

# TIRGUS DALĪBNIKU APVIENOŠANĀS



## 17

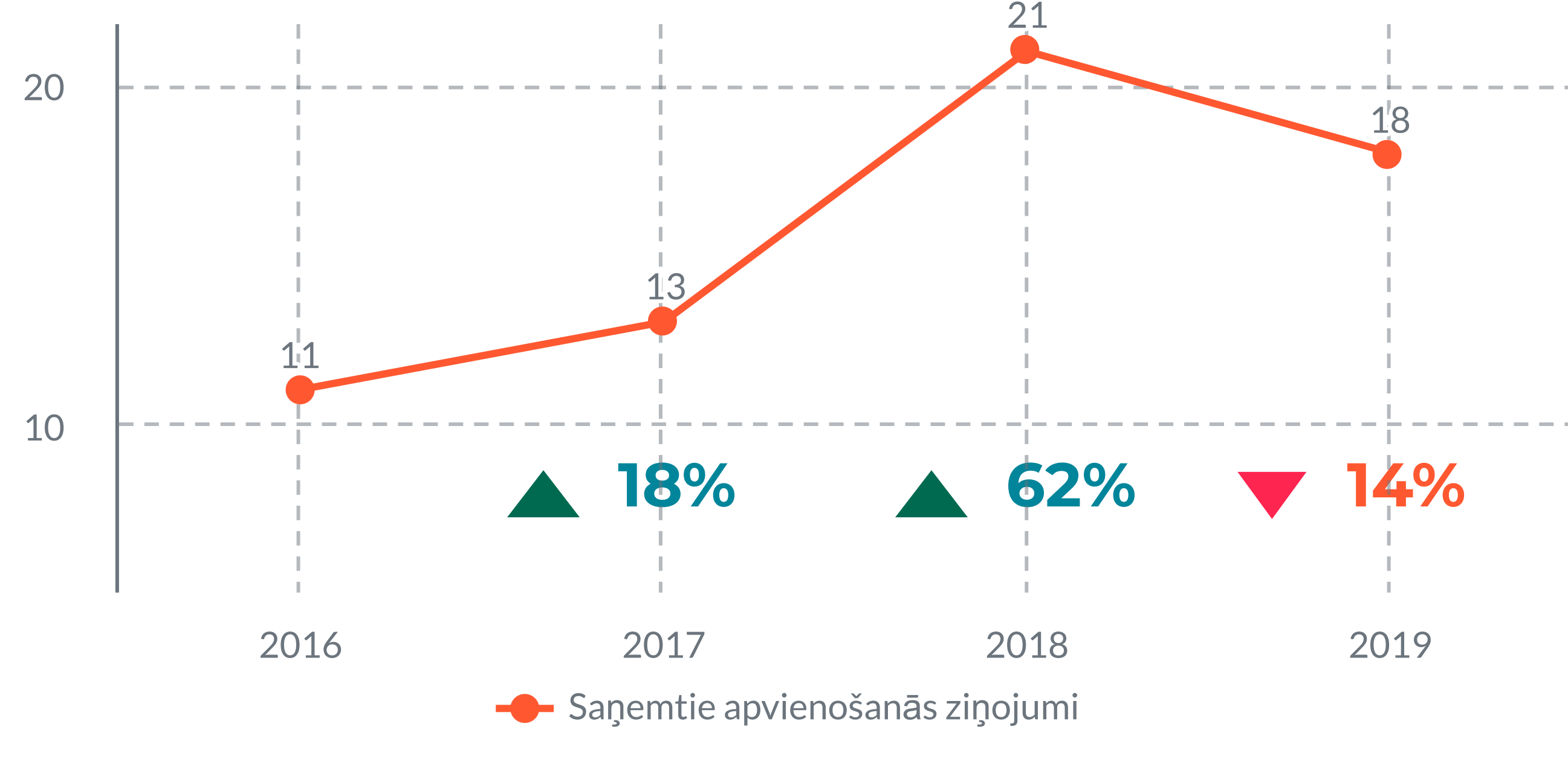
pieņemti lēmumi, **100%** no darījumiem **atļauti**

## 21

ietekmēta tautsaimniecības nozare\*

## +63 %

apvienošanas ziņojumu skaita tendence 2018.-2019. gadā salīdzinājumā ar 2016.-2017. gadu



2019. gadā Konkurences padome (KP) saņēma **18 apvienošanās ziņojumus**, kas ir **par 14 % mazāk nekā gadu iepriekš**.

**Tirgus dalībnieki apvienojas arvien aktīvāk.** Izvērtējot iepriekšējo četrus gadus, iesniegto ziņojumu skaits 2018.-2019. gadā ir par 63 % lielāks nekā 2016.-2017. gadā.

## APVIENOŠANĀS DARĪJUMU PIEAUGUMS - vai ieguvums patērētājiem?

Lai gan 2018. un 2019. gads ir bijis aktīvs periods apvienošanās darījumu kontekstā, būtiski ir saprast, vai darījumu skaita pieaugums jāvērtē kā pozitīva tendence, kas rada ieguvumu patērētājam un ekonomikai kopumā. Pamatā no konkurences viedokļa apvienošanās var radīt divus pretējus efektus.



**Tirgus dalībniekiem pēc apvienošanās ir iespējams sasniegt augstāku produktivitāti un efektivitāti, tādējādi nodrošinot kvalitatīvākas, lētākas un daudzveidīgākas preces.**

**Pieaugot koncentrācijai un tirgus dalībnieku varai, kā arī samazinoties konkurences spiedienam, var pieaugt cenas un tikt samazināta preču izvēle un kvalitāte.**

Faktiskais iznākums ir atkarīgs no tā, kurš no minētajiem efektiem dominēs. ASV pētnieki Brūsa Blonigena (Blonigen) un Džastina Pīrsa (Pierce)\*\* secinājuši, ka kopumā apvienošanās dalībniekiem **horizontālās apvienošanās ir radījušas papildu peļņas iespējas (15-50 % apmērā)**, vienlaikus neradot būtiskus produktivitātes un efektivitātes uzlabojumus. Līdz ar to pārsvarā **ir dominējuši negatīvie efekti**, kā rezultātā patērētāji faktiski nav bijuši ieguvēji.

Lai gan šādi pētījumi Latvijā vēl nav veikti, ASV secinājumi norāda, ka **konkurences uzraugiem ir jāpievērš pastiprināta uzmanība apvienošanās darījumiem - it īpaši horizontālā līmenī**, kad apvienojas savstarpēji konkurējoši uzņēmumi.

Arī KP pēdējo četrus gadus laikā **padziļināti vērtēja (II fāzē\*\*\*) 15 horizontālus darījumus**, kas skar dažādus tirgus.

### Padziļināti vērtēto horizontālo apvienošanās skaits

2016

**3**

2017

**4**

2018

**6**

2019

**2**

**40 %** no II fāzes horizontālajiem darījumiem skāruši **ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgu**.

Padziļināta analīze veikta arī **degvielas, telekomunikāciju un digitāla satura pakalpojumu, apdrošināšanas, veselības, alus**, kā arī **lauksaimniecības (graudi, lopbarība, lauksaimniecības tehnika) tirgos**.

**KP ir aizliegusi** divus darījumus jeb **13 %**, jo tie radītu būtisku kaitējumu konkurencei.

No 15 horizontālajiem darījumiem, **40 %** ir skāruši **ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgu**. Visi KP aizliegtie darījumi pēdējo četrus gadus laikā ir bijuši ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū Rīgā.

Lai arī 2019. gadā padziļināti izvērtēto darījumu skaits ir zemāks nekā iepriekšējos gados, **vairums no horizontālajiem darījumiem** 2019. gadā notika **starp tādiem tirgus dalībniekiem, kuru tirgus daļas ietekmētajos tirgos ir salīdzinoši zemas**. Tādējādi padziļinātas analīzes veikšana nebija nepieciešama.

Tai pat laikā, ņemot vērā arī pieredzi ASV, KP turpinās pievērst pastiprinātu uzmanību nozīmīgiem apvienošanās darījumiem, **it īpaši ja tie notiks horizontālā līmenī starp tuviem konkurentiem tirgos, kur ir salīdzinoši augstas ienākšanas barjeras**.

## Nozīmīgākie tirgi, kuros 2019. gadā īstenotas apvienošanās

### Degvielas tirgus

Gan 2019. gadā, gan **pēdējo četrus gadus laikā kopumā ir novērojama izteikta tirgus dalībnieku aktivitāte degvielas tirgū** - kopš 2016. gada KP ir saņēmusi desmit apvienošanās ziņojumus. Daļa no darījumiem ir bijuši starp vairumtirgotāju un mazumtirgotāju, kas liecina, ka degvielas tirgū tiek īstenota arī vertikāla integrācija.

2019. gadā īstenotajā apvienošanās, kur SIA "Latvijas propāna gāze" (LPG) iegādājās sešas autogāzes uzpildes stacijas Rīgā un Jūrmalā, KP padziļināti vērtēja gan horizontāli ietekmēto autogāzes tirgu, gan vertikālo sadarbību starp LPG un tās klientiem. Lai gan KP nekonstatēja būtisku kaitējumu konkurencei un darījumu atļāva, joprojām aktuāls ir jautājums par nepieciešamību pilnveidot KP tirgus definīcijas pieeju, vērtējot lokālos tirgus. **Līdz ar informācijas pieejamību** (lojalitātes kartes, autobraucēju pārvietošanās dati), arī **KP paveras iespēja pilnveidot tirgus analīzi**, tādējādi nonākot pie ekonomiski precīzākām konkrētā tirgus robežām, kurās degvielas uzpildes stacijas savā starpā efektīvi konkurē.

Vienlaikus, pēdējo trīs gadu laikā **konkurence degvielas tirgū kopumā ir pieaugusi** - tirgū ir ienākuši gan jauni konkurenti, gan esošie tirgus dalībnieki ir paplašinājuši savu degvielas uzpildes staciju tīklu, tādējādi palielinot pieejamību un izvēles iespējas patērētājiem. Jaunu tirgus dalībnieku ienākšana tirgū arī samazina konkurentu koordinētu darbību risku.

Tāpat, lai uzlabotu savu konkurētspēju, **tirgus dalībnieki arvien aktīvāk paplašina piedāvājumu degvielas uzpildes stacijās**, piemēram, ieviešot jaunus degvielas veidus, attīstot piedāvājumu (preču sortimentā dažādība u.c.), paplašinot ēdināšanas iespējas un ieviešot citus papildpakalpojumus.

### Alus tirgus

Pērn viens no nozīmīgākajiem darījumiem, kur KP veica padziļinātu analīzi, bija divu alus ražotāju - SIA "Lāčplēša alus" (Cido grupa) un SIA "Bauskas alus" apvienošanās. Īpašu uzmanību KP pievērsa tieši HoReCa\*\*\*\* (Horeca) segmentam.

**Horeca segmentam ir raksturīgi atšķirīgi pieprasījuma apstākļi** (piemēram, klienta ierobežotās iespējas piedāvāt plašu alus klāstu, lejamā alus nepieciešamība) **salīdzinājumā ar citiem mazumtirdzniecības kanāliem** (piemēram, veikali). KP analizēja, vai Cido grupa apvienošanās rezultātā spēs izmantot savu tirgus varu pret esošiem tirgus dalībniekiem, ierobežojot vai kavējot potenciālo tirgus dalībnieku ienākšanu Horeca segmentā.

Izpētes rezultātā KP secināja, ka apvienošanās būtiski nemainīs tirgus struktūru, kā arī Cido grupai neizveidosies vai nenostiprināsies dominējošais stāvoklis nevienā no ietekmētajiem tirgiem (tai skaitā Horeca segmentā). Tāpēc darījums tika atļauts.

Vienlaikus gan konkrētā apvienošanās, gan papildu saņemtā informācija no tirgus dalībniekiem motivēja **KP 2019. gadā uzsākt alus tirgus uzraudzību**, kuras ietvaros KP vērtēja gan tirgus tendences Latvijā kopumā, gan konkurences stāvokli Horeca segmentā. Papildus KP arī veica patērētāju aptauju par alus lietošanas paradumiem kopumā.

KP uzraudzībā secināja, **ka pēdējo desmit gadu laikā konkurence alus tirgū ir pastiprinājusies**, kā rezultātā Latvijas patērētājiem ir nodrošināta plašāka un kvalitatīvāka alus izvēle. Tai pat laikā tirgū joprojām pastāv atsevišķas nepilnības, kuras ir nepieciešams risināt, piemēram, KP konstatēja, ka Latvijas patērētāji nesaņem informāciju par alus izcelsmes vietu uz alus pudeļu etiķetēm, tādējādi patērētājiem var būt maldīgs priekšstats, ka alus ir vietējais ražojums nevis importa.

Ar plašāku analīzi un KP uzraudzības secinājumiem jebkurš interesents var iepazīties KP tīmekļa vietnē [www.kp.gov.lv](http://www.kp.gov.lv).

\* Atbilstoši apvienošanās dalībnieku darbības veidam (NACE 2 klasifikācijai). Viena apvienošanās var ietekmēt vairāk nekā vienu nozari.

\*\* Bruce A. Blonigen and Justin R. Pierce "Evidence for the Effects of Mergers on Market Power and Efficiency" (2016).

\*\*\* Pirmā fāze - vienkāršoti apvienošanās darījumi, kur nav nepieciešamība veikt padziļinātāku tirgus analīzi. Otrā fāze - sarežģīti apvienošanās darījumi, kur nepieciešams veikt padziļinātu tirgus analīzi.

\*\*\*\* Viesnīcu, restorānu un sabiedriskās ēdināšanas segments.