

KONKURENCES PADOMES PIENA TIRGUS UZRAUDZĪBA

PUBLISKOJAMĀ VERSIJA

Autori:
Analītiskā departamenta vecākā referente **Sanita Kuplā**
Vecākā ekonomiste **Ilze Tarvāne**

Saturs

1. Tirgus uzraudzības dalībnieki	3 lp
2. Datu ieguve un analīzes metodoloģija.....	4
3. Konstatējuma daļa	5
3.1. Piena iepirkuma cenas un apjomi	5
3.2. Uzraudzībā salīdzināmo produktu īpatsvars atsevišķās mazumtirdzniecības ķēdēs.....	7
3.2.1. SIA „NELDA” lielveikalos realizētais piena īpatsvars pret kopējo piena realizēto apjomu 2006.gadā un 2007.gadā.....	7
3.2.2. SIA „NELDA” lielveikalos realizētais biezpiena īpatsvars pret kopējo biezpiena realizēto apjomu 2006.gadā un 2007.gadā.....	7
3.2.3. SIA „Maxima Latvija” lielveikalos realizētais piena īpatsvars pret kopējo piena realizēto apjomu 2006. un 2007.gadā.....	7
3.2.4. SIA „Maxima Latvija” lielveikalos realizētais biezpiena īpatsvars pret kopējo biezpiena realizēto apjomu 2006. un 2007.gadā	8
3.2.5. SIA „RIMI Latvia” lielveikalos realizētais piena īpatsvars pret kopējo piena realizēto apjomu 2006. un 2007.gadā	8
3.2.6. SIA „RIMI Latvia” lielveikalos realizētais biezpiena īpatsvars pret kopējo biezpiena realizēto apjomu 2006. un 2007.gadā.....	8
3.2.7. SIA „Iepirkumu Grupa” lielveikalos realizētais piena īpatsvars pret kopīgo piena realizēto apjomu 2006. un 2007.gadā.....	9
3.2.8. SIA „Iepirkumu Grupa” lielveikalos realizētais biezpiena īpatsvars pret kopīgo biezpiena realizēto apjomu 2006. un 2007.gadā	9
3.2.9. SIA „Skai Baltija” lielveikalos realizētais piena īpatsvars pret kopīgo piena realizēto apjomu 2007.gadā	9
3.2.10. SIA „Skai Baltija” lielveikalos realizētais biezpiena īpatsvars pret kopīgo biezpiena realizēto apjomu 2007.gadā.....	9
3.2.11. SIA „Palink” lielveikalos realizētais piena īpatsvars pret kopīgo piena realizēto apjomu 2006. un 2007.gadā	10
3.2.12. SIA „Palink” lielveikalos realizētais biezpiena īpatsvars pret kopīgo biezpiena realizēto apjomu 2006. un 2007.gadā	10
3.3. Būtiskākie ekonomiskie rādītāji.....	10
3.4. Atsevišķu piena pārstrādes komercsabiedrību piena un biezpiena realizācijas analīze	11
3.4.1. AS „Talsu piensaimnieks” piena un biezpiena realizācija mazumtirdzniecības tīklos.....	11
3.4.1.1. AS „Talsu piensaimnieks” piena realizācijas cenas izvērtējums.....	11
3.4.1.2. AS „Talsu piensaimnieks” biezpiena realizācijas izvērtēšana.....	12
3.4.2. AS „Tukuma piens” piena realizācija mazumtirdzniecības tīklos	13
3.4.3. AS „Valmieras piens” piena un biezpiena realizācija mazumtirdzniecības tīklos	13
3.4.3.1. AS „Valmieras piens” piena realizācijas cenas izvērtējums.....	13
3.4.3.2. AS „Valmieras piens” biezpiena realizācijas cenas izvērtējums	16
3.4.4. SIA „Rīgas piensaimnieks” piena un biezpiena realizācija mazumtirdzniecības tīklos.....	16
3.4.4.1. SIA „Rīgas piensaimnieks” piena realizācijas cenas izvērtējums	16
3.4.4.2. SIA „Rīgas piensaimnieks” biezpiena realizācijas cenas izvērtējums.....	16

3.4.5. AS „Rīgas piena kombināts” piena un biezpiena realizācija mazumtirdzniecības tīklos.....	17
3.4.5.1. SIA „Rīgas piena kombināts” piena „Limbažu piens” realizācijas cenas izvērtējums	17
3.4.5.2. SIA „Rīgas piena kombināts” piena „RASA” realizācijas cenas izvērtējums	17
3.4.5.3. SIA „Rīgas piena kombināts” biezpiena „Limbažu piens” realizācijas cenas izvērtējums.....	18
3.4.5.4. SIA „Rīgas piena kombināts” biezpiena „Limbažu piens” realizācijas cenas izvērtējums.....	18
3.5. Piena pārstrādes komercsabiedrības „AA” skaidrojums par realizāciju zem pašizmaksas u.c. jautājumiem.....	18
Secinājumi	22

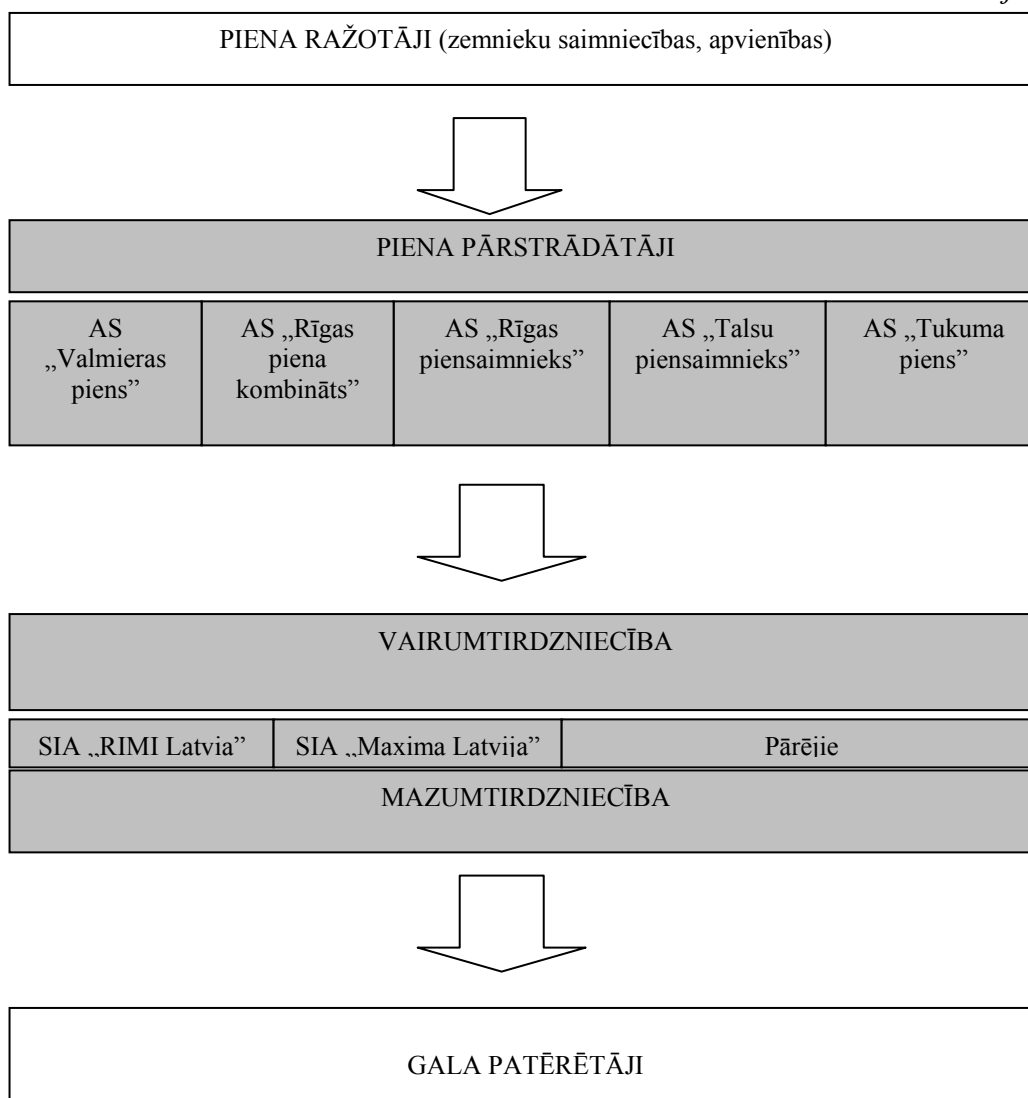
Piena un biezpiena ražošanas, piegādes un realizācijas tirgus uzraudzība

2008.gada sākumā Konkurences padome uzsāka izvērtēt piena un biezpiena cenu izmaiņas par laika periodu no 2006.gada janvāra līdz 2007.gada decembrim piena ražošanas, piegādes un realizācijas tirgū. Līdzīga tirgus uzraudzība tika veikta 2006.gadā par laika periodu no 2004.gada janvāra līdz 2005.gada decembrim.

1. Tirgus uzraudzības dalībnieki

Piensaimniecības nozarē ir vairāki līmeņi no lauksaimniecības līdz patērētājam, ar dažādiem procesiem tajos, mērķiem un atšķirīgām tirgus situācijām. Tomēr visas iesaistītās puses ir savstarpēji saistītas pieprasījuma/piedāvājuma un piegādātāja/klienta attiecībās, kas shematiski ir atspoguļots Zīmējumā Nr.1.

Zīmējums Nr.1



SIA „RIMI Latvia”, SIA „Maxima Latvija”, SIA „NELDA”, SIA „Iepirkumu Grupa”, SIA „Prisma”, SIA „Palink”, SIA „Skai Baltija” no piena pārstrādātājiem AS „Rīgas piena kombināts”, AS „Valmieras piens”, AS „Rīgas piensaimnieks”, AS „Tukuma piens”, AS „Talsu piensaimnieks” pienu un biezpienu iepērk vairumā un tālāk šos produktus pārdod mazumtirdzniecībā gala patērētājam, t.i. pārdod produktus tieši gala patērētājam viņa personīgām, nekomerciālām vajadzībām.

Tirgus uzraudzības ietvaros tika analizēti piena pārstrādes komercsabiedrību sniegtie dati par to saražoto produkciju (piens, biezpiens) un to aprites ciklu pie patērētājiem caur mazumtirdzniecības komercsabiedrībām. Lai izvērtētu piena un biezpiena cenu veidošanos, no piena pārstrādes komercsabiedrībām tika iegūta informācija par vidējām 1t un 1kg piena iepirkuma cenām.

2. Datu ieguve un analīzes metodoloģija

Sākotnēji Konkurences padome tika lūgusi informāciju tādām piena pārstrādes komercsabiedrībām kā AS „Rīgas piena kombināts”, AS „Lazdonas piensaimnieks”, AS „Latgales piens”, SIA „Rīgas piensaimnieks”, AS „Talsu piensaimnieks”, AS „Tukuma piens”, AS „Valmieras piens”, AS „Cesvaines piens”. Mazumtirdzniecības komercsabiedrības, kurām tika nosūtīts informācijas pieprasījums, bija AS „Prisma Latvija”, SIA „RIMI Latvia”, SIA „Zemniecība”, SIA „Mego”, SIA „BAF LTD”, SIA „Iepirkumu Grupa” (mazumtirdzniecības veikali TOP), SIA „Maxima Latvija”, Tirdzniecības uzņēmumu apvienība „Baltstor”, SIA „Palink” (mazumtirdzniecības veikali IKI, Cento), SIA „Skai Baltija”, SIA „Stockmann”, SIA „Latvijas tirgotāju kooperācija „AIBE””, SIA „NELDA”, SIA „ELVI Grupa”. No visiem aptaujātajiem respondentiem, kas kopā veidoja 100%, dati tirgus uzraudzības analīzei tika izmantoti 75% apjomā.

2008.gada sākumā, aizsākot uzraudzību, tika organizētas atsevišķas tikšanās ar piena pārstrādātājiem. Tikšanās laikā tika paskaidrots par gaidāmās uzraudzības mērķiem, uzdevumiem, kā arī kopīgi ar tirgus dalībniekiem apspriesti uzraugāmie produkti, kurus būtu iespējams salīdzināt pēc to fiziskām īpašībām. Tā kā piena un biezpiena tirgus uzraudzība tika veikta trijos līmeņos, pastiprinātu uzmanību pievēršot pārstrādes un mazumtirdzniecības līmenim, būtiski bija izvēlēties salīdzināmus produktus, tādējādi tirgus uzraudzības analīzei tika izmantoti un salīdzināti šādi produkti: piens un biezpiens un to realizācija mazumtirdzniecības tīklos (tab.Nr.1)

*Tabula Nr.1
Uzraudzības periodā salīdzināmie produkti*

<i>Piena pārstrādes komercsabiedrība</i>	<i>Salīdzināmie produkti</i>	<i>Mazumtirdzniecības komercsabiedrības (lielveikalu tīkli)</i>
AS „Rīgas piena kombināts”	- biezpiens „RASA”, 9%, 200g	SIA „RIMI Latvia” SIA „NELDA” SIA „Maxima Latvija” SIA „Iepirkumu Grupa”
	- biezpiens „Limbažu piens”, 9%, 200g	SIA „Maxima Latvija” SIA „Iepirkumu Grupa”
	- piens „RASA” 2%, 1l	SIA „Skai Baltija” SIA „Palink” SIA „Maxima Latvija” SIA „RIMI Latvia” SIA „Iepirkumu Grupa”
	- piens „Limbažu piens” 2%, 1l	SIA „Skai Baltija” SIA „Palink” SIA „Maxima Latvija” SIA „NELDA” SIA „RIMI Latvia” SIA „Iepirkumu Grupa”
AS „Rīgas piensaimnieks”	- Mājas piens, 2,5%, 1l	SIA „RIMI Latvia” SIA „Maxima Latvia” SIA „NELDA” SIA „Prisma”

		SIA "Skai Baltija" SIA "Palink"
	- Mājas biezpiens, 8%, 200g	SIA „Prisma” SIA „Skai Baltija” SIA „Palink” SIA „NELDA” SIA „Maxima Latvija” SIA „RIMI Latvia”
AS „Valmieras piens”	- biezpiens, 9%, 200g	SIA „Prisma” SIA „RIMI Latvia” SIA „Skai Baltija” SIA „Maxima Latvija”
	-piens, 2,5%, 1l	SIA „NELDA” SIA „Skai Baltija” SIA „Maxima Latvia” SIA „RIMI Latvija”
AS „Tukuma piens”	- piens, elopak, 2,5%, 1l	SIA „Iepirkumu Grupa”
AS „Talsu piensaimnieks”	- piens, 2,5%, 1l	SIA „RIMI Latvia”
	- biezpiens, 9%, 200g	SIA „RIMI Latvia”

Veicot tirgus uzraudzību un ievācot datus no tirgus dalībniekiem Konkurences padome konstatēja, ka daļu no datiem nav iespējams izmatot tālākai salīdzināšanai, jo informācija sniegta nepilnīga, vai par attiecīgo laika periodu nav sniegta vispār. Kā arī interesants fakts tirgus analīzes rezultātā bija, ka, piem., piena pārstrādes komercsabiedrība norāda datus par tā produkcijas realizāciju kādā mazumtirdzniecības tīklā, taču pēc informācijas saņemšanas no attiecīgā mazumtirdzniecības tīkla tiek konstatēts, ka tas nenorāda sadarbību par konkrētā produkta realizāciju ar konkrēto piena pārstrādes komercsabiedrību.

Datu analīzei, tāpat kā iepriekšējai tirgus analīzei par pienu un biezpienu tiek pielietota aprakstošā statistika, ietverot vidējās vērtības rādītāju. Aprēķini veikti, izmantojot ikmēneša dinamikas rindas rādītājus laika periodā no 2006.gada janvāra līdz 2007.gada decembrim par katru no analizētajiem tirgus dalībniekiem un produktiem. Papildus datu apkopošanai un analīzei tiek veikta arī sadarbības līgumu analīze, ko noslēguši piena ražotāji ar piena pārstrādes komercsabiedrībām, kā arī sadarbības līgumi, kas noslēgti starp piena pārstrādes komercsabiedrībām ar mazumtirdzniecības tīkliem.

Jāatzīmē, ka Konkurences padomes veiktajā tirgus uzraudzībā ar vārdu „uzcenojums” tiek definēta starpība starp piena pārstrādes uzņēmumu pārdošanas cenu lielveikaliem (no cenas, ko mazumtirdzniecības tīkls faktiski samaksā pārstrādes komercsabiedrībai, atņemot sadarbības līgumos norādītās atlaides) un galaproduktu cenu jeb lielveikalu realizācijas cenu veikalos. Lai precīzāk novērtētu esošo situāciju par piena un biezpiena cenu veidošanu, datu analīzē tika izmantotas cenas bez pievienotās vērtības nodokļa.

Tirgus uzraudzībā izmantojot definējumu „mazumtirdzniecības tīkls” Konkurences padome vadās no Eiropas Komisijas (EK) paustā viedokļa lietā Nr.COMP/M.3464 – Kesko/ICA/JV, kur noteikts, ka ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecība lielveikalu vidē iekļauj supermārketus, hipermārketus un zemo cenu veikalus, no tā izslēdzot tirgus, kioskus, specializētos veikalus.

3. Konstatējuma daļa

3.1. Piena iepirkuma cenas un apjomi

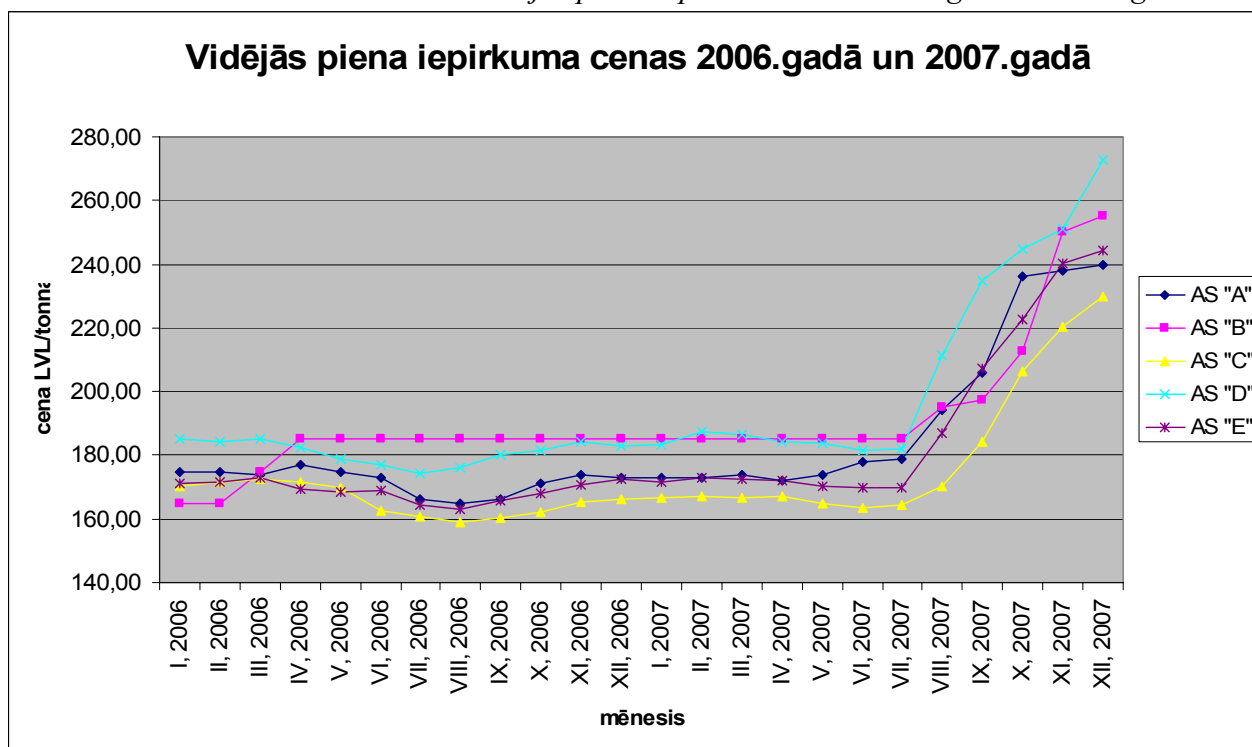
Konkurences padome, veicot tirgus uzraudzību, ir ieguvusi informāciju par uzraudzībā iesaistīto tirgus dalībnieku (piena pārstrādātāju) piena iepirkuma apjomu un konstatējusi:

1. Par 2006.gadu piena pārstrādes komercsabiedrību piena iepirkuma apjoms (sagrupēts secībā pēc lielākā piena iepirkuma apjoma):
 - AS „Rīgas piena kombināts” – (*);
 - AS „Rīgas piensaimnieks” – (*);
 - AS „Valmieras piens” – (*);
 - AS „Tukuma piens” – (*);
 - AS „Talsu piensaimnieks” – (*).
2. Par 2007.gadu piena pārstrādes komercsabiedrību piena iepirkuma apjoms (sagrupēts secībā pēc lielākā piena iepirkuma apjoma):
 - AS „Rīgas piena kombināts” – (*);
 - AS „Rīgas piensaimnieks” – (*);
 - AS „Valmieras piens” – (*);
 - AS „Tukuma piens” – (*);
 - AS „Talsu piensaimnieks” – (*).

No augstāk minētā var konstatēt, ka lielākais tirgus dalībnieks piena iepirkuma tirgū ir AS „Rīgas piena kombināts”, nākamajiem tirgus dalībniekiem veidojot trešo daļu no AS „Rīgas piena kombināts” kopējā piena iepirkuma apjoma.

Sākot tirgus uzraudzības datu analīzi, Konkurences padome veica iepirkuma cenu izvērtēšanu visiem tirgus uzraudzībā iesaistītajiem dalībniekiem. Analīzes rezultāti atspoguļoti zīmējumā Nr.2 „Vidējās piena iepirkuma cenas 2006.gadā un 2007.gadā”.

Zīmējums Nr.2
Vidējās piena iepirkuma cenas 2006.gadā un 2007.gadā



No augstāk redzamā zīmējuma var konstatēt, ka vidējo piena iepirkumu cenu paaugstināšanās ir notikusi visām piena pārstrādes komercsabiedrībām vienlaikus un izteikti 2007.gada augustā, kad piena vidējā iepirkuma cena, salīdzinot ar 2007.gada jūliju bija paaugstinājusies:

- AS „Valmieras piens” – (*),
- AS „Tukuma piens” – (*),
- AS „Talsu piensaimnieks” – (*),
- SIA „Rīgas piensaimnieks” – (*),
- AS „Rīgas piena kombināts” – (*).

Šāds piena iepirkuma cenu pieaugums skaidrojams ar visā Eiropā novēroto piena izejvielas trūkumu, vienlaicīgi pastāvot arī energokrīzei, kas izraisīja ķēdes reakciju un kā rezultātā piena cena tika paaugstināta. Tajā pašā laikā vispārējās vidējās piena iepirkumu cenas pieaugumu Latvijā salīdzinot ar Lietuvas situāciju un ES-15 vidējiem rādītājiem, tiek konstatēts, ka vidējās piena iepirkuma cenas pieaugums ir novērojams līdzvērtīgs.

3.2. Uzraudzībā salīdzināmo produktu īpatsvars atsevišķās mazumtirdzniecības ķēdēs

3.2.1. SIA „NELDA” lielveikalos realizētais piena īpatsvars pret kopējo piena realizēto apjomu 2006.gadā un 2007.gadā

Tabula Nr.2

Produkcijas ražotājs	Produkcijas veids	Realizētais īpatsvars 2006.gadā	Realizētais īpatsvars 2007.gadā
AS „Valmieras piens”	Piens, 2,5%, 1l	(1-10%)	(1-10%)
AS „Rīgas piensaimnieks”	Mājas piens, 2,5%, 1l	(1-10%)	(1-10%)
AS „Rīgas piena kombināts”	Piens (RASA), 2,0%, 1l	(1-10%)	(10-20%)
	Piens (Limbažu piens), 2,5%, 1l	(20-30%)	(40-50%)
Citi		(60-70%)	(20-30%)
Kopā		100%	100%

3.2.2. SIA „NELDA” lielveikalos realizētais biezpiena īpatsvars pret kopējo biezpiena realizēto apjomu 2006.gadā un 2007.gadā

Tabula Nr.3

Produkcijas ražotājs	Produkcijas veids	Realizētais īpatsvars 2006.gadā	Realizētais īpatsvars 2007.gadā
AS „Rīgas piensaimnieks”	Mājas biezpiens, 8%, 200g	(1-10%)	(10-11%)
AS „Rīgas piena kombināts”	Pilnpiena biezpiens (RASA), 9%, 200g	(1-10%)	(10-20%)
Citi		(80-90%)	(70-80%)
Kopā		100%	100%

3.2.3. SIA „Maxima Latvija” lielveikalos realizētais piena īpatsvars pret kopējo piena realizēto apjomu 2006. un 2007.gadā

Tabula Nr.4

Produkcijas ražotājs	Produkcijas veids	Realizētais īpatsvars 2006.gadā	Realizētais īpatsvars 2007.gadā
AS „Valmieras piens”	Piens, 2,5%, 1l	(1-10%)	(1-10%)
AS „Rīgas piensaimnieks”	Mājas piens, 2,5%, 1l	(1-10%)	(1-10%)
AS „Rīgas piena kombināts”	Piens (RASA), 2,0%, 1l	(1-10%)	(1-10%)
	Piens (Limbažu piens), 2,5%, 1l	(20-30%)	(10-20%)
Citi		(60-70%)	(60-70%)
Kopā		100%	100%

3.2.4. SIA „Maxima Latvija” lielveikalos realizētais biezpiena īpatsvars pret kopējo biezpiena realizēto apjomu 2006. un 2007.gadā

Tabula Nr.5

Produkcijas ražotājs	Produkcijas veids	Realizētais īpatsvars 2006.gadā	Realizētais īpatsvars 2007.gadā
AS „Valmieras piens”	Biezpiens, 9%, 200g	(1-10%)	(1-10%)
AS „Rīgas piensaimnieks”	Mājas biezpiens, 8%, 200g	(10-20%)	(10-20%)
AS „Rīgas piena kombināts”	Pilnpiena biezpiens (RASA), 9%, 200g	(1-10%)	(1-10%)
	Biezpiens, 9%, 200g, (Limbažu piens)	<1%	<1%
Citi		(80-90%)	(70-80%)
Kopā		100%	100%

3.2.5. SIA „RIMI Latvia” lielveikalos realizētais piena īpatsvars pret kopējo piena realizēto apjomu 2006. un 2007.gadā

Tabula Nr.6

Produkcijas ražotājs	Produkcijas veids	Realizētais īpatsvars 2006.gadā	Realizētais īpatsvars 2007.gadā
SIA „Rīgas piensaimnieks”	Mājas piens, 2,5%, 1l	(1-10%)	(10-20%)
AS „Rīgas piena kombināts”	Piens (RASA), 2,0%, 1l	(1-10%)	(10-20%)
	Piens (Limbažu piens), 2,5%, 1l	(1-10%)	(20-30%)
AS „Talsu piensaimnieks”	Piens, 2,5%, 1l	(1-10%)	(1-10%)
Citi		(70-80%)	(30-40%)
Kopā		100%	100%

3.2.6. SIA „RIMI Latvia” lielveikalos realizētais biezpiena īpatsvars pret kopējo biezpiena realizēto apjomu 2006. un 2007.gadā

Tabula Nr.7

Produkcijas ražotājs	Produkcijas veids	Realizētais īpatsvars 2006.gadā	Realizētais īpatsvars 2007.gadā
AS „Valmieras piens”	Biezpiens, 9%, 200g	(20-30%)	(20-30%)
SIA „Rīgas piensaimnieks”	Mājas biezpiens, 8%, 200g	(60-70%)	(50-60%)
AS „Rīgas piena kombināts”	Pilnpiena biezpiens (RASA), 9%, 200g	(1-10%)	(1-10%)
AS „Talsu piensaimnieks”	Biezpiens, 9%, 200g	(1-10%)	(10-20%)
Citi		<1%	<1%
Kopā		100%	100%

3.2.7. SIA „Iepirkumu Grupa” lielveikalos realizētais piena īpatsvars pret kopīgo piena realizēto apjomu 2006. un 2007.gadā

Tabula Nr.8

Produkcijas ražotājs	Produkcijas veids	Realizētais īpatsvars 2006.gadā	Realizētais īpatsvars 2007.gadā
AS „Rīgas piena kombināts”	Piens (RASA), 2,0%, 1l	(1-10%)	(1-10%)
	Piens (Limbažu piens), 2,5%, 1l	(30-40%)	(30-40%)
AS „Talsu piensaimnieks”	Piens, 2,5%, 1l	(1-10%)	(1-10%)
Citi		(50-60%)	(50-60%)
Kopā		100%	100%

3.2.8. SIA „Iepirkumu Grupa” lielveikalos realizētais biezpiena īpatsvars pret kopīgo biezpiena realizēto apjomu 2006. un 2007.gadā

Tabula Nr.9

Produkcijas ražotājs	Produkcijas veids	Realizētais īpatsvars 2006.gadā	Realizētais īpatsvars 2007.gadā
AS „Rīgas piena kombināts”	Pilnpiena biezpiens (RASA), 9%, 200g	(1-10%)	(1-10%)
	Biezpiens, 9%, 200g, (Limbažu piens)	<1%	(1-10%)
Citi		~ 90%	~ 90%
Kopā		100%	100%

3.2.9. SIA „Skai Baltija” lielveikalos realizētais piena īpatsvars pret kopīgo piena realizēto apjomu 2007.gadā

Tabula Nr.10

Produkcijas ražotājs	Produkcijas veids	Realizētais īpatsvars 2007.gadā
AS „Rīgas piena kombināts”	Piens (RASA), 2,0%, 1l	(1-10%)
	Piens (Limbažu piens), 2,5%, 1l	(1-10%)
AS „Valmieras piens”	Piens, 2,5%, 1l	(1-10%)
SIA „Rīgas piensaimnieks”	Mājas piens, 2,5%, 1l	(1-10%)
Citi		(80-90%)
Kopā		100%

3.2.10. SIA „Skai Baltija” lielveikalos realizētais biezpiena īpatsvars pret kopīgo biezpiena realizēto apjomu 2007.gadā

Tabula Nr.11

Produkcijas ražotājs	Produkcijas veids	Realizētais īpatsvars 2007.gadā
AS „Valmieras piens”	Biezpiens, 9%, 200g	(1-10%)

SIA „Rīgas piensaimnieks”	Mājas biezpiens, 8%, 200g	(1-10%)
Citi		~ 90%
Kopā		100%

3.2.11. SIA „Palink” lielveikalos realizētais piena īpatsvars pret kopīgo piena realizēto apjomu 2006. un 2007.gadā

Tabula Nr.12

Produkcijas ražotājs	Produkcijas veids	Realizētais īpatsvars 2006.gadā	Realizētais īpatsvars 2007.gadā
AS „Rīgas piensaimnieks”	Mājas piens, 2,5%, 1l	(1-10%)	(1-10%)
AS „Rīgas piena kombināts”	Piens (RASA), 2,0%, 1l	-	(1-10%)
	Piens (Limbažu piens), 2,5%, 1l	(10-20%)	(10-20%)
AS „Tukuma piens”	Piens, 1l, 2,5%	(1-10%)	(1-10%)
Citi		(80-90%)	(70-80%)
Kopā		100%	100%

3.2.12. SIA „Palink” lielveikalos realizētais biezpiena īpatsvars pret kopīgo biezpiena realizēto apjomu 2006. un 2007.gadā

Tabula Nr.13

Produkcijas ražotājs	Produkcijas veids	Realizētais īpatsvars 2006.gadā	Realizētais īpatsvars 2007.gadā
AS „Rīgas piensaimnieks”	Mājas biezpiens, 8%, 200g	(1-10%)	(1-10%)
AS „Rīgas piena kombināts”	Pilnpiena biezpiens (RASA), 9%, 200g	-	(1-10%)
Citi		(90-100%)	(80-90%)
Kopā		100%	100%

3.3. Būtiskākie ekonomiskie rādītāji

Konkurences padome uzraudzības laikā ir pieprasījusi informāciju no piena pārstrādes komercsabiedrībām par ražošanas jaudas koeficientiem, aprites ilgumu un citiem ekonomiskiem rādītājiem, kas atspoguļotu katras komercsabiedrības saimniecisko darbību ražojot pienu un biezpienu.

Izvērtējot piena pārstrādātāju faktiskos ražošanas jaudas koeficientus, Konkurences padome konstatē, ka AS „Tukuma piens” ražošanas jauda, saražojot tetra pakas (*ecolean*) iepakojumu 1l, 2,5% pienu, 2006.gadā ir bijusi (*) < 10%, bet 2007.gadā tā ir samazinājusies, taču saglabājusi līdzšinējo līmeni, t.i., (*) < 10%. Tajā pašā laikā optimālo ražošanas jaudas koeficientu AS „Tukuma piens” 2006.gadā un 2007. gadā norāda 20-30% līmenī.

Piena krājuma aprites ilgums, saskaņā ar AS „Tukuma piens” sniegto informāciju, ir 2 dienas.

AS „Valmieras piens” 2007.gadā visstraujāk pieaugušas tādas mainīgās izmaksu pozīcijas kā piens (izejviela) (50-60%), iesaiņojums (1-10%), un tvaiks un karstais ūdens (60-70%). Savukārt pastāvīgo izmaksu pozīcijā visstraujākais pieaugums 2007.gadā

salīdzinājumā ar 2006.gadu ir bijis saimnieciskās darbības izmaksas – 70-80%, administrācijas izmaksas – 50-60%, pārdošanas izmaksas – 1-10%.

SIA „Rīgas piensaimnieks” mainīgajās izmaksās iekļauj tādas izmaksas kā izejvielu izmaksas, iepakojuma izmaksas, ražošanas procesā iesaistīto darbinieku algas un darba devēja sociālo nodokli, energoresursu izmaksas, kas saistītas tieši ar ražošanas procesu, laboratorijas izmaksas, no kurām 2006.gadā visstraujāk ir pieaugušas strādājošo darba samaksa – 20-30%, energoresursu izmaksas – 10-20%, savukārt 2007.gadā strādājošo darba samaksa pieauga par 50-60%, izejvielu izmaksas – 30-40%, energoresursu izmaksas – 20-30%. Savukārt pie pastāvīgajām izmaksām AS „Rīgas piensaimnieks” pieskaita tādas izmaksas kā palīgmateriālu izmaksas, ēku un iekārtu remonta un uzturēšanas izmaksas, izejvielu noliktavas izmaksas, ēku un iekārtu un inventāra nolietojuma izmaksas, ūdens un kanalizācijas izmaksas, energoresursu (apkure, apgaismojums u.tml.) izmaksas, administrācijas izmaksas, pārdošanas izmaksas, no kurām straujākais pieaugums 2006.gadā tika novērots administrācijas izmaksām (vairāk kā 100%), pārdošanas izmaksām – 10-20%, 2007.gadā – ūdens un kanalizācijas izmaksas pieauga par 70-80%, strādājošo darba samaksa – 30-40%. Piena aprites dienu ilgums tiek norādīts 1 diena, bet biezpienam – 2 dienas, savukārt ražošanas jaudas koeficients – 2006.gadā pienam bija no 90-100% (optimālais – 80-90%), biezpienam – 60-70% (optimālais – 80-90%), bet 2007.gadā pienam bija no 60-70% (optimālais – 80-90%), biezpienam – 70-80% (optimālais – 80-90%).

3.4. Atsevišķu piena pārstrādes komercsabiedrību piena un biezpiena realizācijas analīze

3.4.1. AS „Talsu piensaimnieks” piena un biezpiena realizācija mazumtirdzniecības tīklos

3.4.1.1. AS „Talsu piensaimnieks” piena realizācijas cenas izvērtējums

Konkurences padomes rīcībā esošā informācija ir ļāvusi konstatēt, ka AS „Talsu piensaimnieks” gan pienu, gan biezpienu realizē divos mazumtirdzniecības tīklos, proti, SIA „A” un SIA „B”. Tā kā SIA „B” iesniegtie dati analīzei nebija pilnīgi, tad datu salīdzināšanai tika izmantoti realizācijas dati SIA „A”.

Tabula Nr.14
AS „Talsu piensaimnieks” piena cenas izvērtējums piegādājot un realizējot to mazumtirdzniecības lielveikalā A

Datums	AS „Talsu piensaimnieks” piena pašizmaksa (LVL)	Piena piegādes cena SIA „A” (LVL)	Rentabilitāte realizējot pienu SIA „A” (%)	SIA „A” piena realizācijas cena gala patērētājiem (bez PVN) (LVL)	SIA „A” uzcenojums (%)
III, 2006	(*)	(*)	(*)	0,35	(10-20%)
XII, 2006	(*)	(*)	(*)	0,36	(10-20%)
III, 2007	(*)	(*)	(*)	0,36	(10-20%)
XI, 2007	(*)	(*)	(*)	0,47	(30-40%)

Tiek konstatēts, ka piena pašizmaksa 2006.gadā ir saglabājusi salīdzinoši augstu līmeni, kā rezultātā gan cena, par kādu AS „Talsu piensaimnieks” pienu pārdevis SIA „A”, gan arī realizācijas cena gala patērētājam ir zemāka par pašizmaksu. Tajā pašā laikā tiek konstatēts, ka SIA „A” vidējais uzcenojums AS „Talsu piensaimnieka” pienam 2006.gadā bija 10-20%, bet 2007.gadā – 20-30%. No rīcībā esošiem datiem izriet, ka pašizmaksas komponente – pastāvīgās izmaksas, salīdzinot 2007.gadu ar 2006.gadu, ir būtiski samazinājušās, kas arī izskaidrotu konstatēto pašizmaksas samazinājumu no 2006.gada (*) decembra uz (*) 2007.gada janvārī. Līdz ar šādu tendenci arī AS „Talsu piensaimnieks” rentabilitāte, ražojot pienu 2006.gadā ir bijusi negatīva. Taču tajā pašā laikā AS „Talsu piensaimnieks” atsevišķi izdalot pastāvīgo un mainīgo izmaksu izmaiņu īpatsvaru, salīdzinot

2006.gadu ar 2007.gadu, norāda, ka mainīgo izmaksu sastāvā ražošanas darba algas ir pieaugušas par vairāk kā 100% gan 2006.gadā, salīdzinot to ar 2005.gadu, gan arī 2007.gadā salīdzinot to ar 2006.gadu. Attiecībā uz pastāvīgajām izmaksām 2007.gadā, salīdzinot ar 2006.gadu, visstraujāk ir pieaugušas vispārējās izmaksas (laboratorijas pakalpojumi, transporta remonts, bankas pakalpojumi, citi pārdošanas izdevumi) gan pienam, gan biežpienam attiecīgi par 90-100% un vairāk kā 100%. Uzraudzības gaitā tika analizēti cenu pieauguma un samazinājuma tempi atsevišķos posmos. Tika konstatēts, ka pašizmaksai samazinoties, piegādes cena un realizācijas cena netiek samazināta vai gluži pretēji – tiek palielināta, piem., 2007.gada maijā novērots, ka pašizmaksa salīdzinājumā ar aprīļa mēnesi ir samazinājusies par 3%, tajā pašā laikā piegādes cena ir pieaugusi par 9%, bet realizācijas cena par 12%. Kā arī tiek konstatēts, ka pašizmaksas pieauguma rezultātā (2007.gada aprīlī – 42%) realizācijas cenas pieaugums ir bijis 14%, tajā pašā laikā piegādes cena ir palikusi nemainīga salīdzinot ar iepriekšējo mēnesi, kā rezultāta lielāka labuma guvējs ir mazumtirdzniecības ķēde. Tajā pašā laikā, analizējot mazumtirgotāja uzcenojumu visu 24 mēnešu garumā tiek konstatēts, ka tas ir turējies vidēji 20-30% līmenī no AS „Talsu piensaimnieks” piegādes cenas, taču, ievērojot produkta iepirkuma cenas paaugstināšanos 2007.gada aprīlī, uzcenojums pieaudzis no 10-20% martā uz 20-30% aprīlī un šādā līmenī turējies līdz 2007.gada beigām.

3.4.1.2. AS „Talsu piensaimnieks” biežpiena cenas izvērtējums

Tabula Nr.15

AS „Talsu piensaimnieks” biežpiena cenas izvērtējums piegādājot un realizējot to mazumtirdzniecības lielveikalā A

Datums	AS „Talsu piensaimnieks” biežpiena pašizmaksa (LVL)	Biežpiena piegādes cena SIA „A” (LVL)	Rentabilitāte realizējot biežpienu SIA „A”	SIA „A” biežpiena realizācijas cena gala patērētājiem (bez PVN) (LVL)	SIA „A” uzcenojums (%)
III, 2006	(*)	(*)	(*)	1,82	(10-20%)
XII, 2006	(*)	(*)	(*)	1,91	(10-20%)
III, 2007	(*)	(*)	(*)	2,14	(10-20%)
XI, 2007	(*)	(*)	(*)	2,37	(20-30%)

Gluži pretēja situācija ir AS „Talsu piensaimnieks” ražotajam biežpienam, kam pašizmaksa bijusi zemāka kā gala realizācijas cena visu uzraudzības periodu, lai gan, sākot ar 2007.gada janvāri, kad pašizmaksa ir būtiski pieaugusi (*), pamatojumu tam varētu rast pastāvīgo izmaksu pieaugumā, mainīgajām saglabājot salīdzinoši vienmērīgu pieaugumu. Mazumtirgotāja uzcenojums visa uzraudzības perioda laikā ir saglabājies vidēji 10-20% līmenī (*), kas ir proporcionāls produkcijas piegādes cenai no piena pārstrādes komercsabiedrības AS „Talsu piensaimnieks”. Rentabilitāte, pienu realizējot SIA „A”, ir pozitīva, izņemot atsevišķus mēnešus 2007.gadā.

Ņemot vērā to, ka lielākais īpatsvars no AS „Talsu piensaimnieks” saražotā piena (2,5%, 1l) un biežpiena (9%, 0,2kg) 2006.gadā un 2007.gadā tika realizēts tieši SIA „A”, Konkurences padome secina, ka AS „Talsu piensaimnieks” cenu noteikšanu iespaido SIA „A” piedāvātie sadarbības nosacījumi un līdz ar to arī cenu noteikumi un netieši SIA „A” arī ar savu tirgus daļu konkrētajā tirgū – ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības lielveikalu vidē tirgus, kas ir ap 20%, ir spējīga ietekmēt AS „Talsu piensaimnieks” piena un biežpiena cenu veidošanos.

3.4.2. AS „Tukuma piens” piena realizācija mazumtirdzniecības tīklos

No visiem tirgus dalībniekiem, kas tika apsekoti uzraudzības laikā, AS „Tukuma piens” ir vienīgais, kas pārstrādā tikai pienu un neražo biezpienu, līdz ar to cenu veidošanās analīzei un datu salīdzināšanai Konkurences padome izmanto tikai piena ražošanas, pārstrādes un realizācijas datus. Tiek konstatēts, ka pienu realizējot SIA „A” veikalos, piena gala cena ir virs pašizmaksas.

Tabula Nr.16

AS „Tukuma piens” piena cenas izvērtējums piegādājot un realizējot to mazumtirdzniecības lielveikalā A

Datums	AS „Tukuma piens” piena pašizmaksa (LVL)	Piena piegādes cena SIA „A” (LVL)	Rentabilitāte realizējot pienu SIA „A”	SIA „A” piena realizācijas cena gala patērētājiem (bez PVN) (LVL)	SIA „A” uzcenojums (%)
III, 2006	(*)	(*)	(*)	0,32	(10-20%)
XII, 2006	(*)	(*)	(*)	0,35	(10-20%)
VIII, 2007	(*)	(*)	(*)	0,40	(10-20%)
XI, 2007	(*)	(*)	(*)	0,45	(10-20%)

2007.gada beigās AS „Tukuma piens” ražotajam pienam ir pieaugusi pašizmaksa. Tā kā mazumtirdzniecības komercsabiedrība pašizmaksas sadalījumu mainīgajās un pastāvīgajās izmaksās nav atšifrējusi, tad šim piegumam varētu būt dažādi iemesli, t.sk. inflācijas procents, kādu izmaksu pieaugums u.tml. Kas attiecas uz mazumtirgotāja vidējo gada uzcenojuma procentu – 2006.gadā tas ir bijis zemāks nekā 2007.gadā, tomēr abos minētajos gados saglabājot uzcenojumu 10-20% robežās. No Konkurences padomes rīcībā esošās informācijas izriet, ka AS „Tukuma piens” pienu 2006.gadā mazumtirdzniecības tīklā SIA „A” ir realizējis 10-20% apmērā no visa kopējā realizācijas apjoma, arī 2007.gadā – 10-20% apmērā.

3.4.3. AS „Valmieras piens” piena un biezpiena realizācija mazumtirdzniecības tīklos

3.4.3.1. AS „Valmieras piens” piena realizācijas cenas izvērtējums

No AS „Valmieras piens” sniegtās informācijas Konkurences padome konstatē, ka vidējā piena iepirkuma cena uz 1kg no tā pašizmaksas veido ap 50-60%, atsevišķos uzraudzības periodos veidojot 60-70%, līdz ar to Konkurences padome secina, ka piena iepirkuma cenas svārstības praktiski ir galvenā komponente, lai mainītos piena realizācijas cena, arī no piena pārstrādes komercsabiedrības to realizējot mazumtirgotājam. Datu analīze arī to apstiprina, proti, tiek konstatēts, ka lielākais piena iepirkuma vidējās cenas pieaugums tika novērots 2007.gada oktobrī, piena cenai pieaugot par 10-20%, tajā pašā laikā (mēnesī) novērots arī piena pašizmaksas pieaugums par 10-20%. Vienlaicīgi tiek konstatēts, ka vidējā piena iepirkuma cena pēdējos trīs mēnešus 2007.gadā nemainās, turpretī pašizmaksa uz 1kg piena mainās katru mēnesi (oktobris – decembris), novembrī samazinoties par 1-10% un decembrī atkal pieaugot par 1-10%, salīdzinot ar iepriekšējo mēnesi. Šīs cenu izmaiņas (pieaugumus) Konkurences padome varētu skaidrot ar pastāvīgo un mainīgo izmaksu pieaugumu, kas norādīts iepriekš.

Izanalizējot AS „Valmieras piens” cenu veidošanos tās pienam (2,5%, 1l) un biezpienam (9%, 200g), tiek konstatēts, ka rentabilitāte piegādājot pienu tādām komercsabiedrībām SIA „A” un SIA „B” ir negatīva visu uzraudzības periodu – 2006.gadu un 2007.gadu. Savukārt pienu un biezpienu realizējot tādās mazumtirdzniecības tīklos kā SIA „C”, SIA „D” rentabilitāte gandrīz visu uzraudzības periodu ir bijusi pozitīva.

AS „Valmieras piens” piena cenas izvērtējums piegādājot un realizējot to mazumtirdzniecības lielveikalā A

Datums	AS „Valmieras piens” piena pašizmaksa (LVL)	Piena piegādes cena SIA „A” (LVL)	Rentabilitāte realizējot pienu SIA „A”	SIA „A” piena realizācijas cena gala patērētājiem (bez PVN) (LVL)	SIA „A” uzcenojums (%)
III, 2006	(*)	(*)	(*)	0,34	(30-40%)
XII, 2006	(*)	(*)	(*)	0,36	(30-40%)
VIII, 2007	(*)	(*)	(*)	0,38	(30-40%)
XI, 2007	(*)	(*)	(*)	0,38	(30-40%)

AS „Valmieras piens” piena cenas izvērtējums piegādājot un realizējot to mazumtirdzniecības lielveikalā B

Datums	AS „Valmieras piens” piena pašizmaksa (LVL)	Piena piegādes cena SIA „B” (LVL)	Rentabilitāte realizējot pienu SIA „B”	SIA „B” piena realizācijas cena gala patērētājiem (bez PVN) (LVL)	SIA „B” uzcenojums (%)
III, 2006	(*)	(*)	(*)	0,29	(10-20%)
XII, 2006	(*)	(*)	(*)	0,30	(20-30%)
VIII, 2007	(*)	(*)	(*)	0,32	(20-30%)
XI, 2007	(*)	(*)	(*)	0,41	(20-30%)

Nemot vērā minēto var secināt, ka pret AS „Valmieras piens” minētās komercsabiedrības iespējams izmanto tirgus varu kā klientu, t.i., iepērkot pienu, minētām sabiedrībām tiek novērota iepirkuma vara, jo konstatētais fakts norāda uz to, ka pircējs (SIA „B”) var piespiest pārdevēju pazemināt cenu zem līmeņa, kas pretējā gadījumā rastos konkurētspējīgā tirgū, t.i., pārdot preces pircējam par cenu, kas ir zemāka par pašizmaksu laika periodā, kas ir ilgāks par vienu mēnesi. Vienlaicīgi Konkurences padome konstatē, ka piena pārstrādes komercsabiedrība – AS „Valmieras piens” cenu vienam kg piena pārsvarā nosaka, balstoties uz piena pašizmaksas izmaiņām, ar dažiem izņēmumiem. Piem., sadarbībā ar SIA „A” tiek konstatēts, ka, lai gan pārstrādes komercsabiedrības piena piegādes cena ir bijusi zemāka kā pašizmaksa, 2007.gada nogalē tā nav veidojusies līdzvērtīgi pašizmaksas izmaiņām.

Attiecībā uz rentabilitāti, realizējot pienu mazumtirdzniecības tīklos, visnerentablāk priekš AS „Valmieras piens” ir bijis realizēt pienu SIA „B” veikalos, jo atsevišķos mēnešos, piem., 2006.gada novembrī tā veidoja negatīvu rentabilitāti, bet 2007.gada februārī pat sasniedzot ļoti nerentablas realizācijas rādītājus.

Analizējot AS „Valmieras piena” piena gala produkta realizācijas cenas galējā posma veidošanos, t.i., mazumtirgotāja piecenojumu, tiek konstatēts, ka mazumtirgotājs (SIA Maxima Latvija” – (20-30%) (2006.gads), (20-30%) (2007.gads), SIA „RIMI Latvia” – (20-30%) (2007.gads), SIA „Skai Baltija” – (20-30%) (2007.gads), SIA „NELDA” – (30-40%) (gan 2006.gadā, gan 2007.gadā). Tiek secināts, ka uzcenojumu veido atkarībā no pašizmaksas, t.i., laikā, kad pašizmaksai novērojams pieaugums vai kritums vairumā gadījumu mazumtirgotāja uzcenojums ir attiecīgi mainījies.

3.4.3.2. AS „Valmieras piens” biežpiena realizācijas cenas izvērtējums

Izvērtējot AS „Valmieras piens” ražotā biežpiena cenu veidošanos, tiek konstatēts, ka, realizējot biežpienu SIA „C” un SIA „D” veikalos piegādes cena ir augstāka par

pašizmaksu, izņemot 2007.gada oktobri un decembri, kad pašizmaksas pieaugums salīdzinājumā ar iepriekšējiem mēnešiem attiecīgi bija 20% un 4,2%.

Tabula Nr.19
AS „Valmieras piens” biežpiena cenas izvērtējums piegādājot un realizējot to mazumtirdzniecības lielveikalā C

Datums	AS „Valmieras piens” biežpiena pašizmaksa (LVL)	Biežpiena piegādes cena SIA „C” (LVL)	Rentabilitāte realizējot biežpienu SIA „C”	SIA „C” biežpiena realizācijas cena gala patērētājiem (bez PVN) (LVL)	SIA „C” uzcenojums (%)
III, 2006	(*)	(*)	(*)		
XII, 2006	(*)	(*)	(*)		
VIII, 2007	(*)	(*)	(*)	2,29	(20-30%)
XI, 2007	(*)	(*)	(*)	2,71	(20-30%)

Izvērtējot biežpiena piegādi, realizāciju tādos mazumtirdzniecības uzņēmumos kā SIA „D” un SIA „E”, tiek konstatēts, ka piegādes cena mazumtirgotājam ir zemāka vai vienāda ar pašizmaksu.

Tabula Nr.20
AS „Valmieras piens” biežpiena cenas izvērtējums piegādājot un realizējot to mazumtirdzniecības lielveikalā D

Datums	AS „Valmieras piens” biežpiena pašizmaksa (LVL)	Biežpiena piegādes cena SIA „D” (LVL)	Rentabilitāte realizējot biežpienu SIA „D”	SIA „D” biežpiena realizācijas cena gala patērētājiem (bez PVN) (LVL)	SIA „D” uzcenojums (%)
III, 2006	(*)	(*)	(*)		
XII, 2006	(*)	(*)	(*)		
VIII, 2007	(*)	(*)	(*)	1,61	(10-20%)
XI, 2007	(*)	(*)	(*)	2,03	(20-30%)

Konkurences padome konstatē, ka, realizējot biežpienu jebkurai no minētajām mazumtirdzniecības komercsabiedrībām, AS „Valmieras piens” saglabā pozitīvu rentabilitāti, taču, ja tiek ņemtas vērā līgumos atrunātās atlaides, rentabilitāte kļūst negatīva. Tādējādi, izvērtējot piena un biežpiena rentabilitāti, Konkurences padome gūst apstiprinājumu, ka bieži vien piena pārstrādes uzņēmumiem realizēt pienu ir finansiāli nerentabli, savukārt ražot un piegādāt biežpienu ir rentabli.

Attiecībā uz biežpiena realizācijas cenu gala patērētājiem, visos gadījumos tā ir bijusi augstāka kā pašizmaksa, izņemot realizāciju SIA „Maxima Latvija”, kur vairākus mēnešus ir novērots, ka prece tiek pārdota ar minimālu uzcenojumu (1-10% apmērā visu 2006.gadu), savukārt 2007.gadā – vidēji 10-20%. Realizējot biežpienu SIA „RIMI Latvia” veikalos, 2006.gadā tā vidējais uzcenojums bija 20-30%, bet 2007.gadā – 30-40%. Savukārt SIA „Prisma Latvia” realizē biežpienu ar 80-90% uzcenojumu 2007.gadā, SIA „Skai Baltija” ar 20-30% uzcenojumu 2007.gadā.

3.4.4. SIA „Rīgas piensaimnieks” piena un biezpiena realizācija mazumtirdzniecības tīklos

3.4.4.1. SIA „Rīgas piensaimnieks” piena realizācijas cenas izvērtējums

Izvērtējot SIA „Rīgas piensaimnieks” ražotā piena cenu veidošanos, Konkurences padome konstatē, ka, realizējot pienu mazumtirdzniecībā visiem sadarbības partneriem, rentabilitāte ir vērtējama ar negatīvu zīmi. To izskaidro arī fakts, ka gala realizācijas cena gala patērētājiem mazumtirdzniecības veikalos pārsvarā gadījumos ir zemāka kā piena pašizmaksa, izņemot realizāciju SIA „A”, kur realizācijas cena gala patērētājiem ir augstāka par produkta pašizmaksu, kas gan neattiecas uz piegādes cenu, kas ir zemāka par pašizmaksu. Piena iepirkuma cena (galvenās izejvielas cena) piena piegādes cenā (bez PVN) uzraudzības periodā pārsniedza 60% 2006.gada decembrī piegādājot pienu komercsabiedrībai SIA „B”, savukārt 2006.gada martā piegādājot pienu SIA „C” piena kā izejvielas cenas īpatsvars piegādes cenā veidoja 86%, bet 2007.gada maijā – 70% , taču vidējais piena iepirkuma cenas īpatsvars pret tā gala cenu mazumtirdzniecībā (bez PVN) tirgus uzraudzības laika periodā ir bijis ap 50%. Tiek konstatēts, ka mazumtirgotāja SIA „RIMI Latvia” vidējais uzcenojums SIA „Rīgas piensaimnieks” pienam 2006.gadā veidoja 10-20% no realizācijas cenas, bet 2007.gadā – 20-30), SIA „Maxima Latvija” – vidēji 20-30%, SIA „NELDA” – 2006.gadā 20-30%, bet 2007.gadā - 20-30%, SIA „Palink” – 20-30% 2006.gadā, 10-20% 2007.gadā, SIA „Skai Baltija” – 20-30% 2007.gadā, SIA „Prizma Latvia” – 80-90% 2007.gadā.

3.4.4.2. SIA „Rīgas piensaimnieks” biezpiena realizācijas cenas izvērtējums

Izanalizējot SIA „Rīgas piensaimnieks” ražotās produkcijas – biezpiena – cenu veidošanos, tiek konstatēts, ka AS „Rīgas piensaimnieks” piegādājot biezpienu mazumtirgotājiem (SIA „A”, SIA „B”, SIA „C”, SIA „D”, SIA „E”, SIA „F”), tā piegādes cena ir virs pašizmaksas, izņemot biezpiena realizāciju SIA „B” 2006.gada jūlijā, kad pašizmaksa strauji pieauga no (*) līdz (*) (pieaugums – 26%) un arī 2006.gada decembrī – pašizmaksas pieaugums 26%.

Vērtējot biezpiena pašizmaksu, Konkurences padome konstatē, ka atsevišķos gadījumos (mēnešos) tika novērots straujš pašizmaksas pieaugums, kura iemesls varētu tikt skaidrots ar tā mēneša pastāvīgo izmaksu pieaugumu, t.i., 2006.gada jūlijā – no (*) (jūnijs) uz (*) – 100% pieaugums un decembrī novērots pieaugums par 51%, salīdzinot ar novembri. SIA „Rīgas piensaimnieks” pie pastāvīgajām izmaksām pieskaitāmās izmaksas skatīt „cenu veidošanās izvērtēšana”. Tā kā 2006.gadā novērots administrāciju izmaksu pieaugums un pārdošanas izmaksu pieaugums par vairāk kā 100%, tad arī pašizmaksas straujais pieaugums varētu tikt skaidrots ar šo minēto izmaksu palielināšanos.

Izvērtējot mazumtirgotāja realizācijas cenu gala patērētājiem, Konkurences padome secina, ka tā uzcenojums ir veidojies salīdzinoši proporcionāli piena pārstrādes komercsabiedrību piegādes cenai. Attiecīgi vidējais uzcenojums biezpienam procentos katram mazumtirdzniecības uzņēmumam ir šāds:

- SIA „RIMI Latvia” – (20-30%) (2006.gads), (10-20%) (2007.gads);
- SIA „Maxima Latvija” – (10-20%) (2006.gads), (10-20%) (2007.gads);
- SIA „NELDA” – (10-20%) (2006.gads), (10-20%) (2007.gads);
- SIA „Palink” – (10-20%) (2007.gads);
- SIA „Skai Baltija” – (20-30%) (2007.gads);
- SIA „Prizma Latvia” – (30-40%) (2007.gads).

3.4.5. AS „Rīgas piena kombināts” piena un biezpiena realizācija mazumtirdzniecības tīklos

3.4.5.1. SIA „Rīgas piena kombināts” piena „Limbažu piens” realizācijas cenas izvērtējums

Izvērtējot AS „Rīgas piena kombināts” saražotā piena „Limbažu piens” cenu veidošanos, Konkurences padome konstatē, ka, piegādājot pienu visiem AS „Rīgas piena kombināts” sadarbības partneriem, tā piegādes cena 2006.gadā un 2007.gadā ir bijusi zemāka kā piena pašizmaksa. Kas norāda uz to, ka rentabilitāte līdz ar to ir bijusi negatīva un faktiski ražošanas uzņēmumi nav spējuši gūt peļņu divu gadu garumā. Izņēmumi bija, atsevišķos mēnešos pienu piegādājot SIA „A” un SIA „B”, kad AS „Rīgas piena kombināts” ir guvis nelielu peļņu. Attiecībā uz realizācijas cenu gala patērētājiem tiek konstatēts, ka realizācijas gala cena vairumā gadījumos ir mainījusies atkarībā no piegādes cenas izmaiņām, piem., SIA „A” realizējot pienu 2007.gada septembrī, piena piegādes cena pieauga par 12,5% un gala realizācijas cena tika palielināta par 11,4%. Vidēji katrs mazumtirgotājs pienam uzliek šādus uzcenojumus:

- SIA „Iepirkuma Grupa” – (20-21%) (2006.gads), (20-30%) (2007.gads);
- SIA „RIMI Latvia” – (20-30%) (2006.gads), (40-50%) (2007.gads);
- SIA „NELDA” – (10-20%) (2006.gads), (10-20%) (2007.gads);
- SIA „Maxima Latvia” – (30-40%) (2006.gads), (50-60%) (2007.gads);
- SIA „Skai Baltija” – (40-50%) (2007.gads).

Kas attiecas uz vidējās piena iepirkuma cenas īpatsvaru piena gala cenā, tiek konstatēts, ka piena iepirkuma cena veido apmēram 44%-58% no piena gala cenas (bez PVN), atkarībā no piena gala cenas individuāli katrā no ikdienas patēriņa mazumtirdzniecības tīkliem.

3.4.5.2. SIA „Rīgas piena kombināts” piena „RASA” realizācijas cenas izvērtējums

Izvērtējot piena iepirkuma cenas īpatsvaru attiecībā uz piena „RASA” realizācijas cenu mazumtirdzniecības tīklos, tiek konstatēts, ka tā 2006.gadā un 2007.gadā ir bijusi 34%-52%.

Vienlaicīgi arī Konkurences padome ir konstatējusi, ka pašizmaksas izmaiņas notiek, pamatojoties uz izmaiņām vidējā piena iepirkuma cenā, t.i., neliels pieaugums tika novērots, sākot no 2007.gada augusta, kad vidējā piena iepirkuma cena pieauga par 11% un attiecīgi pašizmaksa pieauga par 3%, noturot vidēji šāda veida pieauguma tempu līdz 2007.gada beigām.

Vērtējot AS „Rīgas piena kombināts” piegādes cenu mazumtirgotājiem, tiek konstatēts, ka secīgi vislabvēlīgākie sadarbības nosacījumi ir izveidojušies ar SIA „A” un SIA „B”, jo, realizējot pienu SIA „A”, AS „Rīgas piena kombināts” rentabilitāte visu tirgus uzraudzības periodu ir pozitīva un 2007.gada vidū sasniedz pat plus 10-20%, savukārt ar SIA „B” piena pārstrādes komercsabiedrība ir sadarbojusies tikai sākot no 2007.gada aprīļa un tās rentabilitāte, piegādājot pienu šai mazumtirdzniecības komercsabiedrībai, ir vidēji ap 20%. Izteikti par zemāku cenu nekā ir piena pašizmaksa visā uzraudzības periodā piens tiek realizēts mazumtirgotājam SIA „C”. Savukārt sadarbībā ar tādām mazumtirdzniecības komercsabiedrībām kā SIA „D”, SIA „E” un SIA „F” novērots, ka piena piegādes cenu visu uzraudzības periodu mijas ar tā pašizmaksu, t.i. vienu mēnesi esot nedaudz augtākai kā pašizmaksa, citu nedaudz zemākai vai atsevišķos mēnešos esot vienādām.

Attiecībā par mazumtirgotāju uzcenojumu Konkurences padome konstatē, ka vairāk vai mazāk arī mazumtirgotāji, palielinot vai samazinot produkta realizācijas cenu veikalos, vadās no piena piegādes cenu izmaiņām, taču atsevišķos gadījumos pie piegādes cenas palielināšanās (vai nenotikušām izmaiņām) realizācijas cena tiek palielināta, piem., SIA „D” 2007.gada jūnijā piegādes cena nemainījās – (*), taču realizācijas cena tika paaugstināta no (*) (maijs) uz (*) (jūnijs), kas ir pieaugums par 10%, un 2007.gada jūlijā, kad piena piegādes cena tika palielināta par (*) (3% salīdzinot ar iepriekšējo mēnesi), tad piena realizācijas cena

tika palielināta par (*) (9% salīdzinot ar iepriekšējo mēnesi). Vidēji katrs no mazumtirgotājiem realizējot pienu „RASA” gala patērētājiem uzliek šādus uzcenojumus:

- SIA „Iepirkuma Grupa” – (20-30%) (2006.gads), (30-40%) (2007.gads);
- SIA „RIMI Latvia” – (20-30%) (2006.gads), (40-50%) (2007.gads);
- SIA „NELDA” – (20-30%) (2006.gads), (20-30%) (2007.gads);
- SIA „Maxima Latvia” – (30-40%) (2006.gads), (50-60%) (2007.gads);
- SIA „Skai Baltija” – (30-40%) (2007.gads);
- SIA „Palink” – (20-30%) (2007.gads).

3.4.5.3. SIA „Rīgas piena kombināts” biežpiena „Limbažu piens” realizācijas cenas izvērtējums

Salīdzinot biežpiena pašizmaksu ar to piegādes un realizācijas cenu gala patērētājiem, Konkurences padome konstatē, ka piegādes cena un realizācijas cena sadarbībai ar SIA „A” ir zemāka kā biežpiena pašizmaksa, līdz ar to arī rentabilitāte ir negatīva. Attiecībā uz SIA „A” realizācijas cenu gala patērētājiem tiek konstatēts, ka tā tiek veidota, stingri ievērojot piegādes cenas izmaiņas un pieskaitot uzcenojumu – 2007.gadā vidēji 30-40%.

Attiecībā uz biežpiena piegādes un realizācijas cenu SIA „B” veikalos, tiek konstatēts, ka piegādes cena visu uzraudzības periodu ir bijusi zemāka kā biežpiena pašizmaksa, savukārt realizācijas cena gala patērētājiem ir bijusi augstāka kā pašizmaksa.

3.4.5.4. SIA „Rīgas piena kombināts” biežpiena „Limbažu piens” realizācijas cenas izvērtējums

Izvērtējot biežpiena realizāciju mazumtirdzniecības komercsabiedrībās, tiek konstatēts, ka, biežpienu realizējot SIA „A”, visu uzraudzības periodu biežpiens ir realizēts gala patērētājiem par cenu, kas ir augstāka par biežpiena pašizmaksu un uzliekot uzcenojumu 2006.gadā vidēji 20-30%, bet 2007.gadā – 30-40%. Tajā pašā laikā tiek konstatēts, ka AS „Rīgas piena kombināts” biežpienu „RASA” šim mazumtirgotājam piegādā par zemāku cenu nekā ir tā pašizmaksa uz 1kg.

Vērtējot mazumtirgotāju realizācijas cenu veidošanos salīdzinājumā ar piegādes cenu izmaiņām, tiek konstatēts, ka vairumā gadījumu gala realizācijas cena veidojas atkarībā no piegādes cenu izmaiņām, taču ir arī izņēmumi, piem., novērots, ka SIA „RIMI Latvia” realizācijas cena 2007.gada decembrī tika paaugstināta par (*), kas ir pieaugums par 14%, salīdzinot ar iepriekšējo mēnesi, tajā pašā laikā piegādes cenai esot (*), līdz ar to SIA „C” uzcenojums decembrī bija 20-30%. SIA „RIMI Latvia” vidējais uzcenojums 2006.gadā bija 10-20%, bet 2007.gadā – 20-30%. Otrs piemērs ir biežpiena realizācija SIA „Maxima Latvija” veikalos un tā realizācijas cena gala patērētājiem 2007.gada jūlijā, kad tika novērots, ka piegādes cena biežpienam tika palielināta par 5%, bet realizācijas cena par 8% vairāk salīdzinot ar iepriekšējā mēneša realizācijas cenu. SIA „Maxima Latvija” uzcenojums vidēji 2006.gadā bija 30-40%, bet 2007.gadā – vidēji 30-40%.

3.5. Piena pārstrādes komercsabiedrības „AA” skaidrojums par realizāciju zem pašizmaksas u.c.

Attiecībā uz konstatēto situāciju, kad pārstrādes komercsabiedrības bieži saražoto produkciju realizē zem pašizmaksas, Konkurences padomes amatpersonas organizēja tikšanos ar piena pārstrādes komercsabiedrības „AA” pārstāvjiem. Apmeklējuma laikā pie komercsabiedrības „AA” tiekoties ar finanšu departamenta pārstāvjiem, tika noskaidrots, ka komercsabiedrība „A” ražo produktus vairākās piena produktu grupās. Viena no visienesīgākām (peļņas ziņā) ir saldējumu produktu grupa. Atbildot uz jautājumu par piena

un biezpiena realizāciju lielveikalu tīkliem (it īpaši lielākajiem) zem pašizmaksas, finanšu departamenta pārstāvji sniedza skaidrojumu, ka šāda rīcība piena pārstrādes komercsabiedrībām, kurām produkti tiek ražoti, izmantojot ražošanas iekārtas ir normāla parādība, skaidrojot, ka galvenais ekonomiskais pamatkritērijs realizēt saražoto produkciju ir par cenu, kas ir augstāka kā mainīgās izmaksas. Līdz ar to situācija, kad daļa produkcijas tiek realizēta mazumtirgotājiem par cenu, kas ir zemāka kā pašizmaksā, bet augstāka kā mainīgās izmaksas, ražošanas komercsabiedrība ir ieguvēja. Tajā pašā laikā, ja pārstrādes komercsabiedrība atteiktos no šī produkta (produkta grupas) ražošanas vispār, ražošanas pastāvīgās izmaksas, izmantojot tehnoloģiskās iekārtas, nemainītos un pārstrādes komercsabiedrība nebūtu ieguvusi, līdz ar to komercsabiedrība ir finansiāli ieguvēja arī gadījumā, ja tiek realizēts produkts zem pašizmaksas. Kā arī sarunas laikā tika noskaidrots, ka to peļņas daļu, kas netiek iegūta no piena un biezpiena realizācijas, komercsabiedrība kompensē ar jogurta/saldējuma grupas produktiem, kas komercsabiedrībai veido lielāko peļņas daļu.

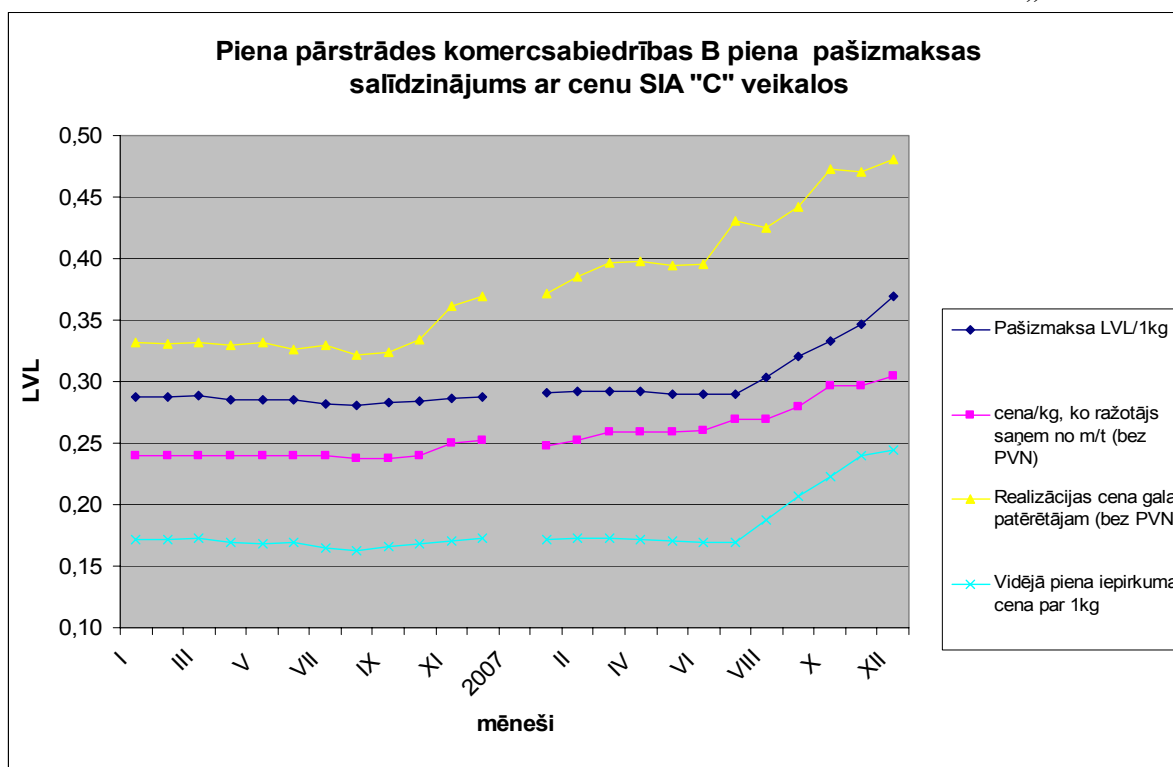
Komercsabiedrības „AA” pārstāvji vienlaikus atzina, ka, realizējot produkciju lielajiem mazumtirdzniecības tīkliem, (SIA „RIMI Latvia” un SIA „Maxima Latvija”) realizācijas cena ir zemāka kā realizējot mazākiem sadarbības partneriem, jo minētās komercsabiedrības „pieprasa” salīdzinoši lielas atlaides. Tajā pašā laikā komercsabiedrība „AA” norāda, ka lielajiem mazumtirdzniecības tīkliem tiek realizēti lieli produkcijas apjomi un komercsabiedrība nevar atļauties atteikties no realizācijas šiem mazumtirdzniecības tīkliem, jo, rēķinot ieguvumus un zaudējumus, komercsabiedrība „AA” nerealizēto produkciju šiem mazumtirgotājiem (ja sadarbība tiktu pārtraukta) nevarētu fiziski realizēt citur, kā rezultātā ciestu zaudējumus.

Attiecībā uz piena iepirkumu no zemniekiem, komercsabiedrības „AA” pārstāvji paskaidro, ka tiek iepirkts piens ar tauku saturu 4,1%, taču, aprēķinot piena iepirkuma kā izejvielas īpatsvaru realizācijas cenā, ir nepareizi ņemt šo iepirkto pienu un dalīt ar divi, jo tādā veidā tas var kropļot normāli pastāvošo situāciju, proti, piena izgatavošanai piens tiek ņemts 1:1, bet, piem., 1kg biezpiena ražošanai ir nepieciešami apmēram 8 - 9kg piena, tajā pašā laikā 1kg sieram – 11kg piena. Līdz ar to šī attiecība ir jāskatās kopsakarā ar visu komercsabiedrības ražotās produkcijas „portfeli”.

Kas attiecas uz piena iepirkuma cenas īpatsvaru piena galapatēriņa cenā, komercsabiedrība paskaidro, ka piena iepirkuma cena realizācijas cenā mazumtirgotājiem veido pat 60-80% un tā tas ir bijis vienmēr, ka izejviela veido lielāko izmaksu pozīciju. Tajā pašā laikā Konkurences padome no rīcībā esošajiem datiem konstatē, ka piena iepirkuma cena piena realizācijas cenā veido vidēji no 43% līdz 58% pienam.

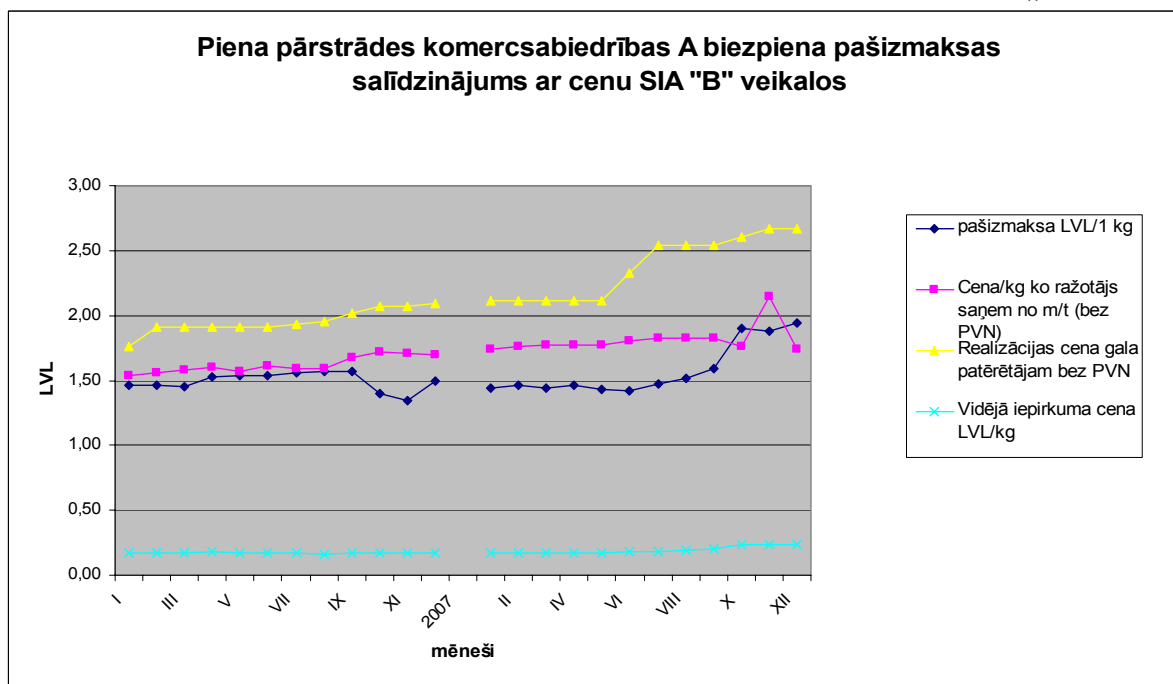
Konkurences padome, veicot tirgus uzraudzību, ir izanalizējusi augstākminēto un tālāk atspoguļo spilgtāko piemēru no analīzes laikā iegūtiem datiem, kad piens un biezpiens tiek piegādāts mazumtirdzniecības tīklam zem pašizmaksas (skat.zīm. Nr.3 un zīm. Nr.5).

Piena pārstrādes komercsabiedrības B piena pašizmaksas salīdzinājums ar cenu SIA „C” veikalos



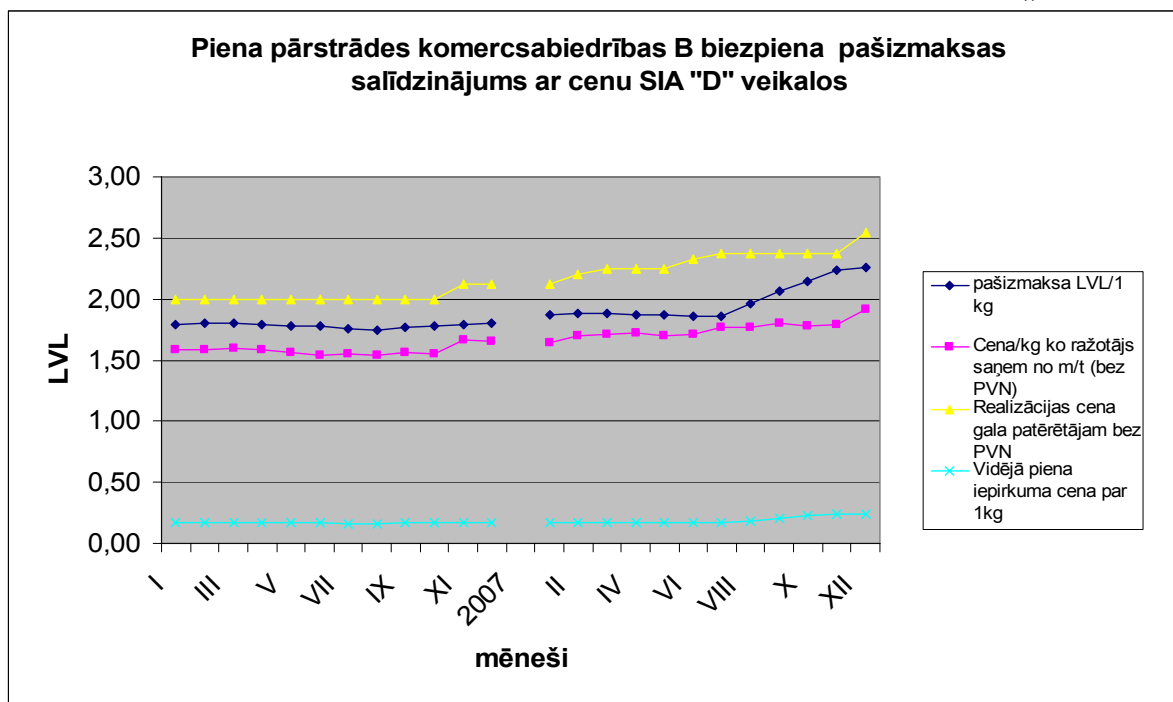
Vienlaicīgi Konkurences padome no tās rīcībā esošiem faktiskiem datiem, kas iegūti no tirgus dalībniekiem uzraudzības periodā, atspoguļo situāciju, kāda būtu vēlams tirgū, lai abas puses (piegādātājs un mazumtirgotājs) no piena un biežpiena realizācijas gūtu peļņu (skat zīm. Nr.4 un zīm.Nr.6)

Piena pārstrādes komercsabiedrības A biežpiena pašizmaksas salīdzinājums ar cenu SIA „B” veikalos



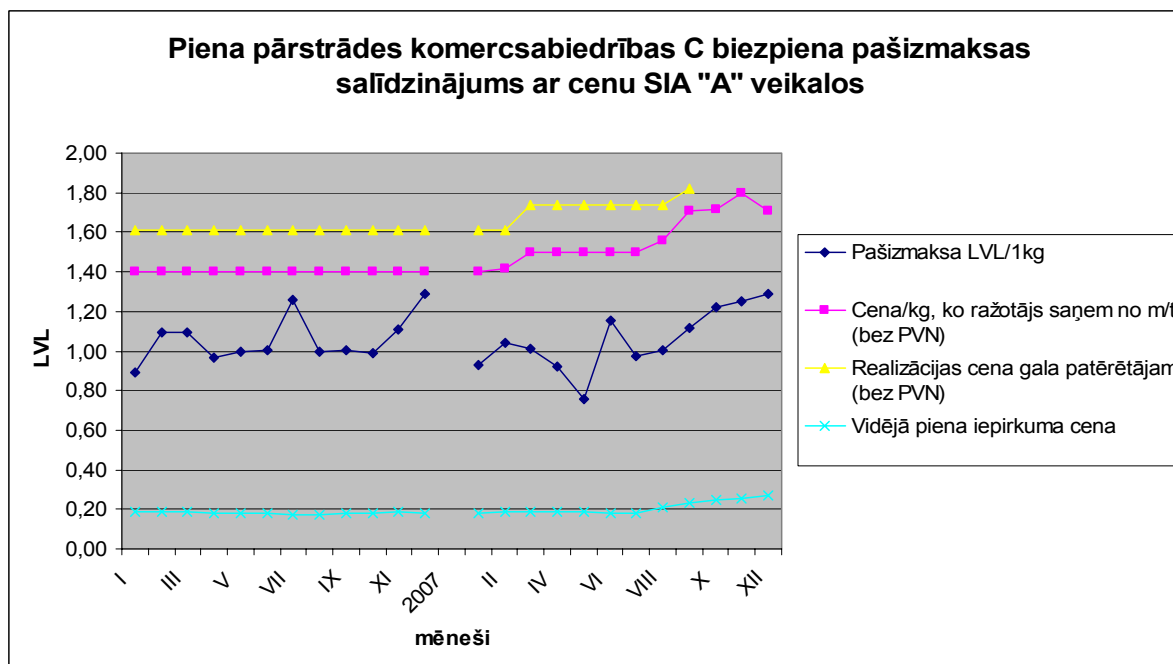
Zīmējums Nr.5

Piena pārstrādes komercsabiedrības B biezpiena pašizmaksas salīdzinājums ar cenu SIA „D” veikalos



Zīmējums Nr.6

Piena pārstrādes komercsabiedrības C biezpiena pašizmaksas salīdzinājums ar cenu SIA "A" veikalos



Secinājumi

1. Tā kā datu apkopojumam tika izmantoti 75% no visas sākotnēji pieprasītās informācijas gan no piena pārstrādes komercsabiedrībām, gan no mazumtirdzniecības komercsabiedrībām, Konkurences padome secina, ka šis tirgus uzraudzībā faktiski izmantotais datu apjoms ir bijis pietiekams, lai atspoguļotu vispārējo informāciju par piena un biezpiena ražošanas, pārstrādes un realizācijas tirgus funkcionēšanu 2006. un 2007. gadā.
2. Vidējā piena iepirkuma cena visstraujāk pieaugusi 2007. gada augustā. Šis pieaugums varētu tikt skaidrots ar pastāvīgo/mainīgo izmaksu pieaugumu piena pārstrādātājiem. Par iemeslu šim vidējā piena iepirkuma cenas pieaugumam bija piena kā izejvielas trūkums Eiropā šajā laika posmā, līdz ar to notika ķēdes reakcija un piena cena tika paaugstināta, kā arī vienlaikus Eiropā tika novērota vispārējā energokrīze, kas arī atstāja savu ietekmi uz cenu kāpumu.
3. Ņemot vērā to, ka piena pārstrādes komercsabiedrībās piena aprites ilgums dienās vidēji pienam tiek norādīts 1-2 dienas, biezpienam – 2 dienas, bet par piegādāto produkciju mazumtirdzniecībā mazumtirdzniecības komercsabiedrība norēķinās no 7-30 dienām (tiek konstatēts sadarbības līgumos starp piena pārstrādes komercsabiedrībām un mazumtirdzniecības komercsabiedrībām), Konkurences padome secina, ka netieši piena pārstrādātāju komercsabiedrības ir bijušas kā „bezprocentu kreditori” mazumtirgotājiem, tādējādi mazumtirgotājs ir spējis darboties (lietot) šos brīvos finanšu līdzekļus savai tālākajai attīstībai un izaugsmei, kad pretēji piena pārstrādes komercsabiedrībām šo finanšu līdzekļu trūkums, iespējams, ir traucējis to izaugsmi līdz līmenim, kāds ir bijis paredzēts.
4. Konkurences padome konstatēja, ka piena pārstrādes komercsabiedrības piegādājot pienu un biezpienu atsevišķiem mazumtirdzniecības tīkliem, to piegādes ir nerentablas, t.i., piegādes cena ir zemāka kā piena un biezpiena pašizmaksa. Līdz ar to tiek secināts, ka noteiktai kategorijai mazumtirgotāju preces tiek pārdotas par zemāku cenu un kategorijai mazumtirgotāju savukārt tiek piemērotas augstākas pārdošanas cenas. Līdz ar to konstatējot, ka atsevišķiem mazumtirgotājiem pret piena pārstrādes komercsabiedrībām ir novērojama tirgus vara. Tam Konkurences padome rod iespējamus skaidrojumus:
 - 1) pārstrādes komercsabiedrība, lai kompensētu peļņas nepietiekamību, pārdodot pienu un biezpienu lielākiem mazumtirgotājiem, paaugstina cenu mazākiem - „ūdensgultas efekts”;
 - 2) līdz ar lielāku pārdošanas apjomu kādam mazumtirdzniecības tīklam arī tiek piemērotas lielākas apgrozījuma atlaides;
 - 3) lai kompensētu nerentablu piena produktu realizāciju, piena pārstrādes komercsabiedrības nereti to kompensē ar rentablu produkciju ienākumiem, t.i. tiek pielietots kompensācijas mehānisms.
5. Atsaucoties uz secinājumu Nr.4, Konkurences padome vienlaikus konstatē, ka vairumā gadījumu mazumtirgotājs ir spējis ietekmēt piena pārstrādes komercsabiedrības piegādes cenas tā ražotajai produkcijai arī tā iemesla pēc, ka konkrētais mazumtirgotājs realizē lielāko daļu vai ievērojamu daļu no piena

pārstrādes komercsabiedrības ražotās produkcijas un piena pārstrādātājs līdz ar to ir atkarīgs (gan tā peļņa, gan izdzīvošana un pastāvēšana tirgū) no šī mazumtirgotāja.

6. Tā kā katra no piena pārstrādes komercsabiedrībām pie pastāvīgajām un mainīgajām izmaksām bieži vien pieskaita atšķirīgas izmaksu komponentes, Konkurences padome neizslēdz situāciju, ka arī pašizmaksas aprēķināšanas veids atšķiras un tādējādi negatīvās piegādes un realizācijas gala cenas atspoguļošanai var tikt novērotas statistiskās novirzes.
7. Izejvielas (piens) cena veido būtisku īpatsvaru ražotāju piegādes cenā (~ 60%), mazumtirdzniecības realizācijas cenā (>40%). Attiecīgi realizācijas (mazumtirdzniecības) cenu izmaiņas pārsvarā ir bijušas proporcionālas izejvielu un pārstrādes cenu izmaiņām, tomēr atsevišķos gadījumos, kad izejvielas cena paliek nemainīga, realizācijas cena tiek palielināta, vai arī pie nelielas izejvielas cenas samazināšanās realizācijas cena saglabā iepriekšējo cenu līmeni. Ja salīdzina kopumā izejvielu cenas pieaugumu šajos divos gados (2006.gadā un 2007.gadā) ar realizācijas cenas pieaugumu, tiek konstatēts, ka realizācijas cenas ir pieaugušā vairāk kā piena iepirkuma cenas.
8. Attiecībā uz mazumtirdzniecības komercsabiedrību uzcenojuma veidošanos tiek secināts, ka tas tiek veidots katrai komercsabiedrībai individuāli un vienotas stratēģijas starp mazumtirdzniecības komercsabiedrību uzcenojumu veidošanos Konkurences padome tirgus uzraudzības periodā nav saskatījusi. Tiek secināts, ka mazumtirdzniecības komercsabiedrības vadās no produkcijas piegādes cenu svārstībām, par kādām piens/biezpiens tiek piegādāts un līdz ar to noteikta tā realizācijas cena gala patērētājiem, lai gan atsevišķos gadījumos mazumtirdzniecības uzcenojums ir palielinājies neskaidru iemeslu dēļ (piem., piegādes cena produkcijai nav mainījies vai mainīta minimāli). Tā rezultātā mazumtirdzniecības komercsabiedrība gūst peļņu no šādas cenu paaugstināšanās, jo uzcenojumam ir tendence arī pieaugt.
9. Tā kā tiek konstatēts, ka piena pārstrādātāju rentabilitāte, piegādājot pienu un biezpienu mazumtirdzniecībā, vairumā gadījumu ir ar negatīvu tendenci, tad realizējot konkrēto produktu attiecīgi konkrētai mazumtirdzniecības komercsabiedrībai, piena pārstrādes komercsabiedrība negūst peļņu. Taču tā kā piena pārstrādātāju pievienotā vērtība un izmaksas pārstrādājot pienu ir lielākas kā mazumtirgotājiem, organizējot šo produktu tālākpārdošanu, tiek secināts, ka tirgū pastāv nevienlīdzīgs spēka samērs starp piena pārstrādes komercsabiedrībām un mazumtirdzniecības komercsabiedrībām, kurām ir spēja ietekmēt piegādes cenu, t.i. tām mazumtirdzniecības komercsabiedrībām, kurām ir tirgus vara.

(*) – Ierobežotas pieejamības informācija