



Konkurences padome

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

Tirgus uzraudzības noslēguma ziņojums
(II daļa – maize un graudu produkti)

Rīga
2023

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

Satura rādītājs

levads.....	3
I. Lauksaimniecības un pārtikas preču ķēdes posmi.....	4
1.1. Iepriekšējā KP izpēte maizes un graudu produktu tirgos	4
1.1.1. Graudu tirgus.....	5
1.1.2. Miltu tirgus	5
1.1.3. Makaronu tirgus	6
1.1.4. Maizes tirgus.....	7
1.2. Globālā tirgus situācija graudu tirgū	8
1.3. Graudaugu ražošana.....	9
1.4. Graudu produktu ražošana.....	12
1.5. Maizes ražošanas tirgus.....	13
II Cenu transmisijas analīze un cenu komponentes	15
2.1. Cenu transmisijas analīze	15
2.1.1. Maizes cenu transmisijas analīze	15
2.1.2. Miltu cenu transmisijas analīze	24
2.1.3. Spageti makaronu cenu transmisijas analīze.....	29
2.1.4. Griķu cenu transmisijas analīze	30
2.2. Cenu komponentes ražošanas un tirdzniecības piegādes ķēdes posmiem	36
III Secinājumi un priekšlikumi.....	44

IEVADS

- 1 Konkurences padome (turpmāk – KP) 2023. gada pavasarī uzsāka tirgus uzraudzību olu, zivju, piena, gaļas, graudu un maizes produktu tirgū. 09.11.2023. tika publiskota "Olu, zivju, piena, gaļas, graudu un maizes produktu mazumtirdzniecības" tirgus uzraudzības noslēguma ziņojuma I daļa par piena produktiem.¹ Šis tirgus uzraudzības noslēguma ziņojumā KP sniegtās atziņas un secinājumi attiecas gan uz lauksaimniecības un pārtikas preču mazumtirgotājiem², gan pircējiem³.
- 2 Visi minētās tirgus uzraudzības I daļas KP secinājumi, priekšlikumi un atziņas, izņemot konkrētās sadaļas par piena produktu grupu, ir vienlīdz attiecināmas uz visām pārējām tirgus uzraudzībā aplūkotām precēm, kā arī uz citām lauksaimniecības un pārtikas precēm⁴.
- 3 Tirgus uzraudzībā KP vieš skaidrību par aktuāliem konkurences apstākļiem visos piegādes ķēdes posmos, par cenu veidošanos tajos, kā arī par to ietekmi un savstarpējo mijiedarbību 2022. gadā un 2023. gada pirmajā pusgadā.
- 4 KP tirgus uzraudzībā analizē sešas pārtikas preču grupas:
 - 1) piena produkti;
 - 2) maize;
 - 3) gaļas produkti;
 - 4) olas;
 - 5) zivju produkti;
 - 6) graudu produkti.
- 5 Tirgus 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

¹ KP. "Olu, zivju, piena, gaļas, graudu un maizes produktu mazumtirdzniecības" tirgus uzraudzības noslēguma ziņojums (I daļa – piena produkti). Pieejams: <https://www.kp.gov.lv/lv/media/11577/download?attachment>

² Sk. NTPAL 1. panta 4. punktu: lauksaimniecības un pārtikas preču mazumtirgotājs – saimnieciskās darbības veicējs vai saimnieciskās darbības veicēju apvienība, kas pastāvīgā tirdzniecības vietā mazumtirdzniecībā pārdod lauksaimniecības un pārtikas preces.

³ Sk. NTPAL 1. panta 7. punktu: pircējs – fiziskā vai juridiskā persona vai šādu personu apvienība neatkarīgi no vietas, kurā tā veic saimniecisko darbību, ja tās pēdējā finanšu gada neto apgrozījums pārsniedz 2 000 000 euro, vai Eiropas Savienībā esoša iestāde (valsts, reģionālā vai vietējā iestāde vai vairāku šādu iestāžu apvienība, kas darbojas saskaņā ar publisko tiesību principiem), kas pērk lauksaimniecības un pārtikas preces.

⁴ Sk. NTPAL 1. panta 2. punktu: lauksaimniecības un pārtikas preces – produkti, kas norādīti Līguma par Eiropas Savienības darbību I pielikumā, kā arī produkti, kas nav norādīti minētajā pielikumā, bet ir pārstrādāti par pārtikā lietojamiem produktiem, izmantojot minētajā pielikumā norādītos produktus, kā arī fasēts ūdens, tostarp minerālūdens, un citi bezalkoholiskie dzērieni

nav novērotas negodīgas tirdzniecības pazīmes vai citi konkurencei nelabvēlīgi apstākļi.

- 6 Šajā tirgus uzraudzības noslēguma ziņojumā publiskotā informācija un analīze attiecas uz maizes un graudu produktu grupu.

I. LAUKSAIMNIECĪBAS UN PĀRTIKAS PREČU ĶĒDES POSMI

- 7 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 maizes un graudaugu produktu tirgū. Vienlaicīgi tiek aplūkota informācija, kādi ir starptautiskie/globālie faktori, kas ietekmē maizes un graudaugu produktu realizāciju un cenas Latvijas tirgū.
- 8 KP jau iepriekš bija pētījusi situāciju graudu⁵, miltu⁶, makaronu⁷ un maizes tirgū⁸, kā arī bija aplūkojusi Eiropas Komisijas (turpmāk – EK) praksi, definējot šos tirgus. Taču KP līdz šim nebija aplūkojusi globālu faktoru ietekmi uz maizes un graudaugu produktu tirgu Latvijā.

1.1. IEPRIEKŠĒJĀ KP IZPĒTE MAIZES UN GRAUDU PRODUKTU TIRGOS

- 9 Šajā sadaļā tiek aplūkots KP iepriekšējās izpētēs konstatētais graudu, miltu, makaronu un maizes tirgū, kas ir būtiski arī šajā tirgus uzraudzībā.

⁵ 29.07.2013. lēmums Nr. 38 "Par UAB "Malinvest" izšķirošās ietekmes iegūšanu pār AS "Rīgas Dzirnavnieks". Pieejams: https://lemumi.kp.gov.lv/files/lemumu_pielikumi/u5KDaf4jvL.pdf

⁶ KP 11.04.2007. lēmums Nr. 31 lietā Nr. P/05/06/15 "Par Konkurences likuma 11. panta pirmās daļas 1. punkta iespējamo pārkāpumu a/s „Dobeles dzirnavnieks”, a/s „Rīgas dzirnavnieks”, a/s „Jelgavas dzirnavas” un RSEZ a/s „Rēzeknes dzirnavnieks” darbībās”. Pieejams: https://lemumi.kp.gov.lv/files/lemumu_pielikumi/YI1W4bQ6Wy.pdf; KP 29.07.2013. lēmums Nr. 38 "Par UAB "Malinvest" izšķirošās ietekmes iegūšanu pār AS "Rīgas Dzirnavnieks"; KP 04.03.2022 lēmums Nr. 3 lietā Nr. KL\2.2-4\21\24 "Par AS "Dobeles dzirnavnieks" izšķirošās ietekmes iegūšanu pār AB "Baltic mill"". Pieejams:

https://lemumi.kp.gov.lv/files/documents/L%C4%93mums_publicojam%C4%81%20versija_21.03.2022.pdf.

⁷ KP 04.03.2022 lēmums Nr. 3 lietā Nr. KL\2.2-4\21\24 "Par AS "Dobeles dzirnavnieks" izšķirošās ietekmes iegūšanu pār AB "Baltic mill"". Pieejams:

⁸ KP. Maizes tirgus uzraudzība (analizētais periods – 2006.-2007. gads). Pieejams: <https://www.kp.gov.lv/lv/media/571/download?attachment>; KP 23.04.2015. lēmums lietā Nr. 728/15/7.2.2./1 Par Lantmännen Ekonomisk Förening izšķirošās ietekmes iegūšanu pār Vaasan Group Oy. Pieejams: https://lemumi.kp.gov.lv/files/lemumu_pielikumi/qI0izLuOOd.pdf; KP. Kopsavilkums par Negodīgas mazumtirdzniecības prakses likuma piemērošanas problēmām maizes piegādē mazumtirdzniecībā. Pieejams: <https://www.kp.gov.lv/lv/media/610/download>.

1.1.1. Graudu tirgus

- 10 KP bija atsevišķi apskatījusi situāciju kviešu un rudzu graudu tirgū apvienošanās lietā,⁹ secinot, ka būtisks graudu apjoms tiek eksportēts un to ietekmē graudaugu raža.¹⁰ Iepriekš veiktajā izpētē, t. i., 2011. un 2012. gadā, KP konstatējusi, ka lielāko Latvijas graudaugu produkcijas pārstrādes uzņēmumu Akciju sabiedrības "RĪGAS DZIRNAVNIKS" (turpmāk – RDZ) un Akciju sabiedrības "Dobeles dzirnavnieks" (turpmāk – DDZ) graudu tirgus apjoms pēc iepirtā kviešu graudu apjoma nav pārsniedzis attiecīgi 10 % un 20 %. Savukārt graudu tirgus apjoms pēc iepirtā rudzu graudu apjoma DDZ nav pārsniedzis 10 % abos periodos, bet RDZ tas bijis līdz 30 % 2011. gadā un līdz 10 % 2012. gadā.¹¹ KP secinājusi, ka Lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvā sabiedrības "LATRAPŠ" (turpmāk – LPKS "LATRAPŠ") iepirktais graudu apjoms bijis vairākas reizes lielāks nekā RDZ iepirktais graudu apjoms.¹² Līdz ar to secināms, ka uz eksportu orientēts graudu pārdošanas uzņēmums iepircis no Latvijas saimniecībām vairāk graudu nekā Latvijas lielākie graudu pārstrādes uzņēmumi kopā.

1.1.2. Miltu tirgus

- 11 Miltu preču grupā KP nodalījusi šādus konkrētus miltu tirgus atkarībā no paredzēta miltu realizācijas kanāla: (1) kviešu miltu tirgus industriālajiem klientiem; (2) rudzu miltu tirgus industriālajiem klientiem; (3) kviešu miltu tirgus gala patērētājiem; (4) rudzu miltu tirgus gala patērētājiem.¹³ Gan kviešu, gan rudzu milti atkarībā no to sastāva un kvalitātes tiek iedalīti dažādās šķirās jeb tipos.¹⁴
- 12 Kviešu miltiem gala patērētājiem Latvijā laika periodā no 2019. līdz 2021. gadam lielāko tirgus dalībnieku, t. i., DDZ un RDZ, tirgus daļas pēc apjoma bija attiecīgi 50–60 % un 20–30 %.¹⁵ Savukārt minētajā periodā mazumtirgotāju privāto preču zīmju tirgus daļa pēc apjoma ir samazinājusies Lietuvas uzņēmuma UAB "Kauno Grūdai" dēļ un bija 10–20 % robežās.¹⁶ KP norādījusi, ka pārējo tirgus dalībnieku tirgus daļas minētajā periodā ir bijušas nenozīmīgas.

⁹ 29.07.2013. lēmums Nr. 38 "Par UAB "Malinvest" izšķirošās ietekmes iegūšanu pār AS "Rīgas Dzirnavnieks", 3. lpp.

¹⁰ Turpat, 5.–6. lpp.

¹¹ Turpat, 6. lpp.

¹² Turpat.

¹³ KP 04.03.2022 lēmums Nr. 3 lietā Nr. KL\2.2-4\21\24 "Par AS "Dobeles dzirnavnieks" izšķirošās ietekmes iegūšanu pār AB "Baltic mill", 31. rindkopa.

¹⁴ KP 11.04.2007. lēmums Nr. 31 lietā Nr. P/05/06/15 "Par Konkurences likuma 11. panta pirmās daļas 1. punkta iespējamo pārkāpumu a/s „Dobeles dzirnavnieks”, a/s „Rīgas dzirnavnieks”, a/s „Jelgavas dzirnavas” un RSEZ a/s „Rēzeknes dzirnavnieks” darbībās”, 4.–5. lpp.

¹⁵ KP 04.03.2022 lēmums Nr. 3 lietā Nr. KL\2.2-4\21\24 "Par AS "Dobeles dzirnavnieks" izšķirošās ietekmes iegūšanu pār AB "Baltic mill", 105. rindkopa.

¹⁶ Turpat.

- 13 KP norādījusi, ka DDZ, iegūstot izšķirošu ietekmi RDZ, tirgus daļa kviešu miltu tirgū pēc apjoma sasniegs 70–80 %.¹⁷ KP veiktās patērētāju aptaujas rezultāti norāda, ka, izvēloties kviešu miltus, patērētāji pārsvarā izvēlas starp DDZ (97 % no respondentiem) un RDZ (76 % no respondentiem) produkciju,¹⁸ t. i., izvēloties "Dobeles" un "Herkules" zīmolus.¹⁹
- 14 KP norādījusi, ka rudzu milti mazumtirdzniecībā galapatērētājiem tiek realizēti salīdzinoši nelielā apmērā.²⁰ DDZ rudzu miltu gala patērētājiem Latvijā periodā no 2019. līdz 2021. gadam tirgus daļas pēc apjoma bija 40–50 %, bet RDZ bija pieaugusi no 10–20 % 2019. un 2020. gadā līdz 20–30 % 2021. gadā.²¹ Aplūkotajā periodā KP secinājusi, ka rudzu miltu mazumtirgotāju privāto preču zīmju tirgus daļa pēc apjoma pieaugusi no 10–20 % 2019. gadā līdz 20–30 % 2020. un 2021. gadā. Savukārt Lietuvas uzņēmuma UAB "Kauno Grūdai" tirgus daļa rudzu miltu tirgū Latvijas teritorijā galapatērētājiem bija 10–20 % robežās.²²

1.1.3. Makaronu tirgus

- 15 KP nošķīra makaronus no cietajiem kviešu miltiem un makaronus no mīkstajiem kviešu miltiem. KP norādījusi, ka mīksto kviešu makaroni ietilpst zemākas cenas kategorijā, jo galveno izejvielu mīkstos kviešus audzē Latvijas teritorijā, bet cietos kviešus nepieciešams importēt un to cena ir 40–100 % augstāka nekā mīkstajiem kviešiem.²³ Mīksto kviešu makaronu cena ir divas līdz trīs reizes zemāka kā cieto miltu makaroniem, tādēļ tos iegādājas mazāk nodrošināts un cenas jutīgāks patērētājs, attiecīgi cieto kviešu makaronus patērē pircēji, kuriem cena nav būtiskākais faktors, izvēloties produktu.²⁴
- 16 KP norādījusi, ka starp abu makaronu veidiem pastāv būtiskas atšķirības to piegādes struktūrā, t. i., cieto kviešu miltu makaronu piegādi veic daudzi uzņēmumi. Savukārt mīksto kviešu makaronu piegādē, t. i., gan ražotāju preču zīmju, gan mazumtirgotāju privāto preču zīmju preču piegādē, dominē DDZ un Lietuvas uzņēmums UAB "Amber Pasta".²⁵
- 17 Attiecībā uz makaroniem no mīkstajiem kviešu miltiem KP norādījusi, ka mazumtirgotāju SIA "RIMI LATVIA" un "MAXIMA Latvija" SIA privāto preču zīmju produktu tirgus daļas ir līdzīgas DDZ un RDZ produktu tirgus daļām. Vienlaicīgi norādāms, ka šo mazumtirgotāju privāto preču zīmju produktu lielāko daļu ražo DDZ un RDZ.²⁶ Vienlaicīgi KP norādījusi, ka makaronu no mīkstajiem kviešu miltiem efektīvu konkurentu DDZ un RDZ nav.²⁷

¹⁷ KP 04.03.2022 lēmums Nr. 3 lietā Nr. KL\2.2-4\21\24 "Par AS "Dobeles dzirnavnieks" izšķirošas ietekmes iegūšanu pār AB "Baltic mill"", 115. rindkopa.

¹⁸ Turpat, 122. rindkopa.

¹⁹ Turpat, 117. rindkopa.

²⁰ Turpat, 140. rindkopa.

²¹ Turpat, 142. rindkopa.

²² Turpat, Tabula Nr. 4.

²³ Turpat, 52. rindkopa.

²⁴ Turpat, 54. rindkopa.

²⁵ Turpat, 55. rindkopa.

²⁶ Turpat, 175. rindkopa.

²⁷ Turpat.

1.1.4. Maizes tirgus

- 18 Attiecībā uz maizes produktu tirgu KP vadījusies pēc EK prakses.²⁸ EK savā praksē ir norādījusi, ka pastāv liels klāsts konditorejas izstrādājumu produktu, ņemot vērā lielo produktu dažādību un īpašības, kā arī atpazīstamu zīmolu esību, īpaši maizes aizvietotāju tirgos.²⁹ EK ir arī norādījusi – kā atsevišķi konkrētās preces tirgi var tikt izdalīti: 1) svaiga maize, 2) rūpniecības un safasētā maize, 3) maizes aizvietotāji, 4) kūkas, 5) rīta konditorejas izstrādājumi, 6) cepumi un 7) „gatavs cepšanai” (*bake-off*) produkti, ņemot vērā tirgus izpētēs noskaidroto, ka pārslēgšanās no viena uz otru iepriekš minēto segmentu produktiem prasītu salīdzinoši ilgu laiku un/ vai ievērojamus ieguldījumus.³⁰ Attiecībā uz “gatavs cepšanai” (*bake-off*) produktiem Eiropas Komisija ir norādījusi, ka tie sastāv no dažāda veida mīklas un neceptiem, daļēji izceptiem, gandrīz izceptiem produktiem (maize, smalkmaizītes, kūkas utt.).³¹
- 19 Iepriekš veiktajā maizes tirgus uzraudzībā, kurā tika pētīta 2006.–2007. gadā iegūtā informācija attiecībā uz maizes tirgu, KP bija konstatējusi, ka lielākie maizes ražotāji 2006. un 2007. gadā Latvijā bija Akciju sabiedrība “MAIZNĪCA DINELLA” (kopš 04.12.2010. Akciju sabiedrība “LATVIJAS MAIZNIEKS”), Fazer Latvija SIA, AS “Hanzas maiznīcas” un Sabiedrība ar ierobežotu atbildību “DONA”.³² Taču maizi cepuši arī citi mazumtirgotāji.³³ Vienlaicīgi KP konstatējusi, ka pārsvarā maizes ražotāju jauda netiek pilnībā izmantota ierobežota pieprasījuma un tirgus piesātinātības dēļ.³⁴
- 20 KP secinājusi, ka maizes pašizmaksas lielāko daļu veidoja izejvielu izmaksas, no kurām milti veidoja no 30 % līdz 60 %. Būtiskas bijušas arī darba, iepakojuma un enerģijas izmaksas. Šāda izmaksu struktūra maizes ražotājiem ir bijusi samērā līdzīga, taču dažiem maizes ražotājiem produkcijas pašizmaksa ir bijusi ievērojami augstāka, tas tika skaidrots ar lielākām darba samaksas izmaksām.³⁵
- 21 Pētot maizes cenu attīstību mazumtirdzniecībā laika periodā no 2006. gada līdz 2007. gadam, KP secinājusi, ka maizes cenu pieaugums nav bijis proporcionāls miltu cenu pieaugumam: mazumtirdzniecības cenu

²⁸ KP 23.04.2015. lēmums lietā Nr. 728/15/7.2.2./1 Par Lantmännen Ekonomisk Förening izšķirošās ietekmes iegūšanu pār Vaasan Group Oy, 18. rindkopa.

²⁹ EK 25.06.2002. lēmums lietā Nr. COMP/M.2817 BARILLA/ BPL/ KAMPS (10. punkts). Pieejams:

http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m2817_en.pdf

³⁰ EK 15.05.2013. lēmums lietā Nr. COMP/M.6891 AGROFERT/ LIEKEM (6. punkts). Pieejams:

http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m6891_20130515_20310_3206866_EN.pdf

³¹ Eiropas Komisijas 18.09.2008. lēmums lietā Nr. COMP/M.5286 LION CAPITAL/ FOODVEST (13. punkts). Pieejams:

http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m5286_20080918_20310_en.pdf

³² KP. Maizes tirgus uzraudzība (analizētais periods – 2006.–2007. gads).

³³ Turpat, 3. lpp.

³⁴ Turpat, 15. lpp.

³⁵ Turpat.

pieauguma temps ir bijis straujāks nekā miltu iepirkuma cenu palielinājums. KP secinājusi, ka atsevišķi maizes ražotāji realizē mazumtirdzniecības tīkliem līdz pat 70 % no konkrētās produkcijas, nereti par cenu, kas ir tuvu pašizmaksai vai pat zem tās. KP norādījusi, ka šāda situācija norāda uz maizes ražotāju atkarību no lielo mazumtirdzniecības tīklu iepirkuma varas. Vienlaicīgi KP norādījusi uz vērojamu tā saukto "ūdens gultas efektu", kad ražotājs no mazākiem mazumtirgotājiem ar augstāku cenu kompensē neiegūto peļņu vai iespējamos zaudējumus, kas tam rodas, pārdodot attiecīgos produktus par zemāku cenu mazumtirdzniecības tīkliem.³⁶

- 22 KP pētījusi arī mazumtirdzniecības tīklu vidējo uzcenojumu³⁷, pārdodot maizi galapatērētājiem. Baltmaizei uzcenojums 2006. gadā bija no 18 % līdz 37 %, 2007. gadā no 16 % līdz 35 % no maizes gala cenas veikalu plauktos. Savukārt rupjmaizes uzcenojums 2006. gadā bija no 5 % līdz 47 %, 2007. gadā – no 19 % līdz 51 %.³⁸
- 23 KP vērsusi tirgus dalībnieku uzmanību faktam, ka maizes ražotāju krājumu aprites termiņš ir īss, savukārt norēķinu termiņš, kādā mazumtirdzniecības komercsabiedrības norēķinās ar maizes ražotājiem, ir ievērojami lielāks. Līdz ar to KP secinājusi, ka netieši maizes ražotāji ir bijuši kā "bezprocentu kreditori" mazumtirgotājiem, jo mazumtirgotāji ir spējuši lietot šos brīvos finanšu līdzekļus savai tālākajai attīstībai un izaugsmei, kad pretēji maizes ražotājiem šo finanšu līdzekļu trūkums, iespējams, traucējis to izaugsmi līdz līmenim, kāds ir bijis paredzēts.³⁹
- 24 Savukārt KP iepriekš veiktajā maizes piegādes mazumtirdzniecībā tirgus uzraudzībā, kurā tika pētīta 2016.–2018. gadā iegūtā informācija,⁴⁰ aplūkojot līgumus un vienošanās, kas rakstveidā noslēgtas starp mazumtirgotājiem un piegādātājiem, nav konstatējusi Negodīgas mazumtirdzniecības prakses aizlieguma likuma (turpmāk – NMPAL) noteikumu pārkāpumu. Taču KP ir konstatējusi riskus attiecībā uz maizes atpakaļ atdošanu saistībā ar (1) nekvalitatīvu preču atpakaļ atdošanas pavadzīmju noformēšanu un saistībā ar (2) pavadzīmju ar nulles vērtību jeb degustācijas pavadzīmju noformēšanu maizes degustācijām. Vienlaicīgi KP aicinājusi mazumtirgotājus novērst konstatētos riskus to sadarbībā ar maizes piegādātājiem.

1.2. GLOBĀLĀ TIRGUS SITUĀCIJA GRAUDU TIRGŪ

- 25 Zemkopības ministrijas (turpmāk – ZM) tika sagatavojusi informatīvo

³⁶ KP. Maizes tirgus uzraudzība (analizētais periods – 2006.–2007. gads).

³⁷ KP veiktajā pētījumā ar terminu „mazumtirgotāja uzcenojums” saprotama starpība starp maizes ražotāja cenu, par kādu produkts tiek realizēts mazumtirdzniecības tīkliem, un galaprodukta cenu, jeb mazumtirdzniecības tīklu realizācijas cenu veikalu plauktos. Jāatzīmē, ka, balstoties uz savstarpējās sadarbības līgumu analīzi, aprēķinos tika ņemtas vērā arī atlaides, ko maizes ražotāji maksā mazumtirdzniecības komercsabiedrībām. Analīzē tika izmantotas cenas bez pievienotās vērtības nodokļa. Sk. Turpat, 5. lpp.

³⁸ Turpat, 15. lpp.

³⁹ Turpat, 16. lpp.

⁴⁰ KP. Kopsavilkums par Negodīgas mazumtirdzniecības prakses likuma piemērošanas problēmām maizes piegādē mazumtirdzniecībā.

ziņojumu, lai informētu valdību par globālās situācijas, īpaši Krievijas un Ukrainas kara, negatīvo ietekmi uz graudu un rapšu ražošanas nozari Latvijā 2023. gadā gan attiecībā uz graudu un rapšu cenas samazināšanos, gan ražošanas resursu augstajām cenām, kā arī attiecībā uz būtiski pieaugošo trešo valstu izcelsmes graudu un graudu produkcijas importu Eiropas Savienības (turpmāk – ES), tostarp Latvijas, tirgū un tā izraisīto nelīdzvērtīgo konkurenci. Ziņojumā ZM norādījusi, ka graudu vidējā iepirkuma cena attīstījās augšupejoši līdz 2022. gada maijam, sasniedzot jaunu absolūto rekordu. Graudu cenu kāpumu veicināja karš Ukrainā un graudu pieejamības problēmas pasaulē.⁴¹

- 26 Kopš 2022. gada jūnija graudu cenām pasaulē kopumā un arī Latvijā ir tendence samazināties. Tas skaidrojams ar pasaules labo graudu ražu 2022. gadā, kā arī vienlīdz labām prognozēm par 2023. gada ražu. Vienlaicīgi kopš 2023. gada pasaules tirgos nonāk arī Ukrainas graudi, jo pastāv ES un Ukrainas Solidaritātes koridors un spēkā ir iniciatīva par drošu graudu un pārtikas produktu transportēšanu no Ukrainas ostām, t. s. Melnās jūras graudu iniciatīva.⁴² Vienlaicīgi 2023. gadā pasaulē ir novērots būtisks samazinājums graudu cenām, jo ir pieejami lieli eksporta apjomi gan ES, gan Krievijā un Austrālijā.⁴³ 2023. gada jūlijā Starptautiskā Graudu padome (angliski – *International Grains Council*) prognozējusi rekordlielu ražu Ķīnā, Indijā un Krievijā.⁴⁴
- 27 Kopš 2022. gada jūlija graudu iepirkuma cena Latvijā ir zemākā starp ES valstīm. Tas skaidrojams ar faktu, ka Latvija ir salīdzinoši maza tirdzniecības partnervalsts, kuras graudu un rapšu nozare ir uz eksportu vērsta (neto eksportētāja). Līdz ar to tā nevar ietekmēt eksporta cenu un ir spiesta pieņemt cenas nosacījumus.⁴⁵

1.3. GRAUDAUGU RAŽOŠANA

- 28 Graudkopība ir viena no tām Latvijas lauksaimniecības nozarēm, kuras darbība ir vērsta uz eksportu, un nozare līdz šim aktīvi un sekmīgi darbojas gan ES tirgū, gan pasaules mērogā.⁴⁶ Lielākā daļa Latvijā saražotā graudaugu (kvieši, rudzi, auzas) apjoma tiek eksportēta.⁴⁷ Tradicionāli nozīmīgāko daļu Latvijas graudu eksportā un importā veido kvieši –

⁴¹ Zemkopības ministrija. Informatīvais ziņojums "Par globālās tirgus situācijas nelabvēlīgo ietekmi uz Latvijas graudu un rapšu ražošanas nozari". Pieejams: https://tapportals.mk.gov.lv/legal_acts/e31e809a-eb28-4c86-9342-77579638b3a0#

⁴² Turpat.

⁴³ Turpat.

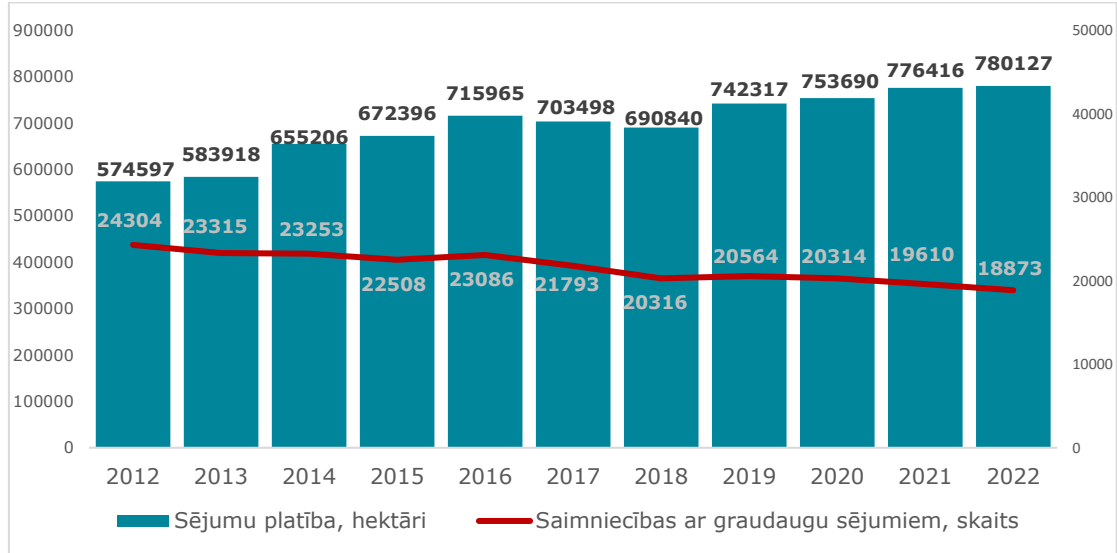
⁴⁴ European Commission. Crops Market Observatory 21st meeting, 7 July 2023. Pieejams: https://agriculture.ec.europa.eu/system/files/2023-07/cmo-7-7-2023-summary_en.pdf

⁴⁵ Zemkopības ministrija. Informatīvais ziņojums "Par globālās tirgus situācijas nelabvēlīgo ietekmi uz Latvijas graudu un rapšu ražošanas nozari".

⁴⁶ Turpat.

⁴⁷ CSP dati. Graudaugu un to produktu ražošanas un patēriņa bilance (tūkst. t). Pieejams: <https://stat.gov.lv/lv/statistikas-temas/noz/lauksaimn/tabulas/lab010-graudaugu-un-produktu-razosanas-un-paterina-bilance>

2022. gadā 90 % no kopumā eksportētajiem un 69 % no importētajiem graudiem apjoma izteiksmē. Attiecīgi pārējie graudaugi gan eksportā, gan importā veido ievērojami mazāku daļu (piemēram, 2022. gadā rudzi – 4 % no kopējā graudaugu eksporta apjoma, kukurūza – 18,5 % no kopējā graudaugu importa apjoma).⁴⁸



1. attēls. **Saimniecību grupējums pēc graudaugu sējumu platības 2012.–2022. gadā**

Avots: KP izstrādāts, izmantojot Centrālās statistikas pārvaldes datus.

- 29 2022. gadā Latvijā bija 18 873 graudaugu saimniecību⁴⁹ (sk. 1. attēlu), tātad par 737 saimniecībām mazāk nekā 2021. gadā, galvenokārt mazo saimniecību sektorā (līdz 10 ha).⁵⁰ Dati rāda, ka graudaugu saimniecību skaits samazinās, taču graudaugu sējumu platības pieaug (sk. 1. tabulu). Tas norāda, ka arvien vairāk lauksaimniecībai derīgo zemju tiek izmantotas graudaugu sējumiem.

⁴⁸ Zemkopības ministrija. Informatīvais ziņojums "Par globālās tirgus situācijas nelabvēlīgo ietekmi uz Latvijas graudu un rapšu ražošanas nozari".

⁴⁹ CSP dati. LAG140. Saimniecību grupējums pēc graudaugu sējumu platības 2000. - 2022. Pieejams:

https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START_NOZ_LA_LAG/LAG140/

⁵⁰ Zemkopības ministrija. Informatīvais ziņojums "Par globālās tirgus situācijas nelabvēlīgo ietekmi uz Latvijas graudu un rapšu ražošanas nozari".

1. tabula

Graudaugu sējumu platības (tūkst. ha) un atsevišķu graudaugu daļa no kopējās graudaugu sējumu platības (%) 2020.–2022. gadā

	2020	2021	2022
Sējumu kopplatība	1 277,10	1 302,40	1 302,40
Graudaugu sējumi	753,7 (59,0 %)	776,4 (59,6 %)	780,1 (59,9 %)
- ziemas kvieši	382,2 (50,7 %)	426,5 (54,9 %)	448,9 (57,5 %)
- vasaras kvieši	116,6 (15,5 %)	113,4 (14,6 %)	90,1 (11,5 %)
- ziemas rudzi	41,6 (5,5 %)	36,3 (4,7 %)	35,3 (4,5 %)
- griķi	15,7 (2,1 %)	19,9 (2,6 %)	29 (3,7 %)

Avots: KP apkopots, izmantojot CSP datus

Piemēram, ziemas kviešu, kas veidoja 69,0 % no visas 2022. gada graudu kopražas, platības pieauga par 22,5 tūkst. hektāru (no 426,5 līdz 448,9 tūkst. ha) jeb 5,3 %, un to kopražā sasniedza 2,2 milj. tonnu (sk. 2. tabulu), kas ir par 141,7 tūkst. tonnu jeb 6,8 % vairāk nekā gadu iepriekš, vienlaicīgi vasaras kviešu platība samazinājās par 23,3 tūkst. hektāru jeb 20,6 %.⁵¹

2. tabula

Graudaugu kopražā (tūkst. t) un atsevišķu graudaugu daļa kopražā (%) 2020.– 2022. gadā

	2020	2021	2022
Graudaugu kopražā	3497,1	2994,6	3243,7
- ziemas kvieši	2174,5 (62,2 %)	2098 (70,1 %)	2239,7 (69,0 %)
- vasaras kvieši	485,1 (13,9 %)	309,7 (10,3 %)	299,7 (9,2 %)
- ziemas rudzi	178,4 (5,1 %)	138,4 (4,6 %)	129 (4,0 %)
- griķi	16,8 (0,5 %)	14,3 (0,5 %)	25,3 (0,78 %)

Avots: KP apkopots, izmantojot CSP datus

Ievērojami pieauga griķu sējumu platības – par 9 100 hektāru (no 19,9 līdz 29 tūkst. ha) jeb 45,6 %, to īpatsvars kopējā graudaugu sējumu platībā pieauga no 2,6 % 2021. gadā līdz 3,7 % 2022. gadā. Palielinoties griķu sējumu platībām, to iegūtā kopražā pieauga par 11 000 tonnu jeb 76,2 %.⁵² 2022. gadā griķi veidoja 0,78 % no graudaugu kopražas.⁵³ Savukārt ziemas rudzu, kas veidoja 3,98 % no graudaugu kopražas 2022. gadā,⁵⁴ platības 2022. gadā samazinājušas par 1 000 hektāru (no 36,3 līdz 35,3 tūkst. ha).⁵⁵

- 30 CSP norāda, ka 2022. gadā kopumā iepirkts 2,8 milj. tonnu graudu, kas ir par 243,4 tūkst. tonnu jeb 9,7 % vairāk nekā gadu iepriekš. Vienlaicīgi

⁵¹ CSP. Latvijas lauksaimniecība, 2023, 9., 35. lpp. Pieejams: https://admin.stat.gov.lv/system/files/publication/2023-06/Nr_17_Latvijas_Lauksaimnieciba_2023_%2823_00%29_LV_EN.pdf

⁵² Turpat, 10., 35. lpp.

⁵³ KP aprēķināts, izmantojot CSP datus. CSP. Latvijas lauksaimniecība, 2023, 38. lpp.

⁵⁴ KP aprēķināts, izmantojot CSP datus. CSP. Latvijas lauksaimniecība, 2023, 38. lpp.

⁵⁵ Turpat, 35. lpp.

ievērojami pieaugusi graudu vidējā iepirkuma cena – no 196,84 *euro* par tonnu 2021. gadā līdz 279,95 *euro* 2022. gadā jeb par 42,2 %.⁵⁶ Lielākais cenas palielinājums bija rudziem – par 57,2 % (no 152,46 *euro* par tonnu 2021. gadā līdz 239,70 *euro* par tonnu 2022. gadā).⁵⁷ Kviešu, kas 2022. gadā bija 85 % no kopējā graudu iepirkuma, cena palielinājās par 80,8 *euro* jeb 39,9 %, sasniedzot 282,61 *euro* par tonnu.⁵⁸ Savukārt griķiem cenas samazinājušas no 741,24 *euro* par tonnu 2021. gadā līdz 667,00 *euro* par tonnu 2022. gadā.⁵⁹ Vienlaicīgi norādams, ka griķu cena 2020. gadā bijusi 439.90 *euro* par tonnu.⁶⁰

- 31 Kā norāda CSP, turpina samazināties lauku saimniecību skaits un palielinās to vidējais lielums.⁶¹ Piemēram LPKS "LATRAPŠ", kas ir Latvijas lielākais lauksaimniecības uzņēmums⁶², 2023. gadā apvienoja 1171 biedru.⁶³ Tas apvieno dažāda lieluma saimniecības no 10 līdz 6000 ha ar vidējo saimniecības lielumu 334 ha.⁶⁴ Šādi apvienojoties, saimniecības nodrošina apjomradītus ietaupījumus (angliski – *economies of scale*), kā arī veicina tirgus varas pozīcijas (angliski – *buyer power*) un spēju aizstāvēt savas intereses (angliski – *bargaining power*).⁶⁵

1.4. GRAUDU PRODUKTU RAŽOŠANA

- 32 2022. gadā kopējais visu tirgus dalībnieku, kuru saimnieciskā darbība saistīta ar graudu malšanas produktu ražošanu⁶⁶, 22 uzņēmumos tika nodarbinātas 574 personas. Pēdējo desmit gadu graudu malšanas produktu ražotāju skaits un tajos nodarbināto personu skaits atspoguļots 2. attēlā.⁶⁷

⁵⁶ KP aprēķināts, izmantojot CSP datus. CSP. Latvijas lauksaimniecība, 2023., 11. lpp.

⁵⁷ Turpat, 52. lpp.

⁵⁸ Turpat, 16. lpp.

⁵⁹ Turpat, 52. lpp.

⁶⁰ Turpat.

⁶¹ Turpat, 8. lpp.

⁶² Dienas Bizness. TOP 500 Latvijas lielākie uzņēmumi 2022, 105. lpp.

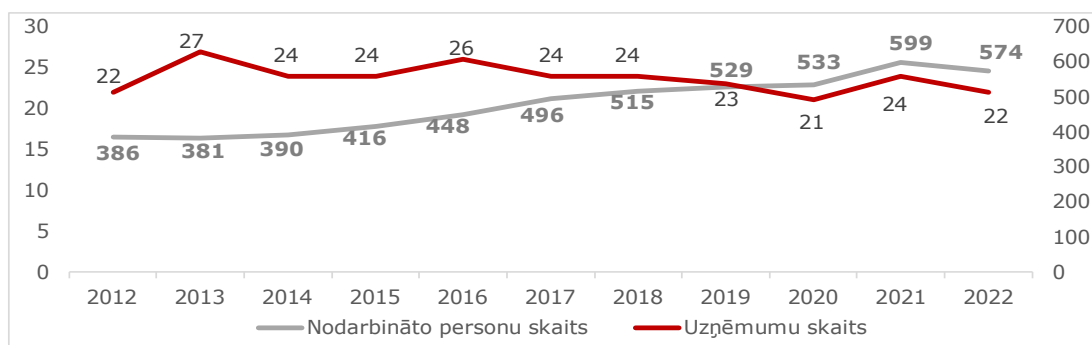
⁶³ Lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvās sabiedrības "LATRAPŠ" mājaslapa. Pieejams: <https://www.latraps.lv/latraps/latraps-2020/kas-ir-latraps-1>

⁶⁴ Lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvās sabiedrības "LATRAPŠ" mājaslapa.

⁶⁵ 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>

⁶⁶ Atbilstoši NACE klasifikatoram – 10.61 klase.

⁶⁷ Apgrozījuma datus CSP nav sniegusi konfidencialitātes nolūkos. Skaidrojumu sk.: <https://stat.gov.lv/lv/metadati/2434-strukturalas-biznesa-statistikas-raditaji/det#conf>



2. attēls. **Graudu malšanas produktu ražošanas uzņēmumu galvenie uzņēmējdarbības rādītāji 2012.–2022. gadā**⁶⁸

Avots: KP izstrādāts, izmantojot Centrālās statistikas pārvaldes datus.

- 33 Kā KP iepriekš secinājusi, ka Latvijas patērētājiem lielāko daļu kviešu miltu piegādā DDZ un RDZ.⁶⁹ Pārējo piegādātāju apjomi ir salīdzinoši nenozīmīgi un šie piegādātāji nerada konkurences spiedienu.
- 34 2021. gadā bija trīs tirgus dalībnieki, kuru saimnieciskā darbība saistīta ar makaronu, nūdeļu, kuskusa un līdzīgu miltu izstrādājumu ražošanu.⁷⁰ Savukārt 2022. gadā pēc CSP datiem palicis viens Latvijā reģistrēts uzņēmums, kura saimnieciskā darbība saistīta ar makaronu, nūdeļu, kuskusa un līdzīgu miltu izstrādājumu ražošanu (sk. 3. tabulu).

3. tabula

Makaronu, nūdeļu, kuskusa un līdzīgu miltu izstrādājumu ražošanas uzņēmumu galvenie uzņēmējdarbības rādītāji 2012.–2022. gadā⁷¹

	2012-2013	2014	2015-2018	2019-2020	2021	2022
Uzņēmumu skaits	1	2	1	2	3	1

Avots: KP izstrādāts, izmantojot Centrālās statistikas pārvaldes datus.

- 35 Tas liecina, ka pēc DDZ un RDZ apvienošanās⁷², kuriem, kā norādījusi KP, nebija efektīvu konkurentu⁷³, Latvijas makaronu, nūdeļu, kuskusa un līdzīgu miltu izstrādājumu tirgū nav ienācis neviens uzņēmums, kas varētu konkurēt šajā tirgū.

1.5. MAIZES RAŽOŠANAS TIRGUS

- 36 2022. gadā kopējais visu tirgus dalībnieku, kuru saimnieciskā darbība saistīta ar maizes ražošanu, svaigi ceptu mīklas izstrādājumu un kūku

⁶⁸ CSP norādījusi, ka dati par 2022. gadu ir provizoriski.

⁶⁹ KP 04.03.2022 lēmums Nr. 3 lietā Nr. KL\2.2-4\21\24 "Par AS "Dobeles dzirnavnieks" izšķirošas ietekmes iegūšanu pār AB "Baltic mill"", 68. rindkopa.

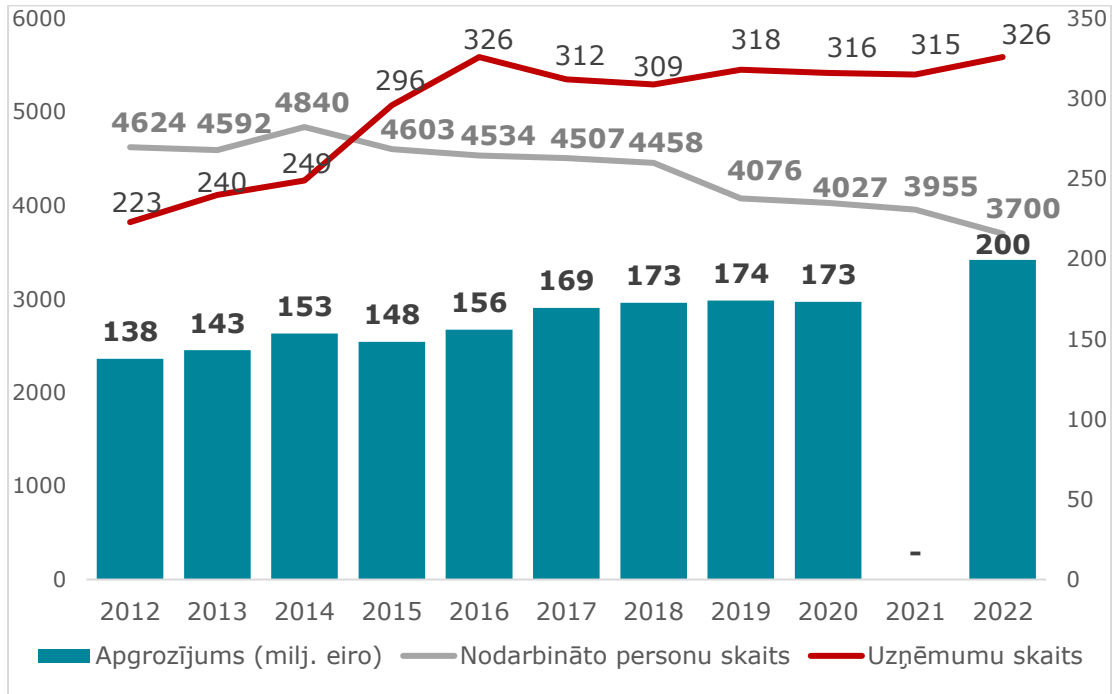
⁷⁰ Atbilstoši NACE klasifikatoram – 10.73 klase.

⁷¹ CSP norādījusi, ka dati par 2022. gadu ir provizoriski.

⁷² KP 04.03.2022 lēmums Nr. 3 lietā Nr. KL\2.2-4\21\24 "Par AS "Dobeles dzirnavnieks" izšķirošas ietekmes iegūšanu pār AB "Baltic mill"".

⁷³ Turpat, 175. rindkopa.

ražošanu⁷⁴, neto apgrozījums bija 199,517 milj. *euro*, 326 uzņēmumos tika nodarbinātas 3700 personas. Pēdējo 11 gadu maizes, svaigi ceptu mīklas izstrādājumu un kūku ražotāju skaits tajos nodarbināto personu skaits un apgrozījums atspoguļots 3. attēlā.



3. attēls. **Maizes ražošanas uzņēmumu galvenie uzņēmējdarbības rādītāji 2012.–2022. gadā⁷⁵**

Avots: KP izstrādāts, izmantojot Centrālās statistikas pārvaldes datus.

- 37 Maizes, svaigi ceptu mīklas izstrādājumu un kūku ražošanas tirgū darbojas kā lielas, tā arī vidējas, mazas un mikro sabiedrības. KP iepriekš konstatēja, ka 2018. gadā Latvijas trīs lielāko maizes ražotāju, t. i., ir Fazer Latvija SIA, AS "Hanzas maiznīcas" un Akciju sabiedrība "LATVIJAS MAIZNIEKS", tirgus daļa no kopējā apgrozījuma veidoja 41 %.⁷⁶ Savukārt 2022. gadā trīs lielāko maizes ražotāju tirgus daļa no Latvijas kopējā maizes, svaigi ceptu mīklas izstrādājumu un kūku ražošanas tirgus apgrozījuma veidoja 50,8 %.⁷⁷ Aplūkojot KP iepriekš veikto izpēti par maizes tirgu, secināms, ka trīs lielākie maizes ražotāji saglabā savas vadošās pozīcijas jau kopš 2006. gada. Četru gadu laikā to tirgus daļa pēc apgrozījuma augusi par

⁷⁴ Atbilstoši NACE klasifikatoram – 10.71 klase.

⁷⁵ CSP norādījusi, ka dati par 2022. gadu ir provizoriski. Apgrozījuma dati par 2021. gadu CSP nav sniegusi konfidencialitātes nolūkos; skaidrojumu sk.: <https://stat.gov.lv/lv/metadati/2434-strukturalas-biznesa-statistikas-raditaji/det#conf>

⁷⁶ KP Kopsavilkums par Negodīgas mazumtirdzniecības prakses likuma piemērošanas problēmām maizes piegādē mazumtirdzniecībā.

⁷⁷ KP aprēķināts, izmantojot komersantu gada pārskatu datus un CSP datus.

gandrīz 10 % galvenokārt uz Akciju sabiedrības "LATVIJAS MAIZNIEKS" rēķina, kas daļu savas produkcijas eksportē.⁷⁸

- 38 Maizes un svaigi ceptu mīklas izstrādājumu derīguma termiņi ir samērā īsi, t. i., no trim līdz septiņām dienām. Taču, neskatoties uz to, mazumtirdzniecības vietās tiek pārdotas gan Latvijā, gan ārpus Latvijas ražotas preces. Piemēram, pēc AS "Hanzas maiznīcas" ražotnes slēgšanas Latvijā, produkciju ar šī ražotāja zīmolu piegādā no Igaunijas un Lietuvas.⁷⁹ Tāpat arvien vairāk attīstās sasaldētās un mazumtirdzniecības vietās atkausētas un izceptas maizes īpatsvars.

II CENU TRANSMISIJAS ANALĪZE UN CENU KOMPONENTES

2.1. CENU TRANSMISIJAS ANALĪZE

- 39 KP maizes un graudu produktu kategorijā ir ieguvusi datus par visiem piegādes ķēdes posmiem, sākot ar lauksaimniekiem/zemniekiem un beidzot ar mazumtirgotājiem. Ražotāju un piegādātāju posmā tika lūgts sniegt datus par galveno produkta izejvielu un konkrētiem produktiem, un mazumtirgotāju posmā tika lūgti dati par konkrētām precēm: baltmaizi un rudzu maizi, kviešu miltiem, makaroniem un griķiem.
- 40 Ja konkrētās preces nebija mazumtirgotāju sortimentā, tiem tika lūgts sniegt informāciju par līdzīgām precēm, kas tiem veido lielāko 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. Visas cenas norādītas bez pievienotās vērtības nodokļa.

2.1.1. Maizes cenu transmisijas analīze

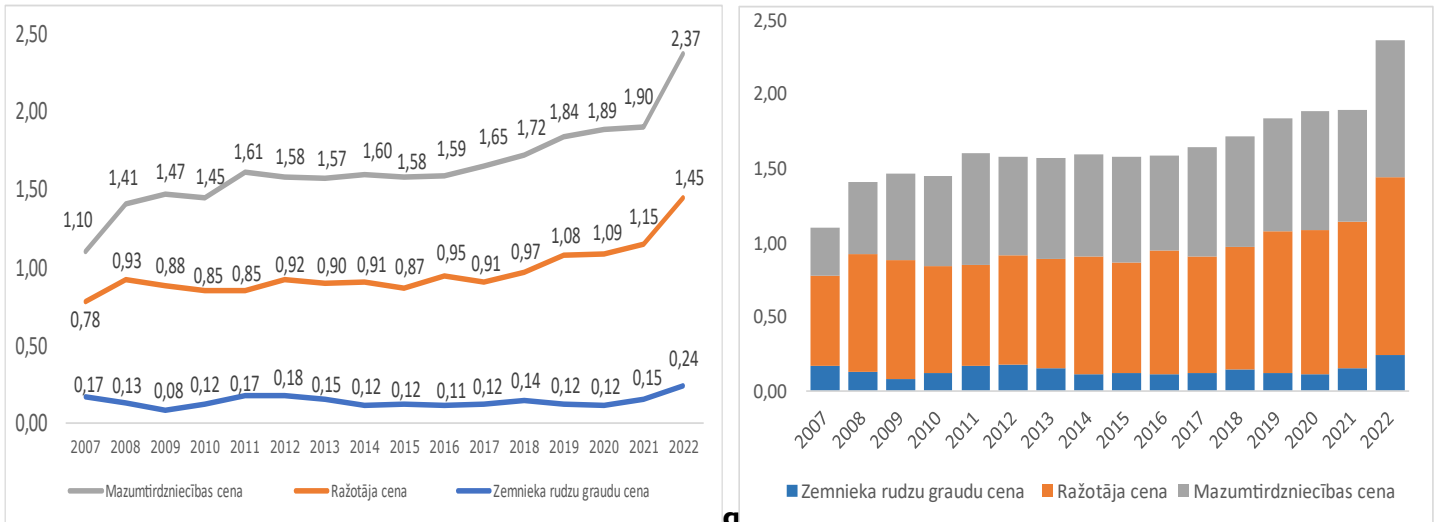
Rudzu maize

- 41 Lai secinājumi par kopsakarībām cenu izmaiņās pārtikas piegādes ķēdē apskatītajā īslaicīgajā laika periodā no 01.01.2022. līdz 31.05.2023. būtu pamatoti, nepieciešams aplūkot cenu transmisijas analīzi arī ilglaicīgi. Absolūtās rudzu maizes cenu svārstības 2007.–2022. gadā parāda rudzu maizes un zemnieku rudzu graudu nominālās cenas šajā periodā (sk. 4. attēlu). Rudzu maizes cenas atspoguļo 2011. gadā piedzīvoto cenu pieaugumu mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā, neskatoties uz nemainīgam cenām ražošanas posmā un zemnieku rudzu graudu cenu

⁷⁸ Eksport.lv. "Latvijas Maiznieks" piecos gados ražotnē ieguldījis vairāk nekā 10 miljonus, 3. augusts 2016. Pieejams: <https://www.eksports.lv/2016/08/latvijas-maiznieks-piecos-gados-razotne-ieguldijis-vairak-neka-10-miljonus/>; Dienas bizness. Latvijas maiznieks sāk ciabattu eksportu uz Skandināviju, 27.05.2019. Pieejams: <https://www.db.lv/zinas/latvijas-maiznieks-sak-ciabattu-eksportu-uz-skandinaviju-487592>

⁷⁹ LSM. Līdz ar "Hanzas maiznīcas" ceptuves slēgšanu darbu zaudēs 90 cilvēki, 2. marts, 2021. g. Pieejams: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/ekonomika/lidz-ar-hanzas-maiznīcas-ceptuves-slegšanu-darbu-zaudes-90-cilveki.a394990/>

kritumu lauksaimnieku/zemnieku piegādes ķēdes posmā. Kopš 2017. gada ir vērojama arvien pieaugoša rudzu maizes cenu pielāgošanas asimetrija starp mazumtirdzniecības un ražošanas posmu (izņēmums ir bijis 2021. gadā, kad asimetrija samazinājusies), 2022. gadā, rudzu maizes cenai sasniedzot vēl nebijušo maksimumu.



mazumtirgotāju nominālās⁸⁰ cenas⁸¹ 2007.–2022. gadā

Avots: KP izstrādāts, izmantojot CSP datus⁸²

- 42 Analizējot datus ilglaicīgajā periodā, secināms, ka ne vienmēr rudzu graudu cenu samazinājums zemnieku/lauksaimnieku piegādes ķēdes posmā nozīmē cenu samazinājumu citos piegādes ķēdes posmos. Vienlaicīgi novērojams, ka arvien lielāku daļu no rudzu maizes gala cenas veido mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posms. Ievērojot, ka tieši ražošanas posmā produkts tiek saražots un attiecīgi tas ietver visas ražošanas, iepakojuma un pārējās izmaksas, turpretī mazumtirdzniecības posmā tiek nodrošināta pārdošana un attiecīgi pārdošanas izmaksas, tad attiecīgi 4. attēlā atspoguļotā situācija ar mazumtirgotāju pietuvināto uzcenojumu ražošanas posmam nevar tikt uzskatīta par godprātīgu.
- 43 Apskatot vidējās miltu ražotāju cenas rudzu miltiem laika posmā no 01.01.2022. līdz 31.05.2023., konstatējams, ka miltu tālākpārdošanas cenas 2022. gada janvārī– martā un maijā– septembrī ir bijušas gandrīz

⁸⁰ Nominālā cena ir konkrētās preces cena noteiktajā laika momentā vai periodā.

⁸¹ Lauksaimnieka un ražotāja cenas un mazumtirgotāja cena norādītas par kilogramu.

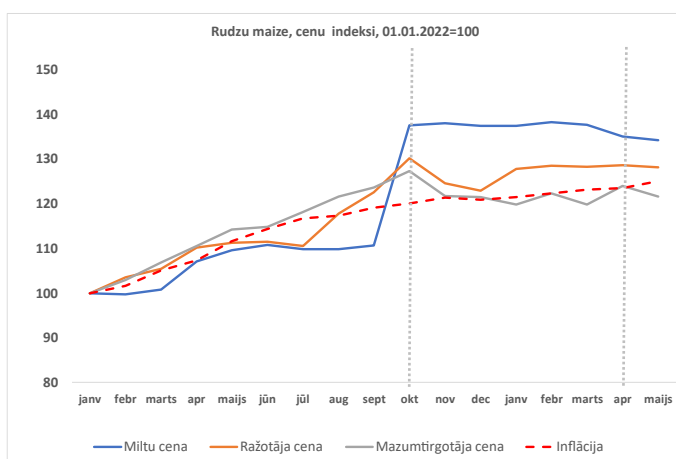
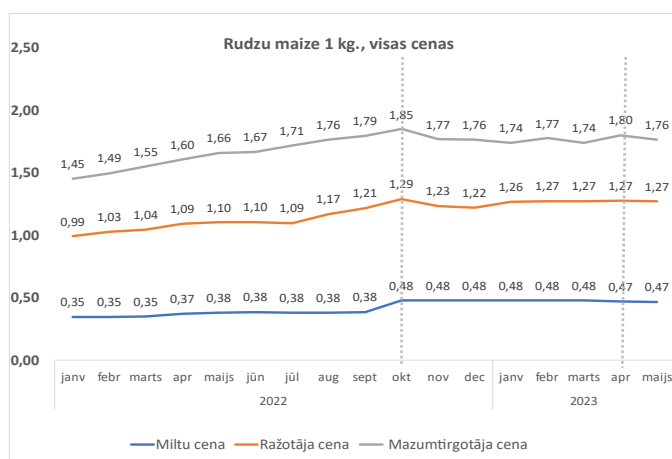
⁸² CSP dati. CSP norādījusi, ka 2022. gada dati ir provizoriski. Centrālās statistikas pārvaldes dati. Atsevišķu preču un pakalpojumu vidējās mazumtirdzniecības cenas (euro par 1 kg, ja citādi – norādīts īpaši) 1995.–2022. Pieejams:

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. euro) 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>

nemainīgas, tajā pašā laikā rudzu maizei ražošanas posmā un mazumtirdzniecības posmā novērojams cenu pieaugums. Attiecīgi, lauksaimnieku/zemnieku posmā novērots vidējais cenu pieaugums par 9,6 %, ražošanas posmā vidējais cenu pieaugums ir bijis 18,4 % un mazumtirdzniecības posmā – 19,1 %, salīdzinot 2022. gada janvāra un septembra cenas. Tas savukārt liecina, ka cenu pielāgošanas amplitūda ir bijusi neproporcionāla gan maizes ražošanas posmā, gan mazumtirdzniecības posmā. Savukārt cenu pielāgošanas ātrums gan maizes ražošanas posmā, gan mazumtirdzniecības posmā ir bijis straujāks nekā lauksaimnieku/zemnieku posmā (sk. attēlu Nr. 5).



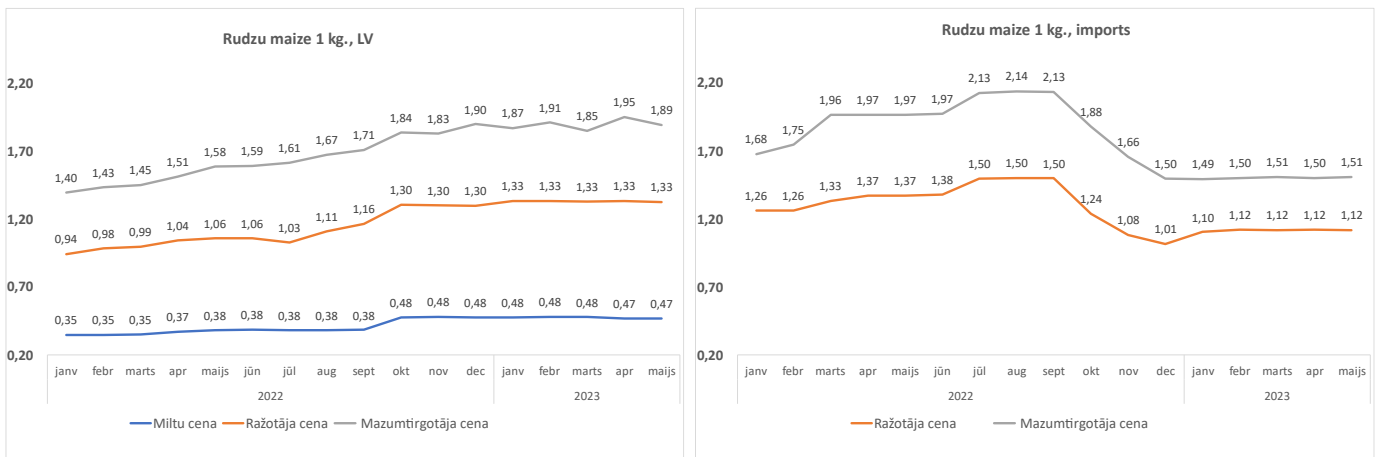
5. attēls. Vidējās miltu ražotāju, maizes ražotāju un mazumtirgotāju rudzu maizes cenas, EUR/kg un rudzu maizes cenas indeksa izmaiņas 01.01.2022.–31.05.2023.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 44 Situācija mainījies 2022. gada oktobrī, kad vidējā rudzu miltu cena pieaugusi par 27,5 %, bet ražošanas un mazumtirdzniecības posmos rudzu maizes cenas pieaugums attiecīgi ir bijis 19,7 % un 17,8 %. Turpmākajos mēnešos no 2022. gada novembra līdz 2023. gada martam, gandrīz nemainoties miltu cenai, ražošanas posmā novērota rudzu maizes cenas samazināšanās 2022. gada novembrī–decembrī, attiecīgi mazumtirdzniecības posms cenu pielāgojis samērā proporcionālā amplitūdā un vienlaicīgā ātrumā.
- 45 2023. gada aprīlī un maijā, samazinoties miltu cenām un paliekot nemainīgām cenām ražošanas posmā, vērojama cenu pielāgošanās asimetrija rudzu maizes vidējai cenai mazumtirdzniecības posmā, proti, mazumtirdzniecības posmā rudzu maizes cena pieaugusi aprīlī, bet nedaudz samazinājusies maijā.
- 46 Izvērtējot cenu indeksu rudzu maizei, konstatējams, ka miltu cenas nepārsniedza inflācijas līmeni līdz 2022. gada septembra vidum, kad ražošanas posmā cenas nokrita zem inflācijas līmeņa no 2022. gada maija līdz augustam un mazumtirdzniecības posmā rudzu maizes cenas bija virs inflācijas līmeņa līdz 2022. gada decembrim. No 2022. gada oktobra rudzu maizes cenu līmenis gan maizes ražotāju, gan mazumtirdzniecības posmā pārsniedz inflācijas līmeni, kam seko rudzu maizes cenu līmeņa straujš

pieaugums tieši miltu ražošanas posmā un to cenu pieauguma rezultātā sāk samazināties maizes ražotāju un tirgotāju uzcenojums. Šāds pārtikas rudzu cenu (EUR/t) pieaugums 2022. gada oktobrī novērojams arī pēc ZM publiskotiem datiem.⁸³ Līdz ar to rudzu miltu pieaugums ir saistīts ar situāciju kopējā tirgū, nevis tikai ar tirgus uzraudzībā aptaujājamiem tirgus dalībniekiem.

- 47 Salīdzinot Latvijā un ārpus Latvijas reģistrēto komersantu saražotās rudzu maizes cenas, konstatējams, ka laikā no 01.01.2022. līdz 31.05.2023. tās mainījušās atšķirīgi (sk. 6. attēlu). Latvijā ražotās rudzu maizes cenas pārnesē visā aplūkotajā periodā no miltu cenām ir vērojama cenu pielāgošanas amplitūdas pieaugoša tendence rudzu maizes ražošanas posmā, proti, ražotāju uzcenojamam (angliski – *mark-up*) ir pieaugoša tendence, izņemot dažus mēnešus, kad ražotāju uzcenojums, salīdzinot ar iepriekšējo mēnesi, nav audzis, bet samazinājies (2022. gada jūnijā–jūlijā, novembrī, 2023. gada februārī–martā, maijā).



6. attēls. Vidējās miltu ražotāju, maizes ražotāju un mazumtirgotāju rudzu maizes cenas Latvijā un ārpus Latvijas ražotām precēm, EUR/kg 01.01.2022.–31.05.2023.

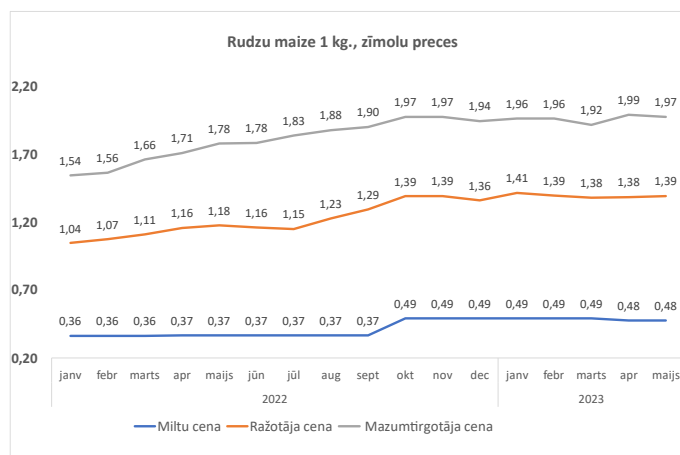
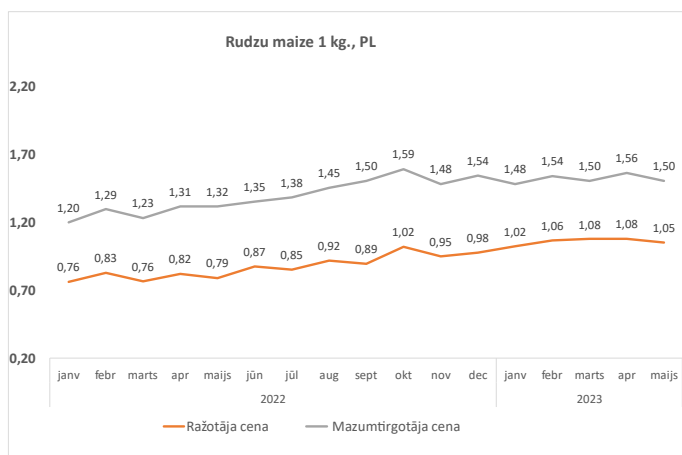
Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 48 Attiecībā uz cenu pārnesi Latvijā ražotai rudzu maizei no ražošanas uz mazumtirdzniecības posmu norādams, ka cenu pārneses amplitūdai ir vērojama pieaugoša tendence, proti, pieaugot rudzu maizes cenām ražošanas posmā, rudzu maizes cenas pieaug arī mazumtirdzniecības posmā. Izņēmumi ir bijuši 2022. gada jūlijā un decembrī, kad, cenai samazinoties vai paliekot nemainīgai ražošanas posmā, cena mazumtirdzniecības posmā ir palielinājusies. Arī laikā no 2023. gada janvāra līdz maijam ražošanas posmā rudzu maizes cenām paliekot nemainīgām, cenas mazumtirdzniecības posmā gan pieaugušas, gan samazinājušās.
- 49 Ražotāju cenu pārnese mazumtirgotāju posmā Latvijā un ārpus Latvijas ražotai rudzu maizei nevar tikt uzskatīta par vienlīdz simetrisku, jo mazumtirdzniecības posmā Latvijā un ārpus Latvijas saražoto rudzu maizi

⁸³ ZM. Informatīvais materiāls Nr. 86: GRAUDI un RAPŠI (sagatavotājs: Zemkopības ministrijas TTA departaments, 2023. gada SEPTEMBRIS). Pieejams: <https://www.zm.gov.lv/lv/media/7686/download?attachment>

ceno dažādi, t. i., 17 mēnešu periodā vidēji Latvijā ražotā rudzu maize tika cenota par 2 % dārgāk nekā ārpus Latvijas ražotā rudzu maize. Norādams, ka no 2022. gada februāra līdz novembrim Latvijā saražotā rudzu maize tika cenota no 7 % līdz 28 % lētāk nekā ārpus Latvijas ražotā rudzu maize. Savukārt kopš 2022. gada decembra mazumtirgotāju posmā Latvijā saražotā rudzu maize tika cenota dārgāk nekā ārpus Latvijas ražotā rudzu maize (piemēram, 2023. gada februārī atšķirība sasniedusi 52 %, aprīlī – 61 %, maijā – 45 %). Tādēļ kopš 2022. gada novembra ārpus Latvijas saražotā rudzu maize gala patērētājiem ir pieejama lētāk nekā Latvijā saražotā rudzu maize.

- 50 Rudzu maizei, kas tiek pārdota ar ražotāju zīmolu visā aplūkotajā periodā no 01.01.2022. līdz 31.05.2023., cenas pārnesē ir vērojama cenu pielāgošanās amplitūdas pieaugoša tendence ražošanas posmā (sk. 7. attēlu), proti, ražotāju uzcenojamam (angliski – *mark-up*) ir pieaugoša tendence, izņemot dažus mēnešus, kad ražotāju uzcenojums, salīdzinot ar iepriekšējo mēnesi, nav audzis, bet samazinājies (2022. gada jūnijā–jūlijā, oktobrī, decembrī, 2023. gada februārī–martā). Vienlaicīgi novērojams, ka ražošanas posmā privāto preču zīmju rudzu maizei cenas ir par vidēji 36,5 % lētākās nekā iepirkuma cenas ražotāju pašu zīmolu rudzu maizei.



7. attēls. Vidējās miltu ražotāju, maizes ražotāju un mazumtirgotāju rudzu maizes cenas privāto preču zīmju un zīmolu precēm, EUR/kg 01.01.2022.–31.05.2023.

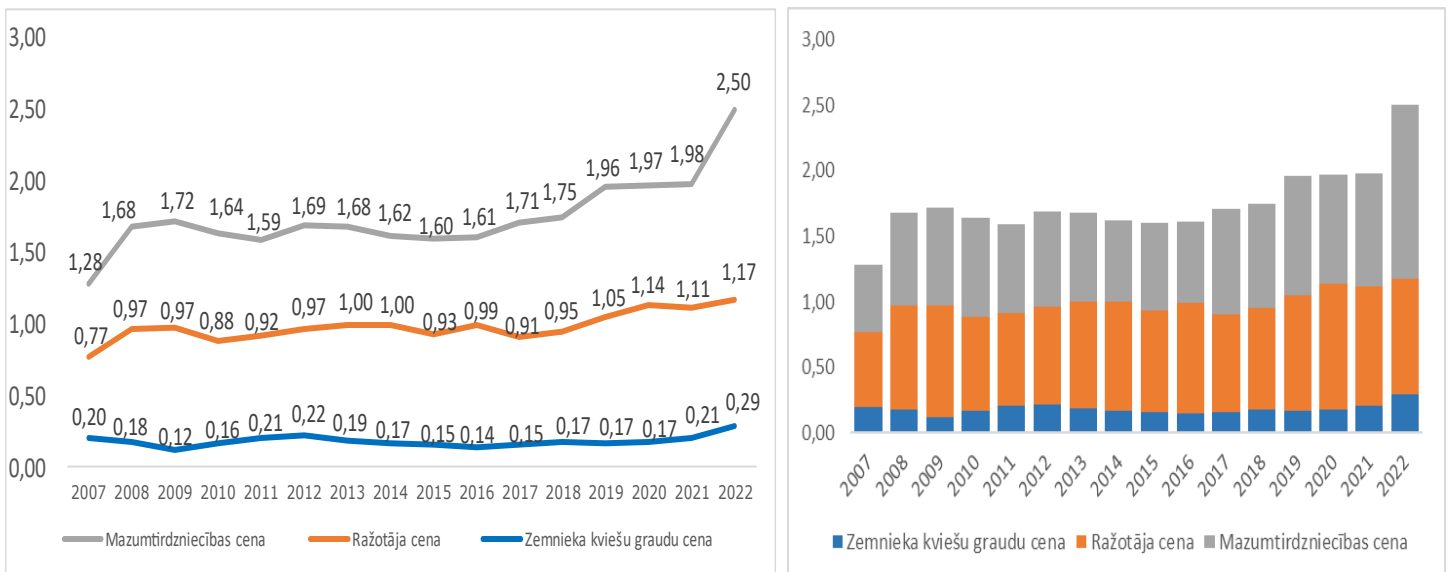
Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 51 Ražotāju cenu pārnese mazumtirgotāju posmā ražotāju zīmolu un privāto preču zīmju rudzu maizei ir acīmredzami asimetriska, jo mazumtirdzniecības posmā ražotāju zīmolu un privāto preču zīmju rudzu maizi cenā dažādi. Mazumtirgotāju privāto preču zīmju rudzu maizes uzcenojums ir mazāks nekā ražotāju zīmolu rudzu maizei (izņēmums bijis 2022. gada septembrī, kad mazumtirgotāju privātās preču zīmes rudzu maizes uzcenojums bijis vienāds ar ražotāju zīmolu rudzu maizes uzcenojumu). Aplūkotajā periodā 17 mēnešu laikā vidēji ražotāju zīmolu rudzu maize tika cenota par 16 % dārgāk nekā privāto preču zīmju rudzu maize (piemēram, 2022. gada jūnijā atšķirība sasniedusi 30 %, 2022. gada jūlijā – 29 %, 2023. gada maijā – 29 %). Norādāms, ka, realizējot tādu pašu vai līdzīgu cenu veidošanas politiku ražotāju zīmolu rudzu maizei, kā mazumtirgotāji to dara savu privāto preču zīmju rudzu maizei,

mazumtirgotāji ražotāju zīmolu rudzu maizi padarītu pieejamāku gala patērētājiem un sekmētu patērētāju pirktspēju.

Kviešu maize

- 52 Absolūtās baltmaizes cenu un zemnieku kviešu graudu nominālās cenas svārstības ilglaicīgajā 2007.–2022. periodā parāda nominālo cenu attīstības dinamiku (sk. 8. attēlu). Baltmaizes cenas atspoguļo 2019. gada cenu pieaugumu mazumtirdzniecības un ražošanas piegādes ķēdes posmos, neskatoties uz nemainīgam zemnieku kviešu graudu cenu lauksaimnieku/zemnieku piegādes ķēdes posmā. Kopš 2019. gada ir vērojama arvien pieaugoša kviešu maizes cenu pielāgošanās asimetrija starp mazumtirdzniecības un ražošanas posmu (izņēmums ir bijis 2021. gadā, kad asimetrija samazinājusies), 2022. gadā baltmaizes cenai sasniedzot vēl nebijušo maksimumu.
- 53 Analizējot datus ilglaicīgajā periodā, secināms, ka kviešu graudu cenu samazinājums zemnieku/lauksaimnieku piegādes ķēdes posmā nenozīmē, ka cenas samazināsies arī citos piegādes ķēdes posmos. Vienlaicīgi novērojams, ka arvien lielāka daļa baltmaizes gala cenas veidojas mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā. Ievērojot, ka tieši ražošanas posmā produkts tiek saražots un attiecīgi tas ietver visas ražošanas, iepakojuma un pārējās izmaksas, turpretī mazumtirdzniecības posmā tiek nodrošināta pārdošana un attiecīgi pārdošanas izmaksas, tad attiecīgi 4. attēlā atspoguļotā situācija ar mazumtirgotāju pietuvināto uzcenojumu ražošanas posmam nevar tikt uzskatīta par godprātīgu.



8. attēls. Zemnieku pārtikas kviešu graudu, baltmaizes⁸⁴ ražotāju un mazumtirgotāju nominālās⁸⁵ cenas⁸⁶ 2007.–2022. gadā

Avots: KP izstrādāts, izmantojot CSP datus⁸⁷

⁸⁴ CSP datus tika atlasītas vidējās mazumtirdzniecības cenas par tostermaizi.

⁸⁵ Nominālā cena ir konkrētās preces cena noteiktajā laika momentā vai periodā.

⁸⁶ Lauksaimnieka un ražotāja cenas un mazumtirgotāja cena norādītas par kilogramu.

⁸⁷ CSP dati. CSP norādījusi, ka 2022. gada dati ir provizoriski. Centrālās statistikas

- 54 Turpmāk šajā sadaļā aplūkotā cenu transmisijas analīze atspoguļo datus par kviešu miltu tostermaizi, kas turpmāk tiek saukta par baltmaizi. Graudu cenas ir pārtikas kviešu graudu cenas, kuras nedēļas laikā vāc un apkopo atvasināta publiska persona "Agroresursu un ekonomikas institūts", pamatojoties uz Latvijas Republikas Ministru kabineta (turpmāk – MK) noteikumiem un ES tiesību aktiem.⁸⁸
- 55 Aplūkojot vidējās pārtikas kviešu graudu cenas, miltu ražotāju, baltmaizes un mazumtirgotāju cenas baltmaizei par laiku no 01.01.2022. līdz 31.05.2023., secināms, ka visā piegādes ķēdē cenas ir augušas līdz 2022. gada maijam (sk. 9. attēlu). Pēc 2022. gada maija, pārtikas kviešu graudu cenām samazinoties, miltu ražotāju cenas, kā arī maizes cenas ražošanas un mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā turpināja palielināties. Norādāms, ka ražošanas un mazumtirdzniecības posmos cenas pieaugušas visstraujāk. Savukārt miltu cenu pieaugums šajā periodā ir bijis mērens. Līdz ar to pārtikas kviešu graudu, miltu ražotāju, maizes ražotāju un mazumtirgotāju baltmaizes cenu izmaiņās ir vērojama cenu pielāgošanas asimetrija, kas miltu ražotāju posmā un baltmaizes ražošanas posmā var tikt izskaidrota ar graudu glabāšanas samēra gariem termiņiem un cenu izmaiņu noteikumiem piegādes līgumos.
- 56 Izvērtējot cenu indeksu baltmaizei, konstatējams, ka pārtikas kviešu graudu cenas ir krietni virs inflācijas līmeņa līdz 2022. gada septembrim un pēc 2022. gada novembra ir novērojams to kritums (sk. 9. attēlu). Savukārt miltu ražotāju cenas nepārsniedza inflācijas līmeni no 2022. gada janvāra līdz februārim, taču kopš 2022. gada marta miltu ražotāju cenas pārsniedz inflācijas līmeni. Baltmaizes ražotāju cenas bija zem inflācijas līmeņa līdz 2022. gada jūnija vidum, tad tās sākušas pieaugt un kopš 2022. gada jūnija vidum ir virs inflācijas līmeņa. Vienlaicīgi arī

pārvaldes dati. Atsevišķu preču un pakalpojumu vidējās mazumtirdzniecības cenas (euro par 1 kg, ja citādi – norādīts īpaši) 1995.–2022. Pieejams:

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:

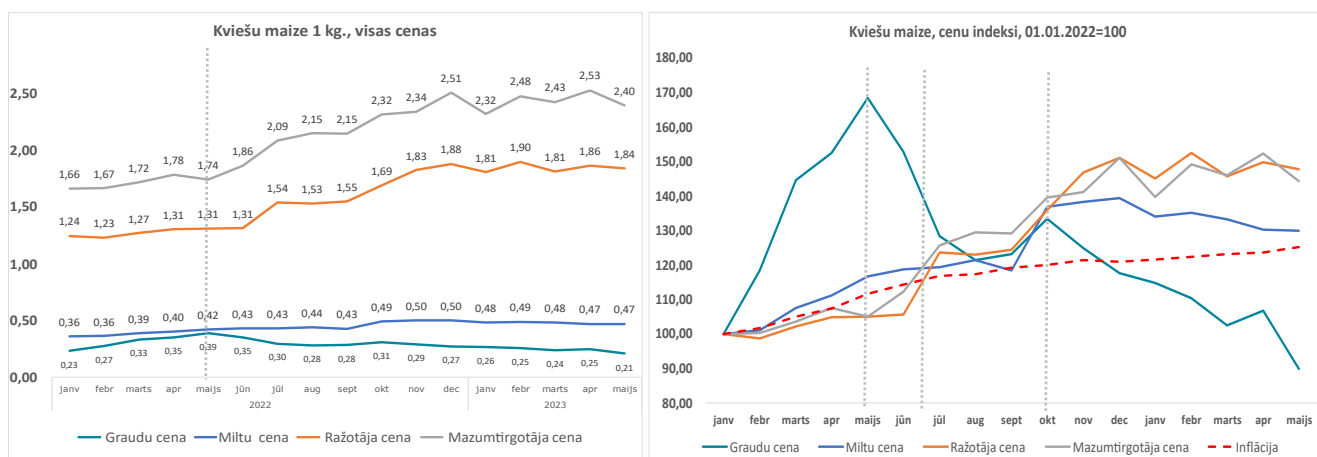
https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START_NOZ_RU_RUA/RUA020/table/tableViewLayout1/; Lauksaimniecības produktu cenas 1995.–2022. Pieejams:

<https://stat.gov.lv/lv/statistikas-temas/noz/lauksaimn/tabulas/lac020-lauksaimniecibas-produktu-cenas?themeCode=LA>

⁸⁸ Informācija par lauksaimniecības produktiem tiek vākta un apkopota, balstoties uz MK 2008. gada 4. novembra noteikumiem Nr. 913 "Lauksaimniecības ekonomiskā kopaprēķina sagatavošanas kārtība"; MK 2017. gada 4. aprīļa noteikumiem Nr. 195 "Lauku saimniecību uzskaites datu tīkla izveidošanas, uzturēšanas un darbības kārtība"; MK 2011. gada 1. novembra noteikumiem Nr. 841 "Kārtība, kādā tiek vākta un apkopota informācija par lauksaimniecības produktu cenām un tirdzniecības apjomiem noteiktā pārskata periodā"; MK 2018. gada 10. jūlija noteikumiem Nr. 416 "Dzīvnieku liemeņu klasifikācijas noteikumi"; Komisijas īstenošanas regulu (ES) 2017/1185 (2017. gada 20. aprīlis), ar ko paredz noteikumus par to, kā Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (ES) Nr. 1307/2013 un (ES) Nr. 1308/2013 piemēro attiecībā uz informācijas un dokumentu paziņošanu Komisijai, un ar ko groza un atceļ vairākas Komisijas regulas.

Pieejams: https://eur-lex.europa.eu/eli/reg_impl/2017/1185/oj/?locale=LV

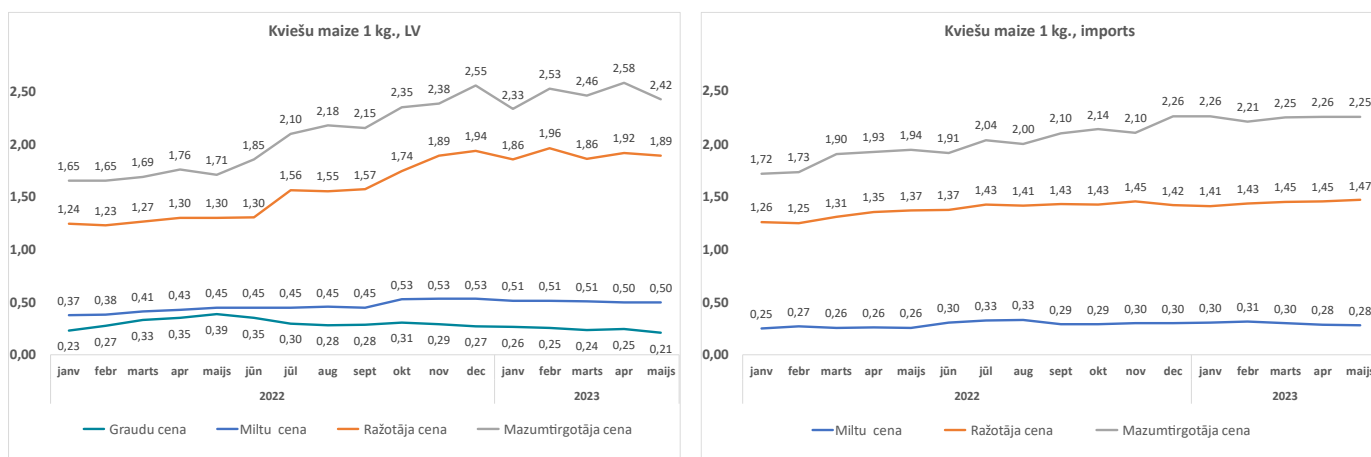
mazumtirdzniecības posmā baltmaizes cenas pārsniedza inflācijas līmeni 2022. gada jūnijā, un kopš tā laika tās pārsniedz inflāciju.



9. attēls. Vidējās pārtikas kviešu graudu, miltu ražotāju, maizes ražotāju un mazumtirgotāju baltmaizes cenas, EUR/kg un baltmaizes cenas indeksa izmaiņas 01.01.2022.– 31.05.2023.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 57 Kopumā, vērtējot cenu transmisiju baltmaizei, secināms, ka mazumtirdzniecības posmā baltmaizes cenas sākušas pieaugt pirms tās sākušas pieaugt ražošanas posmā. Tas norāda uz proaktīvu cenu pielāgošanas ātrumu mazumtirdzniecības posmā, kas savukārt norāda uz mazumtirdzniecības posma ietekmi baltmaizes piegādes ķēdē.
- 58 Salīdzinot Latvijā un ārpus Latvijas reģistrēto komersantu pārtikas kviešu graudu cenas, miltu ražotāju, baltmaizes un mazumtirgotāju cenas baltmaizei, konstatējams, ka laikā no 01.01.2022. līdz 31.05.2023. tās mainījušās atšķirīgi (sk. 10. attēlu).



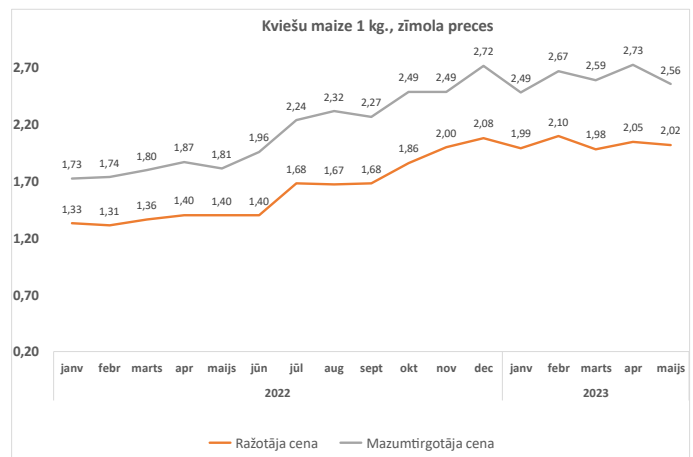
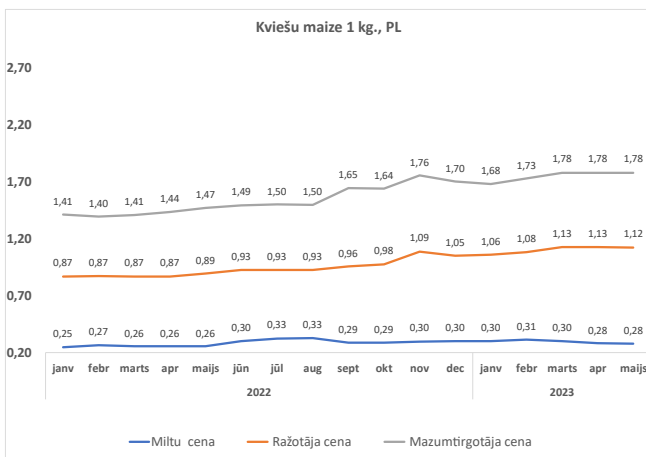
10. attēls. Vidējās miltu ražotāju, maizes ražotāju un mazumtirgotāju baltmaizes cenas Latvijā un ārpus Latvijas ražotām precēm, EUR/kg 01.01.2022.– 31.05.2023.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 59 Latvijā ražotai baltmaizei cenu pārnese no pārtikas kviešu graudiem uz miltu ražotāju posmu nav notikusi nedz vienādā ātrumā, nedz amplitūdā, proti, pārtikas kviešu graudu cenām samazinoties, miltu cenas vai nu palika

nemainīgas, vai turpināja augt. Arī cenu pārnes no miltu ražotāja posma uz baltmaizes ražošanas posmu ir notikusi asimetriski, jo ne vienmēr miltu cenu samazinājums (piemēram, 2022. gada septembrī, salīdzinot ar augustu un 2023. gada aprīlī, salīdzinot ar martu) sekmēja baltmaizes cenas samazināšanu mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā.

- 60 Ražotāju cenu pārnese mazumtirgotāju posmā Latvijā un ārpus Latvijas ražotai baltmaizei nevar tikt uzskatīta par vienlīdz simetrisku, jo mazumtirdzniecības posmā Latvijā un ārpus Latvijas saražoto baltmaizi ceno dažādi, t. i., 17 mēnešu periodā vidēji Latvijā ražota baltmaize tika cenota par 21 % lētāk nekā ārpus Latvijas ražota kviešu maize. Taču no 2022. gada jūlija līdz 2023. gada maijam par Latvijā ražoto baltmaizi patērētājiem tirdzniecības vietās bija jāmaksā vairāk nekā par baltmaizi, kas saražota ārpus Latvijas. Acīmredzot tas ir saistāms ar energoresursu cenu straujo pieaugumu 2022. gada vasarā, kura dēļ maizes ražošana, kas ir salīdzinoši energoresursu ietilpīga, kļuvusi dārgāka.
- 61 Neskatoties uz to, ka mazumtirgotāju privāto preču zīmju baltmaizei cenas ir zemākas nekā ražotāju zīmolu baltmaizei, ražotāju cenu pārnese mazumtirgotāju posmā ražotāju zīmolu un privāto preču zīmju baltmaizei ir asimetriska, jo mazumtirdzniecības posmā ražotāju zīmolu un privāto preču zīmju baltmaizi ceno dažādi (sk. 11. attēlu). Aplūkotajā periodā 17 mēnešu laikā mazumtirdzniecības preču piegādes posmā ražotāju zīmolu baltmaizes uzcelojums vidēji ir bijis par 12 % mazāks nekā privāto preču zīmju baltmaizei. Taču par ražotāju zīmola baltmaizi patērētājiem bija jāmaksā vairāk nekā par privātās preču zīmes baltmaizi. Vienlaicīgi jānorāda, ka ražotāju/pielādātāju posmā baltmaizes cenas, t. i., mazumtirgotāju iepirkumu cenas, ir acīmredzami zemākas tieši privāto preču zīmju precēm.



11. attēls. Vidējās miltu ražotāju, maizes ražotāju un mazumtirgotāju rudzu maizes cenas privāto preču zīmju un zīmolu precēm, EUR/kg 01.01.2022.–31.05.2023.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 62 Kā KP jau bija norādījusi šīs tirgus uzraudzības I daļā, citu valstu pieredze attiecībā uz privāto preču zīmju precēm liecina, ka tām ir gan pozitīva, gan negatīva ietekme uz konkurenci, vienlaicīgi privātās preču zīmes sekmē

negodīgu tirdzniecības prakses veidu piemērošanu piegādātājiem.⁸⁹ No vienas puses, mazumtirgotāju privātās preču zīmes palielina preču izvēli gala patērētājiem bez acīmredzamiem kvalitātes zudumiem, nodrošinot zemākās cenas. No otras puses, 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. Privātās preču zīmes vēl vairāk palielina nelīdzsvarotību starp mazumtirgotāju un piegādātāju, jo biznesa partneris kļūst par konkurentu.

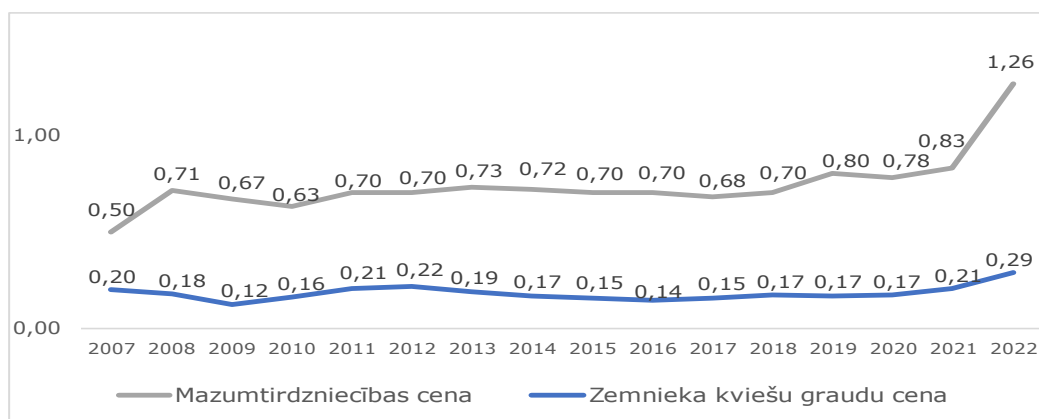
- 63 KP jau norādījusi, ka, realizējot savu komercstratēģiju un veidojot savām privātām preču zīmēm cenas neatkarīgi no ražotāja posma cenām, mazumtirgotāji dod priekšroku saviem produktiem (angliski – *self-preferencing*).⁹⁰ Papildus norādams, ka situācija, kad privāto preču zīmju preču iepirkuma cena ir zemāka nekā ražotāju pašu zīmolu precēm, acīmredzot, ir saistīta ar to, ka zemas iepirkuma cenas privāto preču zīmju precēm piegādātājiem būtu jākompensē uz citu preču rēķina. Līdz ar to piegādātāji savas ražošanas izmaksas privāto preču zīmju baltmaizei sedz uz ražotāju zīmola izmaksu rēķina.

2.1.2. Miltu cenu transmisijas analīze

- 64 Absolūtās miltu un zemnieku kviešu graudu cenu svārstības ilglaicīgajā periodā 2007.–2022. gadā parāda miltu un zemnieku kviešu graudu nominālās cenas šajā periodā (sk. 12. attēlu). Piemēram, 2008. gadā, kviešu graudu cenām kritot, mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā miltu cenas palielinājušās. Miltu cenas atspoguļo 2019. gada cenu pieaugumu mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā, neskatoties uz nemainīgu kviešu graudu cenu lauksaimnieku/zemnieku piegādes ķēdes posmā. Kopš 2020. gada ir vērojama arvien pieaugoša miltu un zemnieku kviešu graudu cenu pielāgošanas asimetrija starp mazumtirdzniecības un lauksaimnieku/zemnieku posmu, 2022. gadā miltu un zemnieku kviešu graudu cenas pārneses amplitūdai sasniedzot vēl nebijušo maksimumu, kā arī miltu cenai sasniedzot maksimumu 16 gadu periodā. No ilglaicīgā perioda datiem secināms, ka miltu kā pastrādātā produkta cenu pārnese mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā ir asimetriska un zemnieku kviešu graudu cenu pazemināšanās lauksaimnieku/zemnieku piegādes ķēdes posmā netiek pārnests uz mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmu.

⁸⁹ 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

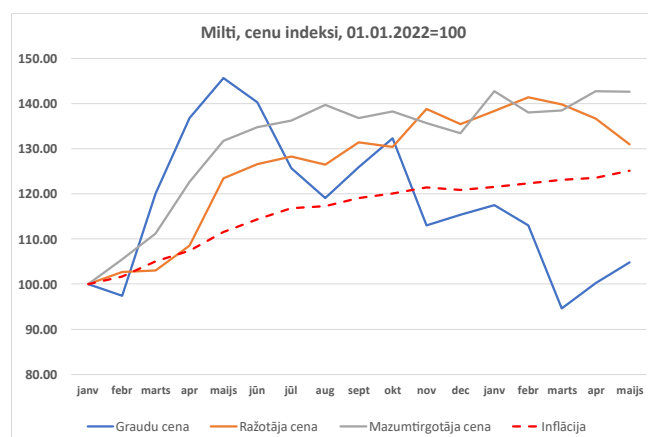
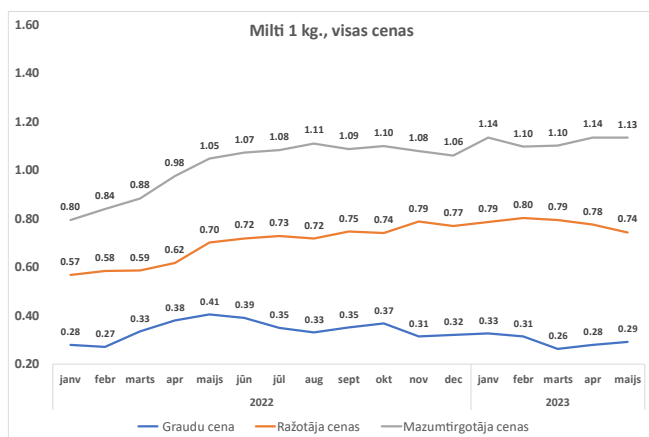
⁹⁰ KP. "Olu, zivju, piena, gaļas, graudu un maizes produktu mazumtirdzniecības" tirgus uzraudzības noslēguma ziņojums (I daļa – piena produkti), 99. rindkopa.



12. attēls. **Zemnieku pārtikas kviešu graudu un miltu mazumtirdzniecības nominālās⁹¹ cenas⁹² 2007.–2022. gadā**

Avots: KP izstrādāts, izmantojot CSP datus⁹³

- 65 KP, aplūkojot miltu cenu transmisiju piegādes ķēdes posmos, ir analizējusi kviešu graudu cenas zemnieku posmā, dažādu ražotāju 2 kg iepakojuma kviešu miltu cenas ražošanas posmā un mazumtirdzniecības posmā.
- 66 Izvērtējot vidējās kviešu graudu cenas aplūkotajā periodā, konstatējams, ka kviešu graudu cenai ir lejupejoša tendence visā apskatītajā periodā, savukārt ražošanas un mazumtirdzniecības posmos novērota cenu pieaugoša tendence (sk. 13. attēlu).



13. attēls. **Vidējās zemnieku kviešu graudu cenas, kviešu miltu ražotāju un mazumtirgotāju kviešu miltu cenas, EUR/kg un kviešu miltu cenas indeksa izmaiņas 01.01.2022. – 31.05.2023.**

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

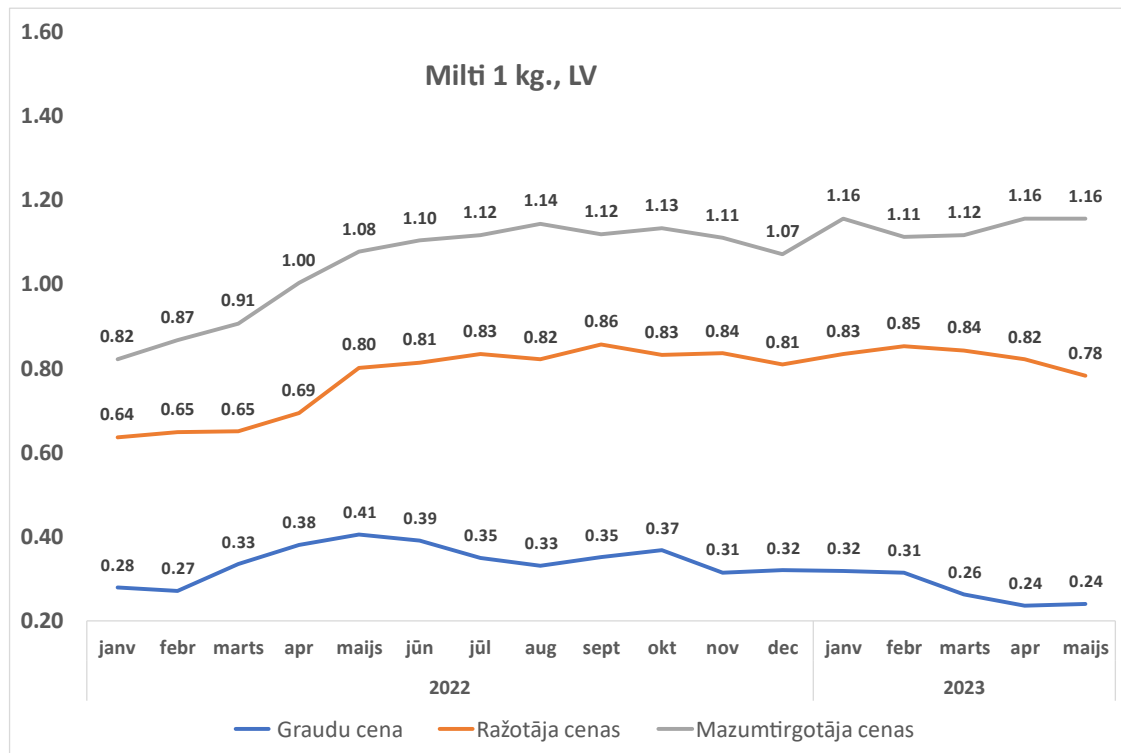
⁹¹ Nominālā cena ir konkrētās preces cena noteiktajā laika momentā vai periodā.

⁹² Lauksaimnieka un ražotāja cenas un mazumtirgotāja cena norādītas par kilogramu.

⁹³ CSP dati. CSP norādījusi, ka 2022. gada dati ir provizoriski. CSP dati par miltu cenām ražošanas posmā nav pieejami. Atsevišķu preču un pakalpojumu vidējās mazumtirdzniecības cenas (euro par 1 kg, ja citādi – norādīts īpaši) 1995.–2022. Pieejams:

https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START_VEK_PC_PCC/PCC010/tableViewLayout1/; Lauksaimniecības produktu cenas 1995.–2022. Pieejams: <https://stat.gov.lv/lv/statistikas-temas/noz/lauksaimn/tabulas/lac020-lauksaimniecibas-produktu-cenas?themeCode=LA>

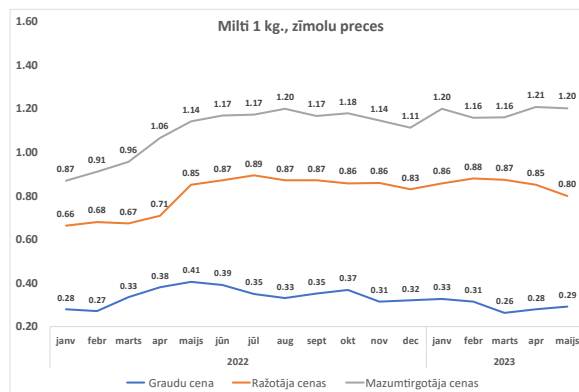
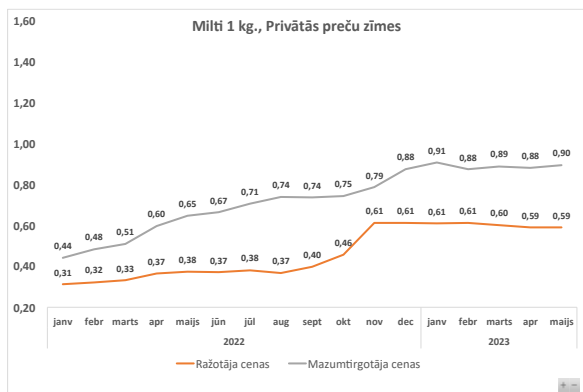
- 67 Attiecībā uz cenu transmisijas analīzi konstatējams, ka ražošanas posmā no 2022. gada janvāra līdz 2022. gada maijam cenu pielāgošanās amplitūda bijusi visnotaļ proporcionāla, taču no 2022. gada maija turpmāko gadu novērotas cenu pielāgošanās asimetrijas pazīmes, kā arī novērots novēlots cenu pielāgošanās ātrums – viens mēnesis vai ilgāk.
- 68 Vienlaicīgi, novērtējot cenas indeksa izmaiņas, konstatējams, ka, sākot no 2022. gada februāra, visu trīs piegādes ķēdes posmu cenu pieauguma temps pārsniedzis inflācijas līmeni, attiecīgi ražošanas un mazumtirdzniecības posmos tas saglabājies virs inflācijas līmeņa visu apskatīto periodu. Savukārt zemnieku posmā novērots cenu samazinājums zem inflācijas līmeņa, sākot ar 2022. gada oktobra vidu.
- 69 Tā kā KP rīcībā esošie cenu dati attiecībā par importa miltiem ir tikai no viena Lietuvas ražotāja, turklāt par privātās preču zīmes miltiem, kas tiek realizēti vienas iepirkumu grupas veikalos, attiecīgi, ievērojot ierobežotas pieejamības informācijas statusu, šie dati atsevišķi netiek atspoguļoti tirgus uzraudzībā.
- 70 Savukārt attiecībā uz Latvijā ražoto kviešu miltu cenu transmisiju novērots, ka līdz 2022. gada maijam visos trīs piegādes ķēdes posmos cenu pielāgošanās amplitūda bijusi visnotaļ proporcionāla, savukārt no 2022. gada maija kviešu miltu cenai novērota lejupejoša tendence, vienlaicīgi ražošanas un mazumtirdzniecības posmā ar atsevišķiem izņēmumu mēnešiem cena pieaugusi un līdz ar to konstatējama cenu pielāgošanās asimetrija (sk. 14. attēlu).



14. attēls. **Vidējās zemnieku kviešu graudu cenas, kviešu miltu ražotāju un mazumtirgotāju kviešu miltu cenas, EUR/kg Latvijā ražotiem kviešu miltiem 01.01.2022.– 31.05.2023.**

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 71 Attiecībā uz importa kviešu miltu cenu izmaiņām ar KP rīcībā esošiem datiem iespējams analizēt tikai mazumtirdzniecības posmu, attiecīgi konstatējams, ka līdz 2022. gada septembrim cenu pielāgošanas amplitūda un ātrums bijis nemainīgs. No 2022. gada oktobra turpmākos divus mēnešus novērots ražotāju kviešu miltu cenas straujš pieaugums (par 114 %). Ievērojot minēto, mazumtirdzniecības posmā novērota cenu pielāgošanās amplitūdas ātruma kavēšanās, proti, cenas mazumtirdzniecības posmā pieaugušas 2022. gada oktobrī–novembrī un lēnāk, salīdzinot ar ražošanas cenu pieauguma tempu, proti, 98 %.
- 72 Ražotāju cenu pārnesi mazumtirgotāju posmā Latvijā un ārpus Latvijas ražotiem miltiem galapatērētājiem ir vērojamas asimetrijas pazīmes, jo 17 mēnešu periodā vidēji Latvijā ražotie milti tika cenoti par 38 % dārgāk nekā ārpus Latvijas ražotie milti. Līdz ar to secināms, ka visā aplūkotajā periodā par Latvijā ražotiem miltiem gala patērētājiem tirdzniecības vietās vajadzēja maksāt vairāk nekā par ārpus Latvijas ražotiem miltiem.
- 73 Attiecībā uz privāto preču zīmju kviešu miltu cenu transmisiju novērojams, ka 2022. gada pirmajos trīs mēnešos cenu pielāgošanās amplitūda un ātrums mazumtirdzniecības posmā korelējis ar ražotāja rīcību un novērojams neliels cenu kāpums abos posmos. No 2022. gada aprīļa turpmākos sešus mēnešus līdz 2022. gada augustam, kad ražošanas posmā novērojama stabila vidējā kviešu miltu cena, mazumtirdzniecības posmā novērojams cenu kāpums, kas septiņu mēnešu laikā pieaudzis par 23 % (sk. 15. attēlu).



15. attēls. Vidējās zemnieku kviešu graudu cenas, kviešu miltu ražotāju un mazumtirgotāju kviešu miltu cenas, EUR/kg privātās preču zīmes kviešu miltiem un zīmola kviešu miltiem 01.01.2022.–31.05.2023.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 74 Turpmākā periodā novērojams straujš privāto preču zīmju kviešu miltu vidējo cenu kāpums ražošanas posmā 2022. gada oktobrī–novembrī (+53 % divu mēnešu periodā), attiecīgi nākamajā periodā līdz 2023. gadam vidējā cena bijusi stabila, pat nedaudz samazinājusies perioda beigās. Līdz ar to novērojams, ka visā apskatītajā periodā ražošanas posmā vidējās kviešu miltu cenas periodiski ir gan pieaugušas, gan nedaudz samazinājušās, gan arī saglabājot nemainīgu cenu noteiktos periodos. Attiecīgi kopējais procentuālais pieaugums visā apskatītajā periodā bija

90 %. Savukārt mazumtirdzniecības posmā novērots vidējās kviešu miltu cenu pieaugums visā apskatītajā periodā (kopā +104 %). Izvērtējot ražošanas posma straujāko cenu pieaugumu 2022. gada oktobrī – novembrī, konstatējams, ka mazumtirdzniecības posmā cenu pielāgošanās ātrums bijis novēlots, attiecīgi sasniedzot augstāko vidējo cenu divus mēnešus vēlāk.

- 75 Novērtējot ražošanas posma zīmola kviešu miltu cenu pielāgošanās reakciju uz graudu cenu izmaiņām, vērojama pielāgošanās ātruma novirze viens līdz diviem mēnešiem gan cenu samazināšanās, gan palielināšanās gadījumos. Vienlaicīgi novērojama arī cenu pielāgošanās amplitūdas disproporcija, proti, 2022. gada maijā, kad kviešu graudu cena bija palielinājusies zemnieku posmā par 5 %, ražošanas posmā sekoja cenu pieaugums trīs mēnešu periodā, kopā vidējo cenu kviešu miltiem paaugstinot par 19 %. Savukārt no 2022. gada jūnijā zemnieku posmā sākās graudu cenas lejupslīde ar atsevišķiem izņēmumiem, kopā par periodu līdz 2023. gada maijam graudu cenai samazinoties par 35 %. Vienlaicīgi ražošanas posmā kviešu miltu cenas līmenis bija visnotaļ mērens, tik vidējās cenas samazinājumam sekojot no 2023. gada martā.
- 76 Izvērtējot cenu transmisiju zīmola kviešu miltiem mazumtirdzniecības posmā, konstatējams, ka vidējo cenu pielāgošanās amplitūda ir notikusi gluži proporcionāli līdz 2023. gada martam, taču no 2023. gada aprīļa vērojama cenu pielāgošanās asimetrija. Proti, ražošanas posma vidējā cena turpmāko divu mēnešu laikā ir samazinājusies par 10 %, bet mazumtirdzniecības posmā cena turpinājusi pieaugt. Vienlaicīgi, analizējot cenu pielāgošanās ātrumu, konstatējams, ka atsevišķos periodos tas bija novēlots par vienu mēnesi.
- 77 Ražotāju cenu pārnese mazumtirgotāju posmā ražotāju zīmolu un mazumtirgotāju privāto preču zīmju miltiem ir asimetriska, jo mazumtirdzniecības posmā ražotāju zīmolu un mazumtirgotāju privāto preču zīmju miltus cenā dažādi, mazāku uzcenojumu liekot mazumtirgotāju privāto preču zīmju miltiem. Aplūkotajā periodā 17 mēnešu laikā vidēji ražotāju zīmolu milti tika cenoti par 8.8 % dārgāk nekā mazumtirgotāju privāto preču zīmju milti. Jānorāda, ka ražotāju/piegādātāju posmā miltu cenas, t. i., mazumtirgotāju iepirkumu cenas, ir acīmredzami zemākas tieši privāto preču zīmju miltiem. Kā KP jau bija norādījusi, šāda situācija, acīmredzot, ir saistīta ar to, ka zemas iepirkuma cenas privāto preču zīmju precēm piegādātājiem būtu jākompensē uz citu preču rēķina. Līdz ar to piegādātāji savas ražošanas izmaksas privāto preču zīmju miltiem sedz uz ražotāju zīmola izmaksu rēķina.
- 78 Realizējot savu komercstratēģiju 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 kviešu miltiem, mazumtirgotāji tos padarītu par pieejamākiem 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.

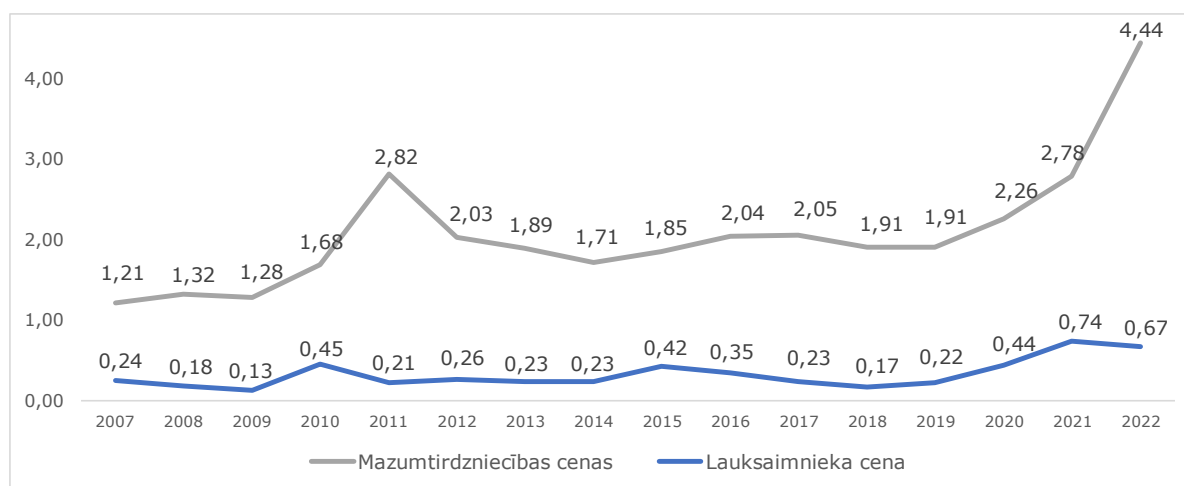
2.1.3. Spageti makaronu cenu transmisijas analīze

- 79 KP, vērtējot un analizējot cenu transmisijas datus spageti makaroniem, ir pieņēmusi, ka Latvijas patērētāji, izvēloties spageti makaronus, padziļināti nevērtē, vai tie izgatavoti no cieto kviešu miltiem vai mīksto kviešu miltiem. Līdz ar to arī datu analīzē ir ietverti abi, proti, lielāko daļu spageti makaronu datu pārstāvēt cieto kviešu miltu izejvielai, taču iekļaujot arī vienus zemo cenu kategorijas spageti makaronus, kas izgatavoti no mīksto kviešu miltiem. Vienlaicīgi jānorāda, ka dati ietver gan premium klases, gan vidējās cenu kategorijas spageti makaronus, gan arī zemās cenu kategorijas spageti miltus, nenosaucot konkrētus zīmolus.
- 80 Tā kā KP rīcībā pieejami dati tikai par vienu spageti ražotāju Latvijā, kā arī tikai par diviem zīmolu ražotājiem un diviem importētājiem, tad turpmāk šajā sadaļā tiks sniegts īss apraksts (bez vizuālā atspoguļojuma) cenu transmisijas novērojumos pēdējam piegādes ķēdes posmam – mazumtirdzniecībai.
- 81 Kopumā vērtējot, cenu pielāgošanās amplitūda spageti makaroniem mazumtirdzniecības posmā apskatītajā periodā līdz 2023. gada martam bija proporcionāla, savukārt no 2023. gada līdz 2023. gada maijam novērojama cenu pielāgošanās asimetrija, proti, ražošanas posma cenai samazinoties (par 3 %), mazumtirdzniecības posmā novērota vidējo cenu palielināšana (par 1 %).
- 82 Attiecībā uz Latvijā ražotiem spageti makaroniem vērojama cenu pielāgošanās amplitūdas neliela palielināšanās, sākot no 2022. gada 3. ceturkšņa, kad ražošanas posmā cenas netika mainītas, bet mazumtirdzniecības posmā vidējā cena tika palielināta, un šī pieaugošā tendence tika novērota turpmākos trīs mēnešus.
- 83 Ražotāju cenu pārnese mazumtirgotāju posmā Latvijā un ārpus Latvijas ražotiem spageti makaroniem nebija vienlīdz simetriska, proti, mazumtirdzniecības posmā Latvijā un ārpus Latvijas saražotie spageti makaroni tika cenoti dažādi, jo 17 mēnešu periodā vidēji Latvijā ražotie spageti makaroni tika cenoti par 62 % lētāk nekā ārpus Latvijas ražotie. Līdz ar to patērētājiem tirdzniecības vietās Latvijā ražotie spageti makaroni bija pieejami par zemāku cenu nekā importa. Jānorāda, ka importa spageti makaronu datus ietverta premium cenu klases zīmola prece, kuru produkcijai pamatā ir augstākas cenas.
- 84 Attiecībā uz zīmolu un privāto preču zīmju spageti makaronu cenošanas atšķirībām konstatējams, ka atšķirības tiek novērotas, taču cenošanas atšķirība nav tik dramatiska, kā tas bija novērojams piena produktu grupas produktiem. Aplūkotajā periodā 17 mēnešu laikā mazumtirdzniecības preču piegādes posmā vidēji ražotāju zīmolu spageti makaronu uzcenojums ir bijis par 18 % lielāks nekā mazumtirgotāju privāto preču zīmju spageti makaroniem. Izņēmumi bijuši 2022. gada janvārī, februārī un oktobrī, kad mazumtirgotāju privāto preču zīmju spageti makaronu uzcenojums ir bijis lielāks nekā ražotāju zīmolu uzcenojums.
- 85 Norādams, ka privāto preču zīmju spageti makaronu iepirkuma cenas ir par 39 % zemākas nekā ražotāju zīmolu spageti makaronu iepirkuma cenas. KP jau norādījusi, ka šāda nelīdzsvarotība starp mazumtirgotāju un

piegādātāju veido situāciju, kad mazumtirgotāju privātās preču zīmes kļūst par konkurentu piegādātāju zīmola precēm. Līdz ar to šādai situācijai var būt gan pozitīva, gan negatīva ietekme uz konkurenci, vienlaicīgi mazumtirgotāju privātās preču zīmes varētu sekmēt negodīgu tirdzniecības prakses veidu piemērošanu piegādātājiem.⁹⁴

2.1.4. Griķu cenu transmisijas analīze

- 86 Absolūtās griķu cenu svārstības ilglaicīgajā periodā 2007.–2022. gadā parāda griķu nominālo cenu dinamiku (sk. 16. attēlu). Griķu cenas atspoguļo 2011. gadā piedzīvoto cenu pieaugumu mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā, neskatoties uz cenu kritumu lauksaimnieku/zemnieku piegādes ķēdes posmā. Kopš 2011. gada ir vērojama arvien pieaugoša griķu cenu pielāgošanās asimetrija starp mazumtirdzniecības un lauksaimnieku/zemnieku posmu, 2022. gadā griķu cenai sasniedzot vēl nebijušo maksimumu.



16. attēls. **Griķu nominālā⁹⁵ cena⁹⁶ 2007.–2022. gadā**

Avots: KP izstrādāts, izmantojot CSP datus⁹⁷

⁹⁴ Sk. OECD, Competition Policy Roundtables: Competition Issues in the Food Chain Industry, 2013, p. 6. Pieejams: <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. Pieejams: 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

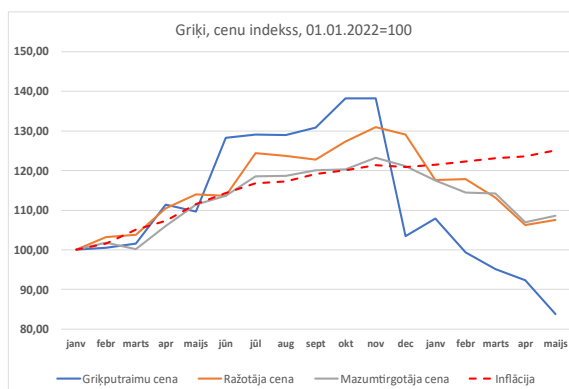
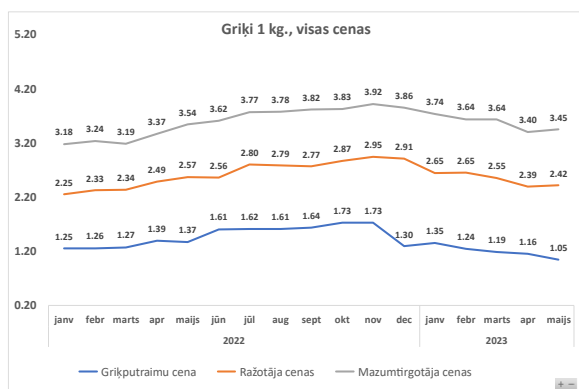
⁹⁵ Nominālā cena ir konkrētās preces cena noteiktajā laika momentā vai periodā.

⁹⁶ Lauksaimnieka un ražotāja cenas un mazumtirgotāja cena norādītas par kilogramu.

⁹⁷ CSP dati. CSP norādījusi, ka 2022. gada dati ir provizoriski. CSP dati par griķu cenām ražošanas posmā nav pieejami. Atsevišķu preču un pakalpojumu vidējās mazumtirdzniecības cenas (euro par 1 kg, ja citādi – norādīts īpaši) 1995.–2022. Pieejams:

- 87 No ilglaicīgā perioda datiem redzams, ka griķu cenas mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā gan 2011. gadā, gan 2022. gadā strauji pieauga neatkarīgi no griķu cenu samazināšanās lauksaimnieku/zemnieku piegādes ķēdes posmā. Citos periodos, piemēram, 2016.-2017. gadā, vērojama tāda pati tendence, proti, cenām samazinoties lauksaimnieku/zemnieku piegādes ķēdes posmā, tās pieauga mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā. No vienas puses, tas skaidrojams ar griķu samērā garu uzglabāšanas laiku un ilgtermiņa līgumiem, kas noslēgti starp piegādātājiem, pārstrādātājiem un tirgotājiem. No otras puses, ņemot vērā, ka mazumtirdzniecības tīklu plauktos Latvijas lauksaimnieku/zemnieku izaudzētie griķi ir teju nesastopami, šāda tendence var liecināt par to, ka griķu cenas mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā nav atkarīgas no to cenām Latvijas lauksaimnieku/zemnieku piegādes ķēdes posmā.
- 88 KP, analizējot griķu cenu datus, ir apkopojusi datus par griķiem 1 kg, 500 g, 800 g un 4x125 g iepakojumos. Datu salīdzināšanai cenas tika pārrēķinātas par vienu kilogramu. Vienlaicīgi, interpretējot datus, jāņem vērā, ka viena kilograma cena mazāka iepakojuma precei visbiežāk ir dārgāka nekā kilograma iepakojuma preces cena.
- 89 Analizējot griķu vidējo cenu transmisiju no viena piegādes ķēdes posma uz nākamo laikā no 01.01.2022. līdz 31.05.2023., konstatējams, ka cenu pielāgošanās amplitūda ražošanas posmam ir bijusi mērena un salīdzinoši proporcionāla zemnieku posmam (griķuputrimu cenas) 2022. gada pirmajos četros mēnešos. Taču 2022. gada maijā, lai gan zemnieku posmā griķu putrimu cena nedaudz samazinājusies, ražošanas posmā novērots cenu pieaugums. Attiecīgi mazumtirdzniecības posmā cenu pielāgošanas amplitūda bijusi proporcionāla.
- 90 Kopumā vērtējot visus trīs piegādes ķēdes posmus, konstatējams, ka griķu putrimu cena visā apskatītajā laika periodā bijusi ar lejupejošu tendenci, vidējai cenai samazinoties (-19 %), savukārt ražošanas un mazumtirdzniecības posmā novērotas vidējās cenas pieaugoša tendence līdz 2022. gada novembrim (ražošanas posmā +31 %, mazumtirdzniecības posmā +23 %), kam seko cenu samazināšanās no 2022. gada decembra. Līdz ar to secināms, ka griķu cenu transmisija ražošanas posmā no zemnieku posma novērotas gan cenu pielāgošanās amplitūdas novirzes, gan arī vērojama cenu pielāgošanās asimetrija. Vienlaicīgi mazumtirdzniecības posmā cenu transmisija novērota simetriskāk gan amplitūdas, gan ātruma ziņā, salīdzinot ar ražošanas posma rīcību (sk. 17. attēlu).
- 91 Griķu cenu indeksa dati norāda, ka līdz 2022. gada novembrim cenas visos trīs piegādes ķēdes posmos augušas līdz ar griķuputrimu cenu pieaugumu. Cenas sākušas samazināties, straujā cenu krituma zemnieku/lauksaimnieku posmā dēļ. Taču ražošanas un mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmos cenu samazinājums nav bijis tik straujš kā zemnieku/lauksaimnieku posmā (sk. 17. attēlu).

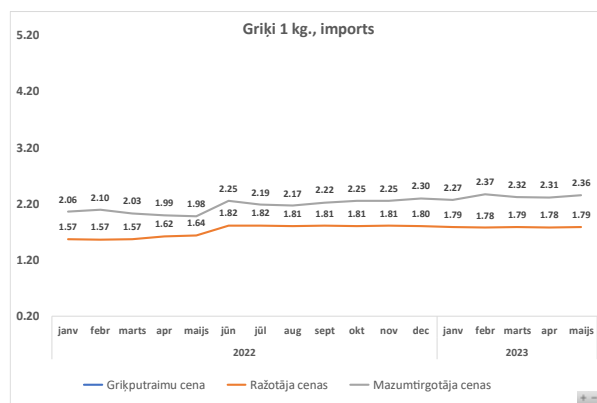
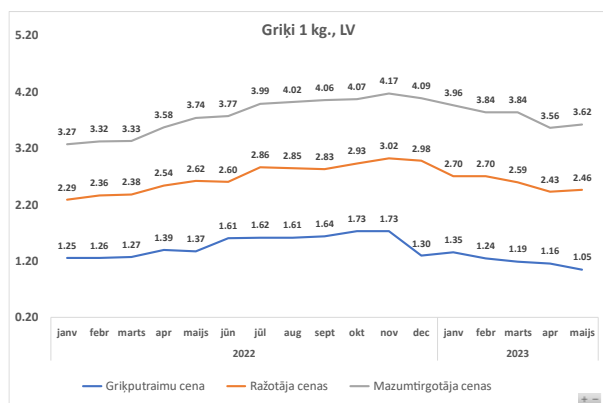
https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START_VEK_PC_PCC/PCC010/table/viewLayout1/; Lauksaimniecības produktu cenas 1995.-2022. Pieejams: <https://stat.gov.lv/lv/statistikas-temas/noz/lauksaimn/tabulas/lac020-lauksaimniecibas-produktu-cenas?themeCode=LA>



17. attēls. Vidējās zemnieku griķuputraimu cenas, ražotāju un mazumtirgotāju griķu cenas, EUR/kg un griķu cenas indeksa izmaiņas 01.01.2022.–31.05.2023.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

92 Salīdzinot visos piegādes ķēdes posmos, Latvijā ražoto griķu cenu transmisija ir līdzvērtīga pielāgošanās amplitūdā un ātrumā ar vispārējās griķu cenu transmisijas novērojumiem (sk. 18. attēlu). Ražotāju cenu pārnese mazumtirgotāju posmā Latvijā un ārpus Latvijas ražotiem griķiem ir acīmredzami asimetriska, jo mazumtirdzniecības posmā Latvijā un ārpus Latvijas saražotos griķus cenu dažādi, t. i., 17 mēnešu periodā Latvijā ražotie griķi vidēji tika cenoti par 143 % dārgāk nekā ārpus Latvijas ražotie griķi (piemēram, 2022. gada maijā atšķirība ir sasniegusi 231 %, 2022. gada augustā – 225 % un 2022. gada septembrī – 197 %). Tā rezultātā visā aplūkotajā periodā gala patērētājiem tirdzniecības vietās par Latvijā ražotiem griķiem vajadzēja maksāt vairāk nekā par ārpus Latvijas ražotiem griķiem.

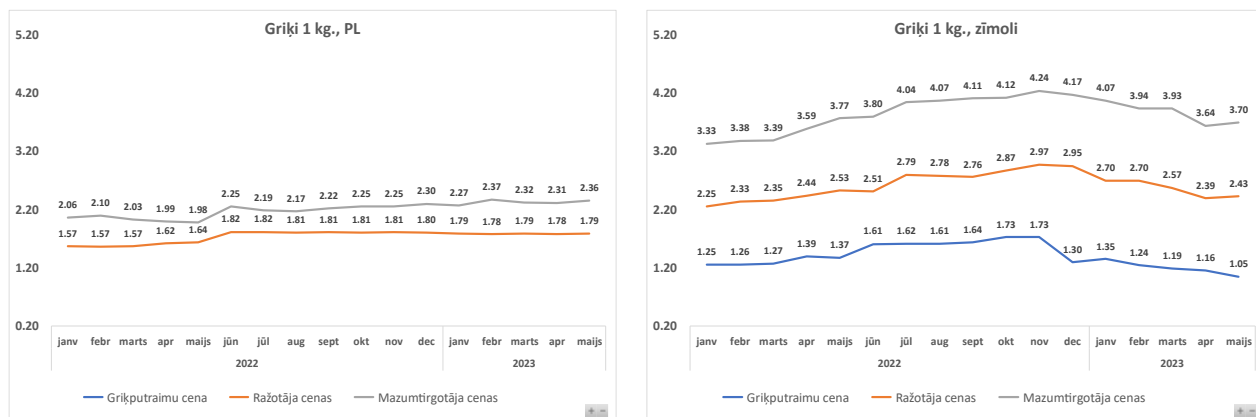


18. attēls. Vidējās zemnieku griķuputraimu cenas, ražotāju un mazumtirgotāju griķu cenas, EUR/kg Latvijā ražotiem griķiem un ārpus Latvijas ražotiem griķiem 01.01.2022.– 31.05.2023.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

93 Savukārt, vērtējot importa griķu cenu pielāgošanās amplitūdu mazumtirdzniecības posmā, konstatējams, ka mazumtirdzniecības posmā cenu pielāgošanās amplitūda visā apskatītajā periodā bijusi proporcionāla (sk. 19. attēlu).

- 94 Salīdzinot cenu transmisiju zīmola griķiem un privātās preču zīmes griķiem, konstatējams, ka privātās preču zīmes griķiem mazumtirdzniecības posmā cenu transmisija notikusi mēreni visā apskatītajā periodā, izņemot 2022. gada februārī un decembrī, kā arī 2023. gada februārī, kad bija vērojama ražotāju vidējās griķu cenas minimāla samazināšanās, taču ražotāju posmā tika novērota cenu pielāgošanās asimetrija, jo cena tieši pretēji – tika palielināta (sk. 19. attēlu).



19. attēls. Vidējās zemnieku griķuputrainu cenas, ražotāju un mazumtirgotāju griķu cenas, EUR/kg privātās preču zīmes griķiem un zīmola griķiem 01.01.2022.– 31.05.2023.

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 95 Attiecībā uz zīmolu griķiem konstatējams, ka cenu pielāgošanās amplitūda bijusi proporcionāla, cenām ražošanas un mazumtirdzniecības posmos pieaugot un samazinoties reizē ar griķu putrainu cenām, taču cenu pielāgošanas amplitūda nav bijusi vienāda visos piegādes ķēdes posmos, kas, visticamāk, skaidrojama ar ražošanas specifiku un iepriekšējā periodā iepirkto griķuputrainu pārstrādi griķos. Taču 2022. gada maijā, kad griķuputrainu cena tika samazināta zemnieku posmā par 1,4 %, cena ražošanas posmā palielinājusies par 3,7 %; 2023. gada februārī, griķuputrainu cenai samazinoties par 8 %, ražošanas posma cenas palikušas nemainīgas, savukārt 2023. gada maijā, kad griķuputrainu cena tika samazināta zemnieku posmā par 9,5 %, ražošanas posmā tā tika palielināta par 2 %. Līdz ar to griķu ražošanas posmā novērojama cenu pielāgošanās asimetrija.
- 96 Savukārt, vērtējot cenu transmisiju mazumtirdzniecības posmā, konstatējams, ka tā bijusi tuvu pilnīgai, proti, mazumtirdzniecības posma reakcija gan amplitūdas, gan ātruma ziņā ir bijusi momentāna. Izņēmums ir bijis 2023. gada februārī, kad, ražošanas piegādes ķēdes posma cenām paliekot nemainīgām, salīdzinot ar iepriekšējo periodu, mazumtirdzniecības posmā cena samazinājusies.
- 97 Vienlaicīgi konstatējams, ka privātās preču zīmes griķu cenas iepirkuma cenas ir gandrīz divas reizes zemākas nekā zīmola griķu iepirkuma cenas, kā arī mazumtirgotāju cenas privātām preču zīmes griķiem ir zemākas nekā zīmolu griķu iepirkumu cenas (ražošanas posmā). Līdz ar to secināms, ka mazajiem mazumtirgotājiem finansiāli izdevīgāk pat būtu iepirkt privātās preču zīmes griķus pie mazumtirgotāja nekā zīmola griķus pie ražotājiem.

- 98 Ražotāju cenu pārnese mazumtirgotāju posmā ražotāju zīmolu un mazumtirgotāju privāto preču zīmju griķiem ir acīmredzami asimetriska, jo mazumtirdzniecības posmā ražotāju zīmolu un mazumtirgotāju privāto preču zīmju griķus ceno dažādi, t. i., 17 mēnešu periodā vidēji ražotāju zīmolu griķi tika cenoti par 166 % dārgāk nekā mazumtirgotāju privāto preču zīmju griķi (piemēram, 2022. gada maijā atšķirība sasniedusi 266 %, 2022. gada jūlijā – 238%, 2022. gada augustā – 257 %). Tā rezultātā visā aplūkotajā periodā gala patērētājiem tirdzniecības vietās par ražotāju zīmolu griķiem bija jāmaksā vairāk nekā par mazumtirgotāju privāto preču zīmju griķiem. Līdz ar to norādāms, ka, realizējot tādu pašu vai līdzīgu cenu veidošanas politiku ražotāju zīmolu griķiem, kā mazumtirgotāji to dara savu privāto preču zīmju griķiem, mazumtirgotāji ražotāju zīmolu griķus padarītu par pieejamākiem gala patērētājiem un sekmētu patērētāju pirktspēju.
- 99 Izvērtējot ražošanas un mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmu reakciju uz cenu pielāgošanas ātrumu, asimetriju un amplitūdu, secināms:
- 1) maizes un graudu produktu grupai ir raksturīga globālo faktoru ietekme, kas skaidrojama ar graudaugu saimniecību orientāciju pārsvarā uz saražotās produkcijas eksportu;
 - 2) rudzu maizes tirgum cenu pielāgošanas amplitūda ir bijusi neproporcionāla ražošanas posmā, bet mazumtirdzniecības posmā līdz 2022. gada septembrim tā bijusi proporcionāla ražošanas posmam. Savukārt pēc 2023. gada janvāra mazumtirdzniecības posmā cenu transmisijas amplitūda ir bijusi mazāka nekā iepriekš, un mazumtirgotāji savas cenas paaugstinājuši ātrāk nekā ražotāju piegādes ķēdes posms. Ražotāju cenu pārnese mazumtirgotāju posmā Latvijā un ārpus Latvijas ražotai rudzu maizei nevar tikt uzskatīta par vienlīdz simetrisku: no 2022. gada februāra līdz novembrim Latvijā saražotā rudzu maize tika cenota lētāk nekā ārpus Latvijas ražotā rudzu maize, bet kopš 2022. gada decembra mazumtirgotāju posmā Latvijā saražotā rudzu maize tika cenota dārgāk nekā ārpus Latvijas ražotā rudzu maize;
 - 3) kviešu maizes jeb baltmaizes tirgū ir vērojama cenu pielāgošanas asimetrija starp cenu pārnesi pārtikas kviešu graudiem, miltu ražotājiem, maizes ražošanas un mazumtirdzniecības posmos. Mazumtirdzniecības posmā baltmaizes cenas pieaugums var tikt raksturots kā proaktīvs, jo mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā cenas sāk pieaugt, pirms tās sākušas pieaugt ražošanas posmā. Ražotāju cenu pārnese mazumtirgotāju posmā Latvijā un ārpus Latvijas ražotai baltmaizei nevar tikt uzskatīta par vienlīdz simetrisku, proti, aplūkotajā periodā Latvijā ražota baltmaize vidēji tika cenota par 21 % lētāk nekā ārpus Latvijas ražota kviešu maize, taču kopš 2022. gada vasaras par Latvijā ražoto baltmaizi patērētājiem tirdzniecības vietās bija jāmaksā vairāk nekā par baltmaizi, kas saražota ārpus Latvijas. Savukārt ražotāju zīmolu baltmaizes uzcenojums mazumtirdzniecības preču piegādes posmā vidēji ir bijis par 12 % mazāks nekā mazumtirgotāju privāto preču zīmju baltmaizei, taču par ražotāju zīmola baltmaizi patērētājiem bija jāmaksā vairāk nekā par mazumtirgotāju privātās preču zīmes baltmaizi;

- 4) gan rudzu maizei, gan baltmaizei arvien lielāka daļa no maizes gala cenas veidojas mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā. Ievērojot, ka tieši ražošanas posmā produkts tiek saražots un attiecīgi tas ietver visas ražošanas, iepakojuma un pārējās ražošanas posmam nepieciešamās izmaksas, turpretī mazumtirdzniecības posmā tiek nodrošināta pārdošana un attiecīgi pārdošanas izmaksas, tad attiecīgi šāda situācija ar mazumtirgotāju pietuvināto uzcenojumu ražošanas posmam nevar tikt uzskatīta par godprātīgu;
- 5) kviešu miltu cenu transmisijas analīzes dati norāda, uz amplitūdas dažādībām piegādes ķēdes posmos, proti, kviešu graudu cenām samazinoties, ražošanas un mazumtirdzniecības posmos novērota cenu pieaugoša tendence. Miltiem mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā ir raksturīga atšķirīga cenu pielāgošanas amplitūda Latvijā un ārpus Latvijas saražotām precēm, cenojot Latvijā ražotus miltus vidēji vairāk nekā ārpus Latvijas ražotus miltus. Arī ražotāju zīmolu preču cenu pielāgošanas amplitūda mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā ir lielāka nekā mazumtirgotāju pašu privāto preču zīmju kviešu miltiem. Līdz ar to novērojama tendence ražotāju zīmolu miltus cenot dārgāk nekā mazumtirgotāju privāto preču zīmju kviešu miltus;
- 6) ja mazumtirgotāji piemērotu tādu pašu vai līdzīgu cenu pielāgošanas amplitūdu Latvijā saražotiem kviešu miltiem galapatērētājiem, kādu mazumtirgotāji izmanto, cenojot ārpus Latvijas saražotus miltus, mazumtirgotāji padarītu Latvijā ražotus miltus pieejamākus gala patērētājiem. Tas pats attiecas arī uz ražotāju zīmolu kviešu miltu cenosanas stratēģiju;
- 7) spageti makaroniem cenu pielāgošanās amplitūda mazumtirdzniecības posmā apskatītajā periodā līdz 2023. gada martam bija proporcionāla, savukārt no 2023. gada aprīļa līdz 2023. gada maijam novērojama cenu pielāgošanās asimetrija, proti, ražošanas posma cenai samazinoties, mazumtirdzniecības posmā novērota vidējo cenu palielināšana. Taču ražotāju cenu pārnese mazumtirgotāju posmā Latvijā un ārpus Latvijas ražotiem spageti makaroniem nebija vienlīdz simetriska, proti, vidēji Latvijā ražotie spageti makaroni tika cenoti lētāk nekā ārpus Latvijas ražotie spageti makaroni. Situācija, iespējams, ir saistīta ar patērētāju izvēli par labu lētākiem spageti makaroniem, kas tiek izgatavoti no lētākiem mīkstajiem kviešu miltiem. Arī zīmolu un privāto preču zīmju spageti makaroniem mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā tiek novērota cenu pielāgošanas asimetrija, proti, vidēji ražotāju zīmolu spageti makaronu uzcenojums ir bijis lielāks nekā mazumtirgotāju privāto preču zīmju spageti makaroniem. Izņēmumi bijuši 2022. gada janvārī, februārī un oktobrī, kad mazumtirgotāju privāto preču zīmju spageti makaronu uzcenojums ir bijis lielāks nekā ražotāju zīmolu spageti makaronu uzcenojums;
- 8) griķu cenu transmisijā ražošanas posmā novērotas gan cenu pielāgošanās amplitūdas novirzes, gan arī vērojama cenu pielāgošanās asimetrija no zemnieku posma. Savukārt mazumtirdzniecības posmā cenu transmisija novērota simetriskāk gan amplitūdas, gan ātruma ziņā, salīdzinot ar ražošanas posma

rīcību. Taču ražotāju cenu pārnese mazumtirgotāju posmā Latvijā un ārpus Latvijas ražotiem griķiem ir acīmredzami asimetriska, proti, Latvijā ražotie griķi vidēji tika cenota par 143 % dārgāk nekā ārpus Latvijas ražotie griķi. Tādēļ visā aplūkotajā periodā gala patērētājiem tirdzniecības vietās par Latvijā ražotiem griķiem vajadzēja maksāt vairāk nekā par ārpus Latvijas ražotiem griķiem;

- 9) privāto preču zīmju griķu un ražotāju zīmola griķu cenu pārnese mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā bija acīmredzami asimetriska, jo mazumtirdzniecības posmā ražotāju zīmolu griķi tika cenoti vidēji dārgāk nekā privāto preču zīmju griķi. Tādēļ visā aplūkotajā periodā gala patērētājiem tirdzniecības vietās par ražotāju zīmolu griķiem bija jāmaksā vairāk nekā par privāto preču zīmju griķiem. Ja mazumtirgotāji piemērotu tādu pašu vai līdzīgu cenu pielāgošanas amplitūdu ražotāju zīmolu griķiem, kādu mazumtirgotāji izmanto, cenojot savus privāto preču zīmju griķus, mazumtirgotāji padarītu ražotāju zīmolu griķus pieejamākus gala patērētājiem;
- 10) rudzu maizes, baltmaizes, kviešu miltu, griķu un spageti makaronu cenas, t. i., mazumtirgotāju iepirkumu cenas, ir acīmredzami zemākas tieši privāto preču zīmju precēm, kurus piegādātāji ražo mazumtirgotājiem, salīdzinājumā ar ražotāju zīmola precēm. Šāda situācija, visticamāk, liecina, ka piegādātāji/ražotāji savas ražošanas izmaksas privāto preču zīmju precēm sedz uz savu zīmola preču peļņas rēķina.

2.2. CENU KOMPONENTES RAŽOŠANAS UN TIRDZNIECĪBAS PIEGĀDES ĶĒDES POSMIEM

- 100 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.
- 101 Apkopojot maizes un graudu produktu ražotāju sniegtās atbildes par faktoriem, kas ietekmē preču cenu, norādāms, ka maizes un graudu produktu ražotāji uzskaitījuši šādus faktoros: (1) konkurentu cenu politika, (2) patērētāju pieprasījums, (3) energoresursu izmaksas. Visi maizes un graudu produktu ražotāji norādījuši, ka galvenā pārdošanas cenas komponente ir galvenās izejvielas cena. Atkarībā no preces veida pārējās komponentes ir uzskaitītas dažādā secībā. Piemēram, maizes ražošanā no svara ir (1) pārējās izejvielas, (2) personālā izmaksas un (3) elektrības cenas. Savukārt griķiem un miltiem pēc galvenās izejvielas ir nosaukti (1) mārketinga un reklāma, (2) iepakojums, (3) atlaides mazumtirgotājiem.

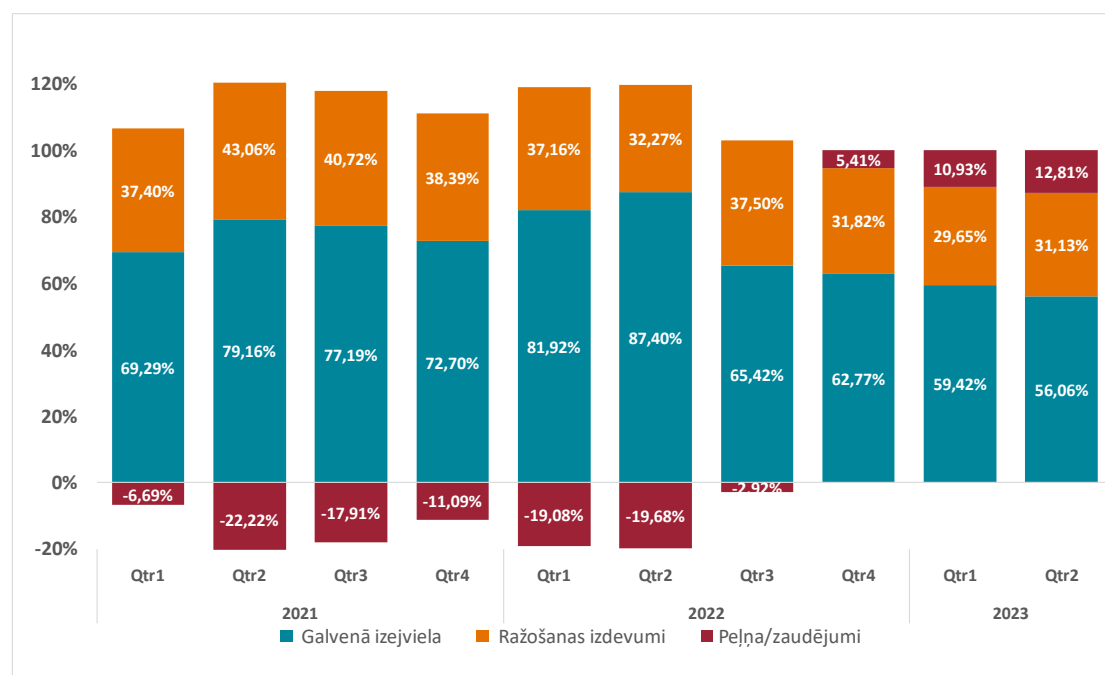
Tas skaidrojams gan ar šo preču ražošanas procesu specifiku, gan ar šo preču aizvietojamību no patērētāju viedokļa.

- 102 Maizes un graudu produktu ražošanas uzņēmumi norādījuši, ka tiem ir ierobežotas iespējas ietekmēt cenu komponentes. Biežāk nosauktās komponentes, kurus ražotāji tomēr spēj ietekmēt, bija (1) mārketinga izmaksas, (2) ražotāja uzcenojums un (3) personāla izmaksas.
- 103 Uz jautājumu, vai pārdošanas preču cenas komponentu īpatsvars vai sastāvs atšķiras privātām preču zīmēm, maizes un graudu produktu ražotāji, kas ražo privātās preču zīmes mazumtirgotājiem, norādījuši, ka cenu komponentēs neietilps mārketinga un reklāmas izmaksas, kā arī apjoma atlaides. Vienlaicīgi tie norādījuši, ka izejvielu cenas privātām preču zīmēm ir tādas pašas kā ražotāju zīmola precēm. Taču, ņemot vērā, ka iepirkuma cena privātām preču zīmēm ir zemākā nekā zīmola precēm, bieži vien privāto preču zīmju ražošana nav rentabla.
- 104 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.
- 105 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.
- 106 Attiecībā uz pārdošanas preču cenas komponentu īpatsvara atšķirībām Latvijā un ārpus Latvijas ražotām precēm mazumtirgotāji lielākoties norādījuši, ka šādas atšķirības nepastāv 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 arī norādījuši, ka ārpus Latvijas ražotām precēm papildus jāreķinās ar transportēšanas izmaksām.
- 107 KP, analizējot komponentes, kas veido tālākpārdošanas cenu, ir apkopojusi vidējos datus gan ražošanas posmā, gan mazumtirdzniecības posmā katram no maizes un graudu produktiem atsevišķi (kviešu maize, rudzu maize, kviešu milti, griķi, spageti makaroni) un turpmāk redzamajos attēlos (sk. 20.–26. 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.

Kviešu milti

- 108 Izvērtējot sniegtos datus, konstatējams, ka kviešu miltu ražotājiem galveno izmaksu komponenti veido galvenās izejvielas – kviešu graudu – izmaksas, kas apskatītajā periodā ir bijusi vidēji 71 % no tālākpārdošanas cenas. Vienlaicīgi konstatējams, ka pārējo izmaksu komponente miltu ražošanas posmā veido būtisku daļu no tālākpārdošanas cenas (24 %). Pārējo izmaksu komponente ietver amortizācijas, administrācijas un pārdošanas izmaksas, transporta izmaksas, procentu maksājumus par aizdevumiem, apdrošināšanas izmaksas, apjoma bonusu un loģistikas pakalpojumu maksas klientiem (sk. 20. attēlu).

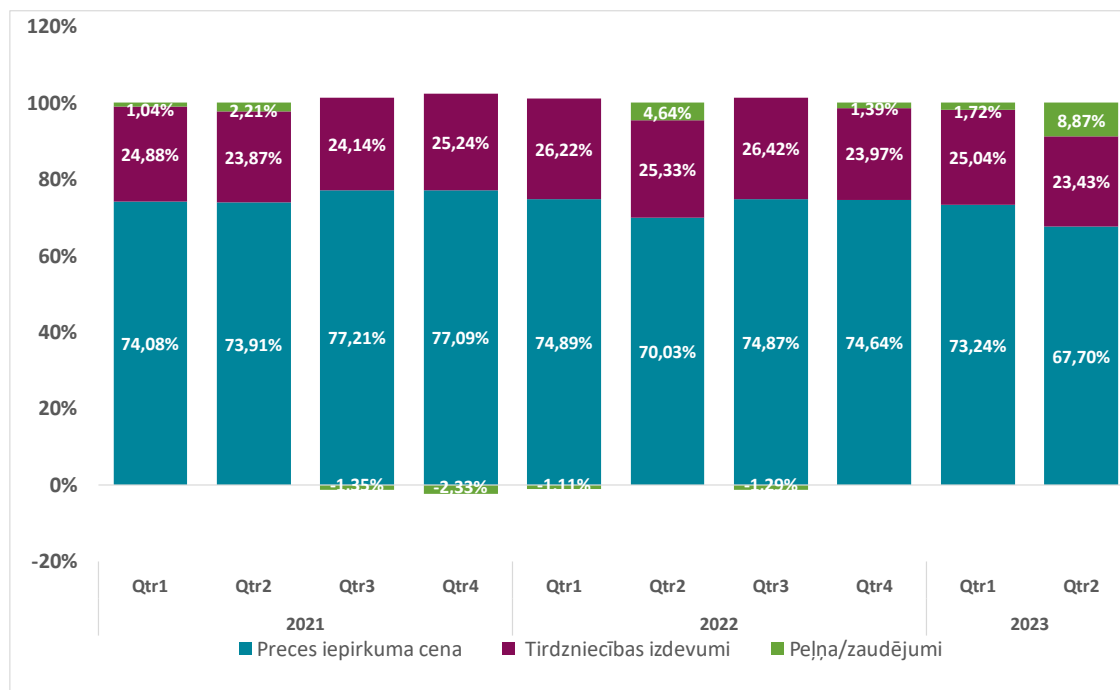


20. attēls. **Ražošanas/vairumtirdzniecības posma kviešu miltu pārdošanas izmaksu galvenās komponentes (%)01.01.2021.–31.05.2023. pa ceturkšņiem.**

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 109 Vienlaicīgi konstatējams, ka kviešu miltu ražotāji, līdz pat 2022. gada trešajam ceturksnim ieskaitot, ir cietuši zaudējumus no miltu ražošanas, īpaši izteikti tas redzams 2021. gada 2.–3. ceturksnī un 2022. gada 1–2. ceturksnī, kad kviešu graudu iepirkuma cena veidojusi pat 87 % no miltu tālākpārdošanas cenas. Savukārt, sākot no 2022. gada 4. ceturkšņa, ir vērojams progress un miltu ražotāji ir spējuši nosegt visas ražošanas un tālākpārdošanas izmaksas, papildus gūstot tīros ienākumus.

- 110 Mazumtirgotāju pusē galveno komponenti veido miltu iepirkumu cena – vidēji 74 % aplūkotajā periodā. Nākamās svarīgākās komponentes ir ieņēmumi/zaudējumi, veikala uzturēšanas izmaksas, personāla izmaksas un izdevumi, kas veidojušies no preču zudumiem (sk. 21. attēlu).



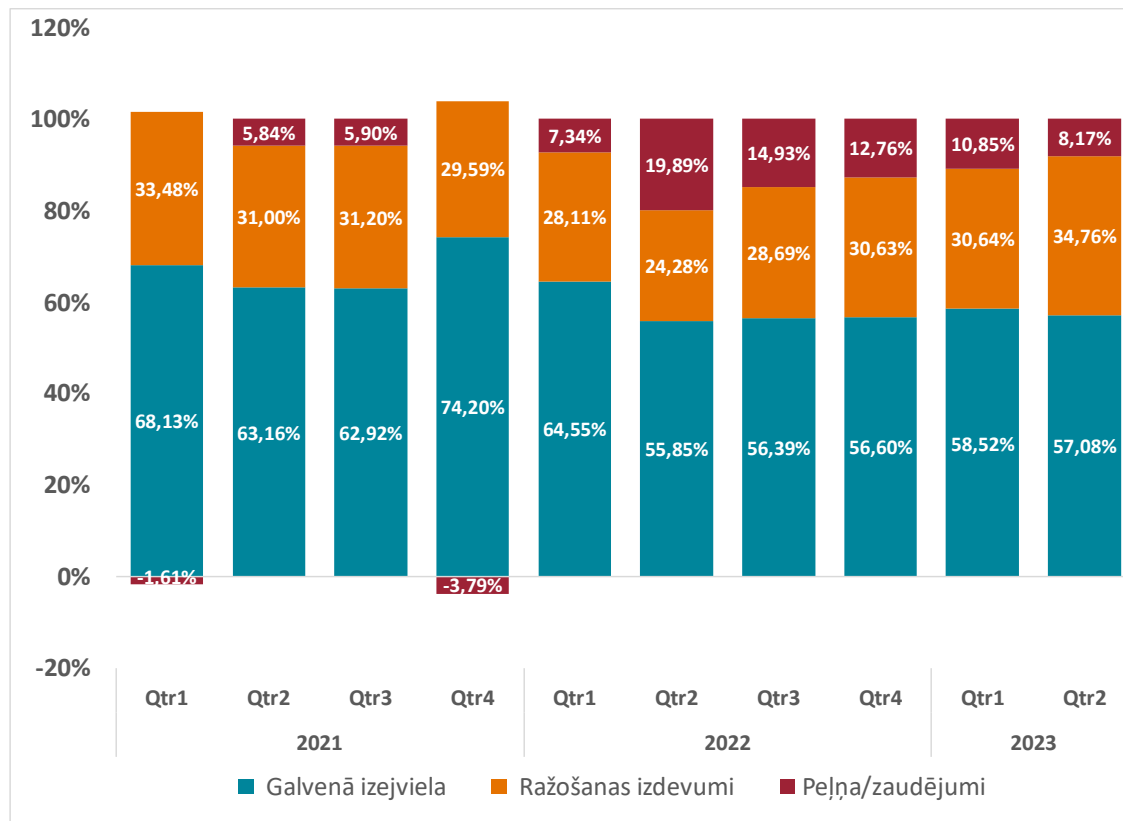
21. attēls. **Mazumtirdzniecības posma kviešu miltu pārdošanas izmaksu galvenās komponentes (%) 01.01.2021.– 31.05.2023. pa ceturkšņiem.**

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 111 Lai gan kopumā mazumtirgotāju pusē kviešu miltu tirdzniecība ir bijusi rentabla, vienam no mazumtirgotājiem atsevišķos ceturkšņos konstatēti zaudējumi no miltu tālākpārdošanas attiecībā uz privātās preču zīmes kviešu miltu pārdošanu. Un šajā gadījumā zaudējumus radījušas vai nu iepirkuma cenas īpatsvara palielināšanās, vai arī veikala uzturēšanas izmaksu palielināšanās.

Griķi

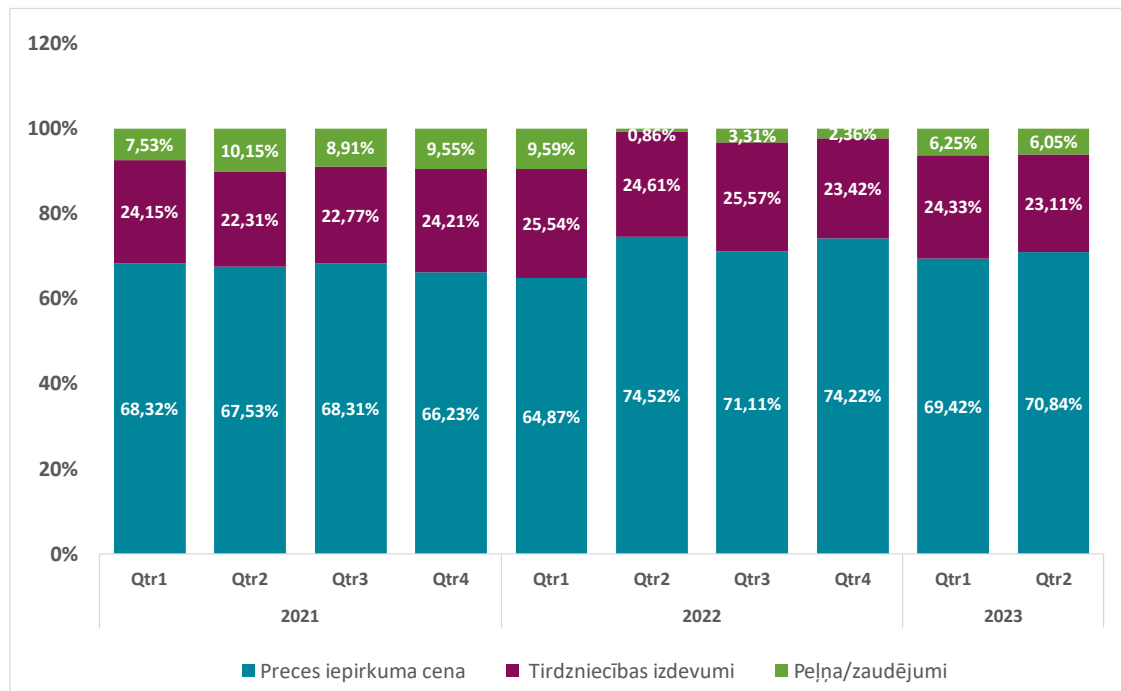
- 112 Apskatot griķu ražošanas un vairumtirdzniecības posma galveno komponentu sarakstu, konstatējams, ka galvenā komponente ir galvenās izejvielas izmaksas, kas veido ~62 % visā apskatītajā periodā. Nākamās nozīmīgākās komponentes ir iepakojums, peļņa/zaudējumi, personāla izmaksas. Ražotāji arī norādījuši, ka būtisku īpatsvaru komponentu sarakstā veido pārējo izmaksu pozīcija (vidēji ap 13–14 %), kas tostarp ietver procentu maksājumus par aizdevumiem, kā arī apjoma bonusu un loģistikas pakalpojumu maksas klientiem (sk. 22. attēlu).



22. attēls. **Ražošanas/vairumtirdzniecības posma griķu pārdošanas izmaksu galvenās komponentes (%) 01.01.2021.–31.05.2023. pa ceturkšņiem.**

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 113 Vienlaicīgi konstatējams, ka galvenās izejvielas – griķu putraimu – cenas pieauguma dēļ 2021. gada pirmajā un ceturtajā ceturksnī griķu ražotāji bija spiesti strādāt ar zaudējumiem, taču tie tika izlīdzināti 2022. gadā, kad ieņēmumu komponente veidoja samērā labu īpatsvaru.
- 114 Vērtējot mazumtirdzniecības posma izmaksu komponentes, konstatējams, ka visā apskatītajā periodā galvenās izmaksu komponentes bijušas: preces iepirkuma cena, veikala uzturēšanas izmaksas, personāla izmaksas, preču zudumi, peļņa/zaudējumi. Lielāko daļu no gala cenas veido griķu iepirkuma cena (~70%). Konstatējams, ka preču zudumu izmaksas pieaugušas, sākot ar 2022. gadu, kā arī 2022. gada otrajā ceturksnī, palielinoties griķu iepirkuma cenai, samazinājusies mazumtirgotāja peļņas daļa, un situācija turpinājusies līdz 2023. gada sākumam, kad, griķu iepirkuma cenai samazinoties un attiecīgi pārējām komponentēm paliekot vairāk vai mazāk nemainīgā izmaksu līmenī, mazumtirgotāju ieņēmumi ir palielinājušies no griķu pārdošanas (sk. 23. attēlu).



23. attēls. **Mazumtirdzniecības posma griķu pārdošanas izmaksu galvenās komponentes (%) 01.01.2021.–31.05.2023. pa ceturkšņiem.**

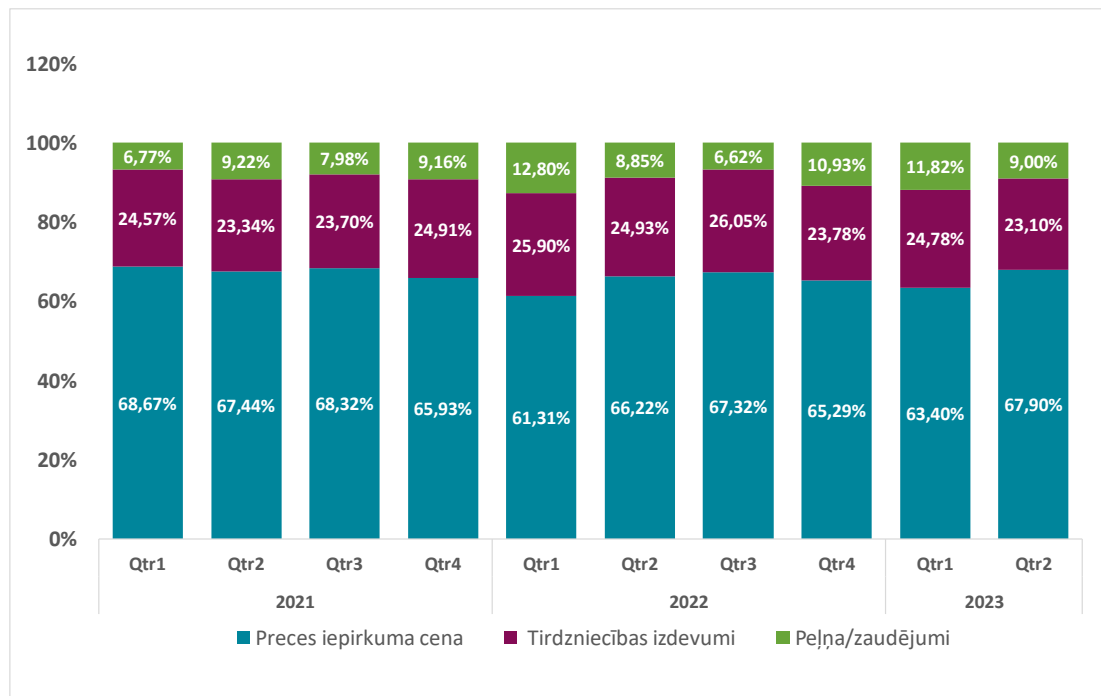
Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 115 Vienlaicīgi, salīdzinot mazumtirgotāju peļņas un zaudējumu komponenti griķiem un piena produktiem, konstatējams, ka attiecībā uz pienu – mazumtirgotāji strādā ar zaudējumiem, bet attiecībā uz griķu realizāciju gala patērētājiem griķi ir produkts, kas nosedz visas pārdošanas izmaksas, un tādēļ griķu pārdošana ir rentablāka un mazumtirgotāji no to pārdošanas gūst tiros ieņēmumus.

Spageti makaroni

- 116 KP rīcībā esošie dati no Latvijas ražotājiem par spageti ražošanu ir tikai no viena ražotāja (DDZ), līdz ar to KP, ievērojot ierobežotas pieejamības informācijas statusu, atsevišķu attēlu par spageti ražošanas komponentēm neatspoguļo. KP konstatē, ka ražotājam spageti ražošanā lielāko komponenti veido galvenās izejvielas izmaksas, kas visā apskatītajā periodā bija vidēji 56 % no spageti makaronu tālākpārdošanas cenas. Vienlaicīgi arī konstatējams, ka ceturkšņos, kad galvenā komponente veidoja lielāko īpatsvaru, ražotājs ir strādājis ar zaudējumiem (t.i., 2022. gada 1. un 3. ceturksnī).
- 117 Citas komponentes, kas veido mazāku īpatsvaru, bet ir nozīmīgas spageti makaronu ražošanā, ir iepakojums, personāla izmaksas, citas izmaksas, kas ietver jau minētos administratīvos, loģistikas, aizņēmuma procentu maksājumus un citus izdevumus.
- 118 Vērtējot mazumtirgotāju komponentes spageti makaronu pārdošanā tās neatšķiras no komponentēm, kas veido tālākpārdošanas cenu arī iepriekš apskatītajiem graudu produktiem (miltiem, griķiem).

- 119 Secināms, ka 66 % no vidējās tālākpārdošanas cenas veido iepirkuma cena. Vienlaicīgi arī konstatējams, ka visu apskatīto periodu spageti makaronu tirdzniecība ir nesusi ieņēmumus, attiecīgi vidējais tīro ieņēmumu īpatsvars ir bijis ap 9 % (sk. 24. attēlu).

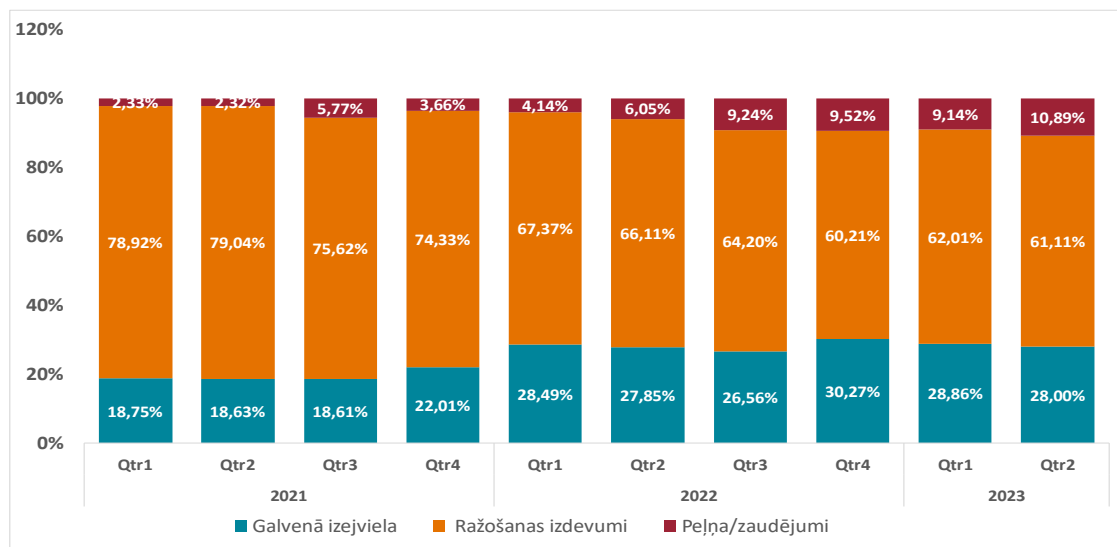


24. attēls. **Mazumtirdzniecības posma spageti makaronu pārdošanas izmaksu galvenās komponentes (%) 01.01.2021.– 31.05.2023. pa ceturkšņiem.**

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

Maize

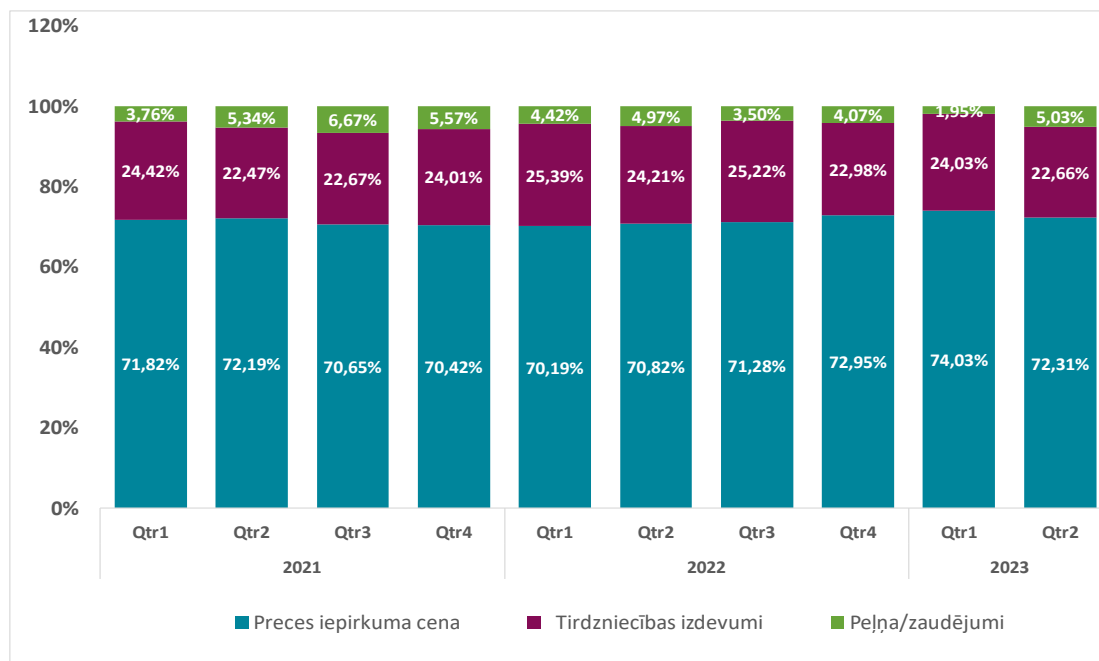
- 120 Ja iepriekš apskatītiem graudu produktiem ražošanas posmā galvenā izejviela veidoja vismaz 50 % no tālākpārdošanas cenas, tad attiecībā uz maizes komponentēm galvenā izejviela lielākajai daļai maizes ražotāju veido vidēji 25 %, t. i., vidēji 15 % veido pārējās izejvielas un tikai vienam importa ražotājam galvenā izejviela veido virs 50 % no vidējās maizes tālākpārdošanas cenas.
- 121 Vienlaicīgi secināms, ka lielu daļu no tālākpārdošanas cenas ieņem komponente "citas izmaksas", kas veido vidēji ap 30 %, un tieši šo izmaksu palielināšanās ietekmē (īpaši 2021. gada 1–2. ceturksnī un 4. ceturksnī ražotājam bijis jāpārskata pārējie izdevumi un tam bija jāsamazina tīrie ieņēmumi. Vienlaicīgi konstatējams, ka visā apskatītajā periodā maizes ražotāji kopumā darbojušies ar tīriem ieņēmumiem, ar kuriem tostarp spējuši nosegt visus ar maizes ražošanu un tālākpārdošanu saistītās izmaksas, lai gan atsevišķos periodos dažiem ražotājiem komponentēs parādās arī zaudējumi (sk. 25. attēlu). Jāņem vērā, ka KP savā pētījumā ir apskatījusi visnotaļ lielus maizes ražotājus, un līdz ar to arī secināms, ka situācija attiecībā uz komponentu sadalījumu var būtiski atšķirties no mazo un vidējo maizes ražotāju situācijas.



25. attēls. **Ražošanas posma kviešu un rudzu maizes pārdošanas izmaksu galvenās komponentes (%) 01.01.2021.– 31.05.2023. pa ceturkšņiem.**

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 122 Analizējot maizes tirdzniecības komponentu sastāvu mazumtirdzniecības posmā, secināms, ka maizes tirdzniecība ietver tās pašas galvenās komponentes, ko spageti makaronu, griķu, kviešu miltu tirdzniecība (iepirkuma cena, personāla izmaksas, veikala uzturēšanas izmaksas, peļņas/zaudējumu komponente). Tātad iepirkuma cena veidoja vidēji 72 % no tālākpārdošanas cenas, nākamā būtiskākā komponente – veikala uzturēšana – 14 % (sk. 26. attēlu).



26. attēls. **Mazumtirdzniecības posma kviešu un rudzu maizes pārdošanas izmaksu galvenās komponentes (%) 01.01.2021.– 31.05.2023. pa ceturkšņiem.**

Avots: KP izstrādāts, izmantojot tirgus dalībnieku sniegtos datus.

- 123 Attiecībā uz izmaksu mijiedarbību vienai ar otru konstatējams, ka tādu izmaksu palielināšanās gadījumā kā veikala uzturēšana, personāla izmaksas vai iepirkuma cena, tirgotāji izmaksu pieaugumu sedz uz savu tīro ieņēmumu rēķina. Vienlaikus konstatējams, ka visā apskatītajā periodā kopumā mazumtirgotāji ar maizes tālākpārdošanas cenu ir spējuši nosegt visas tirdzniecības izmaksas un gūt tīros ienākumus, lai gan arī atsevišķos periodos visi mazumtirgotāji ir cietuši zaudējumus.
- 124 KP konstatē, ka tādas izmaksas kā personāla izmaksas un veikala uzturēšanas izmaksas, mazumtirgotāji sadala vienmērīgi uz visiem tirgus uzraudzībā apskatītajiem produktiem, jo gan kviešu miltu, gan spageti makaronu, gan kviešu un rudzu maizes, gan griķu komponentēs stabili 14 % veido veikala uzturēšanas izmaksas un 10 % – personāla izmaksas. Savukārt piena produktu grupā (sieram, skābajam krējumam, pienam) personāla izmaksas svārstījās vidēji 9–10 % robežās un veikala uzturēšanas izmaksas bija robežās vidēji no 11–13 %. Ievērojot, ka KP datus ir apkopojusi gan piena produktu grupai, gan maizes un graudu produktu grupai no vieniem un tiem pašiem mazumtirgotājiem, secināms, ka mazumtirgotāji izmaksas sadala vienmērīgi attiecībā uz vienas vai pat vairāku produktu grupu precēm. Vienlaicīgi tas arī apliecina KP iepriekš secināto, ka tāpat kā izmaksas arī tīrie ieņēmumi tiek skatīti vairāku preču vai preču grupu kopsakarā, t. i., vienai precei no tās pārdošanas nesot zaudējumus, kādas citas preces pārdošanas tīrie ieņēmumi nosedz arī pirmās zaudējumus.
- 125 Kopsakarā ar iepriekš minēto attiecībā uz visiem preču piegādes posmiem norādāms, ka grāmatvedības peļņas (angliski – *accounting profits*) jēdziens būtu nošķirams no ekonomiskās peļņas (angliski – *economic profits*) jēdziena.⁹⁸ Savukārt grāmatvedības dati attiecībā uz peļņas rādītājiem būtu interpretējami ar piesardzību.⁹⁹ Līdz ar to viennozīmīgi nevar apgalvot, ka maizes un graudu produktu grupas preču ražošana vai mazumtirdzniecība būtu nerentabla un vai nestu 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.

III SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI

- 126 Tirgus uzraudzības mērķis bija sniegt informāciju par cenu transmisijas norisi piegādes ķēdes posmos, vienlaicīgi ar KP izvērtējumu sniedzot nozarei un sabiedrībai piegādes ķēdes dalībnieku mijiedarbību produkta gala cenu jautājumos. KP sniegusi ieskatu lauksaimniecības un piegādes ķēdes posmos attiecībā uz maizes un graudu produktu grupu. KP veikusi cenu transmisiju analīzi, novērtējot cenu izmaiņu korelācijas ražošanas un tirdzniecības posmos. KP analizējusi tirgus dalībnieku sniegtos datus par maizes un graudu produktu cenu komponentēm. Veicot tirgus uzraudzību, KP ir konstatējusi un **secinājusi** turpmāk norādīto.

⁹⁸ 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>

⁹⁹ Ibid.

- 127 KP secina, ka situācija globālajos tirgos ietekmē maizes un graudu produktu grupu. Latvija ir salīdzinoši maza tirdzniecības partnervalsts, kuras graudu un rapšu nozare ir uz eksportu vērsta (neto eksportētāja). Tā nevar ietekmēt eksporta cenu un ir spiesta pieņemt cenas nosacījumus, kurus tai diktē situācija starptautiskajos tirgos.
- 128 Ievērojami (par 42,2 %) pieaugusi graudu vidējā iepirkuma cena – no 196,84 *euro* par tonnu 2021. gadā līdz 279,95 *euro* 2022. gadā. Lielākais cenas palielinājums 2022. gadā bija rudziem – par 57,2 %; kviešu cena palielinājās par 39,9 %; griķu cena samazinājusies par 10 %, salīdzinot ar 68,5 % lielu pieaugumu 2021. gadā pret 2020. gadu. Vienlaicīgi kopš 2022. gada jūnija graudu cenām pasaulē kopumā un arī Latvijā ir tendence samazināties, un kopš 2022. gada jūlija graudu iepirkuma cena Latvijā bija zemākā starp ES valstīm.
- 129 KP konstatējusi, ka Latvijā graudaugu saimniecību skaits samazinās, taču graudaugu sējumu platības pieaug. Tas norāda, ka arvien vairāk lauksaimniecībai derīgās zemes tiek izmantotas graudaugu sējumiem. Piemēram, pieauga ziemas kviešu, kas veido lielāko daļu (69 % 2022. gadā) no graudu kopražas platības. Ievērojami pieauga griķu, kas veidoja 0,78 % no graudaugu kopražas 2022. gadā, sējumu platības. Savukārt rudzu, kas veidoja 3,98 % no graudaugu kopražas 2022. gadā, sējumu platības samazinājās.
- 130 Turpina samazināties lauku saimniecību skaits un palielinās to vidējais lielums, kas, KP ieskatā, var liecināt par saimniecību konsolidēšanos, jo mazās saimniecības neiztur konkurenci un lielās saimniecības ne tikai pārņem mazo saimniecību platības, bet arī paplašina tās. Tas savukārt nodrošinātu tam apjomradītus ietaupījumus (angliski – *economies of scale*), kā arī veicinātu tirgus varas pozīcijas (angliski – *buyer power*) un spēju aizstāvēt savas intereses (angliski – *bargaining power*).¹⁰⁰
- 131 Ņemot vērā izmaksu struktūru, energoresursu cenu straujo pieaugumu tieši 2022. gada vasarā, kā arī citu izejvielu cenu pieaugumu, maizes un graudu produktu precēm cenu pielāgošanas amplitūdu 2023. gada graudu cenu samazinājums nav sekmējies. Acīmredzot to ietekmējuši jau esošo graudu krājumu iepirkšanas cenas attiecīgajos piegādes ķēdes posmos.
- 132 KP konstatējusi, ka maizes un graudu produktu grupā vairākām Latvijā saražotām precēm mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā tiek piemērota atšķirīga cenošanas politika nekā ārpus Latvijas saražotām precēm, proti, Latvijā saražotām precēm tiek piemērots lielāks uzcenojums nekā ārpus Latvijas ražotām precēm. Šāda situācija novērota gan Latvijā saražotiem kviešu miltiem, gan arī Latvijas zīmola griķiem. Savukārt Latvijā saražotā rudzu maize, lai gan no 2022. gada februāra līdz novembrim tika cenota lētāk nekā ārpus Latvijas ražotā rudzu maize, taču jau pēc 2022. gada decembra mazumtirgotāju posmā patērētājiem par

¹⁰⁰ 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>

Latvijā saražoto rudzu maizi bija jāmaksā vairāk nekā par ārpus Latvijas ražoto rudzu maizi.

- 133 Atsevišķām maizes un graudu produktu precēm tieši Latvijā ražotām precēm mazumtirgotāju posmā cenas ir bijušas zemākas nekā ārpus Latvijas ražotām precēm. Piemēram, baltmaize, kas tiek ražota Latvijā, vidēji tika cenota par 21 % lētāk nekā ārpus Latvijas ražotā baltmaize. Arī Latvijā ražotie spageti makaroni tika cenoti lētāk nekā ārpus Latvijas ražotie.
- 134 KP konstatējusi, ka rudzu maizes, baltmaizes, kviešu miltu, griķu un spageti makaronu cenas, t. i., mazumtirgotāju iepirkumu cenas, ir acīmredzami zemākas tieši privāto preču zīmju precēm, kuras piegādātāji ražo mazumtirgotājiem, salīdzinājumā ar ražotāju zīmola precēm. Šāda situācija, visticamāk, liecina, ka piegādātāji/ražotāji savas ražošanas izmaksas privāto preču zīmju precēm sedz uz savu zīmola preču peļņas rēķina. Arī aplūkotās cenu veidojošā komponentes un piegādātāju sniegtās atbildes neliecina, ka privāto preču zīmju precēm maizes un graudu produktu kategorijā izmaksas būtu ievērojami zemākas, lai piegādātāji saražoto privāto preču zīmju iepirkuma cenu noteiktu vairāk nekā divas reizes (dažās preču grupās) zemāku nekā ražotāju zīmola precēm. Šādās situācijās, it īpaši, kad piegādātājs ražo gan privātās preču zīmes preces, gan ražotāja zīmolu preces, mazumtirgotājiem ir jābūt īpaši uzmanīgiem, lai tie pret saviem piegādātājiem neveiktu Negodīgas tirdzniecības prakses aizlieguma likumā noteiktās aizliegtās darbības, kas konsolidētā veidā apkopotas šīs tirgus uzraudzības I daļā¹⁰¹.
- 135 Maizes un graudu produktu grupas precēm, t. i., kviešu miltiem, griķiem, spageti makaroniem un maizei, mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā tiek novērota cenu pielāgošanas asimetrija ražotāju zīmolu un privāto preču zīmju maizes un graudu produktiem tāpat kā tirgus uzraudzības I daļā, kur KP analizējusi cenu transmisiju piena produktu grupai un to konstatējusi¹⁰².
- 136 KP konstatēja, ka arvien lielāka daļa no rudzu maizes un baltmaizes gala cenas veidojas mazumtirdzniecības piegādes ķēdes posmā. Ievērojot, ka tieši ražošanas posmā produkts tiek saražots un attiecīgi tas ietver visas ražošanas, iepakojuma un pārējās ražošanas posmam nepieciešamās izmaksas, turpretī mazumtirdzniecības posmā tiek nodrošināta pārdošana un pārdošanas izmaksas, tad tādēļ šāda situācija ar mazumtirgotāju pietuvināto uzcenojumu ražošanas posmam nevar tikt uzskatīta par godprātīgu.
- 137 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 Cuddy-Della Valle indeksa (Cuddy-Della Valle Instability Index (%)) aprēķiniem un akciju skaitu katram tirgus uzraudzībā analizētam produktam visās produktu grupās, tostarp arī maizes un graudu produktiem (rudzu maizei, baltmaizei, kviešu miltiem, griķiem un spageti

¹⁰¹ KP. "Olu, zivju, piena, gaļas, graudu un maizes produktu mazumtirdzniecības" tirgus uzraudzības noslēguma ziņojums (I daļa – piena produkti), 15.–21. rindkopa.

¹⁰² Turpat.

makaroniem).¹⁰³ KP secinājusi, ka vienu un to pašu vai līdzīgu produktu vidējās cenas dažādos veikalu tīklos atšķiras diezgan nozīmīgi, proti, neskatoties uz to, ka mazumtirgotāji tirgus uzraudzībā ir norādījuši, ka tie seko līdzī cits cita 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 maizei un graudu produktiem nosaka patstāvīgi.

- 138 Pamatojoties uz tirgus uzraudzības secinājumiem un tirgus uzraudzības gaitā konstatēto problemātiku, KP attiecībā uz graudu un maizes tirgus izpēti var attiecināt lielāko daļu priekšlikumus, kas tika izteikti tirgus uzraudzības pirmajā daļā attiecībā uz piena produktu grupu¹⁰⁴. Papildus iepriekšminētajiem priekšlikumiem KP izsaka **priekšlikumu mazumtirgotājiem** tirgus uzraudzībā identificēto problēmu risināšanai.
- 139 Situācijās, kad piegādātājs ražo gan mazumtirgotāja privātās preču zīmes preces, gan ražotāja zīmolu preces, kas pēc sastāva ir identiskas, mazumtirgotājiem ir jābūt īpaši uzmanīgiem, lai tie pret saviem piegādātājiem neveiktu Negodīgas tirdzniecības prakses aizlieguma likumā¹⁰⁵ noteiktās aizliegtās darbības. KP konstatējusi, ka ražotāju posmā ražošanas izmaksas pēc sastāva identiskām precēm ir nemainīgas ražotāja zīmola precēm un privātās preču zīmes precēm, taču to iepirkuma cenas būtiski atšķiras. Līdz ar to pirmšķietami mazumtirgotāji ir pakļauti NTPAL pārkāpuma riskam šādās situācijās, ievērojot, ka privātās preču zīmes preces ir lētākas, arī uz mārketinga un reklāmas rēķina, loģistikas izcenojuma un apjoma atlaides rēķina. Līdz ar to KP aicina mazumtirgotājus būt īpaši vērīgiem, lai šādās situācijās netiktu pārkāpta NTPAL noteiktā godīgā tirdzniecības prakse. Mazumtirgotāju godīgai tirdzniecības praksei un prasībām par labticību un godprātību darījumos atbilstošas darbības kļūst arvien aktuālākas, jo šis piegādes ķēdes posms kļūst arvien ietekmīgāks, proti, lielāks uzcenojuma īpatsvars (piemēram, rudzu maizi un baltmaizei) veidojas tieši mazumtirdzniecības posmā.

¹⁰³ KP. "Olu, zivju, piena, gaļas, graudu un maizes produktu mazumtirdzniecības" tirgus uzraudzības noslēguma ziņojums (I daļa – piena produkti), 119.–124., 174.–175. rindkopa.

¹⁰⁴ Pieejams: <https://www.kp.gov.lv/lv/media/11577/download?attachment>

¹⁰⁵ Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/322554-negodigas-tirdzniecibas-prakses-aizlieguma-likums>

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
E-pasts: pasts@kp.gov.lv

www.kp.gov.lv

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