/legal-](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32011L0007)

⁸ Sk. 180.-181. punktus.

<https://www.kp.gov.lv/lv/media/9853/download>

Pieejams:

regulējumu attiecībā pret vispārējo regulējumu – CL. Oficiālo publikāciju un tiesiskās informācijas likuma 9. panta sestās daļas 2. punkts nosaka, ka vispārējo tiesību normu piemēro tiktāl, ciktāl to neierobežo speciālā tiesību norma. Atšķirībā no CL 1668.² panta noteikumiem, kas paredz, ka parādnieka nokavējums ar visām tā sekām iestājas pats no sevis gadījumos, kad parādnieks nav veicis samaksu 30 dienu laikā, tostarp pēc rēķina vai cita līdzvērtīga maksājuma pieprasījuma saņemšanas dienas, vai pēc dienas, kad veikta preču pārbaude (apskate), lai noteiktu preces vai pakalpojuma atbilstību līguma noteikumiem, NTPAL skaidri nosaka, ka norēķinu termiņš par lauksaimniecības un pārtikas precēm iestājas pēc to piegādes. Norēķinu termiņš pēc lauksaimniecības un pārtikas preču piegādes iestājas gan par ātrbojīgām precēm, gan par precēm, kas nav ātrbojīgas.

- 29 Atšķirībā no CL 1668.⁶ panta noteikumiem, kas paredz, ka līdzēji var vienoties par samaksas termiņu līdz 60 dienām, ja vien šāda atruna nav acīmredzami netaisna pret kreditoru vai CL 1668.⁷ panta noteikumiem, kas paredz, ka līdzēji var vienoties par atlīdzības samaksas termiņa pagarinājumu līdz 60 dienām, ciktāl tas ir attaisnojami, ņemot vērā saistību, kas jāizpilda, NTPAL šādas vienošanās iespējas neparedz.

1.4. ZEMKOPĪBAS MINISTRIJAS, PĀRTIKAS RAŽOTĀJU UN TIRGOTĀJU SADARBĪBAS MEMORANDS

- 30 Ņemot vērā notiekošo pasaulē, 2022. gada aprīlī ZM sadarbībā ar pārtikas ražotāju asociācijām/biedrībām un tirgotāju asociācijām parakstīja memorandu, ar kuru panākta vienošanās par nozaru sadarbību pirmās nepieciešamības pārtikas preču grupu – olu, gaļas, zivju, piena, graudu un maizes produktu – nepārtrauktas pieejamības nodrošināšanu patērētājiem mazumtirdzniecības veikalos (turpmāk – Memorands).⁹ Attiecīgi par konkrētām pārtikas precēm katrā no produktu grupām, kurām ir piemērojami memoranda nosacījumi, tirgotāji un pārtikas preču piegādātāji vienojas atsevišķi.
- 31 Memorandu parakstījuši ZM, biedrība "Latvijas pārtikas uzņēmumu federācija", kooperatīvā sabiedrība "Latvijas Piensaimnieku Centrālā Savienība", biedrība "Latvijas apvienotā putnkopības nozares asociācija" (turpmāk – pārtikas ražotāji), biedrība "Latvijas Pārtikas tirgotāju asociācija", biedrība "Latvijas Tirgotāju asociācija" un biedrība "Latvijas Mazumtirgotāju biedrība" (turpmāk – tirgotāji).
- 32 Memorandu parakstījušās puses vienojās par cenu pārskatīšanas piedāvājumu izskatīšanu, kas iesniegti minētajās preču kategorijās, 15 dienu laikā no to iesniegšanas brīža. Memorandu parakstījušās puses apņēmas piemērot saprātīgu uzcenojumu pārtikas precēm. Savukārt tirgotāji apņēmušies nepiemērot soda sankcijas tiešā vai netiešā veidā pārtikas preču piegādātājam, ja piegādātājs izņem no sortimenta preces,

⁹ Zemkopības ministrijas oficiālā mājas lapa, pieejams: <https://www.zm.gov.lv/zemkopibas-ministrija/presei/zemkopibas-ministrija-latvijas-partikas-razotaji-un-tirgotaji-vienojas?id=12972>

par kuru cenu izmaiņām nav panākta vienošanās 15 dienu laikā no cenu piedāvājuma iesniegšanas dienas.

- 33 Tirgus uzraudzībā KP lūgusi mazumtirgotājus vērtēt Memoranda ietekmi uz to sadarbību ar piegādātājiem, nosaukt iemeslus, ja tie nebija Memorandu parakstījuši, kā arī sniegt savu vērtējumu, vai sadarbība ar piegādātājiem mainījies pēc Memoranda darbības laika beigām, t. i., pēc 31.12.2022.
- 34 Lielākā daļa mazumtirgotāju, kuri ar to pārstāvošo asociāciju starpniecību Memorandu bija parakstījuši, norādīja, ka tā darbības laikā centušies ievērot Memoranda noteikumus, piemēram, izskatīt cenas īsākos termiņos nekā to nosaka līguma noteikumi ar piegādātājiem, kā arī piemērot saprātīgu uzcenojumu. Savukārt daļa mazumtirgotāju norādījuši, ka sadarbība ar to piegādātājiem Memoranda darbības laikā ir kļuvusi ciešāka. Atsevišķi mazumtirgotāji norādījuši, ka nevar vērtēt Memoranda ietekmi uz sadarbību ar piegādātājiem, jo Memoranda darbības laikā sadarbībā ar piegādātājiem Memorands netika pieminēts. Mazumtirgotāji arī norādījuši, ka praksē nav saskārušies ar situācijām, kad piegādātāji izejvielu trūkuma vai kādu citu objektīvu iemeslu dēļ nespētu piegādāt preces un būtu nepieciešams mainīt līguma nosacījumus vai izvērtēt līgumos noteikto sankciju piemērošanu.
- 35 Neskatoties uz to, ka daļa aptaujāto mazumtirgotāju Memorandu nebija parakstījuši, gan tie mazumtirgotāji, kuri Memorandu parakstīja, gan tie mazumtirgotāji, kas to neparakstīja, norāda, ka sadarbība ar piegādātājiem pēc Memoranda darbības laika beigām, t. i., pēc 31.12.2022., nav mainījies. Daži mazumtirgotāji norādījuši, ka tie turpina ievērot Memorandā nostiprinātos principus arī pēc Memoranda darbības laika beigām. Citi mazumtirgotāji norāda, ka pēc Memoranda darbības laika beigām ievēro cenu pārskatīšanas termiņus, kas apstiprināti sadarbības līgumos ar piegādātājiem.
- 36 KP novēro, ka Memoranda darbības laikā mazumtirgotāji dažām precēm, kas ietilpst arī Memorandā minētajās preču grupās – olas, gaļas, zivju, piena, graudu un maizes produkti, noteikuši zemākas cenas.¹⁰ Arī pēc Memoranda darbības laika beigām mazumtirgotāji turpinājuši cenu samazināšanu atsevišķiem produktiem minētajās preču grupās.¹¹

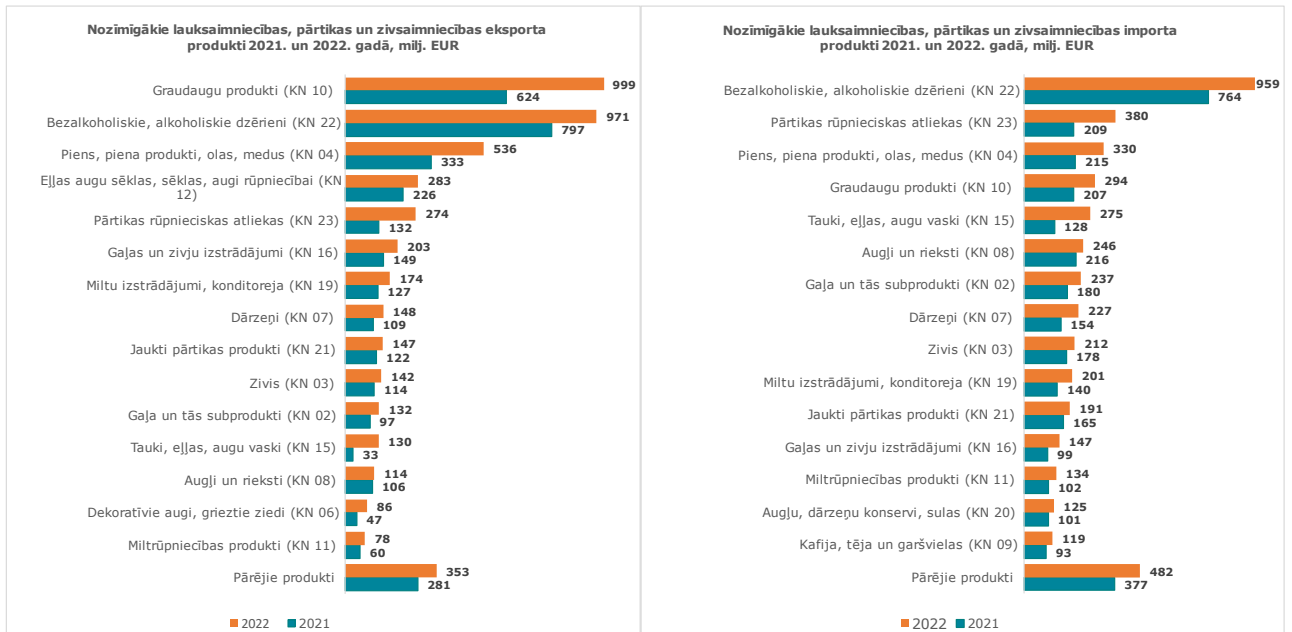
II LAUKSAIMNIECĪBAS UN PĀRTIKAS PREČU ĶĒDES POSMI

- 37 Precēm, kas tiek eksportētas, cenu tiešā vai netiešā veidā var ietekmēt ES un globālā tirgus cenu tendences, kā arī pārstrādātāja izmaksas un mazumtirgotāja uzcenojums. Šajā nodaļā tiek sniegts ieskats piena produktu tirgū. Vienlaicīgi tiek aplūkota informācija, kādi ir starptautiskie/globālie faktori, kas ietekme piena produktu realizāciju un cenas Latvijas tirgū.

¹⁰ "Rimi" fiksē pieprasītāko pārtikas produktu cenas līdz gada beigām.06.09.2022. Pieejams: <https://www.db.lv/zinas/rimi-fikse-pieprasitako-partikas-produktu-cenas-lidz-gada-beigam-509020>

¹¹ "Maxima Latvija" kopā ar Latvijas ražotājiem būtiski samazina Latvijā ražoto piena produktu cenas. 07.02.2023. Pieejams: <https://www.la.lv/maxima-latvija-kopa-ar-latvijas-razotajiem-butiski-samazina-latvija-razoto-piena-produktu-cenas>

- 38 Analizējot Eurostat datus, ko apkopojusi ZM (sk. 1. attēlu)¹², konstatējams, ka tirgus uzraudzībā aplūkotie piena, maizes, gaļas produktu, olu, zivju produktu un graudu produkti veido nozīmīgu daļu gan Latvijas eksportā, gan importā.



1. attēls. Nozīmīgākie Latvijas lauksaimniecības, pārtikas un zivsaimniecības importa un eksporta produkti 2021.–2022. gadā

Avots: ZM izstrādāts, izmantojot Eurostat datus.

- 39 KP jau iepriekš bija pētījusi situāciju svaigpiena iepirkuma tirgū¹³, kā arī sviesta tirgū¹⁴. Attiecībā uz sviesta cenām KP secinājusi, ka tās atkarīgas no:

- 1) globālām tendencēm;
- 2) pašizmaksas palielināšanās pārstrādes procesā izejvielu ierobežotās pieejamības dēļ;
- 3) mazumtirgotāju uzcenojuma.

Attiecībā uz svaigpienu KP bija konstatējusi, ka pieprasījumu pēc svaigpiena un attiecīgi svaigpiena iepirkuma cenas tiešā veidā ietekmē situācijā kaimiņvalstīs, t. i., Polijā un Lietuvā, kā arī piena tauku deficīts globālajā līmenī.

¹² ZM Tirgus un tiešā atbalsta departaments. Pārtikas, lauksaimniecības un zivsaimniecības produktu ārējā tirdzniecība. Pieejams: <https://www.zm.gov.lv/lv/media/10734/download?attachment>

¹³ KP. Pārskats par svaigpiena iepirkuma tirgu laika posmā no 2016. gada jūlija līdz decembrim. Pieejams: <https://www.kp.gov.lv/lv/media/418/download?attachment>

¹⁴ KP. Augstās sviesta cenas ir daudzu faktoru rezultāts no svaigpiena ieguves līdz veikala plauktam. Pieejams: <https://www.kp.gov.lv/lv/jaunums/augstas-sviesta-cenas-ir-daudzu-faktoru-rezultats-no-svaigpiena-ieguves-lidz-veikala-plauktam-1>

- 40 Iepriekš veiktajās tirgus izpētēs KP konstatējusi, ka ievērojama daļa zemnieku pirms Eiropas tirgus liberalizācijas 2015. gadā bija spiesta pārtraukt piena ražošanu un pārorientēties uz lopkopības biznesu vai arī pārtraukt saimniecisko darbību pilnībā, kas pamatojams ar saražotā piena pārpalikumu un ar to saistītajiem zaudējumiem. Laikā, kad tika pārtraukta piena ražošanas kvotu sistēmas izplatība Eiropā, piena iepirkuma ģeogrāfiskās robežas tika paplašinātas, taču zemnieku skaits, kuri varēja nodrošināt piena pieprasījumu, samazinājās; tādās piena ražošanas lielvalstīs kā Austrālija un Jaunzēlande nelabvēlīgo apstākļu dēļ būtiski samazinājies saražotā svaigpiena apjoms, un tas ievērojami ierobežojis piena produktu eksporta apjomus, rezultātā tika palielinātas piena produktu cenas.¹⁵
- 41 Šobrīd, t. i., 2023. gadā, notiek tieši pretējā situācija, jo pasaules tirgos lielākajos iepirkumos attiecībā uz piena produktiem uzvarējušas tādas valstis kā Amerikas Savienotās Valstis (turpmāk – ASV) un Jaunzēlande, tādējādi samazinot Eiropas saražoto piena produktu patēriņu.¹⁶ ES piena produktu eksports 2023. gada janvārī–februārī saskaņā ar CLAL.it datiem turpina samazināties, salīdzinot ar situāciju pirms gada. Pasterizēta piena eksports samazinājies par 22 %, pilnpiena pulvera eksports – par 23 %, krējuma eksports – par 15 %, jogurta eksports – par 11 %, siera eksports – par 5 %. Tai pašā laikā par 27 % pieaudzis vājpiena pulvera eksports un par 9 % pieaudzis sviesta eksports. Siera eksports samazinājies uz Japānu un Ukrainu. Ķīna turpina no ES mazāk importēt sviestu, krējumu, pienu, jogurtu u. c. piena produktus.¹⁷
- 42 Lietuvas pārstrādes uzņēmumu darbību būtiski ietekmējusi arī Ķīnas tirgus aizvēršana. Tāpat viena rūpnīca Polijā, kas līdz šim iepirkusi pienu Latvijā, ir būtiski samazinājusi pieprasījumu pēc Latvijā saražotā svaigpiena.¹⁸
- 43 Ņemot vērā globālās tendences, pieprasījums pēc ES saražotā piena un tā produktiem kritās. Dažās ES dalībvalstīs, tostarp, arī Latvijā, cenu kritums ir jūtamāks nekā citās ES dalībvalstīs. Iemesli tam ir meklējami Latvijas piena tirgus struktūrā un turpmākajās sadaļās tiks sniegts īss ieskats tajos.

2.1. SVAIGPIENA RAŽOŠANA

- 44 Latvijā piena saimniecību skaits, kas piegādā svaigpienu pārstrādei, ir krities: 2022. gada decembrī to skaits ir bijis 5 084, 2023. gada februārī – 4 904 un 2023. gada martā – 4 850. Taču kopš 2023. gada maija piena saimniecību skaits, kas piegādā svaigpienu pārstrādei, atsācis augt, un 2023. gada augustā bijušas 4 955 saimniecības, kas nodeva svaigpienu

¹⁵ KP. Augstās sviesta cenas ir daudzu faktoru rezultāts no svaigpiena ieguves līdz veikala plauktam.

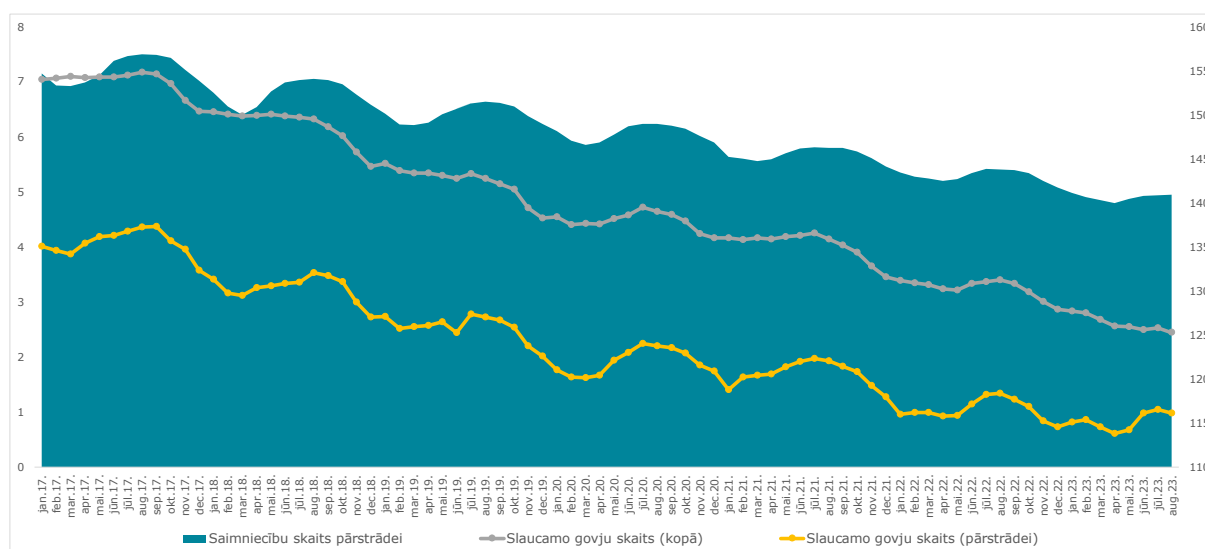
¹⁶ "Zemnieku saeima" valdes priekšsēdētājs Juris Lazdiņš. Pieejams: https://klik.tvnet.lv/7708397/piena-krize-atbalsts-nepieciessams-vai-lai-pasi-tiek-gala?_gl=1*1ywcah1*_ga*MjEwMjA0MDM5My4xNjM4ODg1Mjkx*_ga_8R8GMZF5MW*MTY3NjA0NjI3MC40LjEuMTY3NjA0NjUxOS4wLjAuMA..&_ga=2.209737621.1875275946.1676046269-2102040393.1638885291

¹⁷ ZM. Informatīvais materiāls Nr. 83: Piens un piena produkti; Aprīlis 2023. Pieejams: <https://www.zm.gov.lv/lv/media/7740/download?attachment>

¹⁸ "Zemnieku saeima" valdes priekšsēdētājs Juris Lazdiņš.

pārstrādei. Savukārt slaucamo govju skaits 2022. gada decembrī bijis 114 600, 2023. gada janvārī – 115 143 (99,25 % salīdzinājumā ar 2022. gada attiecīgo mēnesi), februārī – 115 391 (99,31 %), martā – 114 541 (98,58 %), aprīlī – 113 845 (98,31 %), maijā – 114 237 (98,62 %), jūnijā – 116 108 (99,11 %), jūlijā – 116 522 (98,51 %) un augustā – 116 157 (98,09 %).¹⁹

- 45 Piena saimniecību, slaucamo govju skaita un govju skaita izmaiņas kopš 2016. gada ir atspoguļotas 2. attēlā.²⁰ Tas ir iepriekš minētās 2015. gadā Eiropas tirgus liberalizācijas un piena ražošanas kvotu sistēmas izplatības Eiropā pārtraukšanas rezultāts.



2. attēls. Piena saimniecību un slaucamo govju skaita izmaiņas pa mēnešiem 2016.–2023. gadā²¹

Avots: ZM izstrādāts

- 46 Ņemot vērā, ka lielākā daļa (2012. gadā – 57,3 % un 2022. gadā – 78,9 %)²² Latvijā saražotā piena un piena produktu tiek eksportēta, turklāt

¹⁹ Lauksaimniecības datu centrs. Slaucamo govju skaits Latvijā pa mēnešiem 2022. un 2023. gads. Iekāvās procentos norādīts slaucamo govju skaits salīdzinājumā ar 2022. gada attiecīgo mēnesi. Pieejams:

https://registri ldc.gov.lv/lv/svaigpiena_iepirkuma_statistika

²⁰ Centrālās statistikas pārvaldes dati

²¹ Skaidrojumi: (1) Saimniecību skaits pārstrādei - to saimniecību (ar reģistrētām slaucamām govīm) skaits, par kurām svaigpiena pirmie pircēji sniedz informāciju par piena piegādi iepriekšējā mēnesī saskaņā ar Ministru kabineta 2011. gada 1. novembra noteikumiem Nr. 841 "Kārtība, kādā tiek vākta un apkopota informācija par lauksaimniecības produktu cenām un tirdzniecības apjomiem noteiktā pārskata periodā"; (2) Slaucamo govju skaits (kopā) - visas Lauksaimniecības datu centrā uz attiecīgā mēneša sākumu reģistrētās slaucamās govīs; (3) Slaucamo govju skaits (pārstrādei) - to slaucamo govju skaits, kuras reģistrētas (1) skaidrojumā minētajās saimniecībās. Pieejams:

<https://www.zm.gov.lv/lv/media/7740/download?attachment>

²² Centrālās statistikas pārvaldes dati. Piena un piena produktu ražošanas un patēriņa bilance (tūkst. t) 2004.–2022. Pieejams: https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START_NOZ_LA_LAB/LAB030/

Šī tendence ar katru gadu pieaug, vairākas saimniecības saskārušās ar nopietnām problēmām saistībā ar svaigpiena iepirkuma cenu straujo samazināšanos. Rezultātā Latvijas zemkopības ministrs un Lietuvas lauksaimniecības ministrs vienojušies un snieguši kopīgu paziņojumu Eiropas Savienības Lauksaimniecības un zivsaimniecības padomē 20.03.2023.²³ Stājoties spēkā Eiropas Komisijas 14.07.2023. Īstenošanas regulai (ES) 2023/1465²⁴, gan Latvijas, gan citu ES dalībvalstu lauksaimniekiem tika nodrošināts ārkārtas atbalsts. Saskaņā ar ES regulas Nr. 2023/1465 3. panta pirmās daļas m) apakšpunktu Latvijai, tostarp piena sektoram, tika piešķirti 6 796 780 EUR.

2.2. PIENA PRODUKTU RAŽOŠANA

- 47 2021. gadā kopējais visu tirgus dalībnieku, kuru saimnieciskā darbība saistīta ar piena pārstrādi un siera ražošanu²⁵, neto apgrozījums bija 413,45 milj. EUR, 42 uzņēmumos tika nodarbinātas 3146 personas. Pēdējo desmit gadu piena pārstrādes un siera ražotāju skaits, tajos nodarbināto personu skaits un apgrozījums atspoguļots 3. attēlā.²⁶
- 48 Publiskajos reģistros²⁷ pieejamā informācija liecina, ka Latvijā 2023. gada oktobrī strādā 43 uzņēmumi, kas nodarbojas ar piena pārstrādi un/vai piena produktu ražošanu. Salīdzinājumā Lietuvā 2023. gada oktobrī strādā 24 piena pārstrādes uzņēmumi.²⁸ Piecu Lietuvas lielāko piena pārstrādes uzņēmumu apgrozījums 2022. gadā ir bijis 1216,3 milj. EUR. Salīdzinājumā piecu Latvijas lielāko piena pārstrādes uzņēmumu apgrozījums šajā periodā ir bijis 396 milj. EUR.

²³ Latvijas un Lietuvas zemkopības ministri kopīgi vērsīsies EK pēc palīdzības piena nozarei. Pieejams: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/ekonomika/09.03.2023-latvijas-un-lietuvas-zemkopibas-ministri-kopīgi-versīsies-ek-pec-palīdzības-piena-nozarei.a500087/>

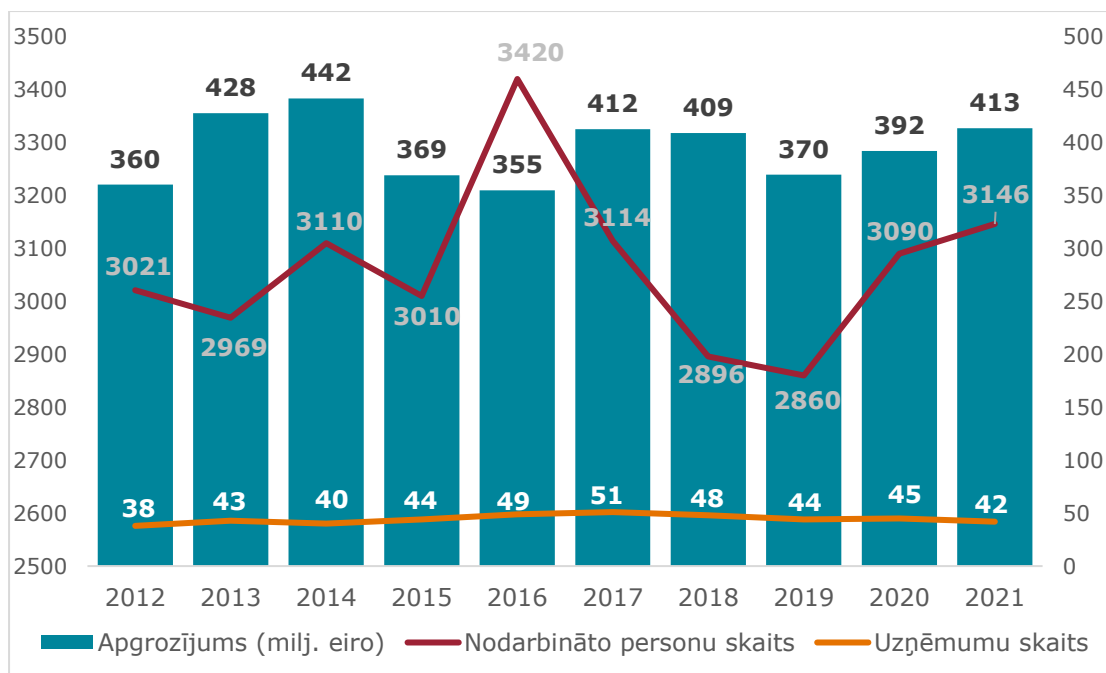
²⁴ Eiropas Komisijas 14.07.2023. Īstenošanas regula (ES) 2023/1465 ar ko nodrošina ārkārtas finansiālo atbalstu lauksaimniecības sektoriem, kurus skārušas īpašas problēmas, kas ietekmē lauksaimniecības produktu ražotāju ekonomisko dzīvotspēju. Pieejams: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/?uri=CELEX:32023R1465>

²⁵ Atbilstoši NACE klasifikatoram – 10.51 klase

²⁶ Centrālās statistikas pārvaldes dati

²⁷ Pārtikas un veterinārais dienests. PVD uzraudzībai pakļauto uzņēmumu reģistrs. Pieejams: <https://registri.pvd.gov.lv/ur>

²⁸ Saskaņā ar Lietuvas Lauksaimniecības datu centrā (*Agricultural Data Center*) pieejamo informāciju. Pieejams: <https://www.vic.lt/pieno-rinka/>



3. attēls. Piena pārstrādes un siera ražošanas uzņēmumu galvenie uzņēmējdarbības rādītāji 2012.–2021. gadā²⁹

Avots: KP izstrādāts, izmantojot Centrālās statistikas pārvaldes datus.

- 49 Latvijā ir salīdzinoši liels mazo saimniecību skaits, kur tiek ražots svaigpiens. Vienlaicīgi ir arī liels pārstrādes uzņēmumu skaits. Šādā situācijā gala patērētāji ir ieguvēji, jo tiem ir pieejami vairāki dažāda veida dažādu tirgus dalībnieku saražotie produkti. Taču šāda tirgus struktūra neveicina apjomradītus ietaupījumus (angliski – *economies of scale*) ražotajiem un pārstrādātajiem, kā arī nenodrošina tiem tirgus varas pozīcijas (angliski – *buyer power*) un nenodrošina spēju pilnā mērā aizstāvēt savas intereses (angliski – *bargaining power*).³⁰

2.3. MAZUMTIRDZNIECĪBAS TIRGUS

- 50 KP vairākkārt gan apvienošanās lietās, gan iepirkumu grupu kontekstā³¹, gan mazumtirdzniecības tirgus dalībnieku paplašināšanās mazo veikalu

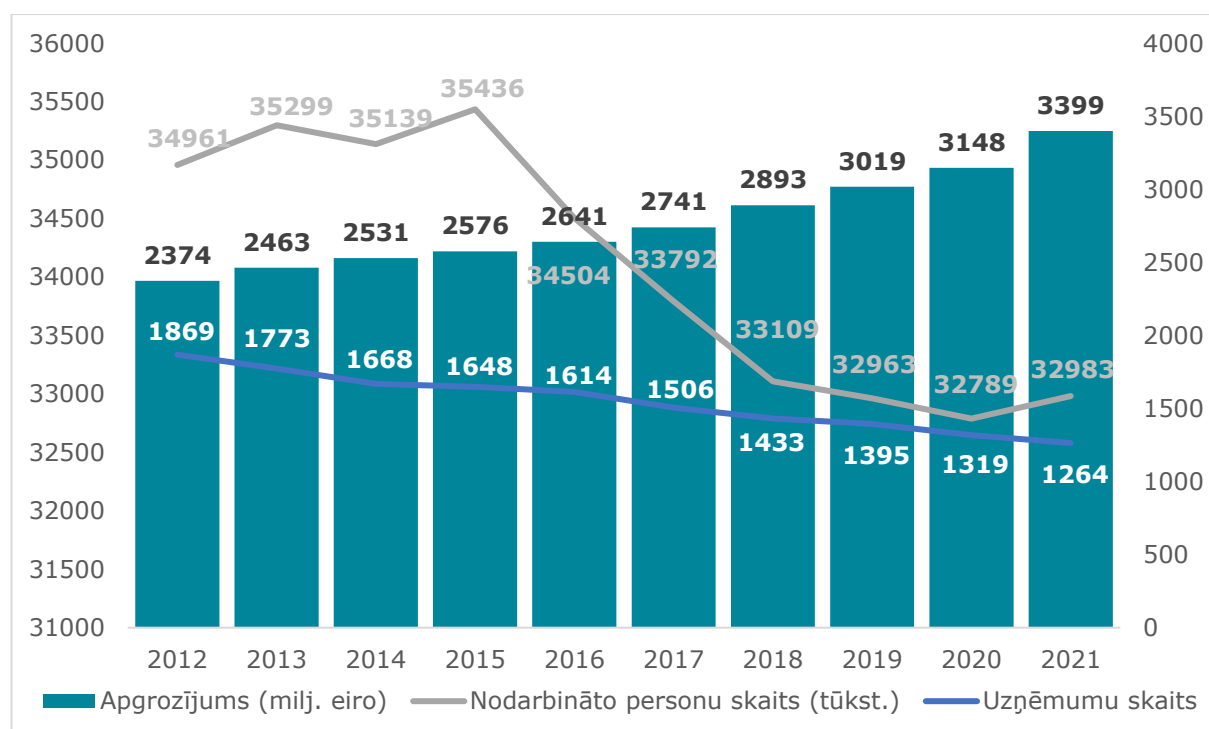
²⁹ Centrālā statistikas pārvalde norādījusi, ka dati par 2022. gadu tiks publiskoti 16.11.2023.

³⁰ Eiropas Komisija norāda uz nepieciešamību nošķirt terminus "pircēja varas ļaunprātīga izmantošana" (angliski – *abuse of buyer power*) un "spēja panākt sev izdevīgus nosacījumus ļaunprātīga izmantošana" (angliski – *abuse of bargaining power*). Sk. OECD, Competition Policy Roundtables: Competition Issues in the Food Chain Industry, 2013, p. 6. Available: <https://www.oecd.org/daf/competition/CompetitionIssuesintheFoodChainIndustry.pdf#page=264&zoom=100,364,132>

³¹ KP. Ikdienu patēriņa preču mazumtirdzniecības lielveikalu vidē tirgus uzraudzība. Iepirkumu grupu darbības izpēte: Noslēguma ziņojums. Pieejams: <https://www.kp.gov.lv/lv/media/463/download?attachment>

formātos³² ir padziļināti vērtējusi ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgu. Līdz ar to šajā tirgus uzraudzībā KP sniegs vispārēju ieskatu mazumtirdzniecības tirgus konkurences struktūrā.

- 51 2021. gadā kopējais visu tirgus dalībnieku, kuru saimnieciskā darbība saistīta ar mazumtirdzniecību nespecializētajos veikalos, kuros galvenokārt pārdod pārtikas preces, dzērienus vai tabaku³³, neto apgrozījums bija 339,9458 milj. EUR, 1264 uzņēmumos tika nodarbinātas 32 983 personas. Pēdējo desmit gadu mazumtirdzniecības uzņēmumu skaits, tajos nodarbināto personu skaits un apgrozījums atspoguļots 4. attēlā.



4. attēls. Mazumtirdzniecība nespecializētajos veikalos, kuros galvenokārt pārdod pārtikas preces, dzērienus vai tabaku 2012.–2021. gadā³⁴

Avots: KP izstrādāts, izmantojot Centrālās statistikas pārvaldes datus.

- 52 Norādams, ka pēdējo 10 gadu laikā ir samazinājies gan mazumtirdzniecības uzņēmumu skaits, gan tajos nodarbināto personu skaits. Vienlaicīgi apgrozījums mazumtirdzniecībā nespecializētajos veikalos, kuros galvenokārt pārdod pārtikas preces, dzērienus vai tabaku, katru gadu ir audzis.
- 53 Analizējot lielāko mazumtirgotāju gada pārskatu datus un CSP datus par mazumtirdzniecību nespecializētajos veikalos, kuros galvenokārt pārdod pārtikas preces, dzērienus vai tabaku, KP secina ka koncentrācijas koeficients³⁵ 2022. gadā diviem lielākiem mazumtirgotājiem bijis 52,48 %

³² KP. Ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgus dalībnieku paplašināšanās mazo veikalu formātos: Noslēguma ziņojums. Pieejams: <https://www.kp.gov.lv/lv/media/1183/download?attachment>

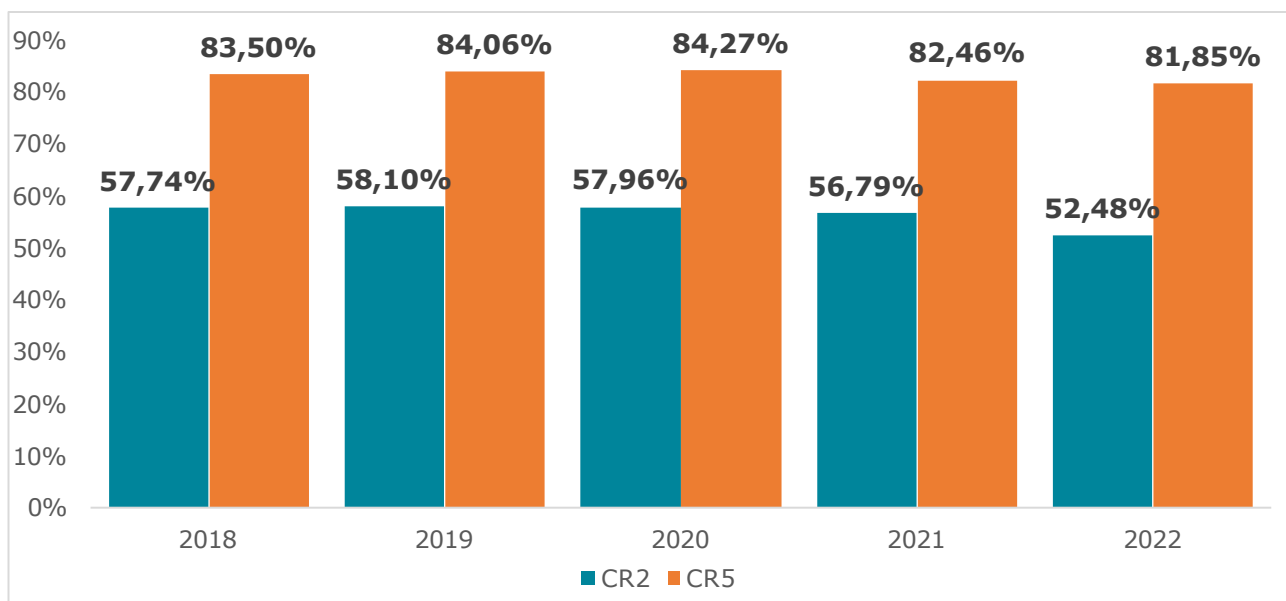
³³ Atbilstoši NACE klasifikatoram – 47.11 klase

³⁴ Centrālā statistikas pārvalde norādījusi, ka dati par 2022. gadu tiks publiskoti 16.11.2023.

³⁵ Koncentrācijas koeficients, ar ko mēra nedaudzu (parasti trīs vai četrus) tirgū vadošo uzņēmumu kopējo tirgus daļu. Sk. Pamatnostādnes par horizontālo

un pieciem lielākiem tirgus dalībniekiem tas bijis 81,85 % (sk. 5. attēlu). Koncentrācijas koeficients diviem lielākiem mazumtirgotājiem kopš 2020. gada ir ar lejupejošu tendenci, savukārt pieciem lielākiem mazumtirgotājiem tas audzis līdz 2020. gadam. Taču kopš 2021. gada gan CR2, gan CR5 ir samazinājies.

- 54 Jau iepriekš veiktās izpētēs³⁶ KP konstatējusi, ka Latvijā esošās kooperācijas/iepirkumu grupas, lai gan pakāpeniski attīstās, tomēr pēc sava lieluma nav vērtējamas kā efektīvi konkurenti MAXIMA un RIMI, kas ir divi lielākie mazumtirgotāji pēc apgrozījuma.



5. attēls. Koncentrācijas koeficients mazumtirdzniecībā nespecializētajos veikalos, kuros galvenokārt pārdod pārtikas preces, dzērienus vai tabaku 2018.–2022. gadā

Avots: KP izstrādāts, izmantojot Centrālās statistikas pārvaldes datus un mazumtirgotāju gada pārskatu datus.

- 55 Eiropas Komisija (turpmāk – EK) ir norādījusi, ka pazīmes, ka efektīva konkurence netiek traucēta, ir, kad attiecīgo uzņēmumu tirgus daļa nepārsniedz 25 % kopējā tirgū vai ievērojamā tā daļā.³⁷ KP konstatē, ka katra no diviem lielākiem mazumtirgotājiem tirgus daļa aplūkotajā laikā posmā ir bijusi virs EK norādītiem 25 %. Līdz ar to pastāv nepieciešamība pārbaudīt, vai netiek traucēta efektīva konkurence, un attiecīgi par konkurences pietiekamību KP sniegs vērtējumu atsevišķā tirgus uzraudzībā "Konkurences situācijas izvērtējums ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecībā", kuru plānots noslēgt 2023. gada nogalē.

apvienošanas novērtēšanu saskaņā ar Padomes Regulu par uzņēmumu koncentrāciju kontroli (2004/K 31/03) 17. atsauci. Pieejams: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/ALL/?uri=CELEX:52004XC0205\(02\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/ALL/?uri=CELEX:52004XC0205(02))

³⁶ KP. Ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības lielveikalu vidē tirgus uzraudzība. Iepirkumu grupu darbības izpēte: Noslēguma ziņojums. 10. lpp. Pieejams: <https://www.kp.gov.lv/lv/media/463/download?attachment>

³⁷ Pamatnostādnes par horizontālo apvienošanas novērtēšanu saskaņā ar Padomes Regulu par uzņēmumu koncentrāciju kontroli (2004/K 31/03), 18. punkts.

III METODOLOĢIJA, TEORĒTISKAIS PAMATOJUMS UN TEORIJU ANALĪZE

3.1. METODOLOĢIJA UN DATI

- 56 Dati tika pieprasīti divās kārtās kopā no 28 mazumtirgotājiem, tostarp arī no iepirkuma grupām, kā arī kopā no 40 piegādātājiem/ražotājiem, kas reģistrēti gan Latvijā, gan ārpus Latvijas. Tirgus dalībniekiem tika pieprasīta gan informācija par to ikdienas sadarbību ar to piegādātājiem un pircējiem, gan dati par izejvielu iepirkumu cenām, saražoto preču pārdošanas cenām. Mazumtirgotājiem tika pieprasīta informācija par preču iepirkumu cenām un preču pārdošanas cenām tirdzniecības vietās.
- 57 Vienlaicīgi KP lūdza iesniegt datus par zīmola precēm, kuras ražo Latvijā reģistrētie komersanti, par precēm, kas tiek ražotas kā privātās preču zīmes, kā arī par precēm, kas tiek ražotas ārpus Latvijas.
- 58 Iespēju robežās tirgus dalībniekiem tika pieprasīta informācija par vienām un tām pašām vai līdzīgām precēm. Izpētes veikšanai saņemtie dati par preču cenām tika pielāgoti atbilstoši pārdošanas mērvienībām.
- 59 Iesniegtie dati tika analizēti, izmantojot cenu transmisijas analīzi un cenu noturības un mainības analīzi. Šajā sadaļā tiks sniegts ieskats cenu transmisijas analīzē un cenu noturības un mainības analīzē, ar kuru palīdzību tiks analizēta datu apsekojumos gūtā informācija par atsevišķu produktu cenām individuālās tirdzniecības vietās.

3.1.1. Cenu dati

- 60 KP lūgusi tirgus dalībniekiem sniegt datus par cenām konkrētām precēm olu, zivju, piena, gaļas, graudu, maizes produktu kategorijā. Preces tika izvēlētas, ievērojot to pārdošanas apjomu naudas izteiksmē, kā arī to pieejamību vairāku mazumtirgotāju tirdzniecības vietās. No vienas puses tas ļāva KP samazināt administratīvo slogu datu iesniegšanai, t. i., informācija tika pieprasīta tikai par atsevišķām precēm, kas veidoja lielāko apgrozījumu attiecīgajā periodā. No otras puses, pieprasot informāciju šādā veidā, KP izvairījās no atsevišķo preču izcelšanas un ieguva datus par reprezentatīvo preču kopu.
- 61 Dati par preču cenām (gan iepirkuma cenām, gan pārdošanas cenām), kā arī par preču iepirkuma un pārdošanas apjomiem tika pieprasīti par laika periodu no 01.01.2022. līdz 31.05.2023. par katru dienu.
- 62 Iesniegtie dati par iepirkuma cenām pārsvarā atspoguļo preču piegādes pavaddokumentos norādīto informāciju. Līdz ar to tajās neietilpst apjoma atlaides un akciju atlaides, kuras mazumtirgotāji piemēro piegādātājiem nākamā mēneša sākumā par iepriekšējo periodu. Iepirkuma cenas arī neatspoguļo tirgvedības jeb mārketinga, reklāmas un loģistikas maksas, par kurām atbilstoši NTPAL 5. panta trešajai daļai ir jāsniedz skaidrs un izsekojams rakstveida pamatojums attiecībā uz kopējo maksājumu vai maksājumu par vienu vienību, jo šīs maksas piegādātājiem tiek piemērotas nākamā mēneša sākumā par iepriekšējo periodu.

- 63 Iesniegtie dati par pārdošanas cenām ietver arī akciju cenas, kad patērētāji attiecīgajā periodā varēja preces iegādāties lētāk nekā ikdienā.

3.1.2. Cenu transmisijas analīze

- 64 Cenu transmisijas analīze tiek izmantota vairākos pētījumos³⁸, lai noteiktu, cik lielā mērā izmaiņas izejvielu cenās tiek pārnestas uz pārtikas preču cenām patērētājiem. Citiem vārdiem sakot, cenu transmisijas analīzi izmanto, lai noteiktu, vai patērētāji var baudīt cenu samazinājumu, kad preču izejvielu cenas samazinās. Savukārt preču izejvielu cenu paaugstināšanas gadījumā cenu transmisijas analīze ļauj noteikt, vai patērētāji to izjūt pilnā mērā vai tomēr izejvielu cenu kāpums tiek apslāpēts kādā no preču piegādes ķēdes posmiem, kādam no tā dalībniekiem uzņemoties papildu izmaksas uz sava rēķina.
- 65 Iepriekš veiktajos pētījumos par preču cenu svārstībām Eiropas Savienības (turpmāk – ES) dalībvalstu līmenī to autori norādījuši uz nopietnām bažām par ES pārtikas piegādes ķēdes darbības traucējumiem un par pievienotās vērtības sadalījumu starp primārajiem lauksaimniecības un pārtikas preču ražotājiem, pārstrādātājiem, vairumtirgotājiem un mazumtirgotājiem, jo dažās dalībvalstīs ir izteikta cenu pielāgošanas amplitūda, kavēšanās un asimetrija. Vienlaicīgi tika norādīts, ka pārtikas piegādes ķēdes efektivitātes nodrošināšana ir svarīga, lai palielinātu tās konkurētspēju, sniedzot labumu gan patērētājiem ar zemākām cenām, gan ķēdē iesaistītajiem uzņēmumiem un citām ieinteresētām personām, nodrošinot ilgtspējīgu pievienotās vērtības sadali.³⁹
- 66 Cenu transmisijas analīzi izmanto, lai noteiktu piegādes ķēdes efektivitāti un lai noteiktu konkurences līmeni pārtikas pārstrādes un piegādes procesos. Pārtikas piegādes ķēdes pielāgošanās cenu izmaiņām dažādos tās posmos ir svarīga tirgus darbības iezīme, jo tā atspoguļo ķēdes būtību, struktūru un organizāciju. Vertikālās, t. i., visā piegādes ķēdē, cenu transmisijas pakāpes mērīšana tādējādi palīdz identificēt iespējamās tirgus nepilnības. Taču, kā norāda iepriekš veikto pētījumu autori, cenu veidošanas mehānisma izpēte pārtikas ķēdē ir sarežģīts uzdevums galvenokārt tāpēc, ka trūkst visaptverošu un uzticamu datu par cenām, uzcenojumiem, kā arī par izmaksu struktūru katrā piegādes ķēdes posmā.⁴⁰
- 67 Cenu veidošanās pārtikas piegādes ķēdē ir atkarīga no vairākiem faktoriem: produkta raksturīgajām īpatnībām (tādām kā uzglabāšanas ilgums, sezonālitate un vai produkts ir ātrbojīgs), tirgus struktūras (piemēram, konkurences intensitāte katrā piegādes ķēdes posmā, starpnieku skaits

³⁸ European Commission. Commission Staff Working Document. Analysis of price transmission along the food supply chain in the EU, Brussels, 28.10.2009. Available:

https://ec.europa.eu/economy_finance/publications/pages/publication16067_en.pdf; Vavra, P. and B. Goodwin (2005-11-01), "Analysis of Price Transmission Along the Food Chain", OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers, No. 3, OECD Publishing, Paris. Available: <http://dx.doi.org/10.1787/752335872456>;

³⁹ European Commission. Commission Staff Working Document. Analysis of price transmission along the food supply chain in the EU, Brussels, 28.10.2009., p. 3.

⁴⁰ Ibid., p. 4.

piegādes ķēdē), kā arī valsts politikas. Cenu transmisijas novērtējuma mērķis parasti ir risināt šādus jautājumus:

- cenu pielāgošanas amplitūda, t. i., cik liela daļa cenu izmaiņu vienā pārtikas piegādes ķēdes posmā tiek pārnesta no viena piegādes ķēdes posma uz nākamo;
- cenu pielāgošanas ātrums, t. i., temps, kādā cenu izmaiņas vienā piegādes ķēdes posmā tiek pārnestas uz citiem posmiem (piemēram, vai cenu izmaiņas tiek pārnestas uzreiz vai sadalītas laikā);
- cenu pielāgošanas asimetrija, t. i., cik lielā mērā cenu pieaugums un samazinājums tiek pārnesti atšķirīgi apjoma un ātruma ziņā (piemēram, vai izejvielu cenu pieaugums tiek pārnesti ātrāk nekā izejvielu cenu samazinājums).⁴¹

68 Pēc teorijas pilnīga cenu izmaiņu pārņemšana visā pārtikas piegādes ķēdē nozīmētu, ka cenu izmaiņas noteiktā ķēdes posmā tiek pilnībā un uzreiz pārnestas uz citiem posmiem. Taču jāņem vērā, ka pat tad, kad lauksaimniecības un pārtikas preču izejvielu cenu izmaiņas pilnībā tiek pārnestas uz patērētājiem, primāro lauksaimniecības un pārtikas preču ražotāju, pārtikas ražotāju un mazumtirdzniecības cenas procentuāli mainīsies dažādi (citiem faktoriem paliekot nemainīgiem), jo lauksaimniecības un pārtikas preču izejvielu izmaksas veido tikai daļu no pārtikas preces, kas tiek pārdota galapatērētājiem, kopējām izmaksām. Tātad, neskatoties uz to, ka pilnīga cenu izmaiņu pārņemšana reālajā dzīvē nav bieži sastopama, tas ne vienmēr nozīmē, ka pastāv tirgus darbības traucējumi.⁴²

69 Nepilnīga cenu izmaiņu pārņemšana pārtikas piegādes ķēdē tiek uzskatīta par tirgus varas un oligopola uzvedības izpausmēm, kuru rezultātā cenu samazināšana primāro lauksaimniecības un pārtikas preču līmenī notiek lēni vai, iespējams, arī nepilnīgi visā pārtikas piegādes ķēdē.⁴³ Taču jāņem vērā, ka, kaut gan tirgus vara var būt nozīmīgs izskaidrojums cenu pielāgošanas asimetrijai, tā nav vienīgais cēloniskais faktors nepilnīgai cenu izmaiņu pārņemšanai pārtikas piegādes ķēdē.⁴⁴

3.1.3. Cenu noturības un mainības analīze

70 Cenu noturība ir viens no vissvarīgākajiem makroekonomikas jautājumiem, jo cenu elastīgums daļēji nosaka ātrumu, ar kādu inflācija un reālie

⁴¹ European Commission. Commission Staff Working Document. Analysis of price transmission along the food supply chain in the EU, Brussels, 28.10.2009., p. 4.; Vavra, P. and B. Goodwin (2005-11-01), "Analysis of Price Transmission Along the Food Chain", OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers, No. 3, OECD Publishing, Paris, pp. 4-5.

⁴² European Commission. Commission Staff Working Document. Analysis of price transmission along the food supply chain in the EU, Brussels, 28.10.2009., p. 5.

⁴³ Vavra, P. and B. Goodwin (2005-11-01), "Analysis of Price Transmission Along the Food Chain", OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers, No. 3, OECD Publishing, Paris, p. 3.

⁴⁴ Ibid., p. 4.

ekonomiskie mainīgie pēc šoka atgriežas potenciālajā līmenī.⁴⁵ Cenu noturības analīze tiek izmantota, lai labāk izprastu cenu pārmaiņu biežumu un lielumu. Šādas analīzes veikšanas pamatā ir mikrodatu apsekojumos gūtā informācija par atsevišķu produktu cenām individuālās tirdzniecības vietās.⁴⁶

- 71 Cenu noturības empīriskajai analīzei ir divas priekšrocības. Pirmkārt, tā ļauj pētīt cenu veidošanas mehānismu tieši. Otrkārt, tā var sniegt informāciju ne tikai par kopējo cenu veidošanas mehānismu, bet arī detalizētākus datus sektoru un atsevišķu produktu līmenī.⁴⁷
- 72 Teorija nosaka, ka, mainoties piedāvājuma un pieprasījuma apstākļiem, cenas nereaģē jeb nemainās uzreiz. Cenu veidošanas mehānisma pamatā ir pieņēmums, ka katra uzņēmuma cenu korekcija saistīta ar papildu izmaksām (*menu cost*) un uzņēmums mainīs cenas tikai gadījumos, kad cenu korekcijas radītais ieguvums pārsniegs ar cenu maiņu saistītos izdevumus. Ar cenu korekciju saistītās papildu izmaksas var būt fiksētas vai mainīgas.⁴⁸ Papildu izmaksas (*menu cost*), t. i., tiešās izmaksas, tādas kā cenu zīmju izdruka un maiņa, bukletu drukāšanas izmaksas, kā arī lēmumu pieņemšanas un informācijas izmaksas pārtikas preču mazumtirgotājiem var būt augstas, jo tie tirgo tūkstošiem produktu.⁴⁹
- 73 Ir daži pārtikas cenu noteicošie faktori, kas ir īpaši svarīgi un kalpo kā cenu izmaiņu cēloņi. Šie pārtikas cenu noteicošie faktori ir gan pieprasījuma līmenī, gan izmaksu līmenī.
- 74 Pieprasījuma līmenī vissvarīgākie ir trīs noteicošie faktori. Pirmkārt, pieprasījuma funkcija mainās gada laikā sezonālu izmaiņu dēļ. Otrkārt, konkurentu mārketinga aktivitātes novirza privāto preču zīmju pieprasījuma līkni pa kreisi un rada spiedienu uz piegādātājiem, lai tie konkurences ietekmē reaģētu ar cenu saistītiem un citiem pasākumiem. Treškārt, liels skaits inovāciju pārtikas rūpniecībā laika gaitā maina pieprasījumu pēc "esošajām" precēm un noved pie cenu izmaiņām.⁵⁰
- 75 Izmaksu līmenī preču izejvielu cenu izmaiņas ietekmē izmaiņas robežizmaksās (*marginal costs*). Otrs svarīgs faktors ir tirgus vara piegādes ķēdē. Pieaugot koncentrācijai pārtikas mazumtirdzniecības sektorā, mazumtirgotāji bieži vien pieprasa no pārtikas preču ražotājiem maksu par iekļaušanu sortimentā (*slotting allowances*) vai produktu subsīdijas.⁵¹

⁴⁵ Latvijas Banka. K. Beņkovskis, K. Kalnbērziņa, L. Fadejeva, Cenu veidošanas mehānisms Latvijā: ko var uzzināt, analizējot PCI mikrodatos. 2010. Pieejams: https://www.makroekonomika.lv/sites/default/files/dm_2010-1.pdf

⁴⁶ Turpat, 3. lpp.

⁴⁷ Turpat.

⁴⁸ Turpat, 5. lpp.

⁴⁹ Herrmann, Roland; Möser, Anke (2003): Price variability or rigidity in the food-retailing sector? Theoretical analysis and evidence from German scanner data, Discussion Paper, No. 11, Justus-Liebig-Universität Gießen, Zentrum für Internationale Entwicklungs- und Umweltforschung (ZEU), Giessen, p. 7

⁵⁰ Ibid., p 6.

⁵¹ Ibid.

- 76 Aprakstošās empīriskās cenu noturības analīzes pamatā galvenokārt ir divas pieejas:
- cenu noturības ilguma pieeja, kas tieši norāda nemainīgu cenu periodu mēnešos;
 - cenu pārmaiņu biežuma pieeja, ar kuru aprēķina konkrētā periodā (mēnesī) mainīto cenu proporciju.⁵²

- 77 Konkrētā periodā mainīto cenu proporciju var noteikt, veicot empīriskus nestabilitātes mērījumus ekonomiskajās laikrindās. Konkrētā gadījumā KP mērījumam pielietojusi Cuddy Della Valle indeksu (turpmāk – CDVI)⁵³, kas ir variācijas koeficienta modifikācija, ņemot vērā datus konstatējamo trendu. CDVI tiek aprēķināts, izmantojot formulu Cuddy-Della Valle Instability Index (%)

$$CDVI = CV \times \sqrt{1 - R^2} ,$$

kur CV – variācijas koeficients un R^2 – koriģēts laikrindas regresijas koeficients.

- 78 Lai noteiktu, vai cenu mainība ir atkarīga no cenu līmeņa, šajā tirgus uzraudzībā papildus tika aprēķinātas arī vidējās cenas konkrētajiem produktiem konkrētajā laika periodā noteiktu mazumtirgotāju tīklu veikalos.
- 79 Tā kā mērījumi veikti īsākā laika periodā, t. i., no 01.01.2022. līdz 31.05.2023., tad cenas noturības analīzei KP lietojusi vidējo nemainīgo cenu periodu nedēļās⁵⁴, nevis mēnešos, kā tas tika darīts citos pētījumos⁵⁵. Cenu noturība tika aprēķināta, izmantojot formulu

$$PRIG = \frac{w}{w PCH} ,$$

kur w – apskatīto nedēļu skaits un w PCH – nedēļas skaits ar cenu izmaiņām.

- 80 Jāņem vērā, ka CDVI ir ar trendu koriģēts variācijas koeficients, kas parāda precīzāku mainīguma virzienu nekā tikai variācijas koeficients. Atkarībā no CDVI aprēķinātas vērtības cenu mainīgumu var raksturot kā zemu, vidēju vai augstu.

Zems cenu mainīgums ir, kad CDVI = 0–15 %.

Vidējs cenu mainīgums ir, kad CDVI = 15–30 %.

Augsts cenu mainīgums ir, kad CDVI = virs 30 %.

- 81 Zems cenu mainīgums nozīmē, ka mazumtirdzniecības vietās cenas netiek bieži mainītas, t. i., netiek organizētas preču cenu akcijas vai, mainoties izmaksām, tās netiek pārnestas uz gala patērētājiem. Attiecīgi augsts cenu

⁵² Latvijas Banka. K. Beņkovskis, K. Kalnbērziņa, L. Fadejeva, Cenu veidošanas mehānisms Latvijā: ko var uzzināt, analizējot PCI mikro datus. 2010., 3. lpp.

⁵³ Cuddy JDA, Della Valle PA (1978) Measuring the instability of time series data. Oxford Bulletin of Economics and Statics, volume 40(1):79–85

⁵⁴ Weber, S. A., & Anders, S. M. (2007). Price Rigidity and Market Power in German Retailing. Managerial and Decision Economics, 28(7), p. 740 <http://www.jstor.org/stable/25151559>

⁵⁵ Latvijas Banka. K. Beņkovskis, K. Kalnbērziņa, L. Fadejeva, Cenu veidošanas mehānisms Latvijā: ko var uzzināt, analizējot PCI mikro datus. 2010.

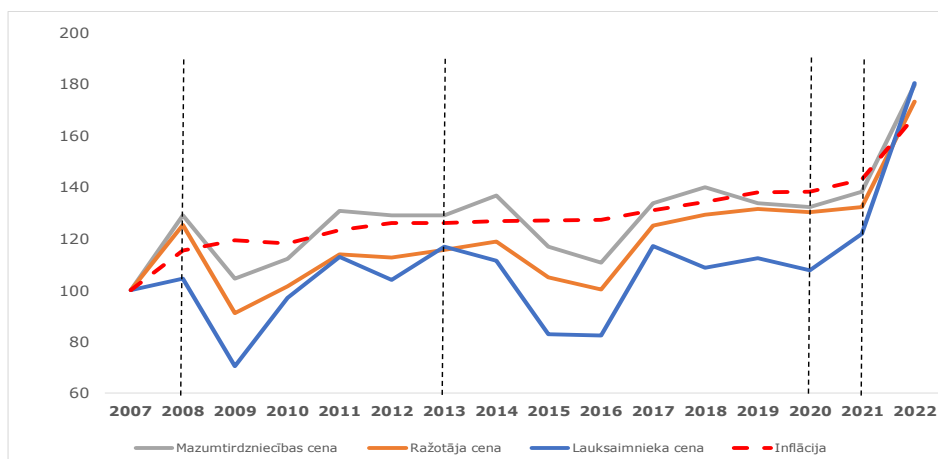
mainīgums no vienas puses nozīmē biežu preču cenu akciju organizēšanu tirdzniecības vietās, kā arī nozīmē samērā ātru izmaksu pārnesi uz gala patērētājiem.

- 82 KP ir veikusi tikai lejupējās cenu mainības novērtējumu, t. i., tika analizēta cenu izmaiņu pārvešana no mazumtirgotājiem uz gala patērētājiem. Taču ilgākā laika periodā, lai gūtu priekšstatu par kopējo tirgus ainu, būtu jāvērtē augšupējā un lejupējā mainība.

3.2. CENU TRANSMISIJAS ANALĪZE

3.2.1. Piena cenu transmisijas analīze

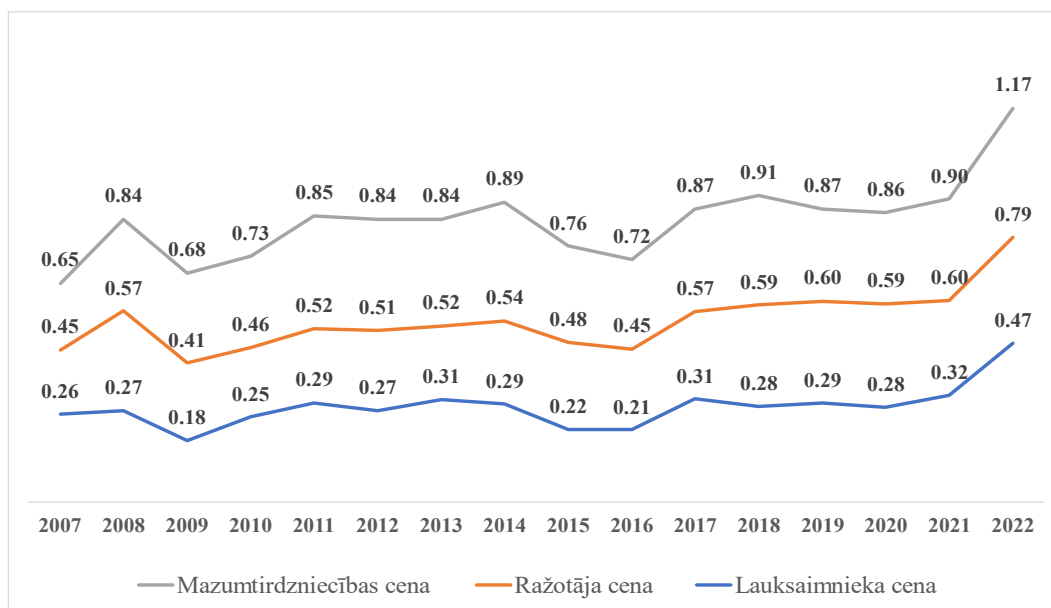
- 83 Lai izdarītu pamatotus secinājumus par kopsakarībām cenu izmaiņās pārtikas piegādes ķēdē apskatītajā īslaicīgajā laika periodā no 01.01.2022. līdz 31.05.2023., nepieciešams aplūkot cenu transmisijas analīzi arī ilglaicīgi. Cenu indeksa izmaiņas ilglaicīgā periodā no 2007. gada līdz 2022. gadam ir aplūkotas 6. attēlā.
- 84 Jānorāda, ka lauksaimnieku/zemnieku cenas ir visnepastāvīgākās, piedzīvojot gan vairāk nekā 30 % kritumus, gan izaugsmi 40 % apmērā laika posmā no 2009. gada līdz 2011. gadam. Lai arī ražotāju/pārstrādātāju un mazumtirgotāju grafikos redzamas izmaiņas līdz 20 %, tomēr tie turas tuvāk kopējās inflācijas līknei.
- 85 Kopš 2007. gada piena cenas lielās svārstības piedzīvojušas vairākkārt. Apskatītajā periodā novērojamas divas ievērojamas novirzes. Pirmā saistīta ar krīzi 2008. gadā. Cenu kritums 2008. gadā ir bijis visos piegādes posmos, tomēr mazumtirdzniecībā tas ir aptuveni 25 %, savukārt lauksaimnieku cenas gada periodā samazinās par 35 %. Tā kā cenu kritumam pamats ir krīze, tad tas sākas visos posmos vienlaicīgi, pretēji otram cenu kritumam 2013.–2015. gados, kad izmaiņas lauksaimniecības cenās izraisa cenu kritumu arī pārējos ķēdes posmos. Savukārt 2020. gadā novērojams cenu kāpums visos trijos piegādes ķēdes posmos, kas, domājams, saistīts ar COVID-19 pandēmijas ietekmi. 2021. gadā cenu straujš kāpums ir novērojams visos trijos piegādes ķēdes posmos.



6. attēls. Cenu indeksa⁵⁶ izmaiņas un inflācija 2007.–2022. gads, 2007=100

Avots: KP izstrādāts, izmantojot CSP datus

- 86 Absolūtās piena cenu svārstības 2007.–2022. gadā parāda piena nominālās cenas šajā periodā (sk. 7. attēlu). Piena cenas atspoguļo 2008. gada krīzes rezultātā piedzīvoto kritumu, kā arī 2013.–2015. gados piedzīvoto kritumu. Vienlaicīgi pēc 2020. gada piena cenas sākušas pieaugt.



7. attēls. Piena nominālā⁵⁷ cena⁵⁸ 2007.–2022. gadā

Avots: KP izstrādāts, izmantojot CSP datus⁵⁹

⁵⁶ Cenu indekss parāda cenas izmaiņas/cenas līmeņa izmaiņas attiecībā pret kādu noteiktu sākuma laiku.

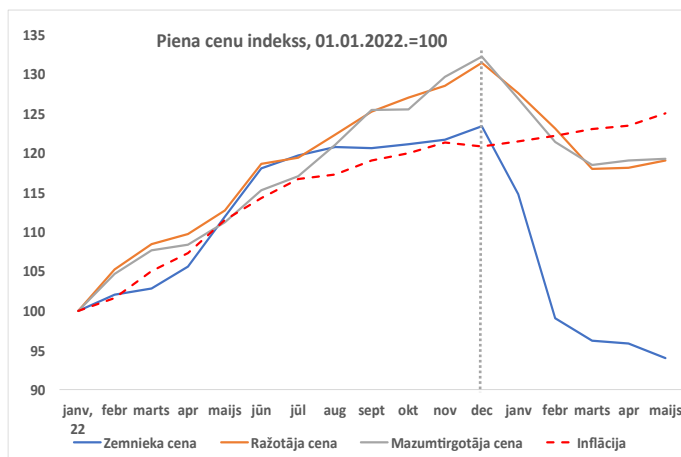
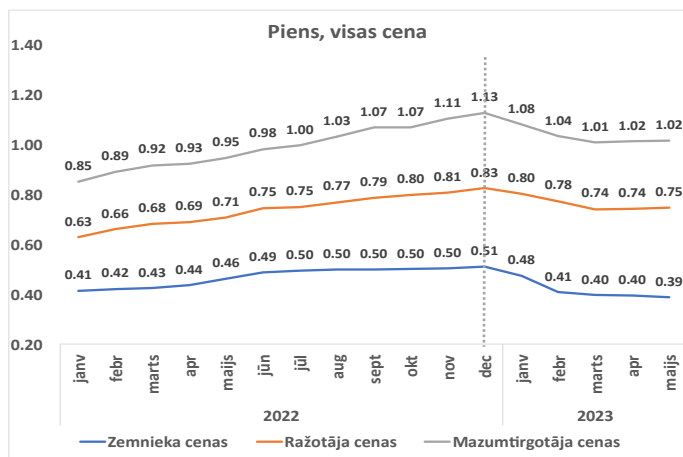
⁵⁷ Nominālā cena ir konkrētās preces cena noteiktajā laika momentā vai periodā.

⁵⁸ Lauksaimnieka un ražotāja cenas norādītas par kilogramu, mazumtirgotāja cena norādīta par litru.

⁵⁹ Centrālās statistikas pārvaldes dati. Atsevišķu preču un pakalpojumu vidējās mazumtirdzniecības cenas (eiro par 1kg, ja citādāk - norādīts īpaši) 1995.–2022. Pieejams:

- 87 KP piena produktu kategorijā ir ieguvusi datus par visiem piegādes ķēdes posmiem, sākot ar lauksaimniekiem/zemniekiem un beidzot ar mazumtirgotājiem. Attiecīgi, ja ražotāju posmā tika lūgts sniegt datus par galveno produkta izejvielu un konkrētiem produktiem, tad mazumtirgotāju posmā tika lūgti dati par konkrētām precēm: pienu (2 %, 2,5 %, >3,5 % tetrapakā, pudelē, plēvē), sieru (Holandes 45 % sveramo un iepakojumā) un skābo krējumu (20 %). Ja konkrētās preces nebija mazumtirgotāju sortimentā, tiem tika lūgts sniegt informāciju par līdzīgām precēm, kas tiem veido lielāku apgrozījumu naudas izteiksmē. Dati tika iegūti par precēm, kuras ražo gan Latvijā, gan ārpus Latvijas reģistrētie komersanti, kā arī par zīmola precēm un mazumtirgotāju privāto preču zīmju precēm. Ņemot vērā, ka zemnieku/lauksaimnieku svaigpiena cenas tika iegūtas no ražotājiem, tās atspoguļo attiecīgo ražotāju svaigpiena iepirkuma cenas no zemniekiem/lauksaimniekiem. Aptaujātie ārpus Latvijas reģistrētie komersanti, kas ražo piena produktus, svaigpienu no Latvijas zemniekiem/lauksaimniekiem neiepērk, līdz ar to ārpus Latvijas jeb importa precēm cenas zemnieku/lauksaimnieku posmā netiek aplūkotas. Visas cenas norādītas bez pievienotās vērtības nodokļa.
- 88 Aplūkojot vidējās lauksaimnieku/zemnieku, t. i., svaigpiena ražotāju, piena ražotāju un mazumtirgotāju cenas pienam par laiku no 01.01.2022. līdz 31.05.2023., secināms, ka visā piegādes ķēdē piena cenas ir augušas līdz 2022. gada decembrim (sk. 8. attēlu). Pēc 2022. gada decembra visā piegādes ķēdē piena cenas sākušas samazināties. Vienlaicīgi zemnieka/lauksaimnieka posmā šajā laikā periodā cenas samazinājušas visstraujāk. Tas norāda uz KP iepriekš pausto atziņu, ka svaigpiena ražotājiem, kas ir viens no piegādes ķēdes posmiem, nav tirgus varas, lai pilnā mērā aizstāvētu savas intereses.
- 89 Piena cenu indeksa izmaiņas dati norāda uz to, ka kopš 2022. gada decembra lauksaimnieku/zemnieku, t. i., svaigpiena ražotāju posmā tika piedzīvots visstraujākais cenu kritums. Savukārt mazumtirgotāju un ražotāju posmos piena cenu kritums nav bijis tik straujš (sk. 8. attēlu).

https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START_VEK_PC_PCC/PCC010/table/tableViewLayout1/; Saražotās rūpniecības produkcijas realizācija (PRODCOM klasifikācijas 10 zīmēs), (daudzums; tūkst. eiro) 2007.–2022. Pieejams: https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START_NOZ_RU_RUA/RUA020/table/tableViewLayout1/; Lauksaimniecības produktu cenas 1995.–2022. Pieejams: <https://stat.gov.lv/lv/statistikas-temas/noz/lauksaimn/tabulas/lac020-lauksaimniecibas-produktu-cenas?themeCode=LA>

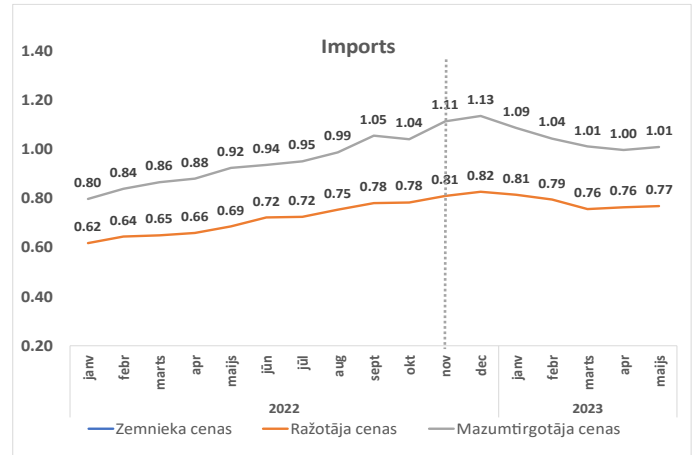
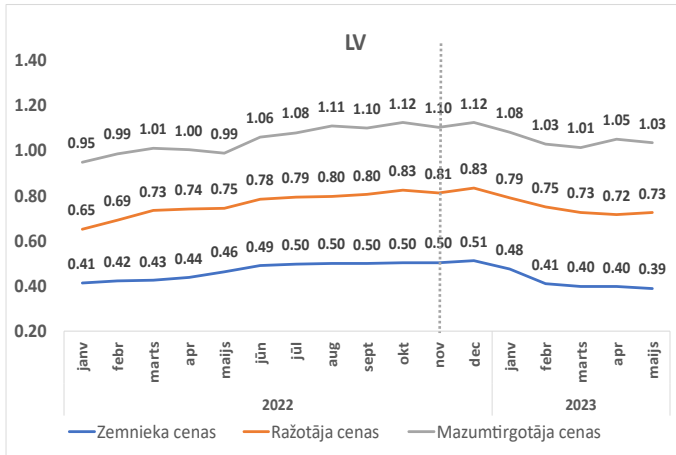


8. attēls. Vidējās zemnieku/ lauksaimnieku, piena ražotāju un mazumtirgotāju piena cenas, EUR/kg un piena cenas indeksa izmaiņas no 01.01.2022. līdz 31.05.2023.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 90 Novērojumi liecina, ka laikā no 2022. gada janvāra līdz 2022. gada decembrim cenu pielāgošanas amplitūda ražošanas un mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmos ir pārnesta visnotaļ proporcionāli sākumposmam, t. i., zemnieka/lauksaimnieka, cenu izmaiņām, kas ir bijusi ar pieaugošu tendenci. No 2022. gada decembra līdz 2023. gada martam, kad novērots straujākais cenu samazinājums un pirmajā ķēdes posmā (zemnieki/lauksaimnieki) tas kopā pa trīs mēnešiem samazinājies par 20 %, nākamajos ķēdes posmos (ražošanas posmā un mazumtirdzniecības posmā) cenu samazinājums novērots par 11 % katrā, turklāt samazinājums bijis mērenāks ar zemākā punkta sasniegšanu ar laika nobīdi – viens mēnesis. Ievērojot, ka, sākot no 2023. gada februāra līdz 2023. gada maijam zemnieka cena par svaigpienu ir ar lejupejošu tendenci vidēji 0.01 EUR samazinājums katru mēnesi, ražotāji un mazumtirgotāji rīkojušies pretēji un, lai gan nedaudz, bet par 0.01 EUR piena cenu ir palielinājuši.
- 91 Kopumā vērtējot cenu transmisiju pienam visos piegādes ķēdes posmos, secināms, ka cenu pielāgošanas asimetrija bijusi mērena un ražošanas un mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmi ir mainījuši cenas, ievērojot cenu izmaiņas zemnieku/lauksaimnieku piegādes ķēdes posmā gan attiecībā uz cenu paaugstināšanu, gan samazināšanu. Lai gan atsevišķos gadījumos cenu pārnese ir bijusi ar laika nobīdi, kā arī pēdējo trīs mēnešu laikā apskatītajā periodā novērots, ka nemainīgas/minimālas lauksaimnieka vidējās piena cenas samazinājuma gadījumā gan ražotāja, gan mazumtirgotāja posmā cena ir minimāli, bet pieaugusi.
- 92 Ņemot vērā, ka vidējās cenas veido gan zīmola preces, gan mazumtirgotāju privātās preču zīmes preces, kas tiek ražotas gan Latvijā, gan ārpus Latvijas, cenas tiks aplūkotas visos posmos.
- 93 Salīdzinot Latvijā un ārpus Latvijas reģistrēto komersantu saražotā piena cenas, secināms, ka laikā no 01.01.2022. līdz 31.05.2023. tās mainījušās atšķirīgi (sk. 9. attēlu). Latvijā ražotam pienam cenu pārnese no zemnieku/lauksaimnieku posma uz ražotāju posmu kaut gan nav notikusi vienādi visā aplūkotajā laikā, taču tā notikusi bez acīmredzamas asimetrijas

pazīmēm. Taču detalizētāki novērojumi liecina, ka, pieaugot svaigpiena iepirkuma cenai zemnieku/lauksaimnieku posmā iepriekšējā mēnesī, ražotāju cenās izmaiņas tika vērojamas nākamajā mēnesī. Visā aplūkotajā periodā ir vērojamas svārstības cenu pārnēsē, un kopš 2022. gada februāra cenu pielāgošanas amplitūdai ražotāju posmā ir pieaugoša tendence, t. i., piena uzcenojamam (angliski – *mark-up*) ir pieaugoša tendence.

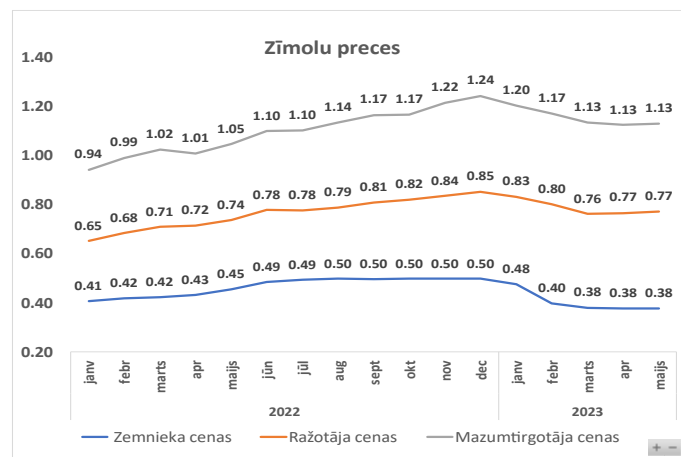
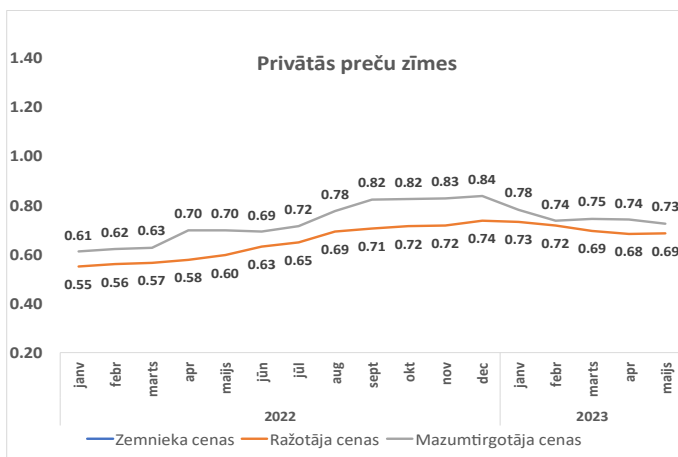


9. attēls. Vidējās zemnieku/lauksaimnieku, piena ražotāju un mazumtirgotāju piena cenas Latvijā un ārpus Latvijas ražotam pienam, EUR/kg no 01.01.2022. līdz 31.05.2023.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 94 Attiecībā uz cenu pārnēsi Latvijā ražotam pienam no ražotāju uz mazumtirgotāju posmu norādams, ka tā notikusi bez acīmredzamas asimetrijas pazīmēm, kaut gan 2023. gada aprīlī un maijā cenu pielāgošanas amplitūda Latvijā ražotam pienam mazumtirgotāju posmā ir bijusi augstākā, t. i., piena uzcenojums šajos mēnešos ir bijis visaugstākais nekā visā aplūkotajā periodā.
- 95 Ražotāju cenu pārnese mazumtirgotāju posmā Latvijā un ārpus Latvijas ražotam pienam nevar tikt uzskatīta par vienlīdz simetrisku, jo mazumtirdzniecības posmā Latvijā un ārpus Latvijas saražoto pienu cenu dažādi, t. i., 17 mēnešu periodā vidēji Latvijā ražotais piens tika cenots par 19 % dārgāk nekā ārpus Latvijas ražots piens (piemēram, 2022. gada janvārī atšķirība sasniedusi 65 %, 2022. gada februārī – 51 %, 2023. gada aprīlī – 43 %). Tādēļ līdz 2022. gada septembrim par Latvijā ražoto pienu gala patērētājiem tirdzniecības vietās vajadzēja maksāt vairāk nekā par ārpus Latvijas ražoto pienu. Taču arī jānorāda, ka 2022. gada novembrī un decembrī Latvijā ražotam pienam uzcenojums mazumtirgotāju posmā ir bijis zemāks nekā ārpus Latvijas saražotam pienam. Kopš 2022. gada novembra situācija krasi mainījies, un Latvijā ražotam pienam cenas mazumtirdzniecības vietās ir zemākas nekā ārpus Latvijas ražotam pienam, arī ražošanas posmā pārstrādātā piena cenas sāka samazināties. Iespējams tas saistīts ar zemnieku/lauksaimnieku posmā straujo svaigpiena cenu samazināšanu, jo arī šajā periodā ražotāju cenu pārnese mazumtirgotāju posmā Latvijā un ārpus Latvijas ražotam pienam nav simetriska nevienlīdzīgas ražotāju cenu pārnēses dēļ mazumtirgotāju posmā.

- 96 Pienam, kas tiek pārdots ar ražotāju zīmolu, aplūkotajā periodā no 01.01.2022. līdz 31.05.2023. cenu amplitūda visos tā piegādes posmos ir bijusi proporcionāla; svaigpiena iepirkuma cenām samazinoties zemnieku/lauksaimnieku posmā, samazinājās arī cenas ražotāju un attiecīgi mazumtirgotāju posmos. Taču detalizētāki novērojumi liecina, ka cenu pielāgošanas amplitūdai ražotāju posmā ir pieaugoša tendence, t. i., ar katru nākamo mēnesi cenas pieaug vairāk nekā iepriekšējā mēnesī (izņēmumi ir bijuši 2022. gada aprīlī, maijā un jūnijā, kā arī 2023. gada martā). Norādams, ka mazumtirgotāju posmā cenu pielāgošanas amplitūdai arī ir pieaugoša tendence, tādēļ katru nākamo mēnesi uzcenojums bijis lielāks nekā iepriekšējā mēnesī: kopējai pieaugošai cenu amplitūdas tendencei saglabājoties, bija mēneši, kad nākamā mēneša uzcenojums nav bijis lielāks par iepriekšējā mēneša uzcenojumu (2022. gada aprīlī un oktobrī, 2023. gada janvārī, februārī, aprīlī un maijā). Līdz ar to pienam, kas tiek pārdots ar ražotāju zīmolu, mazumtirgotāju posmā cenas gala patērētājiem kļuvušas pieejamākas tikai strauja svaigpiena cenu krituma dēļ zemnieku/lauksaimnieku posmā (sk. 10. attēlu).
- 97 Mazumtirgotāju privāto preču zīmju pienam cenu pielāgošanā ir vērojama asimetrija. Acīmredzami pārdošanas cenas patērētājiem nav atkarīgas no cenām ražotāju posmā, un mazumtirgotāji savām privāto preču zīmju precēm nosaka cenas atkarībā no savas komercstratēģijas un tirgus tendencēm.



10. attēls. Vidējās zemnieku/lauksaimnieku, piena ražotāju un mazumtirgotāju piena cenas privāto preču zīmju un zīmolu pienam, EUR/kg no 01.01.2022. līdz 31.05.2023.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 98 Ražotāju cenu pārnese mazumtirgotāju posmā ražotāju zīmolu un mazumtirgotāju privāto preču zīmju pienam ir acīmredzami asimetriska, jo mazumtirdzniecības posmā ražotāju zīmolu un mazumtirgotāju privāto preču zīmju pienu cenu dažādi. Aplūkotajā periodā 17 mēnešu laikā mazumtirdzniecības preču piegādes posmā vidēji ražotāju zīmolu piena uzcenojums ir bijis 3,5 reizes lielāks nekā mazumtirgotāju privāto preču

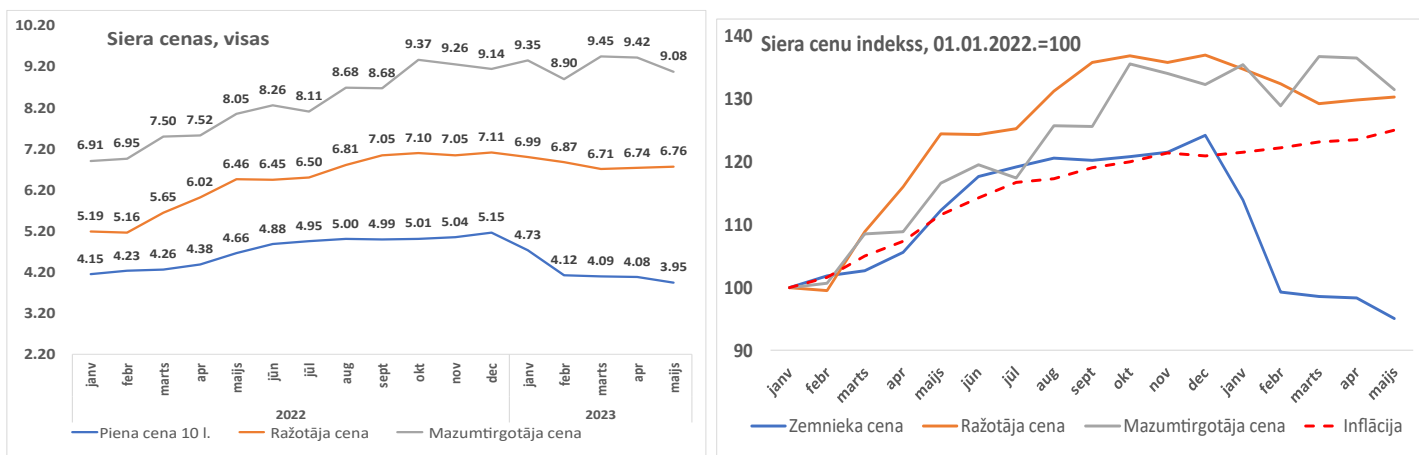
zīmju pienam (piemēram, 2023. gada februārī atšķirība bijusi 1943 % vai 19 reizes, 2023. gada martā – 634 % vai sešas reizes, 2023. gada maijā – 771 % vai gandrīz astoņas reizes lielāka).

- 99 Citu valstu pieredze attiecībā uz privāto preču zīmju precēm liecina, ka tām ir gan pozitīva, gan negatīva ietekme uz konkurenci, vienlaicīgi mazumtirgotāju privātās preču zīmes sekmē negodīgu tirdzniecības prakses veidu piemērošanu piegādātājiem.⁶⁰ No vienas puses, mazumtirgotāju privātās preču zīmes palielina preču izvēli gala patērētājiem bez acīmredzamiem kvalitātes zudumiem, nodrošinot zemākās cenas. No otras puses, mazumtirgotāju privātās preču zīmes sekmē mazumtirgotāju spēju panākt sev izdevīgus nosacījumus, palielina patērētāju lojalitāti mazumtirdzniecības vietām, kā arī samazina inovācijas, jo tās viegli kopē zīmolu jauninājumus. Mazumtirgotāju privātās preču zīmes vēl vairāk palielina nelīdzsvarotību starp mazumtirgotāju un piegādātāju, jo biznesa partneris kļūst par konkurentu.
- 100 Realizējot savu komercstrātēģiju un veidojot savām privātām preču zīmēm cenas neatkarīgi no ražotāja posma cenām, mazumtirgotāji dod priekšroku saviem produktiem (angliski – *self-preferencing*). Savukārt, realizējot tādu pašu vai līdzīgu cenu veidošanas politiku ražotāju zīmola pienam, mazumtirgotāji to padarītu par pieejamāku gala patērētājiem un sekmētu patērētāju pirktspēju. Līdz ar to secināms, ka ne tikai ražotājs ir atbildīgs par savu zīmolu preču veicināšanu mazumtirdzniecības tīklos, bet arī mazumtirgotājs ir tikpat līdzatbildīgs un vairāk ir jautājums par vēlmi vai tieši pretēji – nevēlēšanos – konkrētu produktu veicināt.

3.2.2. Siera cenu transmisijas analīze

- 101 Neskatoties uz to, ka lauksaimnieku/zemnieku, t. i., svaigpiena ražotāju, posmā kopš 2022. gada decembra ir novērojams straujš svaigpiena cenu kritums, ražotāju/pārstrādātāju un mazumtirgotāju posmā siera cenas tik strauji nesamazinās (sk. 11. attēlu). No siera cenu indeksa datiem secināms, ka ražotāji un mazumtirgotāji cenas pielāgojuši drīzāk inflācijas līmenim nekā zemnieku/lauksaimnieku cenu līmenim un attiecīgi cenu pielāgošanas amplitūda bijusi minimāla šajos piegādes ķēdes posmos.

⁶⁰ Sk. OECD, Competition Policy Roundtables: Competition Issues in the Food Chain Industry, 2013, p. 6. Available: <https://www.oecd.org/daf/competition/CompetitionIssuesintheFoodChainIndustry.pdf#page=264&zoom=100,364,132>; European Commission, DG Internal Market. Study on the legal framework covering business-to-business unfair trading practices in the retail supply chain: Final report, 26 February 2014, p.61, 131, 156, 163. Available: https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/documents/imco/dv/com-140711-study-utp-legal-framework_/com-140711-study-utp-legal-framework_en.pdf

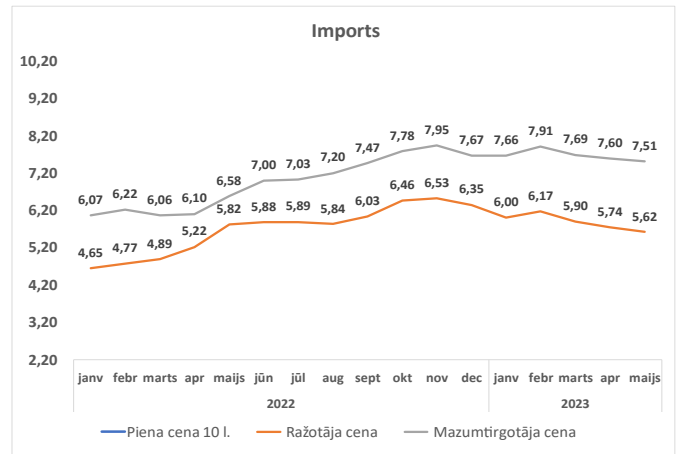
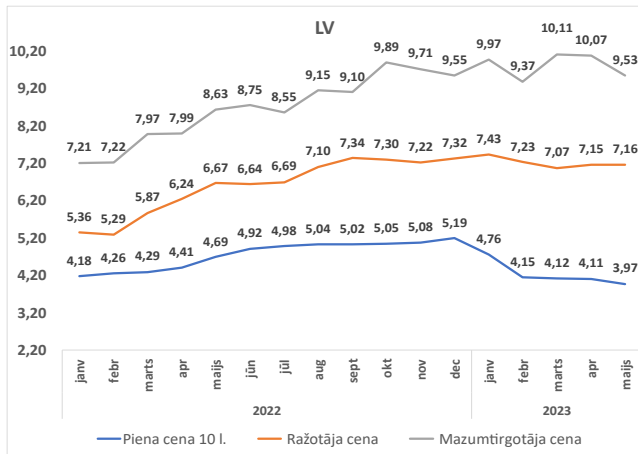


11. attēls. Siera iepirkuma un tirgotāju cena, piena iepirkuma cena par 10 l un siera cenu indeksa izmaiņa no 01.01.2022. līdz 31.05.2023.⁶¹

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 102 Siera ražotāju cenu pielāgošanas ātrums ir lēnāks nekā piena ražotāju cenu pielāgošanas ātrums (sk. 8. attēlu). Iespējams, tas saistīts ar to, ka siera ražošanas process ir garāks par svaigpiena ražošanu un piens siera ražošanai iegādāts vēl par dārgākām iepirkuma cenām, savukārt svaigpiena ražošana (apstrāde un iepakojšana) prasa mazāk laika un resursu. Attiecīgi arī mazumtirgotāju posmā siera cenas pielāgošanas ātrums ir bijis lēnāks nekā tika novērots saistībā ar piena cenu pielāgošanas ātrumu.
- 103 Siera cenu transmisijas analīzei dati tika iegūti par precēm, kuras ražo gan Latvijā, gan ārpus Latvijas reģistrētie komersanti, kā arī par zīmola precēm un mazumtirgotāju privāto preču zīmju precēm. Tirgus uzraudzības ietvaros svaigpiena cenas tika iegūtas no siera ražotājiem. Aptaujātie ārpus Latvijas reģistrētie komersanti, kas ražo sieru, svaigpienu no Latvijas zemniekiem/lauksaimniekiem neiepērk, līdz ar to ārpus Latvijas jeb importa precēm cenas zemnieku/lauksaimnieku posmā netiek aplūkotas. Visas cenas norādītas bez pievienotās vērtības nodokļa.
- 104 Salīdzinot Latvijā un ārpus Latvijas reģistrēto komersantu saražotā siera cenas, konstatējams, ka laikā no 01.01.2022. līdz 31.05.2023. tās mainījušās atšķirīgi (sk. 12. attēlu).

⁶¹ 1 kg siera ar vidēji ir vajadzīgi aptuveni 9–10 l piena. Tomēr tas var ievērojami atšķirties no konkrētā siera veida – cietie sieri, mīkstie sieri, fermentētie. Bet, ņemot vērā vidējo, arī KP siera transmisijas analīzes grafikos zemnieka posmā ir atspoguļojusi svaigpiena cenu par 10 l.



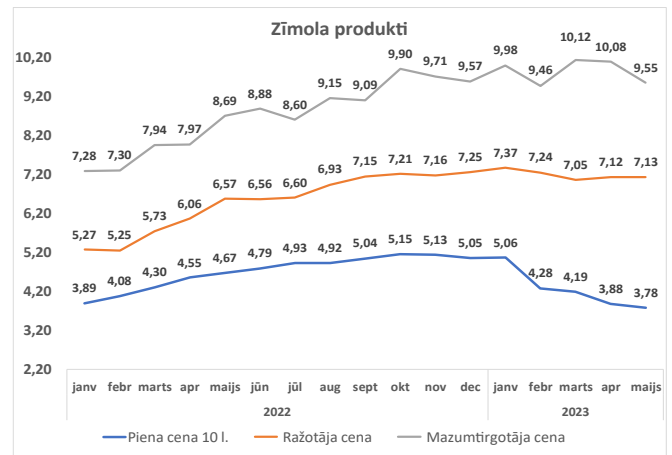
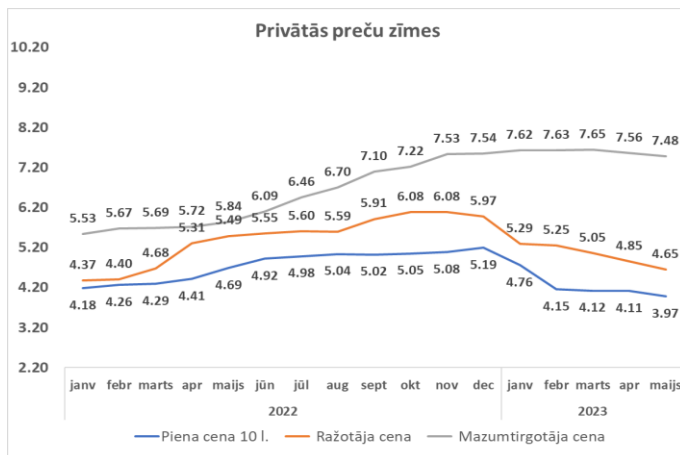
12. attēls. Latvijā un ārpus Latvijas ražotā siera iepirkuma un tirgotāju cena, piens iepirkuma cena par 10 l no 01.01.2022. līdz 31.05.2023.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 105 Dati rāda, ka attiecībā uz Latvijā ražotā siera cenām cenu pielāgošanas amplitūda nav viennozīmīga un cenas netiek pilnībā pārnestas uz nākamām piegādes ķēdes posmiem, jo īpaši spilgti atzīmējams 2023. gada janvāris-maijs), kad novērojams svaigpiena vidējās cenas kritums par 20 % piecu mēnešu laikā, taču ražotāji reaģējuši uz cenu samazinājumu vien ar 4 % cenu samazinājumu, līdz ar to vērojama būtiska cenu pielāgošanas amplitūdas atšķirība starp šiem diviem posmiem. Siera cenu pielāgošanas asimetrija tiek novērota atsevišķos gadījumos, piemēram, 2023. gada martā, kad svaigpiena cenas samazinājās un samazinājās ražotāju cenas, tam sekoja mazumtirgotāju pretēja rīcība, t. i., cenas sieram tika paaugstinātas. Analizējot trešā posma (mazumtirgotāju) reakciju uz ražotāja cenu izmaiņām Latvijā ražotam sieram, konstatējams, ka mazumtirgotāju amplitūda, ātrums un asimetrija ir ar mainīgu zīmi. Tas atspoguļojas laika posmā no 2022. gada augusta līdz 2023. gada maijam, kad novērota gan cenu pielāgošanas neproporcionāla amplitūda, gan arī cenu pielāgošanas asimetrija.
- 106 Ražotāju cenu pārnese mazumtirgotāju posmā Latvijā un ārpus Latvijas ražotam sieram nevar tikt uzskatīta par vienlīdz simetrisku, jo mazumtirdzniecības posmā Latvijā un ārpus Latvijas saražoto siera cenu dažādi, t. i., 17 mēnešu periodā vidēji Latvijā ražotais siers tika cenots par 59 % dārgāk nekā ārpus Latvijas ražots siers (piemēram, 2022. gada aprīlī atšķirība sasniedza 98 %, 2022. gada maijā – 158 %, 2022. gada oktobrī – 96 %). Tā rezultātā visā aplūkotajā periodā par Latvijā ražoto siera gala patērētājiem tirdzniecības vietās vajadzēja maksāt vairāk nekā par ārpus Latvijas ražoto siera. Realizējot tādu pašu vai līdzīgu cenu veidošanas politiku Latvijā ražotam sieram kā mazumtirgotāji to dara ārpus Latvijas

ražotam sieram, mazumtirgotāji šo produktu padarītu par pieejamāku gala patērētājiem un sekmētu patērētāju pirktspēju.

- 107 Dati par privāto preču zīmola siera cenām liecina par siera cenu pielāgošanas amplitūdas un ātruma atšķirībām. Kaut gan atšķirības ir novērojamas gan ražotāju, gan mazumtirgotāju posmā, tomēr lielākā privāto preču zīmola siera cenu amplitūda ir novērojama mazumtirgotāju posmā: neskatoties uz svaigpiena cenu strauju kritumu zemnieku/lauksaimnieku posmā par 30 % un ražotāju posmā par 28 % kopš 2022. gada decembra, mazumtirgotāju posmā tas netika pārņemts un privāto preču zīmola siera cenas samazinājušās vien par 0.8 % (sk. 13. attēlu). No datiem 13. attēlā konstatējams, ka mazumtirgotājiem, jo īpaši 2023. gada sākumā, privātā zīmola sieriem bijis arī lielāks uzcenojums salīdzinājumā ar zīmolu produktiem. Tas skaidrojams ar to, ka privātā zīmola produkti ir ekskluzīvi mazumtirgotājam un tos nepārdod citi mazumtirgotāji, kas mazumtirgotājam dod lielāku kontroli pār cenu noteikšanu un peļņu. Turklāt privātā zīmola produktu cenas bieži vien ir zemākas nekā valsts zīmoliem, kas var palielināt pieprasījumu un pārdošanas apjomu, tādējādi mazumtirgotājiem nodrošinot lielāku peļņu.⁶²



13. attēls. Siera iepirkuma un tirgotāju cena, piena iepirkuma cena par 10 l privāto preču zīmju un zīmolu sieram no 01.01.2022. līdz 31.05.2023.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 108 Dati par ražotāju zīmolu siera cenām liecina, ka cenu pielāgošanas amplitūdai ražotāju posmā ir pieaugoša tendence, t. i., ar katru nākamo mēnesī cenas pieaug vairāk nekā iepriekšējā mēnesī (izņēmumi ir bijuši 2022. gada februārī, jūnijā, jūlijā, oktobrī un decembrī, kā arī 2023. gada martā). Norādams, ka mazumtirgotāju posmā cenu pielāgošanas amplitūdai arī ir pieaugoša tendence, taču cenu akciju rezultātā ražotāju zīmolu sieram šī tendence grafiskā attēlojumā nav tik acīmredzama. Neskatoties uz svaigpiena cenu strauju kritumu zemnieku/lauksaimnieku posmā par 13 % un ražotāju posmā par 1.5 % kopš 2023. gada februāra, mazumtirgotāju posmā tas netika pārņemts un ražotāju zīmola siera cenas šajā periodā pieaugušas.

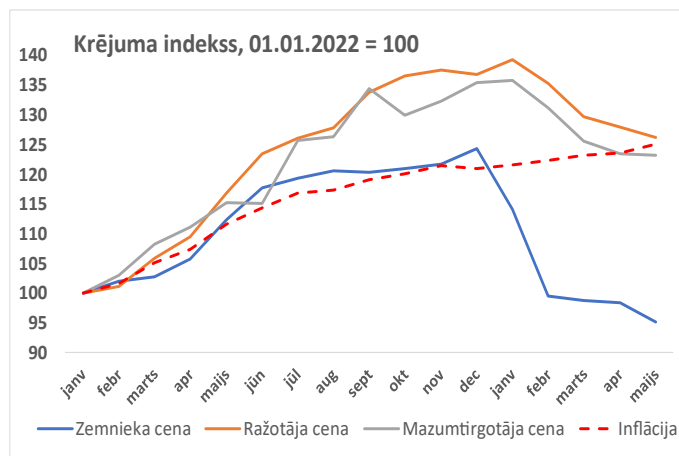
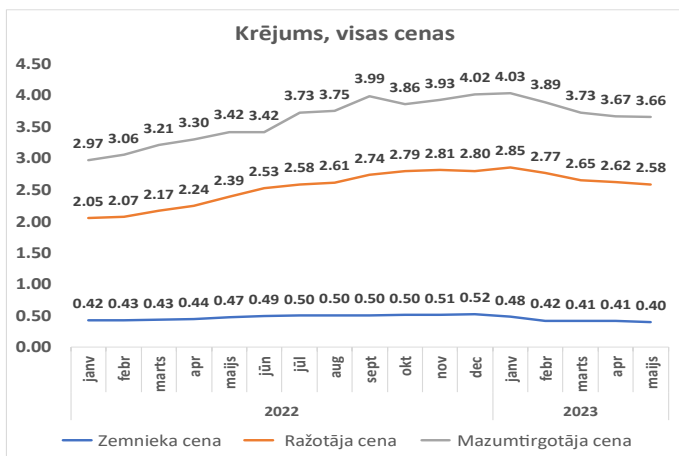
⁶² S.Meza, K. Sudhir "Do Private Labels Increase Retailer Bargaining Power?", 2010, 20. lpp. Pieejams: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1550419.

109 Ražotāju cenu pārnese mazumtirgotāju posmā ražotāju zīmolu un mazumtirgotāju privāto preču zīmju sieram ir acīmredzami asimetriska, jo mazumtirdzniecības posmā ražotāju zīmolu un mazumtirgotāju privāto preču zīmju siera cenā daudzi. Mazumtirgotāju privāto preču zīmju siera uzcenojums ir mazāks nekā ražotāju zīmolu sieram (izņēmumi bijuši 2023. gada februārī un maijā, kad mazumtirgotāju privāto preču zīmju siera uzcenojums bijis augstāks nekā ražotāju zīmolu siera uzcenojums). Aplūkotajā periodā 17 mēnešu laikā vidēji ražotāju zīmolu siers tika cenots par 59 % dārgāk nekā mazumtirgotāju privāto preču zīmju siers (piemēram, 2022. gada aprīlī atšķirība sasniedza 359 %, 2022. gada maijā – 506 %, 2022. gada jūnijā – 329 %). Norādāms, ka, realizējot tādu pašu vai līdzīgu cenu veidošanas politiku ražotāju zīmolu sieram kā mazumtirgotāji to dara savu privāto preču zīmju sieram, mazumtirgotāji ražotāju zīmolu siera padarītu par pieejamāku gala patērētājiem un sekmētu patērētāju pirktpēju.

3.2.3. Krējuma cenu transmisijas analīze

110 Aplūkojot vidējās zemnieku/lauksaimnieku svaigpiena cenas, ražotāju un mazumtirgotāju skābā krējuma cenas laikā no 01.01.2022. līdz 31.05.2023., secināms, ka visā piegādes ķēdē cenas ir augušas līdz 2022. gada decembrim, sākot samazināties 2023. gada janvārī (sk. 14. attēlu). Neskatoties uz to, ka lauksaimnieku/zemnieku (svaigpiena ražotāju) posmā kopš 2023. gada janvāra ir novērojams straujš svaigpiena cenu kritums, ražotāju/pārstrādātāju un mazumtirgotāju posmos skābā krējuma cenas tik strauji nav samazinājušās. No skābā krējuma cenu indeksa datiem secināms, ka ražotāji un mazumtirgotāji cenas pielāgojuši drīzāk inflācijas līmenim nekā zemnieku/lauksaimnieku cenu līmenim, un attiecīgi cenu pielāgošanas amplitūda bijusi minimāla šajos piegādes ķēdes posmos.

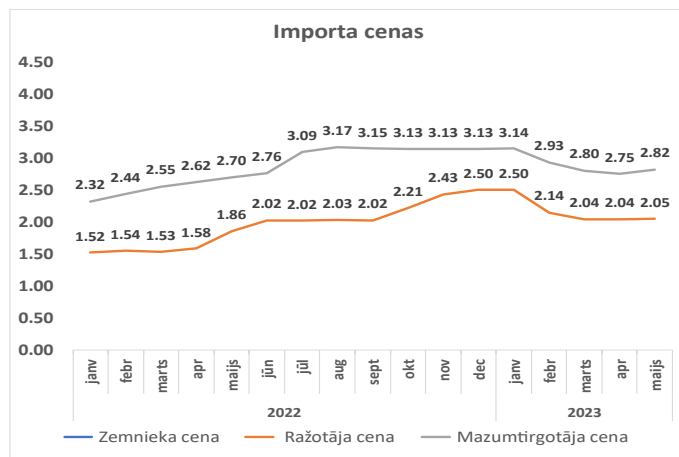
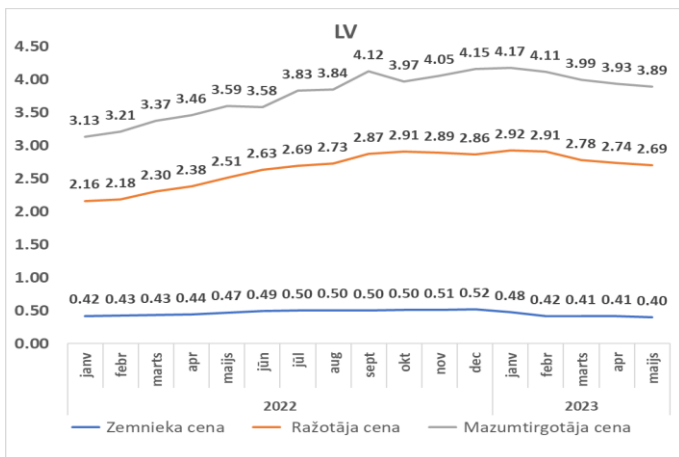
111 Svaigpiena cenai pieaugot zemnieku/lauksaimnieku piegādes ķēdes posmā, pieauga arī skābā krējuma cenas ražošanas un mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmos. Taču skābā krējuma cenas pielāgošanas amplitūda ražotāju un mazumtirgotāju posmos bija zemāka nekā svaigpiena cenu svārstības amplitūda, jo ražotāju un mazumtirgotāju posmos uzcenojumam bija pieaugoša tendence: mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā šāda situācija ir bijusi līdz 2022. gada decembrim, un ražošanas piegādes ķēdes posmā šāda situācija novērojama līdz 2023. gada janvārim. Cenu pielāgošanas asimetrija novērota ražošanas un mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā 2023. gada janvārī, kad galvenās skābā krējuma izejvielas samazināšanās gadījumā par 8 % ražotāju un arī mazumtirgotāju reakcija bija tieši pretēja – tie vidējās pārdošanas cenā skābam krējumam palielināja. Nākamajos periodos gan ražošanas, gan mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmos sekoja cenu samazināšana, kā arī uzcenojums sāka samazināties, kas liecina par salīdzinoši lēnu cenu pielāgošanās ātrumu, lai gan krējums nav pārtikas produkts ar garāko derīguma termiņu un to uzglabāšanas daudzumi ir ierobežoti.



14. attēls. Skābā krējuma pārdošanas un iepirkuma cenas, piena iepirkuma cena un skābā krējuma cenu indeksa izmaiņa no 01.01.2022. līdz 31.05.2023.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus

112 Skābā krējuma cenu transmisijas analīzei dati tika iegūti par precēm, kuras ražo gan Latvijā, gan ārpus Latvijas reģistrētie komersanti, kā arī par zīmola precēm un mazumtirgotāju privāto preču zīmju precēm. Arī attiecībā uz skābā krējuma galvenās izejvielas – svaigpiena – cenu tā tirgus uzraudzības ietvaros tika iegūta no skābā krējuma ražotājiem. Aptaujātie ārpus Latvijas reģistrētie komersanti, kas ražo skābo krējumu, svaigpienu no Latvijas zemniekiem/lauksaimniekiem neiepērk, līdz ar to ārpus Latvijas jeb importa precēm cenas zemnieku/lauksaimnieku posmā netiek aplūkotas. Visas cenas norādītas bez pievienotās vērtības nodokļa.



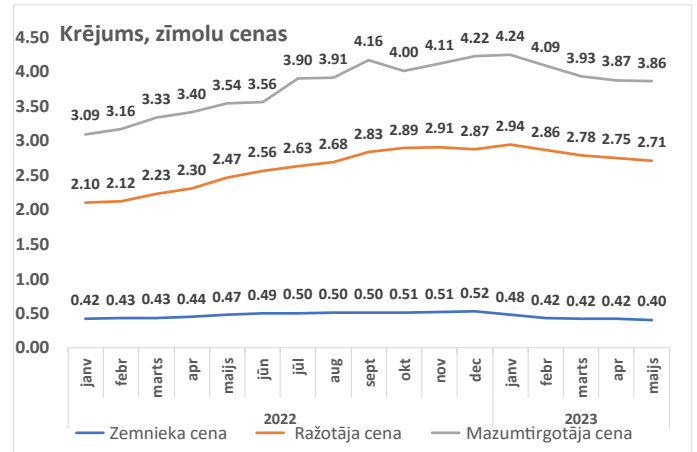
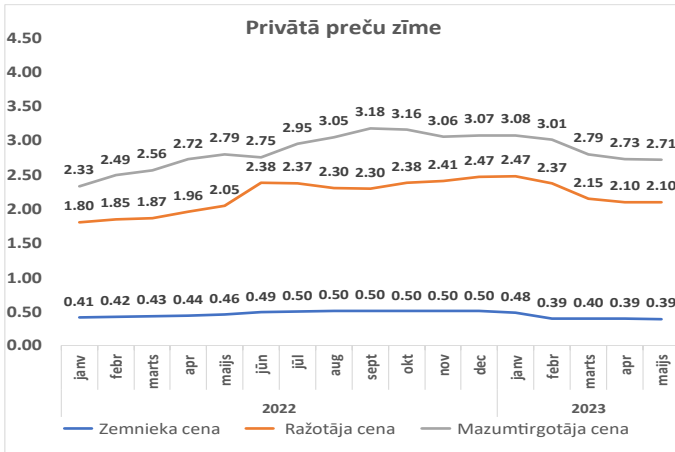
15. attēls. Latvijā un ārpus Latvijas ražotā skābā krējuma pārdošanas un iepirkuma cenas, piena iepirkuma cena no 01.01.2022. līdz 31.05.2023.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

113 Salīdzinot Latvijā un ārpus Latvijas reģistrēto komersantu saražotā skābā krējuma cenas, secināms, ka laikā no 01.01.2022. līdz 31.05.2023. tās

mainījušas atšķirīgi (sk. 15. attēlu). Dati par Latvijā ražoto skābo krējumu liecina, ka pieaugot svaigpiena iepirkuma cenai zemnieku/lauksaimnieku posmā iepriekšējā mēnesī, skābā krējuma ražotāju cenās izmaiņas tiek vērojamas nākamajā mēnesī. Vienlaicīgi skābā krējuma uzceļamam ražošanas piegādes ķēdes posmā ir pieaugoša tendence, t. i., uzceļums katru mēnesi pieauga (no 2022. gada janvāra līdz 2022. gada oktobrim, kā arī no 2023. gada janvāra līdz februārim).

- 114 Ražotāju cenu pārnese mazumtirgotāju posmā Latvijā un ārpus Latvijas ražotam skābajam krējumam ir asimetriska, jo mazumtirdzniecības posmā Latvijā un ārpus Latvijas saražoto skābo krējumu cenu dažādi, t. i., 17 mēnešu periodā vidēji Latvijā ražotais skābais krējums tika cenots par 32 % dārgāk nekā ārpus Latvijas ražotais skābais krējums (piemēram, 2022. gada decembrī atšķirība sasniedusi 104 %, 2023. gada janvāri – 95 %, 2023. gada aprīlī – 70 %). Tādēļ visā aplūkotajā periodā par Latvijā ražoto skābo krējumu gala patērētājiem tirdzniecības vietās vajadzēja maksāt vairāk nekā par ārpus Latvijas ražoto skābo krējumu.
- 115 Aplūkotajā periodā mazumtirgotāju privāto preču zīmju skābajam krējumam cenu pielāgošanas amplitūdai ražotāju posmā ir pieaugoša tendence, no 2022. gada janvāra līdz 2023. gada janvārim ražošanas piegādes ķēdes posmā skābā krējuma uzceļums katru mēnesi pieaudzis (izņemot 2022. gada septembri, kad tika novērots tā kritums). Savukārt mazumtirgotāju posmā privāto preču zīmju skābajam krējumam cenu pielāgošanas amplitūdai pieaugoša tendence ir no 2022. gada janvāra līdz septembrim; sākot ar 2022. gada oktobri mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā skābā krējuma uzceļums sāka samazināties, neskatoties uz to, ka nedz zemnieku/lauksaimnieku piegādes ķēdes posmā, nedz ražošanas piegādes ķēdes posmā skābajam krējumam cenas nav samazinājušas (sk. 16. attēlu).



16. attēls. Cenas privāto preču zīmju un zīmolu skābajām krējumam no 01.01.2022. līdz 31.05.2023.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 116 Ražotāju zīmolu skābā krējuma cenu dinamikai ir līdzīgas tendences kā mazumtirgotāju privāto preču zīmju skābajam krējumam: no 2022. gada janvāra līdz 2023. gada janvārim ražotāju posmā tika novērots pielāgošanas amplitūdas palielinājums, uzceļumam pieaugot katru mēnesi (izņemot

2022. gada decembri, kad tika novērots tā kritums). Savukārt mazumtirgotāju posmā ražotāju zīmolu skābā krējuma cenu pielāgošanas amplitūdai pieaugoša tendence ir no 2022. gada janvāra līdz septembrim. Sākot ar 2022. gada oktobri mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā ražotāju zīmolu skābajam krējumam uzcenojums sāka samazināties (izņēmums 2022. gada novembris-decembris, kad tika novērots uzcenojuma pieaugums), kaut gan zemnieku/lauksaimnieku piegādes ķēdes posmā svaigpiena cenu samazinājums sācies 2023. gada janvārī un ražošanas piegādes ķēdes posmā – 2023. gada februārī.

- 117 Ražotāju cenu pārnese mazumtirgotāju posmā ražotāju zīmolu un mazumtirgotāju privāto preču zīmju skābajam krējumam ir acīmredzami asimetriska, jo mazumtirdzniecības posmā ražotāju zīmolu un mazumtirgotāju privāto preču zīmju skābo krējumu cenu dažādi, mazāku uzcenojumu liekot mazumtirgotāju privāto preču zīmju skābajam krējumam. Aplūkotajā periodā 17 mēnešu laikā vidēji ražotāju zīmolu skābais krējums tika cenots par 77 % dārgāk nekā mazumtirgotāju privāto preču zīmju skābais krējums (piemēram, 2022. gada jūnijā atšķirība sasniegusi 167 %, 2022. gada jūlijā – 118 %, 2022. gada decembrī – 123 %). Šādi realizējot savu komercstratēģiju un veidojot savām privātām preču zīmēm cenas neatkarīgi no ražotāja posma cenām, mazumtirgotāji dod priekšroku saviem produktiem. Realizējot tādu pašu vai līdzīgu cenu veidošanas politiku ražotāju zīmola skābajam krējumam tāpat arī kā vietējā ražojuma skābajam krējumam, mazumtirgotāji tos padarītu par pieejamāku gala patērētājiem un sekmētu patērētāju pirktspēju.
- 118 Izvērtējot ražošanas un mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmu reakciju uz cenu pielāgošanas ātrumu, asimetriju un amplitūdu, secināms:
- 1) cena nav vienīgais ietekmējošais faktors, vai cenu transmisija notiek momentāni un precīzi apjomā, kādu to nosaka zemnieku/lauksaimnieku piegādes ķēdes posms. Pie pārējiem faktoriem pieskaitāmi arī, piemēram, pašu komercsabiedrību stratēģija, atlikumu daudzums noliktavās/veikalos;
 - 2) attiecībā uz apkopotiem datiem piena cenu transmisija novērota tuvu pilnīgai pārnesei no viena piegādes ķēdes posma uz nākamo, tajā pašā laikā katrā no piegādes ķēdes posmiem vidējās cenas procentuāli mainās dažādi (citiem faktoriem paliekot nemainīgiem), jo lauksaimniecības un pārtikas preču izejvielu izmaksas veido tikai daļu no pārtikas preču, kas tiek pārdota galapatērētājiem, kopējām izmaksām. Taču Latvijā un ārpus Latvijas ražotam pienam, kā arī mazumtirgotāju privāto preču zīmju pienam cenu transmisija gan amplitūdas, gan ātruma ziņā ir asimetriska: Latvijā saražotais piens pārsvarā tiek cenots vairāk nekā ārpus Latvijas saražotais piens, mazumtirgotāju privāto preču zīmju piens tiek cenots mazāk nekā ražotāju zīmolu piens;
 - 3) siera un skābā krējuma cenu transmisijas procesā novērotas nepilnības, proti, cenu pārnese no viena posma uz nākamo nav notikusi simetriski un momentāni, kā arī nav notikusi pilnībā proporcionāli. Tas skaidrojams ar vairākiem aspektiem. Pirmkārt, jāņem vērā gan katra komersanta individuālā komercstratēģija, kas ietver regulārākus vai mazāk regulārus preču veicināšanas pasākumus. Otrkārt, nepilnīga cenu pārnese var norādīt uz tirgus varas un oligopola uzvedības izpausmēm, kuru rezultātā cenu

samazināšana primāro lauksaimniecības un pārtikas preču līmenī notiek lēnāk. Taču jāņem vērā, ka, kaut gan tirgus vara var būt nozīmīgs izskaidrojums cenu pielāgošanas asimetrijai, tā nav vienīgais cēloniskais faktors nepilnīgai cenu izmaiņu pārnesšanai pārtikas piegādes ķēdē;

- 4) siera un skābā krējuma mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā ir raksturīga atšķirīga cenu pielāgošanas amplitūda Latvijā un ārpus Latvijas saražotām precēm, cenojot Latvijā saražotās preces vidēji vairāk nekā ārpus Latvijas saražotās preces. Arī ražotāju zīmolu preču cenu pielāgošanas amplitūda mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā ir lielāka nekā mazumtirgotāju pašu privāto preču zīmju precēm siera un skābā krējuma preču kategorijās. Līdz ar to novērojama tendence ražotāju zīmolu precēm tikt cenotām vairāk nekā mazumtirgotāju pašu privāto preču zīmju precēm siera un skābā krējuma preču kategorijās;
- 5) ja mazumtirgotāji piemērotu tādu pašu vai līdzīgu cenu pielāgošanas amplitūdu Latvijā saražotiem piena produktiem, kādu mazumtirgotāji izmanto, cenojot ārpus Latvijas saražotiem piena produktiem, mazumtirgotāji padarītu Latvijā saražotos piena produktus pieejamākus gala patērētājiem. Tas pats attiecas arī uz zīmola piena produktiem, proti, mazumtirgotājiem īstenojot vienlīdzīgu stratēģiju, kādu tie īsteno pašu privātā preču zīmju piena produktiem, mazumtirgotāji spētu arī ražotāju zīmola piena produktus padarīt pieejamākus gala patērētājiem un sekmētu patērētāju pirkospēju. Līdz ar to arī secināms, ka ne tikai ražotāji ir atbildīgi par sava zīmola preču veicināšanu un pārdošanas apjoma veicināšanu, bet mazumtirgotāji ir tikpat vai pat spējīgāki veicināt katru konkrēto produktu, ja vien ir vēlme un motivācija.

3.3. CENU MAINĪBAS ANALĪZE

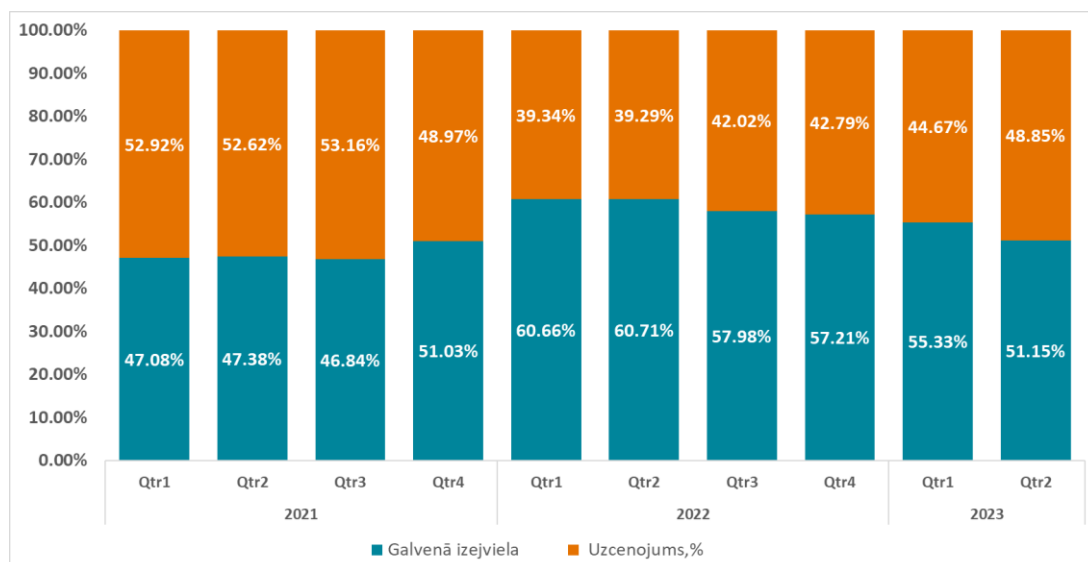
- 119 Cenu mainības analīze tika veikta uz apsekojuma datiem no septiņu zīmolu mazumtirgotāju (Rimi, Maxima, Mego, Lidl, Elvi, Depo, Stockmann) datiem par noteiktu produktu cenām un akciju periodiem, izmantojot datus, kas tika ievākti cenu transmisijas analīzei. KP ir apkopojusi informāciju par CDVI indeksa aprēķiniem un akciju skaitu katram tirgus uzraudzībā analizētam produktam visās produktu grupās.
- 120 CDVI indekss, kas raksturo cenu mainīgumu, pārsvarā ir zems (t.i. zem 15 %) vai vidējs, t. i., virs 15 % atkarībā no konkrētā produkta.
- 121 Vidējie mainīguma rādītāji veikalu tīkliem norāda, ka zemākā cenu mainība piemīt zemās cenas veikalu tīklam Lidl un augstākās cenas veikalam Stockman. Lielākā cenu mainība piemīt precēm, kas tiek tirgotas Rimi un Maxima zīmolu veikalu tīklos, turklāt arī vidējās preču cenas šajos tīklos atsevišķiem produktiem ir zemākajā līmenī un atsevišķiem – augstākajā. Vienlaicīgi Rimi un Maxima tīkliem, kam ir augstākā cenu mainība, ir arī lielākais kopējais akciju cenu skaits. Tas nozīmē, ka akciju skaitam ir liela nozīme cenu mainības līmenī.

- 122 Rimi un Maxima CDVI indekss ir līdzvērtīgs, kas liek domāt, ka šīs divas mazumtirdzniecības ķēdes cenšas sekot viena otras cenām, tās pielāgojot, un attiecīgi regulāri tiek rīkotas preču akcijas.
- 123 Vienlaicīgi CDVI indeksu dati var tikt skaidroti ar to, ka Lidl tīkls pārsvarā tirgo ārpus Latvijas ražotas preces, kas ir šī tīkla privātās preču zīmes, tāpat arī Stockman preču sortimentā lielu daļu veido ārpus Latvijas ražotas preces un ekskluzīvās/premium Latvijā ražotās preces. Līdz ar to šie mazumtirgotāji varētu neizdarīt tik lielu spiedienu uz saviem piegādātājiem, lai tie nodrošinātu labāku cenu piedāvājumu savām precēm.
- 124 Analizējot vidējās cenas konkrētām precēm, secināms, ka vienu un to pašu, vai līdzīgu produktu vidējās cenas dažādos veikalos atšķiras diezgan nozīmīgi. Dati parāda augstāko un zemāko cenu līderus. Jānorāda, ka pircēju izvēli nosaka ne tikai zemākā cena, bet arī pakalpojuma un piedāvātā sortimenta kvalitāte un izvēle.

3.4. CENU KOMPONENTES RAŽOŠANAS UN TIRDZNIECĪBAS PIEGĀDES ĶĒDES POSMIEM

- 125 Lai rastu pamatojumu tālākpārdošanas cenu noteikšanai, KP ir lūgusi piegādes ķēdes dalībniekiem (ražotājiem un mazumtirgotājiem) sniegt datus par pārdošanas cenu komponentēm, kā arī sniegt informāciju par faktoriem, kas ietekmē preču cenu (piemēram, konkurentu cenu politika, pircēju pieprasījums, izejvielu biržas cenas, loģistikas izmaksas, energoresursu izmaksas u. c.). Ņemot vērā, ka ne visi tirgus dalībnieki veic pārdošanas cenu sadalījumu komponentēs, KP lūgusi tirgus dalībniekus par pamatu pārdošanas cenu sadalījumu komponentēs ņemt to peļņas un zaudējumu aprēķinos esošo informāciju.
- 126 Apkopojot piena produktu ražotāju sniegtās atbildes attiecībā par faktoriem, kas ietekmē preču cenu, piena produktu ražotāji norāda, ka galvenā komponente ir galvenās izejvielas cena, kam seko iepakojuma, personāla, energoresursu, pārējo izejvielu izmaksu komponentes. Vienlaicīgi citi faktori, kas ietekmē pārdošanas izmaksas ir: (1) konkurentu cenu politika, (2) pircēju pieprasījums, (3) pircēju tirgus vara.
- 127 Ievērojot, ka atsevišķi vietējie ražotāji ir norādījuši arī šo faktoru procentuālo ietekmi uz tālākpārdošanas cenu noteikšanu, vienlaicīgi ņemot vērā, ka Latvijā ir daudz salīdzinoši mazu piena produktu ražotāju, secināms, ka to pastāvēšanu tirgū un tālākpārdošanas cenu nozīmīgi ietekmē pircēju rīcība un spēja panākt abpusēji izdevīgākos nosacījumus sadarbībai.
- 128 Piena ražošanas uzņēmumi ir atzinuši, ka, lai gan lielāko daļu no produktu pārdošanas izmaksu komponentēm tiem nav iespējas ietekmēt, tomēr, piemēram, noslēdzot izdevīgus ilgtermiņa līgumus, ražošanas uzņēmumiem pastāv iespējas variēt ar apkures, elektrības, loģistikas pakalpojumu izmaksām. Kā arī pastāv ietekme uz personāla un mārketinga izmaksu pozīciju, kā arī uzcenojuma pozīciju, kas ir katra paša uzņēmuma cenošanas stratēģijas pamats.

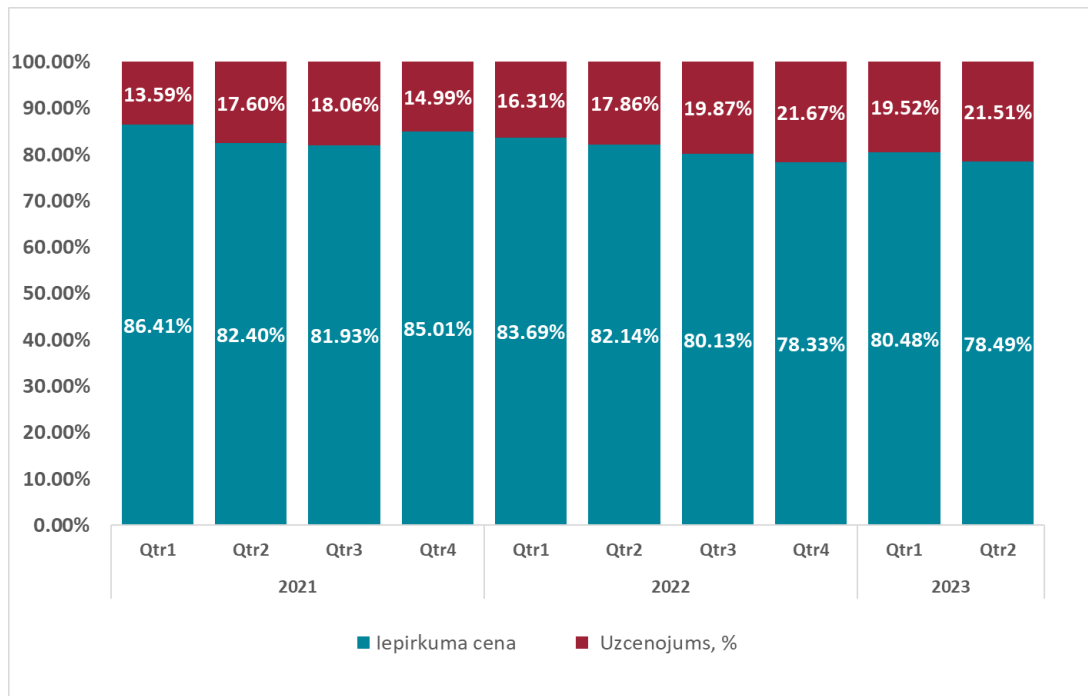
- 129 Tā kā atsevišķi aptaujātie piena ražotāji, kam KP lūdza sniegt informāciju, ražo gan zīmola piena produktus, gan privātā preču zīmes produktus, daļa atzina, ka, ražojot zīmola produktus, izmaksu komponentes ir augstākas nekā ražojot privātās preču zīmes produktus. Vienlaicīgi daļa no ražotājiem norādīja, ka izmaksu komponentes neatšķiras.
- 130 Savukārt mazumtirgotāji, sniedzot atbildes par faktoriem, kas ietekmē preču cenu to mazumtirdzniecības kanālos, norādījuši, ka tie ir: (1) preču iepirkuma cenu izmaiņas, (2) pašu mazumtirgotāju izmaksu izmaiņas, (3) nodokļu izmaiņas, (4) konkurentu cenu politika, (5) energoresursu cenu izmaiņas, (6) patērētāju pieprasījums un lojalitāte u. c. Sniedzot atbildes par pārdošanas cenu komponentēm, mazumtirgotāji norādījuši šādas komponentes: (1) preču iepirkuma cenas, (2) pašu mazumtirgotāju izmaksas, tostarp izmaksas, kas saistītas ar veikalu uzturēšanu, (3) administratīvās izmaksas, tostarp darbinieku algas, (4) konkurentu cenu politika, (5) energoresursu cenas. Mazumtirgotāji norādījuši, ka tiem ir ierobežotas iespējas ietekmēt kādu no cenu komponentēm, tie var vienīgi regulēt pašu izmaksas un peļņas rādītājus, darbinieku algas un mārketinga izdevumus.
- 131 Uz jautājumu, vai pārdošanas preču cenas komponentu īpatsvars vai sastāvs atšķiras privātām preču zīmēm, daļa mazumtirgotāju, kuru vajadzībām tiek ražotas privātās preču zīmju preces, atbildējuši, ka komponentu īpatsvars neatšķiras. Vienlaicīgi daļa no mazumtirgotājiem norādījuši, ka preču iepirkuma cenas komponentu īpatsvars privātām preču zīmēm ir augstāks nekā zīmola precēm, savukārt iepirkuma cena privātām preču zīmēm ir zemākā nekā zīmola precēm, kas skaidrojams ar zemākām nepieciešamām mārketinga izmaksām no ražotāju puses. Savukārt daļa no mazumtirgotājiem nevarēja atbildēt, vai ir kādas atšķirības pārdošanas preču cenu komponentēs.
- 132 Attiecībā uz pārdošanas preču cenas komponentu īpatsvara atšķirībām Latvijā un ārpus Latvijas ražotām precēm mazumtirgotāji lielākoties norādījuši, ka šādas atšķirības nepastāvot vai tie šādas atšķirības nevērtē. Daži mazumtirgotāji norādījuši, ka tie veido cenu politiku visam attiecīgās kategorijas sortimentam, nenošķirot Latvijā un ārpus Latvijas ražotās preces. Daži mazumtirgotāji norādījuši arī, ka ārpus Latvijas ražotām precēm papildus jārēķinās ar transportēšanas izmaksām.
- 133 KP, analizējot komponentes, kas veido tālākpārdošanas cenu, ir apkopojusi vidējos datus gan ražošanas posmā, gan mazumtirdzniecības posmā katram no piena produktiem atsevišķi (piens, skābais krējums, siers) un tālāk redzamajos attēlos (sk. 17.–22. attēlu) sniedz ieskatu vidējos rādītājos pa ceturkšņiem. Atzīmējams, ka šajā tirgus uzraudzībā ar vārdu "uzcenojums" katrā piegādes ķēdes posmā tiek saprasta piegādes ķēdes dalībnieka pie konkrētā produkta pievienotā sadaļa naudas izteiksmē, kas ietver gan komersanta izmaksas, gan peļņas vai zaudējuma daļu. Uzcenojums neietver pievienotās vērtības nodokli. Izvērtējot sniegtos datus, konstatējams, ka piena ražotājiem galveno izmaksu komponenti veido galvenās izejvielas izmaksas, kas apskatītajā periodā ir bijusi vidēji 54 % no tālākpārdošanas cenas (sk. 17. attēlu).



17. attēls. Ražošanas posma piena pārdošanas izmaksu galvenās komponentes (%) laika posmā no 01.01.2021. līdz 31.05.2023. pa ceturkšņiem.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

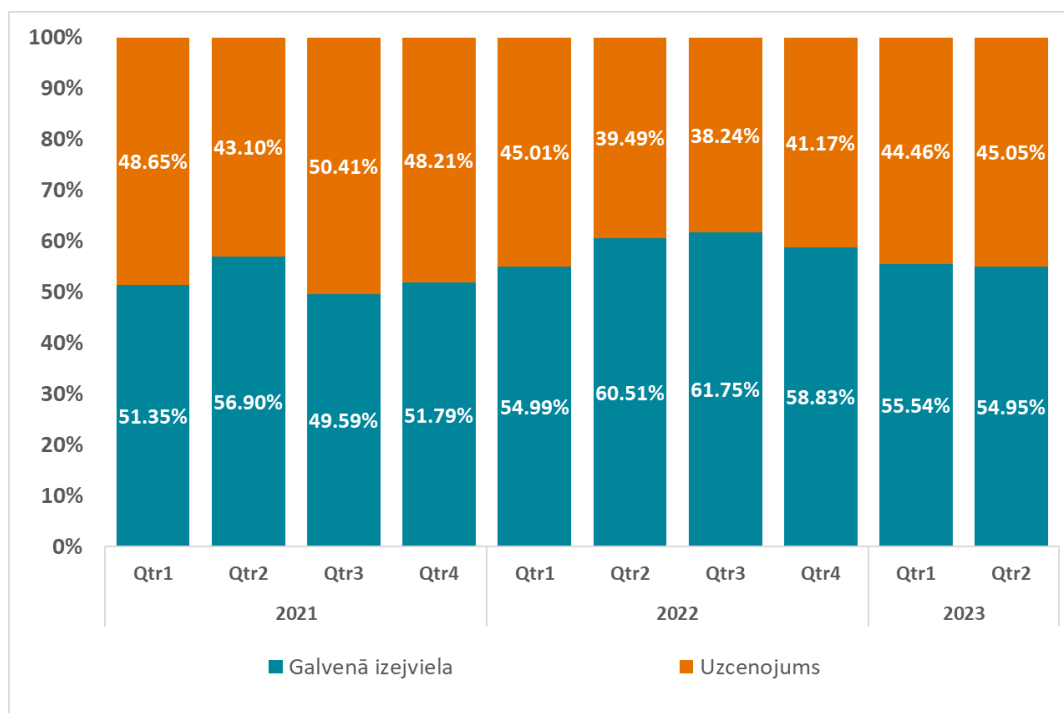
- 134 Novērots, ka 2021. gada 4. ceturksnī, kā arī 2022. gadā pieaugusi galvenās izejvielas (svaigpiena) un energoresursu daļa izmaksu komponentēs, līdz ar to ražošanas uzņēmumi ir bijuši spiesti taupīt izmaksas par personālu, iepakojumu u. c. Vienlaicīgi novērots, ka 2022. gada sākumā ir cieti zaudējumi. Vērtējot situāciju 2023. gada pirmajā pusē, konstatējams, ka stāvoklis normalizējies un vienīgā pozīcija 2023. gada 1. ceturksnī, kas pieaug, ir uzcenojums. Tas varētu norādīt uz tendenci atgūt zaudējumus, kas cieti 2022. gadā.
- 135 Izvērtējot mazumtirdzniecības posmā vidējās pārdošanas izmaksu komponentes, konstatējams, ka mazumtirgotāji visā aplūkotajā periodā ir cietuši zaudējumus no piena pārdošanas, jo to uzcenojuma daļa nav spējusi nosegt mazumtirgotāju izmaksas (personāla, veikala uzturēšanas, mārketinga u. c. izmaksas), taču pēdējos trīs ceturkšņos (sākot no 2022. gada beigām) zaudējumi ir ievērojami samazinājušies (sk. 18. attēlu).



18. attēls. Mazumtirdzniecības posma piena pārdošanas izmaksu galvenās komponentes (%) laika posmā no 01.01.2021. līdz 31.05.2023. pa ceturkšņiem.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

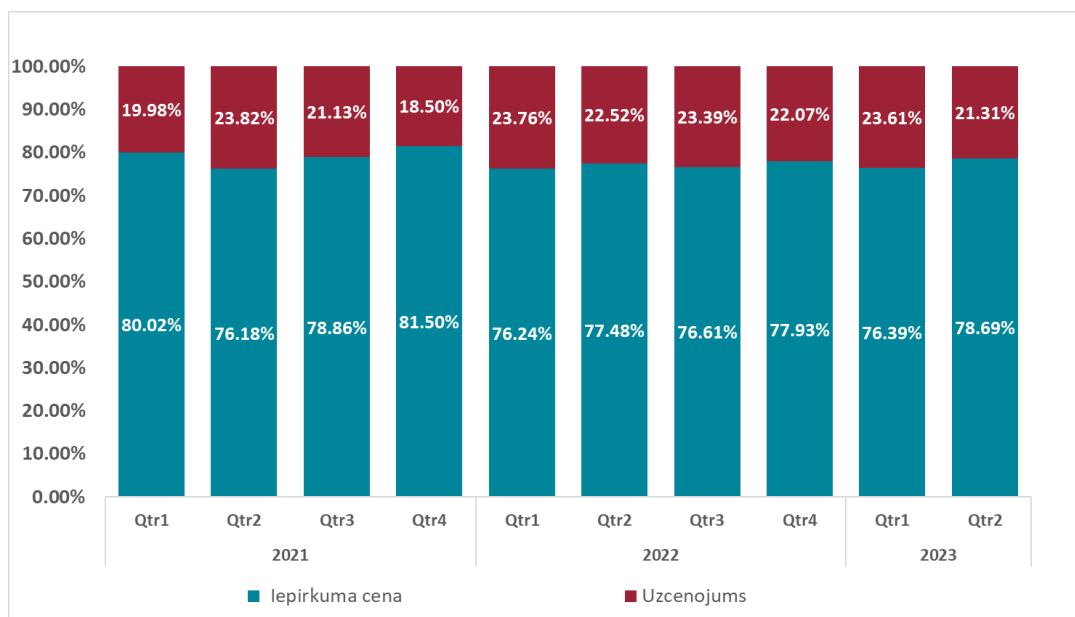
- 136 Ievērojot, ka attiecībā uz piena plaukta cenu iepirkuma cenas komponente mazumtirgotāju pusē veido ap 80 % visā apskatītajā periodā, tad arī attiecībā uz iepirkuma cenu izmaiņām, mazumtirgotājiem vismaz iepirkumu cenas īpatsvara proporcijā jāspēj veikt izmaiņas gala cenā, pieņemot, ka pārējās komponentu sastāvdaļas būtiski nemainās.
- 137 Savukārt, salīdzinot piena ražošanu ar skābā krējuma ražošanu, konstatējams, ka skābā krējuma realizācijai pie ražošanas izmaksām pievienojas nozīmīga izmaksu sadaļa – mārketinga (sk. 19. attēlu).



19. attēls. Ražošanas posma skābā krējuma pārdošanas izmaksu galvenās komponentes (%) laika posmā no 01.01.2021. līdz 31.05.2023. pa ceturkšņiem.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

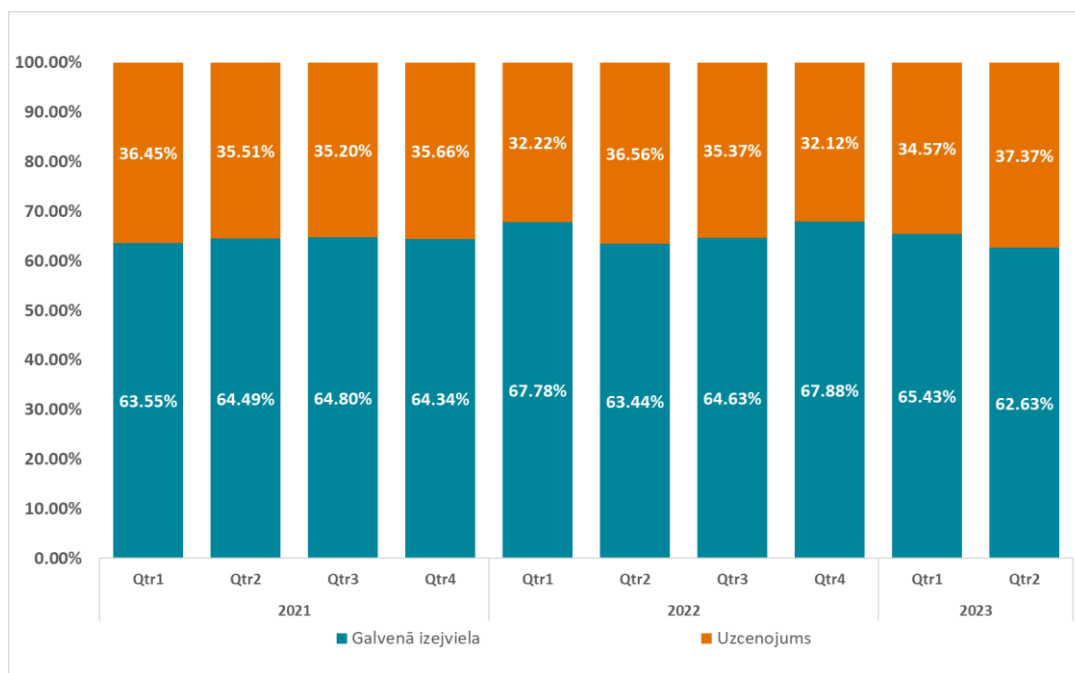
- 138 Arī skābā krējuma izmaksu komponentešu sastāvā būtiskāko daļu ieņem galvenās izejvielas izmaksas, kas veido vidēji 56 %. Tas ir vairāk nekā ražojot pienu, līdz ar to secināms, ka, lai saražotu vienu kg krējuma ir nepieciešams vairāk piena nekā, lai saražotu vienu litru (~ 1kg) piena.
- 139 Izvērtējot ražotāju posmu, konstatējams, ka tāpat kā attiecībā uz piena ražošanu, ražotājus būtiski ir ietekmējis izejvielu un energoresursu izmaksu pieaugums 2021. gada 4. ceturksnī. Ražotāju uzcenojums 2022. gadā ir samazinājies, bet jau 2022. gada 4. ceturksnī atkal ir pieaudzis.
- 140 Mazumtirdzniecības posmā skābā krējuma iepirkuma cena veido būtiskāko daļu no pārdošanas izmaksu komponentēm, proti, vidēji ap 80 % no kopējās skābā krējuma pārdošanas cenas (bez PVN). Nākamās divas nozīmīgākās komponentes ir veikalu uzturēšanas izmaksas un personāla izmaksas (sk. 20. attēlu).



20. attēls. Mazumtirdzniecības posma skābā krējuma pārdošanas izmaksu galvenās komponentes (%) laika posmā no 01.01.2021. līdz 31.05.2023. pa ceturkšņiem.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

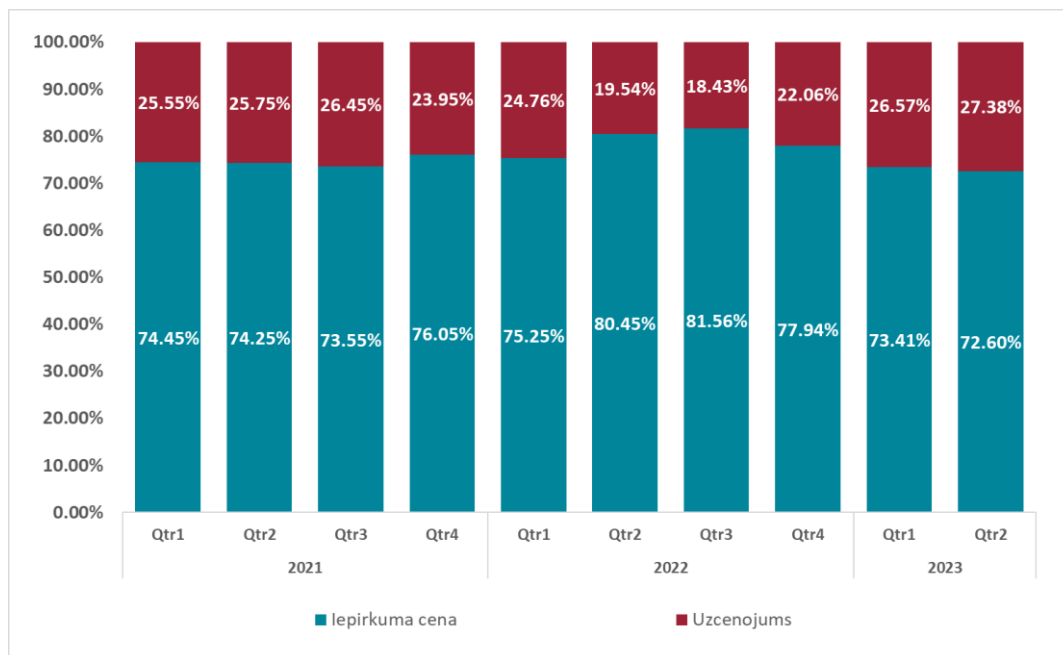
- 141 Izvērtējot periodus, kad mazumtirdzniecības posma dalībnieki ir cietuši zaudējumus no skābā krējuma pārdošanas (izteikti tas novērojams 2021. gada 1. ceturksnī un 2021. gada 4. ceturksnī), konstatējams, ka to proporcionāli visvairāk ietekmējušas pieaugošās veikalu uzturēšanas izmaksas. Situācija 2023. gada sākumā ir uzlabojusies un skābā krējuma pārdošanā novērojama lielāka rentabilitāte.
- 142 Siera ražotājiem galvenā komponente – svaigpiens – veido ap 65 %, nākamā svarīgākā kompetence tiek norādīta personāla izmaksas. Konstatējams, ka siera ražošana ir mazāk rentabla nekā skābā krējuma un piena ražošana, jo visā aplūkotajā periodā, ar atsevišķiem izņēmumiem (2021. gada 1. cet., 2022. gada 1. cet. un 2023. gada 2. cet.) ražošanas uzņēmumi ir cietuši zaudējumus un izmaksas ir pārsniegušas siera tālākpārdošanas cenu. Un tikai galvenās izejvielas (svaigpiena) iepirkumu cenu krituma- dēļ 2023. gada 2. ceturksnī siera ražotāji ir spējuši izlīdzināt ražošanas izmaksas un sieru pārdot tālāk mazumtirgotājiem bez zaudējumiem (sk. 21. attēlu).



21. attēls. Ražošanas posma siera pārdošanas izmaksu galvenās komponentes (%) laika posmā no 01.01.2021. līdz 31.05.2023. pa ceturkšņiem.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 143 Līdzīgi, kā tika konstatēts iepriekš attiecībā uz piena un skābā krējuma ražošanas izmaksām, arī attiecībā uz siera ražošanu energoresursu pieaugums novērots tieši 2021. gada beigās un 2022. gada sākumā, tādēļ ražošanas uzņēmumi bija spiesti atteikties no savas peļņas sadaļas un meklēt iespējas ietaupīt uz pārējām izmaksu komponentēm.
- 144 Savukārt siera tirgotājiem iepirkuma cena veido ap 76 % no siera gala cenas (bez PVN), pēc tam seko veikala uzturēšanas izmaksas un personāla izmaksas, katrai pozīcijai veidojot ap 10 % no siera gala cenas (bez PVN)(sk. 22. attēlu).



22. attēls. Mazumtirdzniecības posma siera pārdošanas izmaksu galvenās komponentes (%) laika posmā no 01.01.2021. līdz 31.05.2023. pa ceturkšņiem.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 145 Kopumā vērtējot siera mazumtirgotāju izmaksu komponentes, konstatējams, ka 2022. gada 2. un 3. ceturksnī mazumtirgotāji no siera pārdošanas ir cietuši zaudējumus, kas skaidrojams ar būtisku iepirkuma cenas paaugstināšanu un veikala uzturēšanas izmaksu palielināšanos, taču, jau sākot ar 2023. gada 1. ceturksni, situācija ir uzlabojusies un mazumtirgotāji ar siera pārdošanu ir seguši izdevumus un guvuši ieņēmumus.
- 146 Salīdzinot komponentu pozīcijas ražošanas un mazumtirdzniecības posmos, konstatējams, ka ražošanas posms ir resursu prasīgāks, proti, saražotā produkta pārdošanas izmaksas ietver gan izejvielu izmaksas, gan iepakojuma izmaksas papildus abu posmu izmaksām, kas sastopamas abos posmos (personāla izmaksas, energoresursi, uzcenojums, mārketinga izmaksas).
- 147 Kopumā vērtējot trīs piena produktu grupas produktus, secināms, ka mazumtirgotājiem pārdot pienu ir mazāk rentabli, jo faktiski visu apskatīto periodu tie cietuši zaudējumus no piena pārdošanas, savukārt pārdot skābo krējumu un sieru mazumtirgotājiem ir rentablāk. Visticamāk, arī pārdodot skābo krējumu un sieru, mazumtirgotāji ir spējuši nosegt zaudējumus, kas veidojušies no piena pārdošanas.
- 148 Vienlaicīgi secināms, ka, palielinoties atsevišķām izmaksu komponentēm (energoresursiem, galvenajai izejvielai, iepirkuma cenai, personāla izmaksām), gan ražotāji, gan mazumtirgotāji ir bijuši spiesti šos izmaksu pieaugumus segt uz sava uzcenojuma rēķina, attiecīgi sedzot radušās izmaksas nākamajā periodā.
- 149 Vienlaicīgi norādāms, ka katram komersantam ir sava stratēģija izmaksu attiecināšanā un piemērošanā. Nereti komersanta izmaksas tiek

attiecinātas uz konkrētu produktu grupu un nevis uz konkrētu produktu, vienlaicīgi ievērojot, ka, ilgtermiņā darbojoties ar zaudējumiem, nav ieinteresēts neviens komersants, tad arī attiecīgi zaudējumi, kas rodas no viena produkta pārdošanas, tiek segti ar cita produkta lielākiem ieņēmumiem.

- 150 Attiecībā uz visiem preču piegādes posmiem norādāms, ka grāmatvedības peļņas (angliski – *accounting profits*) jēdziens būtu nošķirams no ekonomiskās peļņas (angliski – *economic profits*) jēdziena.⁶³ Savukārt grāmatvedības dati attiecībā uz peļņas rādītājiem būtu interpretējami ar piesardzību.⁶⁴ Līdz ar to viennozīmīgi nevar apgalvot, ka piena produktu grupas preču ražošana vai mazumtirdzniecība būtu nerentabla un nes tikai zaudējumus, jo šo preču ražošana un mazumtirdzniecība attiecīgajā preču piegādes posmā sedz vismaz daļu no izmaksām. Pretējā gadījumā daļa no izmaksām paliktu nenosegtas un tirgus dalībniekiem būtu jāmeklē avoti, no kuriem šīs izmaksas segt.

IV MAZUMTIRGOTĀJU UN PIEGĀDĀTĀJU SADARBĪBA

- 151 Papildus datu analīzei KP apkopojusi sniegtās atbildes par mazumtirgotāju un piegādātāju sadarbību, preču cenu pārskatīšanu un preču cenu veidošanu.

4.1. SADARBĪBAS PĀRTRAUKŠANA UN SORTIMENTA MAIŅA

- 152 KP tirgus uzraudzības pirmajā kārtā uzdeva jautājumu, vai laikā no 01.09.2021. līdz 28.02.2023. mazumtirgotāji pārtraukuši sadarbību vai runājuši par sadarbības pārtraukšanu ar kādu no piegādātājiem. Mazumtirgotāji snieguši gan apstiprinošas, gan noraidošas atbildes, norādot, ka savā komercdarbībā tiem šādus lēmumus jāpieņem regulāri. Daļa mazumtirgotāju norādījuši, ka, lai gan līgumus ar saviem piegādātājiem tie nav pārtraukuši, tomēr pieprasījuma samazinājuma dēļ pēc konkrētām precēm tie savus pasūtījumus ir ierobežojuši vai pat pārtraukuši. Iemesli sadarbības pārtraukšanai, kurus norādījuši mazumtirgotāji, tostarp ir bijuši: (1) citu piegādātāju ekonomiski izdevīgāki sadarbības nosacījumi, (2) iepirkuma cenu strauja pieaugšana, (3) slikti pārdošanas rezultāti, (4) piegādāto preču kvalitātes problēmas, (5) piegādātāju maksātspējas problēmas, (6) piegādātāji nav parakstījuši līgumus atbilstoši NTPAL prasībām.
- 153 Attiecībā uz sadarbības pārtraukšanu mazumtirgotāji norādījuši, ka, mainoties tirgus situācijai un sadarbības nosacījumiem, ar saviem piegādātājiem tie mēdz sadarbību atjaunot. Kaut gan savstarpējās

⁶³ Deconinck, K. (2021-02-17), "Concentration and market power in the food chain", OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers, No. 151, OECD Publishing, Paris, pp. 11-12. Pieejams: <http://dx.doi.org/10.1787/3151e4ca-en>

⁶⁴ Ibid.

komersantu attiecības ir pakļautas tirdzniecībā pastāvošajam līgumu brīvības principam, KP norāda, ka mazumtirgotājiem, kas atbilstoši NTPAL noteikumiem ir pircēji, ir saistoši NTPAL uzskaitītie noteikumi, tostarp arī NTPAL 5. panta pirmajā daļā ietvertajai ģenerālklausulai, kas nosaka, ka pircējam ir aizliegtas darbības, kas ir pretrunā ar godīgu tirdzniecības praksi un neatbilst prasībām par labticību un godprātību darījumos.⁶⁵ Līdz ar to mazumtirgotāji nedrīkst savas tiesības izmantot ļaunprātīgi, t. i., pircējam aizliegts savas tiesības izmantot neattaisnojamā veidā vai neattaisnojama mērķa sasniegšanai, rīkodamies pēc likuma vai tiesiska darījuma burta, taču pretēji to patiesajiem mērķiem.

- 154 Iepriekš minētajās situācijās, pārtraucot sadarbību vai runājot par sadarbības pārtraukšanu, KP ieskatā, par mazumtirgotāju ļaunprātīgu rīcību būtu uzskatāma iepirkumu ierobežošana vai pārtraukšana no mazumtirgotāja puses ar mērķi sagaidīt no piegādātāja izdevīgākus sadarbības noteikumus, piemēram, attiecībā uz cenām, atlaidēm, apmaksas termiņiem, minimāliem piegādes apjomiem u. c. Šādai mazumtirgotāju rīcībai ir NTPAL 5. panta pirmās daļas 9. punkta pārkāpuma risks. Vienlaicīgi šāda mazumtirgotāju rīcība var negatīvi ietekmēt konkurenci, jo, pastāvot t. s. ūdensgultas efektam⁶⁶ piegādātājs, lai kompensētu zaudējumus vai potenciāli negūto peļņu, varētu palielināt savas produkcijas pārdošanas cenas citos mazumtirdzniecības kanālos, kas samazinātu citu mazumtirdzniecības kanālu konkurētspēju un negatīvi ietekmētu gala patērētāju pirktspēju.
- 155 Attiecībā uz piegādātāju atteikšanos parakstīt līgumus atbilstoši NTPAL prasībām, KP norāda, ka mazumtirgotāji ir NTPAL subjekti un tiem ir jāievēro NTPAL noteiktie aizliegumi, atturoties no noteikto darbību veikšanas pret saviem piegādātājiem. KP iesaka mazumtirgotājiem vērtēt, vai līguma noteikumi ar grozījumiem, ko tie piedāvājuši parakstīt saviem piegādātājiem nepasliktina esošos sadarbības noteikumus. Gadījumā, ja līguma noteikumi ar grozījumiem pasliktina piegādātāju un mazumtirgotāju līdzšinējo sadarbību, piegādātāju atteikšanos parakstīt šādus līgumus vai to grozījumus nevar uzskatīt par objektīvu sadarbības pārtraukšanas iemeslu un var neatbilst godīgai tirdzniecības praksei un prasībām par labticību un godprātību darījumos, kā to nosaka NTPAL 5. panta pirmā daļa.
- 156 Analizējot mazumtirgotāju sniegtās atbildes uz KP jautājumu, vai mazumtirgotāji ir izņēmuši no sortimenta vai pārtraukuši iepirkt kādas no to piegādātāju precēm, KP secina, ka mazumtirgotāji veic tiem piegādāto preču sortimenta pārskatīšanu vairākas reizes gadā. Kaut gan speciālu uzskaiti izmaiņām, kas notikušas šādu preču sortimenta pārskatīšanas rezultātā mazumtirgotāji neveic, salīdzinot uzskaitvedības datus par iepriekšējiem periodiem, sortimenta izmaiņas ir iespējams izsekot. Dati rāda, ka pēc preču sortimenta pārskatīšanas laikā no 01.09.2021. līdz 28.02.2023. mazumtirgotāji no sortimenta izņēmuši vairākus simtus vai

⁶⁵ Sk. KP. Par mazumtirgotāju sankcijām pret piegādātājiem par līguma noteikumu pārkāpumiem: Tirgus uzraudzības noslēguma ziņojums, 2022. 87.-103., 132. rindkopu. Pieejams:

<https://www.kp.gov.lv/lv/media/10863/download?attachment>

⁶⁶ KP. Ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecība: Ūdensgultas efekts kečupu, tomātu pastu un tomātu mērču tirgū. Noslēguma ziņojums, 29.01.2015. Pieejams: <https://www.kp.gov.lv/lv/media/466/download?attachment>

tūkstošus preču vienību. Mazumtirgotāji uz jautājumu, kādi bijuši iemesli šo preču izņemšanai no sortimenta vai preču iepirkšanas pārtraukšanai, norādījuši vairākus iemeslus, tostarp: (1) slikti pārdošanas rezultāti, (2) piegādāto preču kvalitātes problēmas, (3) preču sezonālitate, (4) izmaiņas pašu piegādātāju sortimentā, t. i., preces ražošanas pārtraukšana vai jaunās preces ražošanas uzsākšana. No sortimenta izņemtās preces mazumtirgotāji aizvieto ar citām finansiāli izdevīgākām alternatīvām.

- 157 No piegādātāju sniegtajām atbildēm secināms, ka tiem īpašas problēmas sagādā sadarbības pārtraukšana vai preču izslēgšana no sortimenta lielākajās Latvijas mazumtirdzniecības ķēdēs, jo atsevišķajos gadījumos piegādātāju pārdoto preču apjoms naudas izteiksmē šiem mazumtirgotājiem ir lielāks nekā to tirgus daļa konkrētajā tirgū. Līdz ar to alternatīvo tirdzniecības kanālu savu preču noietam piegādātājiem var izrādīties apgrūtināša vai pat neiespējama, tādēļ piegādātāji var būt gatavi, neskatoties uz preču reālām pašizmaksām, piekāpties mazumtirgotāju izvirzītām prasībām attiecībā uz to preču cenām.

4.2. PREČU CENU PĀRSKATĪŠANA

- 158 Analizējot mazumtirgotāju sniegto informāciju par saņemtajiem preču cenu pārskatīšanas piedāvājumiem laikā no 01.01.2022. līdz 31.05.2023., KP secina, ka daļa mazumtirgotāju šādu uzskaiti neveic, kā arī neveic nedz preču cenu pārskatīšanas piedāvājumu, nedz savu atbildžu pamatojumu. Arī gadījumos, kad šāda uzskaitē netika veikta, mazumtirgotāji apstiprinājuši, ka 1.4. sadaļā norādītajā 14.04.2022. parakstītā Memorandā laikā tie saņēmuši vairāk preču cenu pārskatīšanas piedāvājumus no piegādātājiem saistībā ar cenu palielināšanu olu, gaļas, zivju, piena, graudu un maizes produktu precēm.
- 159 Atsūtītos preču cenu pārskatīšanas piedāvājumus mazumtirgotāji izskata un uz tiem sniedz individuālās atbildes, gan (1) pilnībā apstiprinot piegādātāju cenas, gan (2) daļēji apstiprinot piegādātāju piedāvātās cenas, gan (3) pilnībā atsakot cenu paaugstināšanu mazumtirgotāju sortimentā esošām precēm. Mazumtirgotāji norādījuši, ka jebkurā situācijā pirms pieņemt lēmumu attiecībā uz saņemto preču cenu pārskatīšanas piedāvājumu tie ar piegādātājiem mutiski izrunā vai rakstveidā vienojas par abpusēji izdevīgiem risinājumiem. Taču, ja vienošanās par cenām netiek panākta, mazumtirgotāji meklē finansiāli izdevīgākus risinājumus, t. i., līdzīgas citu ražotāju lētākas preces.
- 160 Cenu pārskatīšanas piedāvājumus mazumtirgotāji faktiski izskata 14–90 dienu laikā atkarībā no saņemto cenu pārskatīšanas piedāvājumu skaita, pārsvarā cenšoties tos izskatīt 14–30 dienu laikā. Taču tikai dažiem mazumtirgotājiem cenu pārskatīšanas piedāvājumu termiņi ir atrunāti līgumu noteikumos. KP ieskatā, pieļaujamo termiņu preču cenu pārskatīšanas piedāvājumu izskatīšanas ierakstīšana mazumtirgotāju un piegādātāju līgumā vairāk sekmētu sadarbības noteiktība un ļautu abām līguma pusēm rēķināties ar noteiktiem piedāvājuma izskatīšanas termiņiem.
- 161 Attiecībā uz kritērijiem preču cenu pārskatīšanas piedāvājumu izvērtēšanā tikai divi mazumtirgotāji, tostarp iepirkuma grupas, norādījuši, ka šie

kritēriji ir atrunāti līgumu noteikumos ar piegādātājiem. Pārējiem mazumtirgotājiem šādi kritēriji nav atrunāti nedz līgumos, nedz arī izstrādātajās vadlīnijās, iekšējās instrukcijās, apraksta dokumentos, rīkojumos u. c. dokumentos. Taču tas neliedz mazumtirgotājiem vērtēt to piegādātāju pamatojumus preču cenu paaugstināšanai iesniegtajos cenu pārskatīšanas piedāvājumos. KP norāda, ka rakstveida kritēriju esība atvieglotu gan piegādātāju darbu, sagatavojot preču cenu pārskatīšanas piedāvājumus, gan pašu mazumtirgotāju darbu, veicot cenu pārskatīšanas piedāvājumu izvērtēšanu. KP ieskatā, tas veicinātu mazumtirgotāju un piegādātāju savstarpējo attiecību noteiktību.

- 162 Apkopojot mazumtirgotāju sniegtās atbildes par kritērijiem, pēc kuriem tie veic preču cenu pārskatīšanas piedāvājumu izvērtēšanu, KP secina, ka kopsakarā ar piegādātāju sniegto pamatojumu mazumtirgotāji izvērtē, tostarp: (1) izejvielu izmaksas, (2) darba spēka, elektrības un degvielas izmaksas, (3) preču pārdošanas rādītājus, (4) preču zudumus un norakstīšanas rādītājus, (5) līdzīgu preču cenas savos un konkurentu veikalos, (6) preču alternatīvu iespējas, (7) tirgus tendences lokālajos un pasaules tirgos, (8) pašu mazumtirgotāju stratēģija un peļņas rādītāji. KP ieskatā, šādu kritēriju izrunāšana vai norādīšana rakstveidā veicinātu mazumtirgotāju un piegādātāju savstarpējo attiecību noteiktību. Taču jāsecina, ka arī tajos gadījumos, kad piegādātājs būs sniedzis mazumtirgotājam izsmeļošu preču cenu pārskatīšanas piedāvājuma pamatojumu, mazumtirgotāji, novērtējot alternatīvo preču pieejamību un savus peļņas rādītājus, nebūtu ierobežoti atteikt cenu maiņu un aizvietot tos ar finansiāli izdevīgākām alternatīvām.
- 163 Uz KP jautājumu, vai mazumtirgotāji laikā no 01.01.2022. līdz 31.05.2023. ir mainījuši precēm plaukta cenas (cenas gala patērētājiem) pēc savas iniciatīvas, t. i., nesāņemot piegādātāju preču cenu pārskatīšanas piedāvājumu, mazumtirgotāji norādījuši, ka tie preču cenu izmaiņas veic neatkarīgi no tā, vai tie saņem no saviem piegādātājiem preču cenu pārskatīšanas piedāvājumus. Mazumtirgotāji arī norādījuši, ka ir iespējamās situācijas, kad, atsakot piegādātājam veikt tā piegādātājam precēm cenu pārskatīšanu, tie preču plaukta cenu veikalā, t. i., preces cenu gala patērētājiem, paaugstina. Taču šādas situācijas netiek veidotas ar nolūku.

4.3. PREČU CENU PIELĀGOŠANA

- 164 Cenu pielāgošanas stratēģija teorijā aprakstīta kā viena no vairākām cenu noteikšanas stratēģijām, ko mazumtirgotāji izmanto, lai piesaistītu klientus un palielinātu pārdošanas apjomus. Šī stratēģija ir kļuvusi populāra daudzās nozarēs, jo īpaši tāpēc, ka arvien vieglāk ir pārbaudīt cenas tiešsaistē. Patērētāji, kas ir jutīgi pret cenām, parasti ar to ir apmierināti, jo potenciāli var saņemt zemāko cenu savā "ieciņītajā" mazumtirdzniecības kanālā. Tomēr šī cenu ērtība parasti ir saistīta ar vairākiem nosacījumiem, piemēram, pieejamības nosacījumu un kanāla nosacījumu, kas mazumtirgotājiem ir jāapzinās. Pieejamības nosacījums nozīmē, ka produktam jābūt pieejamam mazumtirgotāja veikalā ar zemāku cenu. Savukārt kanāla nosacījums nozīmē, ka cenu pielāgošana attiecas tikai uz

konkurējošu mazumtirgotāju, nevis uz ražotāju, kas piedāvā preces tieši patērētājam.⁶⁷

- 165 Cenu pielāgošana tiek veikta, lai noteiktu produktu cenas atbilstu konkrēta konkurenta cenām. Ja klients iesniedz pierādījumus vai mazumtirgotājs pats konstatē, ka konkurenta mazumtirdzniecības kanālā konkrētā prece ir pieejama par zemāku cenu, mazumtirgotājs piekrīt pārdot produktu par tādu pašu cenu. Cenu pielāgošanai mēdz būt arī nākamais līmenis, proti, cenu pārspēšana, kad mazumtirgotājs piedāvā konkrēto preci par zemāku cenu nekā konkurents. Mazumtirgotāji var pārspēt konkurenta cenu par noteiktu procentuālo daļu, tādējādi nodrošinot, ka klienti saņem izdevīgāku piedāvājumu.
- 166 Cenu pielāgošanas stratēģija var izraisīt divējādu efektu. No vienas puses, cenu pielāgošanas stratēģija var palīdzēt mazumtirgotājiem piesaistīt klientus, kas ir jutīgi pret cenām, un palielināt pārdošanas apjomus. Tā var arī palīdzēt mazumtirgotājiem veidot klientu lojalitāti un uzticību. No otras puses mazumtirgotājiem cenu pielāgošanas stratēģijas ieviešana un īstenošana var izmaksāt dārgi un var samazināt peļņas normu. Turklāt cenu pielāgošanas stratēģija var mudināt klientus apmeklēt veikalus, lai apskatītu preci klātienē, bet pēc tam iegādājas to tiešsaistē no konkurenta par zemāku cenu.⁶⁸ Turklāt mazumtirgotājiem jābūt uzmanīgiem, kā tie īsteno cenu pielāgošanu un kā par to informē patērētājus, jo tas var ietekmēt patērētāju uzvedību un tirgus dinamiku.⁶⁹
- 167 Analizējot mazumtirgotāju sniegtās atbildes uz jautājumu, vai tie savā ikdienas darbībā pielāgo savas cenas konkurentu cenām, visi aptaujātie mazumtirgotāji norādījuši, ka tie veic konkurentu cenu monitoringu. Daži mazumtirgotāji to veic neregulāri un tiem nav atsevišķu darbinieku, kas ar konkurentu cenu monitoringu nodarbojas, taču citiem mazumtirgotājiem tam ir paredzēti gan darbinieki, gan tiek veikta regulāra izpēte par cenām konkurentu veikalos. Vienlaicīgi mazumtirgotāji norādījuši, ka, neskatoties uz datiem par cenām citu mazumtirgotāju veikalos, tie cenas precēm nosaka patstāvīgi.
- 168 Mūsdienās, ņemot vērā pieejamās tehnoloģijas un mākslīgā intelekta iespējas, mazumtirgotājiem nav nepieciešami lieli cilvēkresursi, lai veiktu konkurentu cenu monitoringu. Mazumtirdzniecības tirgū, ņemot vērā to caurskatāmību, ir iespējama inteliģentā pielāgošanās, kad konkurenti monitorē viens otra piedāvātās cenas un, lai varētu tirgū piedāvāt konkurētspējīgu cenu, attiecīgi reaģē uz konkurentu cenu izmaiņām. Konkurences tiesībās šāda pielāgošanās nav aizliegta, ja tā notiek neatkarīgi, kad mazumtirgotājs pats monitorē konkurentu publiski

⁶⁷ A.Nalca, S.Ray, T. Boyaci "Price Matching Strategy: Implications of Consumer Behaviour and Channel Structure", 2018, p. 1. Pieejams: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3281847

⁶⁸ Simon Business School Working Paper No. FR 03-29 "Price-Matching Guarantees, Retail Competition, and Product-Line Assortment", 3 Nov 2003. Pieejams: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=461600

⁶⁹ A.Nalca, S.Ray, T. Boyaci "Price Matching Strategy: Implications of Consumer Behaviour and Channel Structure", 2018, p. 6. Pieejams: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3281847

pieejamās cenas un neatkarīgi, patstāvīgi izvērtējot konkurentu piedāvājumu, nosaka savu cenu.

V SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI

5.1. Secinājumi

- 169 Tirgus uzraudzības mērķis bija sniegt informāciju par cenu transmisijas norisi piegādes ķēdes posmos, kā arī atspoguļot mazumtirgotāju cenu mainību, vienlaicīgi ar KP izvērtējumu sniegt nozarei un sabiedrībai piegādes ķēdes dalībnieku mijiedarbību produkta gala cenu jautājumos. Tirgus uzraudzībā KP ir veikusi normatīvā regulējuma un nozaru iniciatīvas izpēti. KP sniegusi ieskatu lauksaimniecības un piegādes ķēdes posmos attiecībā uz piena produktu grupu. KP vērtējusi piegādātāju un pircēju attiecības piena produktu grupā, kā arī ir veikusi divas ekonomiskās analīzes: (1) cenu mainības analīzi, kuras pamatā ir datu apsekojumos gūtā informācija par atsevišķu produktu cenām individuālās tirdzniecības vietās; (2) cenu transmisiju analīzi, novērtējot cenu izmaiņu korelācijas ražošanas un tirdzniecības posmos. KP analizējusi tirgus dalībnieku sniegtos datus par piena produktu cenu komponentēm. Vienlaicīgi KP vērtējusi, vai piena produktu grupas realizācijā nav novērotas negodīgas tirdzniecības pazīmes vai citi konkurencei nelabvēlīgi apstākļi. Veicot tirgus uzraudzību, KP ir konstatējusi un **secinājusi** turpmāk norādīto.
- 170 KP secina, ka esošā tirgus struktūra piena nozarē, t. i., salīdzinoši liels mazo saimniecību skaits, kur tiek ražots svaigpiens un vienlaicīgi arī salīdzinoši liels pārstrādes uzņēmumu skaits, neveicina apjomradītus ietaupījumus (angliski – *economies of scale*) ražotājiem un pārstrādātājiem, kā arī nenodrošina tiem tirgus varas pozīcijas (angliski – *buyer power*) un nenodrošina spēju pilnā mērā aizstāvēt savas intereses (angliski – *bargaining power*). Taču šādā situācijā gala patērētāji ir ieguvēji, jo tiem ir pieejama plaša preču daudzveidība.
- 171 KP konstatējusi, ka kopš 2022. gada decembra zemnieku/lauksaimnieku, t. i., svaigpiena ražotāju, posmā tika piedzīvots visstraujākais cenu kritums. Taču mazumtirgotāju un ražotāju posmos piena produktu cenu kritums nav bijis vienlīdz straujš. Siera un skābā krējuma cenu indeksa dati liecina, ka ražotāji un mazumtirgotāji cenas pielāgojuši drīzāk inflācijas līmenim nekā zemnieku/lauksaimnieku cenu līmenim. Secināms, ka ražošanas un mazumtirdzniecības posmos iepirkuma cena nav vienīgais ietekmējošais faktors, vai cenu transmisija notiek momentāni un precīzi apjomā, kādu to nosaka zemnieku/lauksaimnieku piegādes ķēdes posms, un attiecīgi cenu pielāgošanas amplitūda bijusi minimāla ražošanas un mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmiem. Uz to norāda arī ražošanas un mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmu komponentu sadalījums, kur svaigpiena iepirkuma cena ražošanas posmā veido vidēji 50–60 % no tālākpārdošanas cenas atkarībā no produkta (piens, skābais, krējums, siers), savukārt tirgotāju posmā iepirkuma cena veido ap 80 % no tālākpārdošanas cenas.
- 172 Izvērtējot tirgus uzraudzībā iesniegtos datus, KP secina, ka visām piena grupas precēm, kas tika aplūkotas tirgus uzraudzībā, t. i., pienam, sieram,

skābajam krējumam, cenu pielāgošanas amplitūdai ražotāju posmā ir pieaugoša tendence, t. i., katru nākamo mēnesi tālākpārdošanas cenas pieaug vairāk nekā iepriekšējā mēnesī. Vienlaicīgi arī mazumtirgotāju posmā cenu pielāgošanas amplitūdai ir pieaugoša tendence, tādēļ katru nākamo mēnesi uzcenojums bijis lielāks nekā iepriekšējā. Kopējai pieaugošai cenu amplitūdas tendencei saglabājoties, bija mēneši, kad nākamā mēneša uzcenojums nav bijis lielāks par iepriekšēja mēneša uzcenojumu.

- 173 Veicot cenu transmisijas analīzi piena produktiem mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā, KP secinājusi, ka Latvijā un ārpus Latvijas ražotam pienam, kā arī mazumtirgotāju privāto preču zīmju pienam cenu transmisija gan amplitūdas, gan ātruma ziņā ir asimetriska: Latvijā saražotais piens pārsvarā tiek cenots vairāk nekā ārpus Latvijas saražotais piens, mazumtirgotāju privāto preču zīmju piens tiek cenots mazāk nekā ražotāju zīmolu piens. Vienlaicīgi siera un skābā krējuma mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā ir raksturīga atšķirīga cenu pielāgošanas amplitūda Latvijā saražotām precēm un ārpus Latvijas saražotām precēm, cenojot Latvijā saražotās preces vidēji vairāk nekā ārpus Latvijas saražotās preces. Tas pats attiecas arī uz mazumtirgotāju cenu veidošanu sieram un skābajam krējumam: novērojama tendence ražotāju zīmolu precēm tikt cenotām vairāk nekā mazumtirgotāju pašu privāto preču zīmju precēm siera un skābā krējuma preču kategorijās.
- 174 Veicot Cuddy-Della Valle indeksa (Cuddy-Della Valle Instability Index (%)) aprēķinu, KP secinājusi, ka Latvijā mazumtirgotājiem ir zems cenu mainīgums (CDVI = 0–15 %). Tikai atsevišķām precēm atsevišķos mazumtirdzniecības tīklos cenu mainīgums ir bijis vidējā līmenī (CDVI = 15–30 %). Vienlaicīgi analizētie dati norāda saikni starp Cuddy-Della Valle indeksa lieluma atkarību no akciju cenu piedāvājuma attiecīgajā mazumtirdzniecības tīklā: jo lielāks akciju cenu skaits, jo lielāks cenu mainīgums mazumtirdzniecības tīklā.
- 175 Vidējo cenu analīze konkrētām precēm norāda, ka vienu un to pašu vai līdzīgu produktu vidējās cenas dažādos veikalos atšķiras salīdzinoši nozīmīgi. T. i., neskatoties uz to, ka mazumtirgotāji tirgus uzraudzībā inorādījuši, ka tie seko līdzīgi citu preču cenām, kas nav cenu pielāgošana, tomēr vidējās faktiskās cenas veikalos atšķiras. Līdz ar to secināms, ka mazumtirdzniecības posmā Latvijā kopumā konkurence pastāv un katrs mazumtirdzniecības tīkls savas pārdošanas cenas piena produktiem nosaka patstāvīgi.
- 176 Gan cenu transmisijas analīze, gan cenu mainības analīze norāda, ka katrs mazumtirgotājs ir neatkarīgs tirgus dalībnieks un katram ir savs spēks ietekmēt iepirkuma cenas, jo tās ir dažādas. No vienas puses šāda situācija vērtējama pozitīvi, jo, visticamāk, arī dažādu iepirkuma cenu noteikšanā patērētājs iegūs konkurētspējīgus un dažādu cenu piedāvājumus, gadījumā, ja mazumtirgotājs ir rīkojies godprātīgi un veicinājis, piemēram, cenu samazinājuma, ko ieguvis no piegādātāja, turklāt vismaz iepirkuma cenas komponentu apmērā (piena produktiem ~80 %). No otras puses nākotnē būtu vērtējama šo konkrēto piegādātāju ekonomiskā atkarība no konkrētiem mazumtirgotājiem, proti, vai mazumtirgotājs kā spēcīgākais darījuma partneris nenosaka nosacījumus, kas piegādātājam rada

piespiedu situāciju un citādos tirgus apstākļos tas šādus nosacījumus nepieņemtu.

- 177 Kopumā vērtējot trīs piena produktu grupas produktu izmaksu komponentes, secināms, ka mazumtirgotājiem pārdot pienu ir mazāk rentabli nekā pārdot skābo krējumu un sieru, jo faktiski visu tirgus uzraudzībā apskatīto periodu tie cietuši zaudējumus no piena pārdošanas. Savukārt no skābā krējuma un siera pārdošanas tie spējuši nosegt izmaksas, kas veidojušās, arī pārdodot pienu. Vienlaicīgi norādams, ka grāmatvedības peļņas (angliski – *accounting profits*) jēdziens būtu nošķirams no ekonomiskās peļņas (angliski – *economic profits*) jēdziena un grāmatvedības dati attiecībā uz peļņas rādītājiem būtu interpretējami ar piesardzību. Piena produktu grupas preču ražošana vai mazumtirdzniecība attiecīgajā preču piegādes posmā sedz vismaz daļu no izmaksām, kuras pretējā gadījumā būtu jāsedz no kādiem citiem avotiem. Vienlaicīgi arī atzīmējams, ka nereti piegādes ķēdes dalībnieki, rēķinot izmaksas, piemēro produktu grupas attiecināmības pieeju, proti, ražošanas vai tirdzniecības izmaksas attiecinot uz konkrētu produktu grupu nevis uz atsevišķiem produktiem, tādējādi spējot nosegt zaudējumu daļu no viena produkta pārdošanas ar ieņēmumiem no cita produkta pārdošanas.
- 178 Secināms, ka, palielinoties atsevišķām izmaksu komponentēm (energoresursiem, galvenajai izejvielai, iepirkuma cenai, personāla izmaksām), gan ražotāji, gan mazumtirgotāji ir bijuši spiesti šo izmaksu pieaugumu segt uz sava ieņēmumu rēķina, attiecīgi sedzot radušās izmaksas nākamajā periodā. Vienlaicīgi, ievērojot, ka attiecībā uz piena produktu (piena, skābā krējuma, siera) cenu izmaksu komponentēm iepirkuma cenas komponente mazumtirgotāju pusē veido ap 80 % visā apskatītajā periodā, tad arī attiecībā uz iepirkuma cenu izmaiņām, mazumtirgotājiem vismaz komponentu apmērā jāspēj veikt izmaiņas gala cenā, pieņemot, ka pārējās komponentu sastāvdaļas būtiski nemainās.
- 179 Ievērojot, ka atsevišķi vietējie ražotāji ir norādījuši ietekmējošo faktoru procentuālo īpatsvaru uz tālākpārdošanas cenas noteikšanu, vienlaicīgi ņemot vērā, ka Latvijā ir salīdzinoši daudz mazu piena produktu ražotāju, secināms, ka to pastāvēšanu tirgū un tālākpārdošanas cenu nozīmīgi ietekmē mazumtirgotāju rīcība un spēja panākt abpusēji izdevīgākos nosacījumus sadarbībai.
- 180 Veicot mazumtirgotāju sniegto informāciju par to sadarbību ar piegādātājiem, KP norādījusi uz iespējamiem riskiem NTPAL noteikumu pārkāpšanai situācijās, kad mazumtirgotāji pārtrauc sadarbību vai runā par sadarbības pārtraukšanu ar saviem piegādātājiem ar mērķi sagaidīt no piegādātāja izdevīgākus sadarbības noteikumus, piemēram, attiecībā uz cenām, atlaidēm, apmaksas termiņiem, minimāliem piegādes apjomiem u. c. Norādams, ka šāda mazumtirgotāju rīcība var negatīvi ietekmēt konkurenci, jo t. s. ūdensgultas efekta dēļ piegādātājs, lai kompensētu zaudējumus vai potenciāli negūto peļņu, varētu palielināt savas produkcijas pārdošanas cenas citos mazumtirdzniecības kanālos, kas samazinātu citu mazumtirdzniecības kanālu konkurētspēju un negatīvi ietekmētu gala patērētāju pirktspēju.
- 181 Saistībā ar preču cenu pārskatīšanu mazumtirgotājam saņemot no piegādātāja preču cenu pārskatīšanas piedāvājumu, KP secinājusi, ka

pastāv trūkumi tirgus dalībnieku savstarpējo attiecību noteiktībā. Proti, nav skaidri atrunāti termiņi preču cenu pārskatīšanas piedāvājumu izskatīšanai no mazumtirgotāju puses, līdz ar to tie mēdz ieilgt. Vienlaicīgi nav atrunāti kritēriji, kas tiktu vērtēti preču cenu pārskatīšanas procesā.

5.2. Priekšlikumi

- 182 Pamatojoties uz tirgus uzraudzības secinājumiem un tirgus uzraudzības gaitā konstatēto problemātiku, KP izsaka šādus **priekšlikumus** identificēto problēmu risināšanai.
- 183 KP kompetencē neietilpst inflācijas jautājumi, bet ietilpst uzraudzīt komersantu rīcību, vai tā ir atbilstoša konkurences tiesību normām, kā arī godīgai tirdzniecības praksei un prasībām par labticību un godprātību darījumos. Izvērtējot sadarbības apstākļus, KP aicina tirgus dalībniekus augstās inflācijas un tirgus nenoteiktības apstākļos domāt ne tikai par tūlītējā labuma gūšanu uz savu piegādātāju rēķina, bet arī par patērētāju pirktspēju, jo tieši mazāk aizsargātiem gala patērētājiem augstās inflācijas apstākļos pirktspēja kļūst arvien zemāka.
- 184 KP norāda, ka mazumtirgotāji, piemērojot tādu pašu vai līdzīgu cenu pielāgošanas amplitūdu Latvijā saražotiem piena produktiem, kādu tie piemēro ārpus Latvijas saražotiem piena produktiem, varētu padarīt Latvijā saražotos piena produktus pieejamākus gala patērētājiem. Savukārt, realizējot tādu pašu vai līdzīgu cenu pielāgošanas amplitūdu ražotāju zīmola piena produktiem, kādu mazumtirgotāji realizē pašu privātām preču zīmēm, varētu ražotāju zīmola piena produktus padarīt pieejamākus gala patērētājiem un sekmēt patērētāju pirktspēju. Līdz ar to KP aicina mazumtirgotājus veidot tādu cenu politiku Latvijā saražotiem piena produktiem un ražotāju zīmola piena produktiem, lai tie būtu pieejamāki gala patērētājiem.
- 185 Gandrīz ikkatrs mazumtirdzniecības tīkls mūsdienās izdod akcijas bukletu, un, lai gan akciju salīdzināšana bukletos nav vairs aktuāla tendence, cenu salīdzināšanu iespējams veikt mazumtirgotāju interneta veikalos. Līdz ar to KP aicina patērētājus, veicot ikdienas pirkumus, izmantot šo izdevību, sekojot līdzi produktu cenām un izvērtējot sev piemērotāko iepirkšanās vietu. Izvēloties savu pirkuma grozu pārdomāti, izmeklējot produktu alternatīvas, kopējā groza cena var būtiski atšķirties.
- 186 KP vienlaicīgi uzsver, ka mūsdienu mainīgajā pasaulē informācijai ir spēks, jo savstarpējo komersantu konkurenci veido ne tikai cenas, bet arī informācijas pieejamība, tostarp arī par cenām. Līdz ar to KP aicina mazumtirgotājus pielāgoties laikam un arī iepirkumu grupu biedrus apdomāt par to produkciju cenu izvietošanu tīmekļa vietnēs, lai dotu iespēju sabiedrībai piekļūt plašākai cenu caurskatāmībai. Ievērojot iepriekš norādīto par informācijas spēku, KP vēlētos aicināt Zemkopības ministriju apdomāt pārņemt Lietuvas praksi attiecībā uz tīmekļa vietnes izstrādi, kurā būtu publiski pieejama informācija par dažādu pārtikas produktu vidējo mazumtirdzniecības cenu struktūru (piemēram, pienam, skābajam krējumam). Šādā veidā būtu iespējams atrast informāciju par to, kādu daļu

no plaukta cenas saņem audzētājs, pārstrādātājs, mazumtirgotājs, kā arī atspoguļota daļa, kas aiziet valsts budžetā (nodokļi).⁷⁰

- 187 Mazumtirdzniecības tirgū, ņemot vērā to caurskatāmību, ir iespējama inteligentā pielāgošanās, kad konkurenti monitorē viens otra piedāvātās cenas un, lai varētu tirgū piedāvāt konkurētspējīgu cenu, attiecīgi reaģē uz konkurentu cenu izmaiņām. Konkurences tiesībās šāda pielāgošanās nav aizliegta, ja tā notiek neatkarīgi, kad mazumtirgotājs pats monitorē konkurentu publiski pieejamās cenas un neatkarīgi, patstāvīgi izvērtējot konkurentu piedāvājumu, nosaka savu cenu. Patērētājiem, lai tie salīdzinātu cenas visiem mazumtirgotājiem, ir ierobežotas iespējas, jo ne katram mazumtirgotājam ir pieejams interneta veikals, kas nodrošinātu cenu caurspīdīgumu. Te tiek novērota informācijas asimetrija starp mazumtirgotāja un patērētāja iespējām. Tāpēc KP ierosina nozares pārstāvjiem/atbildīgajām nozares institūcijām izveidot cenu salīdzināšanas rīku, kas ļautu patērētājiem pieņemt apsvērtus lēmumus par labu konkrēto preču iepirkšanai par visizdevīgāko cenu konkrētajā periodā mazumtirdzniecības vietās. Līdzīgs monitoringa rīks darbojas Rumānijā kopš 2009. gada, kas izstrādāts sadarbībā ar privātajiem komersantiem.
- 188 Lai izvairītos no NTPAL noteikumu pārkāpšanas iespējamiem riskiem mazumtirgotājiem pārtraucot sadarbību vai runājot par sadarbības pārtraukšanu ar saviem piegādātājiem, KP aicina mazumtirgotājus vērtēt savu darbību atbilstību godīgai tirdzniecības praksei un prasībām par labticību un godprātību darījumos. KP rīks, kas ļauj mazumtirgotājiem izvērtēt savu līgumu noteikumu atbilstību šīm prasībām, ir publiskots tiešsaistē.⁷¹ KP izstrādātajā rīkā ir ietverti jautājumi, kas tostarp ļaus tirgus dalībniekiem pārliecināties, vai to līgumu noteikumi ar piegādātājiem atbilst labticībai un godprātībai darījumos.
- 189 KP aicina mazumtirgotājus iekļaut līgumos ar piegādātājiem skaidrus noteikumus attiecībā uz termiņiem preču cenu pārskatīšanas piedāvājumu izskatīšanai no mazumtirgotāju puses. Vienlaicīgi KP aicina mazumtirgotājus iekļaut rakstveida līgumos kritērijus, kurus mazumtirgotāji vērtēs preču cenu pārskatīšanas procesā.
- 190 Izvērtējot piena produktu cenu mainīgumu visos piegādes ķēdes posmos un katra individuālā komersanta cenošanas stratēģiju, kas ietver peļņas vai zaudējumu balansu, kā arī novērojumus un rīcību kopsakarā ar iepriekšējā piegādes posma darbībām, cenu paaugstinot vai pazeminot, secināms, ka tirgus ir plūstošs un tas pielāgojas mainīgajiem apstākļiem. Līdz ar to KP atkārtoti uzsver nozares atbildīgajām institūcijām saglabāt tirgu brīvu, bez cenu fiksēšanas vai papildu regulējumiem, kas ierobežotu katra piegādes ķēdes dalībnieka brīvu rīcību cenu noteikšanā.

⁷⁰ Lietuvas prakse, pieejams:

<https://www.produktukainos.lt/Analitika/KainuGrandines>

⁷¹ KP. Godīgas tirdzniecības prakses novērtēšana un taisnīgu un pamatotu sankciju/līgumsodu piemērošana. Pieejams:

<https://forms.gle/yjbfyY935ZVKiYUw5>

Pateicība

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

Par tirgu uzraudzību

Konkurences padome veic tirgu uzraudzību – 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 iespējamiem 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: pasts@kp.gov.lv

www.kp.gov.lv

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