



Rīgas Starptautiskā ekonomikas un biznesa administrācijas augstskola

Pētījums

**Latvijas tautsaimniecības nozaru ar augstu tirgus koncentrācijas
līmeni un barjerām ienākšanai tirgū noteikšana**

Rīga, 2008.gada septembris

| | |
|--|-----------|
| IEVADS | 8 |
| 1. LATVIJAS TAUTSAIMNIECĪBAS NOZARU AR AUGSTU TIRGUS KONCENTRĀCIJAS LĪMENI NOTEIKŠANA, BALSTOTIES UZ KONCENTRĀCIJAS RAKSTUROJOŠIEM RĀDĪTĀJIEM | 10 |
| 2. TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU BŪTĪBA, RAKSTUROJOŠIE RADĪTĀJI UN IESPĒJAMIE INFORMĀCIJAS AVOTI TO NOVĒRTĒŠANAI | 13 |
| 2.1. EKONOMISKIE IEROBEŽOJUMI..... | 13 |
| 2.2. ADMINISTRATĪVIE, ORGANIZATORISKIE UN EKOĻOĢISKIE IEROBEŽOJUMI..... | 16 |
| 2.3. TIRGUS DALĪBNIEKU VERTIKĀLĀS VIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS..... | 18 |
| 2.4. TIRGUS INFRASTRUKTŪRAS NEATBILSTĪBA..... | 19 |
| 2.5. TIRGUS DALĪBNIEKU STRATĒĢISKĀS UZVEDĪBAS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS..... | 20 |
| 2.6. PREČU PIEPRASĪJUMA IEROBEŽOJUMS..... | 21 |
| 3. TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE LATVIJAS TAUTAISMNIECĪBAS NOZARĒS | 28 |
| 3.1. AUGU UN DZĪVNIEKU EĻĻU UN TĀUKU RAŽOŠANA (15.4)..... | 29 |
| 3.1.1. VISPĀRĪGS NOZARES APRAKSTS..... | 29 |
| 3.1.2. TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE..... | 32 |
| 3.1.2.1. EKONOMISKIE IEROBEŽOJUMI..... | 32 |
| 3.1.2.2. ADMINISTRATĪVIE/ORGANIZATORISKIE IEROBEŽOJUMI..... | 36 |
| 3.1.2.3. TIRGUS DALĪBNIEKU VERTIKĀLĀS VIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS..... | 37 |
| 3.1.2.4. TIRGUS INFRASTRUKTŪRAS NEATBILSTĪBA..... | 38 |
| 3.1.2.5. TIRGUS DALĪBNIEKU STRATĒĢISKĀS UZVEDĪBAS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS..... | 38 |
| 3.1.2.6. PREČU PIEPRASĪJUMA IEROBEŽOJUMI..... | 39 |
| NOBEIGUMS..... | 47 |
| IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI:..... | 47 |
| 3.2. GRAUDU MALŠANAS PRODUKTU, CIETES UN CIETES PRODUKTU RAŽOŠANA (15.6)..... | 49 |
| 3.2.1. VISPĀRĪGS NOZARES APRAKSTS..... | 49 |
| 3.2.2. TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE..... | 51 |
| 3.2.2.1. EKONOMISKIE IEROBEŽOJUMI..... | 51 |
| 3.2.2.2. ADMINISTRATĪVIE/ORGANIZATORISKIE IEROBEŽOJUMI..... | 53 |
| 3.2.2.3. TIRGUS DALĪBNIEKU VERTIKĀLĀS VIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS..... | 54 |
| 3.2.2.4. TIRGUS INFRASTRUKTŪRAS NEATBILSTĪBA..... | 55 |
| 3.2.2.5. TIRGUS DALĪBNIEKU STRATĒĢISKĀS UZVEDĪBAS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS..... | 55 |
| 3.2.2.6. PREČU PIEPRASĪJUMA IEROBEŽOJUMI..... | 56 |
| NOBEIGUMS..... | 62 |
| IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI:..... | 62 |
| 3.3. FINIERA LOKŠŅU (FINIERSKAIDAS UN LOBSKAIDAS) RAŽOŠANA, SAPLĀKŠŅU RAŽOŠANA, LĪMĒTO PLĀTŅU, SKAIDU PLĀTŅU, ŠĶIEDRU PLĀTŅU UN CITU PANELU UN PLĀTŅU RAŽOŠANA (20.2)..... | 64 |
| 3.3.1. VISPĀRĪGS NOZARES APRAKSTS..... | 64 |

| | | |
|----------|---|-----|
| 3.3.2. | TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE..... | 69 |
| 3.3.2.1. | EKONOMISKIE IEROBEŽOJUMI..... | 69 |
| 3.3.2.2. | ADMINISTRATĪVIE/ORGANIZATORISKIE IEROBEŽOJUMI | 73 |
| 3.3.2.3. | TIRGUS DALĪBNIEKU VERTIKĀLĀS VIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 75 |
| 3.3.2.4. | TIRGUS INFRASTRUKTŪRAS NEATBILSTĪBA..... | 75 |
| 3.3.2.5. | TIRGUS DALĪBNIEKU STRATĒGISKĀS UZVEDĪBAS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 76 |
| 3.3.2.6. | PREČU PIEPRASĪJUMA IEROBEŽOJUMI | 76 |
| | NOBEIGUMS..... | 85 |
| | ĪZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI:..... | 86 |
| 3.4. | PESTICĪDI U.C. AGROĶĪMISKO PREPARĀTU RAŽOŠANA (24.2)..... | 87 |
| 3.4.1. | VISPĀRĪGS NOZARES APRAKSTS | 87 |
| | NOBEIGUMS..... | 88 |
| | ĪZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI..... | 88 |
| 3.5. | KRĀSU, PERNICU U.TML. PĀRKLĀJUMU, TIPOGRĀFIJAS KRĀSU UN MASTIKAS RAŽOŠANA (24.3)..... | 89 |
| 3.5.1. | VISPĀRĪGS NOZARES APRAKSTS | 89 |
| 3.5.2. | TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE..... | 91 |
| 3.5.2.1. | EKONOMISKIE IEROBEŽOJUMI..... | 91 |
| 3.5.2.2. | ADMINISTRATĪVIE/ORGANIZATORISKIE IEROBEŽOJUMI | 92 |
| 3.5.2.3. | TIRGUS DALĪBNIEKU VERTIKĀLĀS VIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 93 |
| 3.5.2.4. | TIRGUS INFRASTRUKTŪRAS NEATBILSTĪBA..... | 94 |
| 3.5.2.5. | TIRGUS DALĪBNIEKU STRATĒGISKĀS UZVEDĪBAS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 94 |
| 3.5.2.6. | PREČU PIEPRASĪJUMA IEROBEŽOJUMI | 94 |
| | NOBEIGUMS..... | 101 |
| | ĪZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI:..... | 101 |
| 3.6. | FARMACEITISKO, MEDICĪNISKO UN FITOĶĪMISKO PREPARĀTU RAŽOŠANA(24.4)..... | 103 |
| 3.6.1. | VISPĀRĪGS NOZARES APRAKSTS | 103 |
| 3.6.2. | TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE..... | 108 |
| 3.6.2.1. | EKONOMISKIE IEROBEŽOJUMI..... | 109 |
| 3.6.2.2. | ADMINISTRATĪVIE/ORGANIZATORISKIE IEROBEŽOJUMI | 112 |
| 3.6.2.3. | TIRGUS DALĪBNIEKU VERTIKĀLĀS VIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 113 |
| 3.6.2.4. | TIRGUS INFRASTRUKTŪRAS NEATBILSTĪBA..... | 114 |
| 3.6.2.5. | TIRGUS DALĪBNIEKU STRATĒGISKĀS UZVEDĪBAS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 114 |
| 3.6.2.6. | PREČU PIEPRASĪJUMA IEROBEŽOJUMI | 114 |
| | NOBEIGUMS..... | 120 |
| | ĪZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI:..... | 121 |
| 3.7. | ZIEPJU, MAZGĀŠANAS, TĪRĪŠANAS UN SPODRINĀŠANAS LĪDZEKĻU, SMARŽU UN KOSMĒTISKO LĪDZEKĻU RAŽOŠANA(24.5)..... | 122 |
| 3.7.1. | VISPĀRĪGS NOZARES APRAKSTS | 122 |
| 3.7.2. | TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE..... | 125 |
| 3.7.2.1. | EKONOMISKIE IEROBEŽOJUMI..... | 125 |
| 3.7.2.2. | ADMINISTRATĪVIE/ORGANIZATORISKIE IEROBEŽOJUMI | 127 |
| 3.7.2.3. | TIRGUS DALĪBNIEKU VERTIKĀLĀS VIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 130 |
| 3.7.2.4. | TIRGUS INFRASTRUKTŪRAS NEATBILSTĪBA..... | 131 |

| | |
|--|-----|
| 3.7.2.5. TIRGUS DALĪBNIEKU STRATĒGISKĀS UZVEDĪBAS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 131 |
| 3.7.2.6. PREČU PIEPRASĪJUMA IEROBEŽOJUMI | 132 |
| NOBEIGUMS | 141 |
| IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI | 142 |
| 3.8. GUMIJAS IZSTRĀDĀJUMU RAŽOŠANA (25.1) | 143 |
| 3.8.1. VISPĀRĪGS NOZARES APRAKSTS | 143 |
| 3.8.2. TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE | 146 |
| 3.8.2.1. EKONOMISKIE IEROBEŽOJUMI | 146 |
| 3.8.2.2. ADMINISTRATĪVIE/ORGANIZATORISKIE IEROBEŽOJUMI | 148 |
| 3.8.2.3. TIRGUS DALĪBNIEKU VERTIKĀLAS VIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 149 |
| 3.8.2.4. TIRGUS INFRASTRUKTŪRAS NEATBILSTĪBA | 150 |
| 3.8.2.5. TIRGUS DALĪBNIEKU STRATĒGISKĀS UZVEDĪBAS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 150 |
| 3.8.2.6. PREČU PIEPRASĪJUMA IEROBEŽOJUMI | 151 |
| NOBEIGUMS | 159 |
| IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI | 159 |
| 3.9. STIKLA UN STIKLA IZSTRĀDĀJUMU RAŽOŠANA (26.1) | 161 |
| 3.9.1. VISPĀRĪGS NOZARES APRAKSTS | 161 |
| 3.9.2. TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE | 164 |
| 3.9.2.1. EKONOMISKIE IEROBEŽOJUMI | 164 |
| 3.9.2.2. ADMINISTRATĪVIE/ORGANIZATORISKIE IEROBEŽOJUMI | 169 |
| 3.9.2.3. TIRGUS DALĪBNIEKU VERTIKĀLĀS VIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IZVEIDOTAS BARJERAS | 170 |
| 3.9.2.4. TIRGUS INFRASTRUKTŪRAS NEATBILSTĪBA | 171 |
| 3.9.2.5. TIRGUS DALĪBNIEKU STRATĒGISKĀS UZVEDĪBAS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 171 |
| 3.9.2.6. PREČU PIEPRASĪJUMA IEROBEŽOJUMI | 172 |
| NOBEIGUMS | 179 |
| IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI: | 180 |
| 3.10. BIROJA TEHNIKAS UN DATORU RAŽOŠANA (30) | 181 |
| 3.10.1. VISPĀRĪGS NOZARES APRAKSTS | 181 |
| 3.10.2. TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE | 184 |
| 3.10.2.1. EKONOMISKIE IEROBEŽOJUMI | 184 |
| 3.10.2.2. ADMINISTRATĪVIE/ ORGANIZATORISKIE IEROBEŽOJUMI | 185 |
| 3.10.2.3. TIRGUS VERTIKĀLĀS VIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IZVEIDOTAS BARJERAS | 186 |
| 3.10.2.4. TIRGUS INFRASTRUKTŪRAS NEATBILSTĪBA | 187 |
| 3.10.2.5. TIRGUS DALĪBNIEKU STRATĒGISKĀS UZVEDĪBAS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 187 |
| 3.10.2.6. PREČU PIEPRASĪJUMA IEROBEŽOJUMI | 188 |
| NOBEIGUMS | 193 |
| IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI: | 193 |
| 3.11. ELEKTROSADALES UN KONTROLES APARĀTU RAŽOŠANA (31.2) | 195 |
| 3.11.1. VISPĀRĪGS NOZARES APRAKSTS | 195 |
| 3.11.2. TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE | 197 |
| 3.11.2.1. EKONOMISKIE IEROBEŽOJUMI | 197 |
| 3.11.2.2. ADMINISTRATĪVIE/ORGANIZATORISKIE IEROBEŽOJUMI | 199 |
| 3.11.2.3. TIRGUS DALĪBNIEKU VERTIKĀLAS VIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 202 |
| 3.11.2.4. TIRGUS INFRASTRUKTŪRAS NEATBILSTĪBA | 203 |

| | |
|--|-----|
| 3.11.2.5. TIRGUS DALĪBNIEKU STRATĒGISKĀS UZVEDĪBAS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 203 |
| 3.11.2.6. PREČU PIEPRASĪJUMA IEROBEŽOJUMI | 204 |
| NOBEIGUMS | 212 |
| ĪZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI:..... | 212 |
| 3.12. IZOLĒTO VADU UN KABEĻU RAŽOŠANA (31.3) | 214 |
| 3.12.1. VIŠPĀRĪGS NOZARES APRAKSTS | 214 |
| 3.12.2. TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE..... | 216 |
| 3.12.2.1. EKONOMISKIE IEROBEŽOJUMI..... | 216 |
| 3.12.2.2. ADMINISTRĀTĪVIE/ORGANIZATORISKIE IEROBEŽOJUMI | 219 |
| 3.12.2.3. TIRGUS DALĪBNIEKU VERTIKĀLAS VIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 220 |
| 3.12.2.4. TIRGUS INFRASTRUKTŪRAS NEATBILSTĪBA..... | 221 |
| 3.12.2.5. TIRGUS DALĪBNIEKU STRATĒGISKĀS UZVEDĪBAS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 222 |
| 3.12.2.6. PREČU PIEPRASĪJUMA IEROBEŽOJUMI | 223 |
| NOBEIGUMS | 230 |
| ĪZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI:..... | 231 |
| 3.13. APGAISMES IERĪČU UN ELEKTRISKO LAMPU RAŽOŠANA (31.5) | 232 |
| 3.13.1. VIŠPĀRĒJS NOZARES APRAKSTS | 232 |
| NOBEIGUMS | 235 |
| ĪZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI:..... | 236 |
| 3.14. AUTOMOBĪĻU VIRSBŪVJU RAŽOŠANA, PIEKABJU UN PUSPIEKABJU RAŽOŠANA (34.2) | 237 |
| 3.14.1. VIŠPĀRĪGS NOZARES APRAKSTS | 237 |
| 3.14.2. TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE..... | 239 |
| 3.14.2.1. EKONOMISKIE IEROBEŽOJUMI..... | 239 |
| 3.14.2.2. ADMINISTRĀTĪVIE/ORGANIZATORISKIE IEROBEŽOJUMI | 242 |
| 3.14.2.3. TIRGUS DALĪBNIEKU VERTIKĀLĀS VIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IZVEIDOTAS BARJERAS | 243 |
| 3.14.2.4. TIRGUS INFRASTRUKTŪRAS NEATBILSTĪBA..... | 244 |
| 3.14.2.5. TIRGUS DALĪBNIEKU STRATĒGISKĀS UZVEDĪBAS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 244 |
| 3.14.2.6. PREČU PIEPRASĪJUMA IEROBEŽOJUMI | 244 |
| NOBEIGUMS | 250 |
| ĪZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI:..... | 250 |
| 3.15. DETALU UN PIEDERUMU RAŽOŠANA AUTOMOBĪĻIEM UN TO DZINĒJIEM (34.3) 252 | |
| 3.15.1. VIŠPĀRĪGS NOZARES APRAKSTS | 252 |
| 3.15.2. TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE..... | 254 |
| 3.15.2.1. EKONOMISKIE IEROBEŽOJUMI..... | 254 |
| 3.15.2.2. ADMINISTRĀTĪVIE/ORGANIZATORISKIE IEROBEŽOJUMI | 256 |
| 3.15.2.3. TIRGUS DALĪBNIEKU VERTIKĀLAS VIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 257 |
| 3.15.2.4. TIRGUS INFRASTRUKTŪRAS NEATBILSTĪBA..... | 258 |
| 3.15.2.5. TIRGUS DALĪBNIEKU STRATĒGISKĀS UZVEDĪBAS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 259 |
| 3.15.2.6. PREČU PIEPRASĪJUMA IEROBEŽOJUMI | 260 |
| NOBEIGUMS | 268 |
| ĪZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI:..... | 269 |
| 3.16. NEMETĀLA ATKRITUMU UN LŪŽŅU PĀRSTRĀDE (37.2) | 271 |
| 3.16.1. VIŠPĀRĪGS NOZARES APRAKSTS | 271 |
| 3.16.2. TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE..... | 273 |

| | |
|---|-----|
| 3.16.2.1. EKONOMISKIE IEROBEŽOJUMI..... | 273 |
| 3.16.2.2. ADMINISTRATĪVIE/ORGANIZATORISKIE IEROBEŽOJUMI | 275 |
| 3.16.2.3. TIRGUS DALĪBNIEKU VERTIKĀLAS VIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 277 |
| 3.16.2.4. TIRGUS INFRASTRUKTŪRAS NEATBILSTĪBA..... | 277 |
| 3.16.2.5. TIRGUS DALĪBNIEKU STRATĒGISKĀS UZVEDĪBAS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 277 |
| 3.16.2.6. PREČU PIEPRASĪJUMA IEROBEŽOJUMI | 277 |
| NOBEIGUMS | 283 |
| IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI:..... | 283 |
| 3.17. TVAIKA UN KARSTĀ ŪDENS PIEGĀDE (40.3)..... | 285 |
| 3.17.1. VISPĀRĪGS NOZARES APRAKSTS | 285 |
| 3.17.2. TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE..... | 288 |
| 3.17.2.1. EKONOMISKIE IEROBEŽOJUMI..... | 288 |
| 3.17.2.2. ADMINISTRATĪVIE/ORGANIZATORISKIE IEROBEŽOJUMI | 292 |
| 3.17.2.3. TIRGUS DALĪBNIEKU VERTIKĀLAS VIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 296 |
| 3.17.2.4. TIRGUS INFRASTRUKTŪRAS NEATBILSTĪBA..... | 296 |
| 3.17.2.5. TIRGUS DALĪBNIEKU STRATĒGISKĀS UZVEDĪBAS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 298 |
| 3.17.2.6. PREČU PIEPRASĪJUMA IEROBEŽOJUMI | 298 |
| NOBEIGUMS | 306 |
| IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI:..... | 307 |
| 3.18. ŪDENS IEGUVE, ATTĪRĪŠANA UN SADALE (41)..... | 309 |
| 3.18.1. VISPĀRĪGS NOZARES APRAKSTS | 309 |
| 3.18.2. TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE..... | 313 |
| 3.18.2.1. EKONOMISKIE IEROBEŽOJUMI..... | 313 |
| 3.18.2.2. ADMINISTRATĪVIE ORGANIZATORISKIE IEROBEŽOJUMI..... | 317 |
| 3.18.2.3. TIRGUS DALĪBNIEKU VERTIKĀLĀS VIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 319 |
| 3.18.2.4. TIRGUS INFRASTRUKTŪRAS NEATBILSTĪBA..... | 319 |
| 3.18.2.5. TIRGUS DALĪBNIEKU STRATĒGISKĀS UZVEDĪBAS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 320 |
| 3.18.2.6. PREČU PIEPRASĪJUMA IEROBEŽOJUMI | 320 |
| NOBEIGUMS | 327 |
| IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI:..... | 328 |
| 3.19. PASTA UN KURJERU DARBĪBA (64.1)..... | 329 |
| 3.19.1. VISPĀRĪGS NOZARES APRAKSTS | 329 |
| 3.19.2. TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE..... | 333 |
| 3.19.2.1. EKONOMISKIE IEROBEŽOJUMI..... | 333 |
| 3.19.2.2. ADMINISTRATĪVIE/ORGANIZATORISKIE IEROBEŽOJUMI | 336 |
| 3.19.2.3. TIRGUS DALĪBNIEKU VERTIKĀLĀS VIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 336 |
| 3.19.2.4. TIRGUS INFRASTRUKTŪRAS NEATBILSTĪBA..... | 337 |
| 3.19.2.5. TIRGUS DALĪBNIEKU STRATĒGISKĀS UZVEDĪBAS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 337 |
| 3.19.2.6. PREČU PIEPRASĪJUMA IEROBEŽOJUMI | 337 |
| NOBEIGUMS | 345 |
| IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI:..... | 346 |
| 3.20. TELEKOMUNIKĀCIJAS (64.2) | 347 |
| 3.20.1. VISPĀRĪGS NOZARES APRAKSTS | 347 |
| 3.20.2. TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE..... | 349 |

| | |
|---|------------|
| 3.20.2.1. EKONOMISKIE IEROBEŽOJUMI..... | 349 |
| 3.20.2.2. ADMINISTRATĪVIE/ORGANIZATORISKIE IEROBEŽOJUMI | 351 |
| 3.20.2.3. TIRGUS DALĪBNIEKU VERTIKĀLAS VIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 353 |
| 3.20.2.4. TIRGUS INFRASTRUKTŪRAS NEATBILSTĪBA..... | 353 |
| 3.20.2.5. TIRGUS DALĪBNIEKU STRATĒGISKĀS UZVEDĪBAS REZULTĀTĀ IZVEIDOTĀS BARJERAS | 354 |
| 3.20.2.6. PREČU PIEPRASĪJUMA IEROBEŽOJUMI | 354 |
| NOBEIGUMS | 362 |
| IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI:..... | 362 |
| 4. SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI..... | 364 |
| 5. LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI..... | 368 |
| 1.PIELIKUMS..... | 369 |
| 2.PIELIKUMS..... | 372 |
| 3.PIELIKUMS..... | 373 |
| 4.PIELIKUMS..... | 378 |
| 5.PIELIKUMS..... | 382 |
| 6.PIELIKUMS..... | 386 |

IEVADS

Pašreizējais Latvijas ekonomikas attīstības posms ir raksturojams ar tieksmi iespējami ciešāk un ātrāk integrēties Eiropas Savienības vienotajā ekonomiskajā telpā, kas neizbēgami ir saistīts ar Latvijas tautsaimniecības nozaru efektivitātes un konkurētspējas paaugstināšanu.

Latvijas Valsts nacionālās intereses, nenoliedzami, ir vērstas uz ekonomikas konkurējošo attiecību veicināšanu un vietējo ražotāju ekonomiskās pozīcijas stiprināšanu gan vietējā, gan ES vienotā produktu un pakalpojumu tirgū. Tāpēc konkurences vides uzturēšana ir svarīgs faktors gan preču, gan atsevišķu uzņēmumu un nozaru konkurētspējas paaugstināšanai, ka arī Latvijas nacionālās ekonomikas nostiprināšanai un attīstībai, lai nodrošinātu Latvijas tautsaimniecības stabilu izaugsmi sīvas konkurences apstākļos ārējā tirgū.

Tomēr konkurence var attīstīties tikai tur, kur mazāk šķēršļu jaunu dalībnieku ienākšanai tirgū. Tāpēc veikt konkurences tirgus koncentrācijas līmeņa vērtējumu Latvijas tautsaimniecības nozarēs un identificēt tirgū ienākšanas barjeras, kā arī sniegt priekšlikumus to mazināšanai, bija zinātnisko pētījumu „Latvijas tautsaimniecības nozaru ar augstu tirgus koncentrācijas līmeni un barjerām ienākšanai tirgū noteikšana” (iepirkuma līgums Nr.2008/24) galvenie mērķi.

Pētījums tika veikts pēc LR Ekonomikas ministrijas (EM) pasūtījuma saskaņā ar pētījuma tehniskajā specifikācijā izvirzītiem pamatuzdevumiem:

1. Iegūt datus un noteikt tirgus koncentrāciju 118 Latvijas tautsaimniecības nozarēm, izmantojot kvantitatīvos rādītājus - koncentrācijas (CR) un Herfindāhla-Hiršmana (HHI) indeksus.
2. Izveidot ar augstu koncentrācijas līmeni 20 nozaru sarakstu, kurās tiks veikta analīze par tirgū ienākšanas barjerām un sniegti priekšlikumi to mazināšanai.
3. Veikt analīzi un noteikt tirgū ienākšanas barjeru esamību/neesamību iepriekšējā uzdevumā definētajām nozarēm.
4. Detalizēti aprakstīt identificētās barjeras un novērtēt barjeras ietekmi uz esošiem un potenciāli jauniem tirgus dalībniekiem, pamatojoties uz jaunu tirgus dalībnieku aptauju.
5. Izstrādāt priekšlikumus pētījumu gaitā noteikto tirgū ienākšanas barjeru mazināšanai.

Pētījums tika veikts ciešā sadarbībā ar LR Ekonomikas ministrijas atbildīgiem pārstāvjiem un Konkurences padomes ekspertiem, kas kontrolēja pētījumu izpildi, izteica savas rekomendācijas un diskusiju veidā komentēja pētījuma starprezultātus.

Pētījumu veikšanas gaitā tika aptaujāti 41 eksperts no Latvijas uzņēmumiem (gan sen strādājošiem, gan jaunienācējiem tirgū) un nozaru asociācijām, kā arī tika izmantota CSP publicētā un nepublicētā (speciāli pasūtītā) informācija, Lursoft speciāli sagatavotie dati par uzņēmumu finansu analīzi, dažādos masu mēdijos un internētā publicēti materiāli.

Projekta pētnieku grupa izsaka lielu pateicību SIA „Aloja-Starkelsen”, SIA „Ave Kurjers”, AS „Baltijas Gumijas Fabrika”, SIA „Betals”, SIA „Dinex Latvia”, SIA „Edonets”, SIA „Individuālie Darba Aizsardzības Līdzekļi (IDAL)”, SIA „IT Eksperts”, SIA „Formika”, SIA „K.S. Plus”, Lattelecom BPO, SIA „Lattelecom”, AS „Latvijas Finieris”, SIA „Logins & Co”, SIA „Madara Cosmetics”, SIA „Mono Transservis”, SIA „Neonita Latvija”, AS „Olainfarm”, SIA „Pro Line”, SIA „Riepnieks”, AS „Rīgas Autoelektroaparātu Rūpnīca”, AS „Rīgas Dzirnāvnīks”, SIA „Rīgas Laku un Krāsu Rūpnīca”, AS „Rīgas Siltums”, SIA „Rīgas Ūdens”, SIA „Satema Baltic”, SIA „Security Glass”, SIA „Stendera Ziepju fabrika”, SIA „Vikan Marketing”, SIA „Vlaira” uzņēmumu pārstāvjiem, kā arī Mašīnbūves un Metālapstrādes Rūpniecības asociācijai par palīdzību pētījumu veikšanas gaitā, pētījumu grupai veltīto laiku, informatīvo atbalstu un izteiktiem viedokļiem.

Projekta pētījuma gala ziņojums sastāv no trijām pamatnodaļām. Pirmā nodaļa ir veltīta augsti koncentrēto Latvijas tautsaimniecības nozaru atlases procedūras aprakstam. Šī atlases procedūra tika īstenota ar mērķi atlasīt 20 augsti koncentrētas nozares, lai tālāk varētu analizēt tirgū ienākšanas barjeras potenciāliem jauniem tirgus dalībniekiem. Otrajā nodaļā tiek aprakstīta tirgū ienākšanas barjeru būtība, raksturojošie rādītāji un iespējamie informācijas avoti to novērtēšanai. Trešā nodaļa ietver tirgū ienākšanas barjeru analīzi 20 augsti koncentrētām Latvijas tautsaimniecības nozarēm. Balstoties uz pētījumu gaitā iegūtiem rezultātiem tika sagatavoti priekšlikumi tirgū ienākšanas barjeru ietekmes mazināšanai.

Pētījumus veica Rīgas Starptautiskās ekonomikas un biznesa administrācijas augstskolas (RSEBAA) Ekonomikas un finansu katedras pētnieki: Dr.oec. Danute Jasjko, Dr.oec. Tatjana Ivanova, Dr. sc.ing. Ērika Pančenko.

Informācijas sākotnējās vākšanas un apstrādes posmā RSEBAA zinātnieki cieši sadarbojās ar RSEBAA Eiropas Biznesa Studiju programmas 1 kursa studentiem.

Īpaši gribētos atzīmēt RSEBAA Eiropas Biznesa Studiju programmas 1 kursa studentu Ineses Batņas, Kristīnes Plintas, Ineses Rīderes, Lāsma Baltuases, Zanes Kantānes līdzdalību ne tikai sākotnējās informācijas apkopošanā, bet arī nozaru ekspertu intervēšanā un analītiskā darba veikšanā.

1. LATVIJAS TAUTSAIMNIECĪBAS NOZARU AR AUGSTU TIRGUS KONCENTRĀCIJAS LĪMENI NOTEIKŠANA, BALSTOTIES UZ KONCENTRĀCIJAS RAKSTUROJOŠIEM RĀDĪTĀJIEM

Saskaņā ar veicamo pētījumu tehnisko specifikāciju, tirgus koncentrācijas līmenis tika analizēts 118 Latvijas tautsaimniecības nozarēm (nozaru sarakstu skat. 1.pielikumā), identificētām pamatojoties uz Saimniecisko darbību statistisko klasifikāciju Eiropas Kopienā (NACE 1.1 red.) [17].

Nozares koncentrācijas līmeņa noteikšana tika veikta pamatojoties uz diviem koncentrāciju raksturojošiem rādītājiem:

- Herfindāhla-Hiršmana¹ indeksu (HHI), kas raksturo uzņēmumu lielumu un konkurences pakāpi nozarē, pamatojoties uz katra atsevišķa uzņēmuma aizņemamo tirgus daļu;
- Koncentrācijas indeksu (CR4) nozares četriem lielākiem uzņēmumiem, kas raksturo kopējo tirgus daļu četru lielāko nozares uzņēmumu gadījumā.

Herfindāhla-Hiršmana indekss tiek rēķināts pēc formulas (1) :

$$HHI = \sum_{i=1}^n \left(\frac{X_i}{\sum_{i=1}^n X_i} \cdot 100 \right)^2, \text{ kur} \quad (1)$$

n - uzņēmumu skaits;

X_i – uzņēmuma i realizācijas apjomi.

Pēc aprēķinātās HHI vērtības ir iespējams spriest par tirgus varas sadalījumu starp visiem tirgus subjektiem (uzņēmumiem) un kopējo uzņēmumu koncentrāciju tirgū. Gadījumā, ja Herfindāhla- Hiršmana indeksa vērtība:

1. Nepārsniedz 1000 (**$HHI < 1000$**), tirgus tiek vērtēts kā nekoncentrēts;
2. Svārstās no 1000 līdz 1800 (**$1000 < HHI < 1800$**), tirgus tiek klasificēts kā mēreni koncentrēts.
3. Pārsniedz 1800 (**$HHI > 1800$**), tirgus tiek uzskatīts kā augsti koncentrēts.

Turklāt indeksa priekšrocība salīdzinot ar citiem koncentrāciju raksturojošiem rādītājiem ir tā, ka aprēķinos uzsvars tiek likts uz lielākiem uzņēmumiem nozarē, pateicoties katra uzņēmuma tirgus daļas kāpināšanai kvadrātā [2]. Nozarei ar salīdzinoši

¹ Angl.: Herfindahl-Hirschman index

līdzīgiem uzņēmumiem, starp kuriem potenciālais tirgus spēks ir viendabīgs, HHI vērtība būs zemāka nekā nozarei tikai ar dažu lielo uzņēmumu esamību.

Savukārt Koncentrācijas indekss tiek rēķināts pēc formulas (2):

$$CR4 = \frac{\sum_{i=1}^4 X_i}{\sum_{i=1}^n X_i} \cdot 100\% , \text{ kur} \quad (2)$$

n - uzņēmumu skaits;

X_i – uzņēmuma i realizācijas apjomi.

Šo abu rādītāju salīdzinoši viegla aprēķināšanas procedūra dod iespēju samērā ātri identificēt augsti koncentrētas nozares visu tautsaimniecības sektoru vidū un veido pamatu turpmākam konkurences vides novērtējumam katrai atsevišķai nozarei. Ir svarīgi piebilst, ka koncentrācijas analīze balstoties uz augstāk minētiem rādītājiem, tomēr, ir pārāk formāla, jo neievēro katras nozares darbības ierobežojumus un specifiku, ka arī nozares uzņēmumu darbības veidus un stratēģisko uzvedību tirgū. Līdz ar to visam, pētījumos aplūkotam, nozaru klāstam aprēķinātie rādītāji varētu kalpot vienīgi par sākotnējas informācijas iegūšanu turpmākiem padziļinātiem pētījumiem par tirgus konkurējošo vidi un ienākšanas barjerām potenciāli jauniem tirgus dalībniekiem.

Tāpēc vērtējot koncentrācijas līmeni pēc HHI un CR4 rādītājiem, no LR Centrālās Statistikas pārvaldes (CSP) papildus tika pasūtīta un analizēta informācija arī par katras nozares kopējiem realizācijas apjomiem un uzņēmumu skaitu. Turklāt pēdējais gads, par kuru CSP varēja nodrošināt starp visām nozarēm salīdzināmu informāciju, bija 2006.gads, kas pētījumos tika arī analizēts.

Sākotnēja Latvijas tautsaimniecības nozaru koncentrācijas pakāpes novērtēšana tika balstīta uz HHI rādītāja (kritērija) aprēķināšanu un turpmāko nozaru ranžēšanu dilstošā kartībā pēc šī izvēlēta kritērija. Ranžēšanas rezultāti pēc HHI kritērija visām 118 Latvijas tautsaimniecības nozarēm ir atspoguļoti 3.pielikumā. Kā ir redzams starp viskoncentrētākām nozarēm, kas atrodas ranžējuma sākumā, iekļuva nozares, kas būtiski atšķīrās pēc sava lieluma (realizācijas apjoma) un tirgus dalībnieku skaita (uzņēmumu skaita). Piemēram, starp pirmajām 20 augsti koncentrētām nozarēm (kam HHI vērtība ir samēra augsta un svārstās no 3829 līdz 9457), ir nozares ar kopējo apgrozījumu no Ls 3,2 milj.(37.2 nozarei – „Nemetāla atkritumu un lūžņu pārstrāde”) līdz pat Ls 382,0 milj (40.1 nozarei – „Elektroenerģijas ražošana un sadale”). Uzņēmumu skaits šajās divdesmit nozarēs arī būtiski atšķirīgs: no 4 līdz 130

uzņēmumiem. Tas nozīmē, ka neskatoties uz to, ka HHI indekss dod iespēju atlasīt viskoncentrētākās nozares, liekot papildus uzsvāru uz nozares lielākiem uzņēmumiem, uzņēmumu lielums starp nozarēm var būtiski atšķirties. Turklāt varētu piebilst, ka formāli konstatētais dominējošais stāvoklis atsevišķam uzņēmumam salīdzinoši nelielā nozarē var būt izskaidrojams ar ekonomisko lietderību vai/un ražošanas procesa nedalāmību. Līdz ar to ne vienmēr ir ekonomiski korekti uzskatīt, ka mazo uzņēmumu ierobežotais skaits var viennozīmīgi izkropļot konkurences mehānisma darbību salīdzinoši nelielā tautsaimniecības nozarē, kuras kopējais apgrozījums varētu būt salīdzināms ar citas nozares viena uzņēmuma apgrozījumu.

Koncentrācijas indekss četriem nozarēm lielākiem uzņēmumiem bija izmantots kā otrais kritērijs visu Latvijas analizējamo nozaru ranžējumam. Ranžējuma rezultātā pēc šī minētā kritērija (skat. 4.pielikumu) tika iegūts stipri atšķirīgs nozaru reitings salīdzinājumā ar iepriekšējā ranžējuma rezultātiem (pēc HHI kritērija). Tagad pirmajās vietās starp augsti koncentrētām nozarēm ieguva nozares ar ierobežoto uzņēmumu skaitu, respektīvi, nozares, kurās, pēc CSP speciāli sagatavotas informācijas, darbojas tikai četri uzņēmumi. Savukārt pirmo 20 nozaru sarakstā iekļuva atkal dažāda lieluma nozares, kuru kopējais apgrozījums svārstījās no Ls 382,0 milj. līdz Ls 228,4 tūkst (skat. 4.pielikumu).

Neskatoties uz to, ka gan HHI, gan CR4 ir ekonomiskie rādītāji, kas raksturo tirgus koncentrāciju un var kalpot par kritērijiem augsti koncentrēto nozaru atlasē, visu analizējamo nozaru ranžēšanas gaitā tika konstatētas būtiskas atšķirības divdesmit viskoncentrētāko nozaru sarakstos, atlasītos pēc šiem diviem kritērijiem (skat. 3. un 4. pielikumu). Turklāt aprēķinātie korelācijas koeficienti, kas raksturoja sakarību ciešumu starp HHI un CR4 aprēķinātām vērtībām divdesmit augsti koncentrētajām nozarēm, atsevišķi atlasītām pēc HHI un CR4 kritērija norādīja korelācijas neesamību (vai pietiekoši vāju korelāciju) starp šo divu rādītāju vērtībām. Nozaru ranžējumā pēc HHI kritērija sakarības ciešums starp HHI un CR4 vērtībām 20 viskoncentrētākām nozarēm sasniedza tikai 0,6, bet ranžējumā pēc CR4 kritērija – 0,29.

Tāpēc pētījumu veikšanas gaitā tika piedāvāts 20 augsti koncentrētas nozares atlasīt pēc konkrētas shēmas, secīgi izejot cauri trim pamatposmiem:

1. Veikt visu analizējamo Latvijas tautsaimniecības nozaru (saskaņā ar 1.pielikumu) ranžējumu pēc kopējiem nozares realizācijas apjomiem un salikt tos dilstošā kārtībā (skat. 5 pielikumu);
2. Pamatojoties uz pirmajā posmā iegūtā nozaru saraksta atlasīt tās nozares, kurām aprēķināta Herfindāhla-Hiršmana indeksa vērtība ir augstāka par 2000;

3. No otrajā posmā atlasītā nozaru saraksta izveidot gala sarakstu ar 20 augsti koncentrētājām nozarēm, pamatojoties uz LR EM, LR KP un RSEBAA ekspertiem pieejamās informācijas par nozaru konkurences vides stāvokli un tirgus spēka pakāpi nozaru atsevišķos uzņēmumos (skat. tabulas iekrāsotās rindas 5.pielikumā).

Secīgi realizējot augstāk aprakstīto nozaru atlasē procedūru, tika atlasītas 20 augsti koncentrētas Latvijas tautsaimniecības nozares, kas tālāk bija detalizēti izanalizētas, vērtējot tirgū ienākšanas šķēršļus potenciāli jaunajiem tirgus dalībniekiem (atlasīto nozaru sarakstu skat. 2.pielikumā).

2. TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU BŪTĪBA, RAKSTUROJOŠIE RADĪTĀJI UN IESPĒJAMIE INFORMĀCIJAS AVOTI TO NOVĒRTĒŠANAI

Tirgū ienākšanas šķēršļu un potenciālo konkurentu noskaidrošana ir nepieciešama, lai noteiktu tirgus dalībnieku (konkurentu) reālo tirgus varu un objektīvi izvērtētu konkurences apstākļus noteiktā tirgū.

Svarīgākie šķēršļi, kas potenciālajam tirgus dalībniekam jāpārvar, lai ienāktu tirgū ir ekonomiskie ierobežojumi, administratīvie un organizatoriskie ierobežojumi (ieskaitot arī administratīvo regulēšanu ekoloģisko un kvalitātes problēmu risināšanas jomā), tirgus infrastruktūras neatbilstība, tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras, tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras, kā arī potenciālā tirgus ierobežojumu šķēršļi [18]. Visu šo minēto barjeru raksturojošie sociāli ekonomiskie rādītāji, kā arī šo barjeru analīzei turpmāk izmantojamie informācijas avoti ir atspoguļoti 2.1 tabulā.

2.1. Ekonomiskie ierobežojumi

Jauna tirgus dalībnieka ienākšana tirgū ir tieši atkarīga no ekonomiskiem ierobežojumiem, kas viennozīmīgi skar visus tirgus dalībniekus, sākot ar jaunienācējiem, beidzot ar jau esošiem, stabiliem uzņēmumiem.

Grūti pārvarams šķērslis var būt ienākšanai tirgū nepieciešamie liela apjoma kapitālieguldījumi vai investīcijas, piemēram, līdzekļi jaunu ražošanas objektu celtniecībai vai esošo ražošanas jaudu rekonstrukcijai, tehniskai pārveidošanai un pielāgošanai noteiktu preču ražošanai u.c. Jebkuram uzņēmumam, lai ienāktu konkrētas nozares tirgū, ir nepieciešams kapitāls. Nepieciešamo finansu apjoms var svārstīties atkarībā no uzņēmuma lieluma, specializācijas, kā arī nozares specifiskiem faktoriem. Kapitālieguldījumu un citu investīciju ietekme uz potenciālo tirgus dalībnieku tirgū

ienākšanas procesu ir izvērtējama, analizējot, kāda ir šo izdevumu segšanas iespēja noteiktā laika periodā. [18]

Ja, kompānija spēj brīvi nokļūt tirgū, tas nozīmē, ka nav jāpārvar īpaši nopietni šķēršļi, kā, piemēram, jāiegulda samērā liels kapitāls, sarežģītas tehnoloģijas, īpašas zināšanas u.c., tad šādā tirgū noteikti pastāvēs paaugstināta konkurence, kura savukārt veicina peļņas samazināšanu. Bez šaubām, ka peļņas samazināšanas rezultātā, tirgus kļūst mazāk pievilcīgs uzņēmējiem, īpaši jaunienācējiem. Ražošanas sadārdzināšanās apstākļos, kad strauji pieaug tarifi elektrībai, ūdenim, apkurei utt., kā arī latu aizdevumu procentu mainīgās likmes, uzņēmējiem rodas papildus finansiālais slogs, kas mazina konkurētspēju un tieksmi attīstīt un paplašināt savu ekonomisko darbību. Dažas ražošanas nozares pieprasa samērā lielus kapitālieguldījumus, kas padara tirgu nepieejamāku/nepievilcīgu mazām kompānijām (iesācējām). Ja nozarē ir nepieciešamas augsti specializētas tehnoloģiskās iekārtas un inovatīvie risinājumi, potenciālajiem uzņēmumiem tas rada barjeru ienākt tirgū, jo uzņēmēji apzinās, ka šīs iekārtas būs vēlāk grūti pielāgot citam specializētam darbam un, nepieciešamības gadījumā, pārprofilēt biznesu.

Turklāt arī uzturēšanas izmaksas inovatīvai un augsti tehnoloģiskai ražošanai varētu būt ļoti lielas. ES valstis vairāku desmitgadu laikā ir izveidojušas daudzus tehnisko iekārtu un ēku kvalitātes standartus, kuru ieviešana Latvijā prasa daudz līdzekļu (sienu un logu siltumvadāmība, trokšņa un vibrācijas līmenis darba vietās u.c.). Visas izvirzītās prasības kvalitātes un standartu ievērošanas jomā būtu vieglāk īstenot ar valsts finansiālā atbalsta instrumentiem. Piemēram, Lauku attīstības programmas 2007. - 2013.gadam [19] ietvaros tiek paredzēts ievērojams atbalsts ražošanas modernizācijai, kā arī jaunu iekārtu, tehnikas, aprīkojuma, informācijas tehnoloģiju un programmu nodrošinājuma iegādei un uzstādīšanai.

Kopumā investīcijas uzņēmējdarbības sekmēšanai var nākt gan no valsts/ES fondiem, gan arī no privātā sektora (pašu uzņēmumu līdzekļiem). Investīciju apjoms būtiski ietekmē nozares attīstību. Jo lielāks investīciju apjoms konkrētā nozarē, jo pievilcīgāka šī nozare ir uzņēmējiem. Nozīmīgu vietu Latvijas tautsaimniecības attīstībā ieņem ES struktūrfondu piešķirtās finanses. Periodā no 2007. līdz 2013. gadam struktūrfondu programmas aptvers gandrīz visas Latvijas tautsaimniecības nozares un finansējuma ziņā pieejamie līdzekļi ir salīdzināmi ar viena gada valsts budžeta apgrozījumu. Tātad naudas līdzekļi varētu būt ieguldīti gandrīz visās tautsaimniecības nozarēs, sekmējot to attīstību. Priekšroku ir jādod tām nozarēm, kuras ir saistītas ar inovatīvo darbību, it īpaši lielražošanas uzņēmumiem, kuru izveidei nepieciešams daudz vairāk līdzekļu

(salīdzinot ar vidējiem vai maziem uzņēmumiem) gan iekārtu iegādei, gan moderno tehnoloģiju apgūšanai, darbaspēka izglītošanai. Starta kapitāla esamība ir viens no būtiskākajiem faktoriem, kas jāievēro, lai ienāktu tirgū. Savukārt uzņēmumiem ir jāizvērtē ne tikai iespējas, kā iegūt nepieciešamos līdzekļus biznesa uzsākšanai, bet arī reāli jāizanalizē biznesa iespējamo ienesīgumu un dzīvotspēju nākotnē, kas ir ekonomiskais pamats visas Latvijas tautsaimniecības attīstībai.

Liela daļa uzņēmēju nepieciešamos līdzekļus uzņēmuma atvēršanai iegūst tieši no kredītiestādēm. Turklāt, kredītu piešķiršanas noteikumi spēj būtiski palēnināt jaunu uzņēmumu veidošanos. Kredītu likmju paaugstināšana uzņēmējiem un citi kredītu izsniegšanas ierobežojošie pasākumi var kavēt jaunienācējiem (īpaši maziem uzņēmumiem, kā arī pašnodarbinātiem) iespēju gūt līdzekļus uzņēmējdarbības uzsākšanai. Turklāt, augošā nodokļu nasta var mazināt ekonomisko subjektu konkurētspēju un piebremzēt ekonomiskās izaugsmes tempus.

Svarīgus šķēršļus jaunienācējiem rada arī muitas tarifi un kvotas, kuras īpaši jāņem vērā uzņēmumiem, kas veic produktu ražošanu un realizē to ārpus Latvijas trešajās valstīs. Tarifu paaugstināšanās gadījumā uzņēmumiem var rasties papildus izdevumi, ievēdot izejvielas ražošanas procesa nodrošināšanai.

Ja minimālais efektīvas darbības apjoma līmenis noteiktā tirgū ir augsts, tad tirgū ienākošiem konkurentiem laika periodā, kamēr tiks sasniegts attiecīgais līmenis, būs daudz lielāki izdevumi vienas preču vienības ražošanai kā jau esošajiem tirgus dalībniekiem, un līdz ar to jauno tirgus dalībnieku konkurētspēja būs ievērojami zemāka [18]. Šīs barjeras darbība ir cieši saistīta ar tā saucamo ražošanas mēroga efektu [1], kad mazie uzņēmumi nespēj tikt līdz tam ražošanas/pārdošanas apjomu līmenim, kādu ir sasniegušas lielās kompānijas. Ar liela mēroga ražošanu var panākt būtisku ražošanas izdevumu samazinājumu uz vienu saražotas preces vienību. Turklāt, tas var radīt papildus šķēršļus tiem, kuri ir nolēmuši tikt tirgū. Kā citu šķērslis var minēt konkrētas ražošanas pieredzes trūkumu, kas tieši saistās ar ražošanas apjomiem. Šīs barjeras pārvarēšanas iespējas var noskaidrot, analizējot tirgus dalībnieku struktūru, kā arī aptaujājot esošos tirgus dalībniekus, potenciālos konkurentus un attiecīgās nozares speciālistus (skat. 3.1. tabulu).

Ražošanas izmaksu līmenis ir atkarīgs no iespējamās izejvielu cenas, pieņemtajiem vadības lēmumiem, uzņēmuma tehnoloģiskā līmeņa un attīstībā ieguldītiem līdzekļiem. Jaunienācēju ienākšanu tirgū var traucēt esošo tirgus dalībnieku absolūts pārākums izdevumu līmenī. Šādas barjeras rodas gadījumos, kad esošo dalībnieku izmaksas vienas preču vienības ražošanai ir ievērojami zemākas nekā potenciāliem konkurentiem.

Atšķirīgu izmaksu cēloņi var būt saistīti ar potenciālo tirgus dalībnieku ierobežoto pieeju lētiem un parocīgiem izejvielu avotiem, esošo tirgus dalībnieku tehnoloģisko iekārtu pārākumu, atšķirīgu kredītu saņemšanas un atmaksāšanas nosacījumiem u.c. [18].

Pie nosacīti liberālās valsts ekonomiskās politikas īstenošanas paaugstināta konkurence var ietekmēt peļņas normas samazināšanu nozarē. Īpaši tas saistīts ar „cenu kara” situāciju, kad salīdzinoši nelielo tirgus dalībnieku vidū, kāds vēlās iekarot lielāku tirgus daļu. Sīvas konkurences gadījumos uzņēmums var nonākt pie dilemmas: vai nu paplašināt savu tirgus daļu, vai pārslēgties uz citiem darbības viediem, vai arī likvidēties. Konkurencē vinnē parasti tie, kam ir vairāk brīvo līdzekļu, vai kas var ilgāk uzturēt zemāku cenu, vai piedāvāt pircējiem plašāku preču sortimentu, vai preču augstāku kvalitāti. Daži uzņēmumi sarežģī konkurences situāciju, samazinot izmaksas ātrāk, nekā to pagūst viņu konkurenti. Ja kompānija ātrāk nekā konkurenti apgūst pieredzi preces ražošanā un vienlaicīgi spēj samazināt izmaksas, tad tā vinnē uz ražošanas mēroga efekta un, galarezultātā, var ievērojami paaugstināt savu konkurētspēju tirgū.

Tā kā vispārējais uzņēmējdarbības mērķis ir iegūt lielāku peļņu, tādēļ ienākšanu tirgū būtiski ietekmē arī vidējais peļņas līmenis attiecīgajā nozarē un atsevišķos uzņēmumos, saimnieciskajā darbībā ieguldītā kapitāla aprites ātrums, u.c. ekonomiska rakstura faktori. Jo augstāks vidējais peļņas līmenis nozarē, jo pievilcīgāka nozare izskatās jauniešiem un agresīvāka varētu būt konkurence šajā nozarē nākotnē.

Jebkurā uzņēmējdarbībā ir svarīgi panākt iespējami ātrāku apgrozāmo līdzekļu apriti, lai ātrāk atmaksātu ieguldītos līdzekļus. Spriežot pēc “Creditreform” pārstāvniecības ikgadējo pētījumu rezultātiem [20] pēdējā laikā Latvijā apgrozāmo līdzekļu aprites ātrums pakāpeniski samazinās. Viens no iemesliem ir saistīts ar mazumtirdzniecības lielveikalu ķēžu ienākšanu tirgū, kas īpaši maza apjoma piegādātājiem uzspiež ilgu rēķinu nomaksas termiņus. No viņiem neatpaliek arī citu uzņēmumu klienti. Tā 2007.gadā 57,5% darījumos ar juridiskām personām izrakstīto rēķinu apmaksā tikusi kavēta. Līdz ar to jauniem uzņēmējiem ir jāanalizē, kurā nozarē visefektīvāk darboties un kurš tautsaimniecības sektors valstī ir vairāk ienesīgs. Ne visās nozarēs jauniešu ienākšanas iespējas ir vienādas.

2.2. Administratīvie, organizatoriskie un ekoloģiskie ierobežojumi

Uzņēmējdarbības uzsākšanas iespējas noteiktā tirgū ir atkarīgas no administratīvajiem ierobežojumiem – dažāda līmeņa valsts pārvaldes institūciju izdotajos aktos ietvertām

prasībām jeb noteikumiem, kuri obligāti jāievēro, lai ienāktu noteiktā tirgū [18]. Administratīvie ierobežojumi ietekmē pilnīgi visus tirgus dalībniekus. Gan uzņēmumam, kurš jau darbojas konkrētā nozarē, gan jaunienācējam jāievēro šie valsts iestāžu ierobežojumi ne tikai uzņēmuma dibināšanas, bet arī tā darbības gaitā. Administratīvo ierobežojumu forma un veidi var būtiski atšķirties atkarībā no katra konkrētā uzņēmuma specifikas, darbības virziena, nozares. Dibinot uzņēmumu ir jāievēro dažādas normas, kā tehniska, tā arī administratīva rakstura. Šo normu izpilde prasa kā laiku, tā arī papildus līdzekļus, līdz ar to uzņēmuma dibināšanas process tiek sarežģīts un vajadzīgs laiks, lai uzņēmums varētu sākt darboties tirgū.

Administratīvie ierobežojumi saistīti ar atsevišķu uzņēmējdarbības veidu licencēšanu, kvotu noteikšanu, atsevišķu preču ieviešanas (izvešanas) aizliegumiem, ierobežojumi noteiktā teritorijā, kā arī ar šķēršļu radīšanu zemes vai ražošanas ēku iegūšanā īpašumā vai nomāšanā.

Pie administratīvajiem ierobežojumiem ir jāizvērtē arī tas, vai izvēlētais business un tā darbības attīstības gaita ir atļauta valsts konkrētā teritorijā.

Piemēram, kāda produkta ražošana var tikt aizliegta, ja kāda no nepieciešamām izejvielām ir aizliegta ieviešanai valstī. Šis aizliegums var pilnībā pārtraukt ražošanas procesu, vai arī uzņēmums būs spiests meklēt citus izejvielas aizstājējus. Vai arī zemes īpašums, kas transformēts lauksaimniecības izmantošanai nevar tikt izmantots citas nozares ražotņu izvietojumam vai dzīvotājo ēku celtniecībai.

Bieži potenciālos uzņēmējus baida arī fakts, ka valsts institūcijas darbojas haotiski, bez skaidras kopēju mērķu izpratnes un ar birokrātiskiem šķēršļiem, tādejādi, apgrūtinot uzņēmēju darbību.

Papildus šķēršļus ienākšanai tirgū rada ekoloģiskie ierobežojumi – dažādu vides aizsardzības institūciju noteiktie aizliegumi. Piemēram, aizliegumi paplašināt noteikta preču tirgus darbības apjomu, celt jaunus ražošanas objektus un noliktavas, izveidot transporta komunikācijas u.c. [18].

Ekoloģiskie ierobežojumi ir jāievēro, vadoties no nozares specifikas. Piemēram, ķīmiskās rūpniecības gadījumā ir jāsaņem valsts institūciju atļaujas ražošanas procesu uzsākšanai, līdz noteiktam minimumam jāsamazina gaisa, ūdens un augsnes piesārņojums, kā arī jāievēro dažādu liegumu teritoriālo izvietojumu, aizliegumus būvēt vai paplašināt ražošanas ēkas vai izmantot konkrētas vielas ražošanas procesā.

2.3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras

Preču ražošanas dažādās stadijās esošie tirgus dalībnieki (piemēram, izejvielu piegādātājs un gatavas produkcijas izplatītājs) var noslēgt savā starpā dažāda rakstura vienošanās un var apvienoties vertikālās struktūrās, tādējādi iegūstot korporatīvo sakaru priekšrocības pār šajās struktūrās neietilpstošiem konkurentiem [18]. Vienošanās ietekmēt tirgu var novest pie konkurences mehānisma izkropļošanas. Vertikālās vienošanās ir bieži atbrīvotas no oficiālā aizlieguma, jo pastāv vairāki gadījumi, kur šādas vienošanās ir normāla parādība darījumos un sniedz labumus kā tirgum, tā arī klientiem.

Ja šīs vertikālās vienošanās izraisīto apstākļu ietekmē potenciālais konkurents nevar pietiekami ātri un bez ievērojamiem papildu izdevumiem iegūt ienākšanai tirgū nepieciešamos resursus vai nevar savlaicīgi un kvalitatīvi reklamēt savu preci, tad šie apstākļi ir vērtējami kā papildu šķēršļi ienākšanai tirgū.

Efektīva sadarbība ar izplatītāju tīkliem ir īpaši nozīmīgs faktors, kas ļauj iegūt priekšrocības konkurējot ar citiem uzņēmumiem. Cieša sadarbība un ilglaicīgu kontaktu dibināšana starp ražotājiem un gatavas produkcijas izplatītājiem var nodrošināt augstāku cenu un labākus piegādes un norēķināšanās nosacījumus produktu ražotājiem. Daudzie uzņēmumi var izjust finansiālās grūtības nevis pateicoties produkcijas sliktai kvalitātei vai trūkumiem vadības praksē, bet tāpēc, ka nav izveidota pietiekoši sekmīga stratēģija izplatītāju tīklu piekļūšanai.

Arī izejvielu piegādātājiem ir būtiska nozīme. Ja piegādātājam ir samēra liela tirgus vara, tad ražojošie uzņēmumi izjūt papildus ekonomiskus draudus, kas var būt saistīti ar savu izmaksu paaugstinājumu pateicoties izejvielu sadārdzināšanai. Nozarēs, kur ražošanai ir ierobežota nepieciešamo izejvielu piegāde, bieži pastāv vienošanās starp tirgū jau esošajiem dalībniekiem, kuriem gadu gaitā jau rodas laba sadarbība, savstarpēja uzticēšanās un, līdz ar to, arī abpusējs izdevīgums. Šīs vienošanās un jau izveidoti sadarbības modeļi nebūt nesekmē jaunienācēju darbību un rada papildus šķēršļus un nestabilitāti jaunajiem uzņēmumiem, kuriem pašiem jāizveido kontakti ar mērķi noslēgt ilgtermiņa kontraktus izdevīgai izejvielu piegādei.

Tāpēc jaunienācējam vienmēr ir jācenšas būt soli priekšā saviem konkurentiem un jāpēta piegādātāju tīkli, realizācijas kanāli un esošo tirgus dalībnieku priekšrocības.

Savukārt vertikālā integrācija visā produkcijas ražošanas ķēdē starp nacionāliem uzņēmumiem var veicināt konkurētspējas paaugstināšanu vietēji ražotām precēm. Toties daudzi mazo uzņēmumu nozarē, kas ir spiesti konkurēt savā starpā, var tā arī neveicināt vietējās produkcijas konkurētspējas paaugstināšanu gan nacionālajā, gan ES tirgū.

2.4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība

Ienākšanai tirgū traucē konkrētā tirgus infrastruktūras neatbilstība. Tirgus infrastruktūras attīstību nosaka nepieciešamo komunikācijas līdzekļu (transporta, sakaru) esamība (neesamība), informācijas iegūšanas un līzings pakalpojumu sniegšanas dienestu esamība un to darbības kvalitāte u.c. tamlīdzīgu pakalpojumu pieejamība (nepieejamība) [18]. Sevišķi svarīga ir transporta pieejamība potenciālajiem klientiem. Vietā, kur atrodas uzņēmums, jābūt sakārtotai apkārtējai infrastruktūrai, sakārtotiem ceļiem, (ceļa zīmēm, apgaismojumam, gājēju pārejām), kas sekmē transporta piekļuvi. Arī telefona un interneta savienojums ir būtisks faktors sekmīgai uzņēmuma pastāvēšanai.

Ar ienākšanu tirgū saistīto papildu transporta izmaksu lietderīgums ir jāvērtē kopsakarībā ar konkrētās preces cenu, bet preces pārvadāšanas attālums jāvērtē, ņemot vērā, kādu ietekmi uz preces kvalitāti var izraisīt preces pārvadāšana noteiktā attālumā, un, vai tādēļ pārvadāšana ir vai nav pieļaujama.

Turklāt, pieaugot transportēšanas izmaksām, balstoties uz degvielas cenu straujo kāpumu, transportēšanas izmaksas būtiski aug un tas ietekmē visus uzņēmumus. Bez tam, ja ražošana ir lielā mērā atkarīga no transporta, tad infrastruktūras atbilstības faktors būtiski jāanalizē. Infrastruktūras pieejamība bieži vien ir viens no galvenajiem aspektiem, kas pircējiem liek izdarīt izvēli par labu viena vai otra uzņēmuma piedāvātajiem pakalpojumiem, produktiem.

Arī informācijas dienestu esamība un to darbības kvalitāte ir būtiska, jo dažādi informācija biroji, web lapas sniedz noderīgu informāciju gan komercdarbības veicējiem, gan potenciālajiem klientiem par uzņēmuma darbību. Lai veicinātu Rīgas reģiona vietējo un starptautisko sasniedzamību, Rīgas reģiona attīstības programmā „Informācijas un komunikācijas tehnoloģijas izglītības kvalitāte” 2005.-2011.gadam ir noteikts uzdevums – sekmēt modernu elektronisko sakaru nodrošinājuma pārklājumu visā reģiona teritorijā. Līdz ar to šī programma būtiski paver jaunas iespējas komunikāciju ziņā potenciālajiem uzņēmumiem Rīgas rajonā. Turklāt, arī Zemkopības ministrijas izstrādātā Lauku attīstības programma 2007. - 2013.gadam ir politikas plānošanas dokuments, kuru realizējot, Latvijā tiks ieviests Eiropas Lauksaimniecības fonda lauku attīstībai (ELFLA) finansējums lauksaimniecības un lauku attīstībai, uzlabojot gan infrastruktūru laukos, gan būtiski veicinot ražošanu [19]. Arī Satiksmes ministrija ir izstrādājusi un pašreiz īsteno nacionālo programmu „Platjoslu sakaru infrastruktūras attīstība lauku apvidos”. Tās pamatmērķis ir izveidot kvalitatīvu platjoslas sakaru infrastruktūru, ar kuras palīdzību tiek nodrošināta iespēja elektronisko

sakaru komersantiem sniegt kvalitatīvus pakalpojumus saviem lietotājiem. Arī Latvijas Nacionālās attīstības plāna 2007. – 2013. gadam ietvaros plānots attīstīt infrastruktūru un pieejamību komunikāciju tīkliem.

Ir arī svarīgi, lai ražošanas ēkas atrastos labā stāvoklī, atbilstot visām nepieciešamām tehniskajām, drošības un kvalitātes normām.

2.5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras

Šķēršļus jaunu tirgus dalībnieku ieiešanai tirgū var radīt vadošo tirgus dalībnieku stratēģiskā uzvedība preču cenu un realizācijas apstākļu noteikšanā, kā arī tirgus dalībnieku – patentu, licenču un preču zīmju īpašnieku – darbības politika. Bez tam, jāņem vērā, ka konkrētā preču tirgus dalībniekiem – tirgus līderiem parasti ir izveidojušies cieši saimnieciskie sakari ar materiāli tehnisko resursu piegādātājiem (piemēram, ilgtermiņa līgumi par izejvielu piegādi) un saražoto preču vairumpircējiem. Šis apstāklis attiecīgajiem tirgus dalībniekiem nodrošina ievērojamas priekšrocības pret potenciālajiem konkurentiem, kuri vēlas ienākt konkrētajā tirgū [18]. Stratēģiskie varianti iekļūšanai tirgū varētu būt saistīti ar preču marķēšanas iespējām (firmas zīme vai individuāla preču zīme) un piekļūšanu noieta kanāliem (piem., sadarbībā ar mazumtirgotājiem, vai specializēto tirdzniecības vietu aprīkošana, u.t.t.).

Noteiktā preču tirgū izvērsta plaša saimnieciskā darbība bieži vien nodrošina tādas peļņas ieguvu, kas dod reālu iespēju ar dažādiem paņēmieniem atstumt no šā tirgus konkurentus, piemēram, nosakot atvieglotus savstarpējo norēķinu noteikumus izejvielu piegādātājiem (pirmsapmaksu, t.i., izejvielu apmaksu pirms to piegādes) un preces vairumpircējiem (pēcapmaksu, t.i., preču apmaksu pēc to saņemšanas).

Izvērtējot tirgus dalībnieku stratēģisko uzvedību, rūpīgi jāanalizē fakti, kas liecina, ka tirgus dalībnieki ilgstošā periodā varēja izmantot savu tirgus varu, ierobežojot vai kavējot potenciālo tirgus dalībnieku ienākšanu tirgū, un kā viņu darbība ir ietekmējusi konkurences apstākļus [18].

Turklāt, jaunu tirgus dalībnieku ienākšanu tirgū var kavēt arī tādas ekonomiska rakstura priekšrocības, kuras atsevišķi tirgus dalībnieki iegūst, izpildot valsts pasūtījumus. Valsts pasūtījumi var nodrošināt zināmu stabilitāti uzņēmēja darbībā tirgū, dodot papildus priekšrocības uzņēmuma nākotnes ienesīguma prognozēšanā un pasūtījumu portfeļa veidošanā. Tomēr salīdzinot ar jau esošiem tirgus dalībniekiem, jaunienācējiem bieži ir grūti izturēt konkursu uz valsts pasūtījumu piešķiršanu, jo ir grūti sasniegt reālās priekšrocības nodrošinot labvēlīgus pasūtījuma nosacījumus (salīdzinoši zemāku cenu, lielāku apjomu, kvalitatīvākās preces piegādi).

Uzņēmumi, veidojot savu stratēģiju, var izmantot sava produkta atpazīstamības palielināšanas stratēģiju. Šāda stratēģija ir pietiekami godīgs paņēmieni, lai reāli vai iedomāti izcelt sava produkta priekšrocības, palielināt pircēju interesi konkrētam produktam un iegūt cenu līdera pozīcijas tirgū. Rezultātā realizējot jaunu „ekskluzīvo” precī uzņēmums var iekarot papildus tirgus segmentu un gūt lielāku peļņu. Realizējot šo minēto stratēģiju potenciālie tirgus dalībnieki var sekmīgi ievest un izmantot jaunus zīmolus, luksusa preces statusu, kā arī piedāvāt īpaša (prestiža) servisa veidus u.t.t. Šajā gadījumā konkurence cenu ziņā tiks saistīta ar konkurenci kvalitātes ziņā. Daļēji, tas var aizsargāt ražotājus no nepieciešamības pazemināt preces cenu, gadījumos, ja to dara konkurenti. Pielāgošanās apkārtējai videi ir būtisks faktors uzņēmuma sekmīgai darbībai. Salīdzinoši mazs uzņēmums, veicot tirgus konkurences analīzi var nonākt pie secinājuma vai ir vai nav vērts koncentrēties uz īpašu tirgus nišu, kura varētu nebūt tik pievilcīga liela apjoma uzņēmumam. Tikai tās kompānijas (gan esošo, gan potenciāli jauno dalībnieku vidū), kuras regulāri seko tirgus izmaiņām, darbojas samērā veiksmīgi un sasniedz pietiekošu ienesīguma līmeni.

2.6. Preču pieprasījuma ierobežojums

Būtisks šķērslis ienākšanai tirgū ir noteiktu preču pieprasījuma ierobežojums, t.i., šo preču pieprasījuma apmierināšanas augsts līmenis, kas var liecināt kā par konkrētā tirgus piesātinātību ar noteiktām precēm, tā arī par patērētāju zemo pirktspēju. Vērtējot šo barjeru un tās iespējamo ietekmi uz jaunu tirgus dalībnieku ienākšanu tirgū, lietderīgi ņemt vērā pieprasījuma elastīgumu, t.i., pieprasījuma izmaiņas atkarībā no cenu izmaiņām, ienākot tirgū jauniem konkurentiem. Ja tirgū pastiprinās konkurence, tad cenām jāsamazinās un pieprasījumam jāpieaug [18].

Nosakot pieprasījuma ierobežojošos faktoros ir svarīgi izanalizēt tirgus piesātinātību, kas varētu būt saistīts, gan ar potenciālo pircēju skaitu, gan ar to pirktspēju. Pirmām kārtām jebkuram tirgus dalībniekam ir jāidentificē savas tirgus robežas: vai tas būs tikai vietējais vai arī ārējais tirgus. Šeit ir svarīgi ievērot konkrētas preces/pakalpojuma eksporta un importa iespējas. Piemēram, piedāvājums vietējā tirgū tiks veidots ne tikai pamatojoties uz vietējās ražošanas apjomiem, bet arī importu. Savukārt potenciālo pieprasījumu jebkurai vietējai ražotai precei veidos iekšējā tirgus realizācijas apjomi un eksports.

Gadījumā, ja vietējā tirgus pieprasījums būtiski atpaliek no vietējā tirgus piedāvājuma, var konstatēt, ka vietējais tirgus ir stipri ierobežots, un potenciāliem tirgus dalībniekiem savas produkcijas noieta iespējas ir jāmeklē ārpus vietējā tirgus. Vietējā tirgus

piesātinājumu būtiski ietekmē iedzīvotāju ienākuma līmenis, pirktspēja (iedzīvotāju reālo ienākumu līmenis), kā arī valsts politikas pasākumi pieprasījuma veicināšanas jomā un vispārējā makroekonomiskā situācija. Nacionālās ekonomikas recesijas fāzē pieprasījums var samazināties, apgrūtinot jaunienācieju iekļūšanu tirgū. Savukārt ekonomiskās ekspansijas fāzē, pieaugot vietējam pieprasījumam, jaunienācieju iekļūšana tirgū var būt salīdzinoši viegla.

2.1. tabula. Barjeras, kas potenciālajiem tirgus dalībniekiem jāpārvar, lai ienāktu tirgū

| Nr. | Barjera | Sociāli ekonomiskais rādītājs, kas var raksturot barjeru | Informācijas avots |
|------|--|--|--|
| 1. | 1. Ekonomiskie ierobežojumi | | |
| 1.1. | Nepieciešamais investīciju vai kapitālieguldījumu apjoms | Līdzekļu apjoms: 1. jaunu ražošanas objektu celtniecībai, 2. esošo ražošanas jaudu rekonstrukcijai, 3. tehniskai pārveidošanai un pielāgošanai konkrēto preču ražošanai. 4. Jaunu iekārtu, ražošanas līniju cenas. | 1. LR EM analītiskie ziņojumi (www.em.gov.lv) 2. Aptaujas, 3. Ekspertu intervijas, |
| 1.2. | Minimāls efektīvās darbības apjoms (ražošanas mēroga efekts) | 1. Tirgū ienākošo konkurentu preču ražošanas izmaksu līmenis noteiktā laika periodā (vienas preču vienības ražošanai) attiecībā pret esošo tirgus dalībnieku ražošanas līmeni vienas preču vienības ražošanai). 2. Uzņēmumu skaits nozarē; 3. Uzņēmumu koncentrācija nozarē (CR4); 4. Monopolstāvokļa eksistēšana nozarē; 5. Nozarē lielāko uzņēmumu apgrozījums; 6. Ieguldītā kapitāla aprites ātrums. | 1. Esošo tirgus dalībnieku un potenciālo konkurentu (jaunienācēju) aptauja; 2. Ekspertu intervijas; 3. Lursoft datu bāze. |
| 1.3. | Absolūtais pārākums izdevumu līmenī (potenciālo tirgus dalībnieku pieejas iespējas lētiem un parocīgiem izejvielu avotiem, esošo tirgus dalībnieku tehnoloģisko iekārtu pārākums | 1. Tirgū esošo dalībnieku izmaksas vienas preču vienības ražošanai attiecībā pret potenciālo konkurentu izmaksām; 2. Atšķirīgi kredītu saņemšanas un atmaksāšanas nosacījumi 3. Produktu/pakalpojumu cenu salīdzinājums starp konkurentiem (vai ar vidējo cenu līmeni); | 1. Publikācijas presē un internetā 2. LR EM ziņojumi (īpaši nozaru griezumā); 3. Aptauja, 4. Ekspertu intervijas. 5. Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisijas (SPRK) ziņojumi |

| | | | |
|------|--|--|--|
| | | 4 Vidējais peļņas līmenis nozarē un atsevišķos uzņēmumos. | |
| 1.4. | Investīciju piesaiste un kredītu izmantošanas/ piešķiršanas nosacījumi | 1. Investīciju piešķiršana (investīciju apjoms nozarē); 2. Kredītu piešķiršana (valsts kredītu atvieglojumi); | 1. Eiropas Investīciju Fonda statūti; 2. Valsts investēšanas programmas; 3. ES struktūrfondu atbalsts; 4. Valsts kreditēšanas programmas/atvieglojumi; 5. Latvijas Bankas dati (www.bank.lv/lat/print/?71835). |
| 1.5. | Ekonomiskie riski (izejvielu cenu pieaugums, finanšu riski (valūtas)) | 1. Ekonomiskās attīstības tempi; 2. Energoresursu un citu resursu cenu kāpums; 3. Inflācijas tempi; 4. Riski, kas saistīti ar konkrētas nozares darbības specifiku. | 1. CSP dati par makroekonomisko situāciju; 2. LR EM ziņojumi (īpaši nozaru griezumā); 3. Aptauja, 4. Ekspertu intervijas. |
| 1.6. | Muitas režīmi, cenu un tarifu noteikšana | 1. Muitas režīmi; 2. Muitas tarifu lielums; 3. Tarifu kvotas | 1. Latvijas Republikas Muitas Likums, 2. Noteikumi par Rīgas tirdzniecības brīvostu |
| 1.7. | Valsts atbalsta politika | 1. Maksātas subsīdijas 2. Valsts pasūtījums 3. Cenas noteikšanas mehānisms 4. Nodokļu atvieglojumi | 1. LR EM analītiskie ziņojumi (www.em.gov.lv) 2. LR Programdokumenti; 3. Latvijas lauku attīstības programmas 2007.-2013.gadam |
| 2. | 2. Administratīvi organizatoriskie un ekoloģiskie ierobežojumi | | |
| | | 1. Uzņēmējdarbības veidu licencēšana/ licenču izsniegšanas mehānisms | 1. LR Uzņēmumu Reģistrs 2. Atsevišķu uzņēmējdarbības veidu licencēšanas noteikumi (www.ur.gov.lv/faili/atsevisku_darbibas_veidu_licencesana.html) |
| | | 2. Valsts pārvaldes institūciju aktos ietvertās specifiskās prasības un noteikumi; | 1. LR Ekonomikas Ministrijas dati; 2. Valsts pārvaldes iekārtas likums 3. LR Ekonomikas Ministrijas ziņojumi (nozaru ekon. apskati, analīze); 4. Latvijas tautsaimniecības nozaru ministriju dati |

| | | | |
|----|---|--|--|
| | | | 5. Dažādu valsts institūciju (aģentūru) dati |
| | | 3. Ražošanas izvešanas, ieviešanas kvotu noteikšanas kārtība | 1.Valsts normatīvie akti (www.likumi.lv); 2.Noteikumi par vienkāršo muižošanu 3. MK noteikumi Nr. 883 4. LR Preču deklarēšanas kārtība (MK noteikumi) (http://www.vid.gov.lv/dokumenti/tiesibu_akti/likumi/vid_05.05.2004_700.doc) |
| | | 4. Šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanā īpašumā vai nomāšanā (īpašuma izmantošanas ierobežojumi). | www.em.gov.lv, www.tm.gov.lv |
| | | 5. Dažādu vides aizsardzības institūciju noteiktie aizliegumi un kvalitātes prasības | 1. LR Zemkopības Ministrijas dati, ziņojumi (www.zm.gov.lv); 2.LR Likums Par valsts ekoloģisko ekspertīzi 3. LR Vides Ministrijas dati, ziņojumi 4. LR Reģionālās attīstības Ministrijas dati, ziņojumi. 5. Pārtikas Veterinārais dienesta informācija (www.PVD.gov.lv) 6. Kvalitātes standarti |
| 3. | 3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras | | |
| | Vertikālās integrācijas shēmas izveide | 1.Ražošanas resursu iegūšanas iespējas (resursu iepirkuma apjoms, nodrošinājums ar izejvielām); 2. Preces reklamēšanas iespēju ierobežojums. 3. Ražotāju sadarbības iespējas ar resursu piegādātājiem un gatavas produkcijas realizācijas uzņēmumiem | 1. CSP dati (www.csb.gov.lv) par uzņēmumu skaitu resursu piegādes un gatavas produkcijas realizācijas nozarēs; 2. Publikācijas presē un internetā; 3. Aptauja, 4. Ekspertu intervijas. |
| 4. | 4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība | | |
| | | 1.Komunikācijas līdzekļu (transporta sakaru) esamība (neesamība); | 1. Aptauja, 2. Ekspertu intervijas; |

| | | | |
|----|--|--|--|
| | | 2. Informācijas iegūšanas dienestu esamība un to darbības kvalitāte; 3. Uzņēmumu nodrošinājums ar noliktavām. | 3. LR Ekonomikas Ministrijas ziņojumi (nozaru ekon. apskati, analīze). |
| 5. | 5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras | | |
| | | 1. Konkrēto uzņēmumu preču cenu noteikšanas un realizācijas apstākļu ierobežojumi; 2. Patentu, licenču un preču zīmju izmantošana nozarē; 3. Korporatīvo priekšrocību izmantošanas iespējas (ilgtermiņa līgumi par resursu piegādi, atvieglojumi savstarpējos norēķinos); 4. Ekonomiska rakstura priekšrocības, izpildot valsts pasūtījumus (valsts pasūtījumu eksistēšana) 5. Ilgstošā laika periodā (3- 5 gadi) nostabilizējušās tirgus varas izmantošana | 1. Ekspertu intervijas; 2. Aptauja; 3. Publikācijas presē un internetā |
| 6. | 6. Preču pieprasījuma ierobežojums | | |
| | | 1. Pieprasījuma elastīgums; 2. Produkcijas patēriņš vietējā tirgū; 3. Vietējas ražošanas apjomi; 4. Produkcijas importa un eksporta apjomi; 5. Tirgus piesātinātība (pašnodrošinājuma līmenis vai samērs starp ražošanas un patēriņa apjomiem); 6. Patērētāju pirktspēja (attiecība starp iedzīvotāju ienākumu un cenu | 1. CSP dati (www.csb.gov.lv); 2. Dažādu atbildīgi valsts institūciju dati; 3. LR Ekonomikas Ministrijas ziņojumi (nozaru ekon. apskati, analīze). |

| | | |
|--|---------------|--|
| | pieaugumiem). | |
|--|---------------|--|

Avots: RSEBAA apkopojums

3. TIRGŪ IENĀKŠANAS BARJERU ANALĪZE LATVIJAS TAUTAISMNIECĪBAS NOZARĒS

Tirgū ienākšanas barjeru analīze visām, iepriekš identificētām, 20 Latvijas tautsaimniecības nozarēm, tika veikta pēc vienota parauga (izveidotās A tabulas katrai analizējamai nozarei), secīgi raksturojot sekojošus ierobežojumu (barjeru) veidus jaunienācēju ienākšanai tirgū: 1) Ekonomiskie ierobežojumi; 2) Administratīvie, organizatoriskie un ekoloģiskie ierobežojumi; 3) Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotie ierobežojumi; 4) Tirgus infrastruktūras neatbilstības ierobežojumi; 5) Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotie ierobežojumi; 6) Preču pieprasījuma (tirgus ietilpības) ierobežojumi.

Katras augstāk minētās barjeras ietekme uz potenciāli jauna tirgus dalībnieka ienākšanu tirgū tiek novērtēta, izmantojot vērtējumu skalu ar šādu gradāciju:

- Barjeras ietekme ir nenozīmīga – ja barjera praktiski nerada būtiskas problēmas jaunienācēja ienākšanai tirgū;
- Barjeras ietekme ir nozīmīga – ja barjera ietekmē jaunienācēja ienākšanu tirgū, bet šīs barjeras ietekme novēršama ar valsts ekonomiskās politikas pasākumu piemērošanu;
- Barjeras ietekme ir ļoti nozīmīga - ja barjera ietekmē jaunienācēja ienākšanu tirgū, bet šīs barjeras ietekme ir grūti novēršama (vai arī no ekonomiskā viedokļa nav lietderīgi novērst) ar valsts ekonomiskās politikas pasākumu piemērošanu.

Svarīgi piebilst, ka barjeru kopējā ietekmes novērtējumā bija izmantoti CSP speciāli pasūtīti dati par reāli dzimušo uzņēmumu skaitu 2006.gadā katrā no analizējamām nozarēm (skat. 6.pielikumu). Reāli dzimušo uzņēmumu skaita rādītāja interpretācija būtiski atšķiras no nozarē ikgadēja uzņēmumu skaita palielinājuma (samazinājuma). Reāli dzimuši uzņēmumi ir tie, kas reģistrēti iepriekšējā piecu gadu periodā un līdz analizējamam gadam neveica aktīvu ekonomisko darbību, bet analizējamā gadā (pētījumos tas ir 2006.gads) sāka aktīvi darboties. Savukārt, uzņēmumu skaita ikgadējais palielinājums (samazinājums) tiek aprēķināts, balstoties uz divu salīdzināmo gadu uzņēmumu skaita starpību.

3.1. Augu un dzīvnieku eļļu un tauku ražošana (15.4)

3.1.1. Vispārīgs nozares apraksts

Tauku ražošana visā pasaulē lēšama desmitiem miljonu tonnu gadā. Uz doto brīdi ik gadu tiek saražoti vairāk kā 20 miljoni tonnu dzīvnieku tauku, no kuriem galveno masu veido liellopu un aitu tauki (ap 38%), cūku tauki (32%) un piena tauki (30%). Savukārt zivju tauku tiek saražoti vairāk kā 1 milj. tonnu gadā. Ievērojami vairāk tiek ražoti augu tauki – vairāk kā 100 milj. tonnu gadā. To sadalījums pasaules tirgū ir aptuveni šāds: sojas eļļa – ap 32%, palmu eļļa – 28%, rapšu eļļa – ap 14%, saulespuķu eļļa – ap 9% un citi veidi. Kopumā tiek ražoti vairāki desmiti dažādu augu tauku veidu.

Aptuveni trešdaļa no pasaulē saražotajiem taukiem tiek izmantota tehniskām vajadzībām, divas trešdaļas – pārtikā [1].

Aizvien biežāk pasaulē liela uzmanība tiek veltīta tauku un eļļu izmantošanai biodegvielas ražošanā, kas pieskaitāma pie alternatīvās atjaunojamo veidu degvielas. Arī pašreizējā Latvijas tirgū biodīzeļdegvielas ražošana ir ļoti aktuāla un perspektīva darbības sfēra.

Pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) nepublicētiem datiem, Latvijas 15.40 nozarē, kas nodarbojas ar augu un dzīvnieku eļļu un tauku ražošanu (saskaņā ar Saimniecisko darbību statistiskās klasifikācijas Eiropas Kopienā, NACE 1.1.red.), 2004.gadā darbojās 1 uzņēmums, 2005.gadā – 2, un 2006.gadā – 5 uzņēmumi. Šie pieci uzņēmumi atspoguļoti 3.1.1.tabulā.

3.1.1. tabula. Augu un dzīvnieku eļļu un tauku ražojošo uzņēmumu saraksts Latvijā 2006. gadā

| N | Uzņēmuma nosaukums |
|----------|-----------------------------|
| 1. | 'BALTIC HOLDING COMPANY' AS |
| 2. | 'IECAVNIEKS' SIA |
| 3. | 'LOGINS & CO' SIA |
| 4. | 'MARTCO' SIA |
| 5. | 'PĒRNES L' SIA |

Avots: CSP nepublicētie dati

Nozares uzņēmumu skaita tendence palielināties 2006. gadā ir uzskatāmi redzama.

Tomēr nākamajā gadā šī tendence neturpinājās. Jaunu, reāli izveidotu uzņēmumu dotajā nozarē pēc CSP sniegtās informācijas 2006. gadā nebija. (skat. 6.pielikumu). No tā izriet, ka saskaņā ar statistikas datiem nozares uzņēmumu – augu eļļu ražotāju skaits ir kļuvis konstants. Tajā pašā laikā no citiem avotiem gūtā informācija par nozarē strādājošo uzņēmumu skaitu atšķiras no CSP datiem. Tā, pēc Latvijas pārtikas uzņēmumu federācijas datiem 2006.gadā augu un dzīvnieku eļļu un tauku ražošanas nozarē darbojās 6 uzņēmumi [3]; pēc Pārtikas un Veterinārā dienesta

(PVD) informācijas atzīto taukvielu ražotāju skaits ir 10 [4]. Līdz ar to var konstatēt, ka ar tauku un eļļas ražošanu Latvijā nodarbojas lielāks skaits uzņēmumu, nekā tas ir reģistrēts statistikas datos. To intervijā apstiprināja arī nozares eksperti. Piemēram, ar rapšu eļļas ražošanu iekšējām vajadzībām nodarbojas saimniecības, kuras audzē rapšus pārdošanai sēklās, turklāt daļu no ražas izmanto, lai iegūtu rapšu eļļu kā degvielu personīgās lauksaimniecības tehnikas darbināšanai. Tas ļauj iekonomēt līdzekļus, kas būtu jānovirza dārgākas degvielas iegādei.

Nozares darbībā ietilpst:

- Neattīrītu eļļu un tauku ražošana (NACE 1.1 - 15.41): neattīrītu augu eļļu ražošana (rapšu eļļa, olīveļļa, saules puķu eļļa u.c.); neattaukotu rupja un smalka maluma miltu ražošana no eļļas augu sēklām, riekstiem, eļļas augu kauliņiem; dzīvnieku izcelsmes nepārtikas eļļu un tauku ražošana; eļļu ieguve no zivīm un jūras zīdītājiem; kokvilnas pluči, sēklu lopbarības rauši un citi (NACE 1.1 - 15.41). Te nav pieskaitāma cūku un citu pārtikas tauku pārstrāde un rafinēšana (šāda veida ražotne pieder pie gaļas ražošanas (NACE 1.1 - 15.11 un gaļas pārstrādātāji dzīvnieku taukus uzrāda kā savus blakus produktus).
- Rafinētas eļļas un tauku ražošana (NACE 1.1 - 15.42): rafinētu augu eļļu ražošana; augu eļļu pārstrāde; augu tauku un vasku ražošana.
- Margarīna un līdzīgu pārtikas tauku ražošana (NACE 1.1 - 15.43): margarīna ražošana, komplekso kulinārijas tauku ražošana, pārējo pārtikas tauku ražošana. [5]

Kopējais pārdotais nozares produkcijas apjoms 2006. gadā pēc CSP datiem sastādīja 7685,7 tūkst. Ls. Spriežot pēc nepublicētiem CSP datiem, Latvijas augu un dzīvnieku eļļu un tauku ražošanas nozare var būt klasificējama kā augsti koncentrēta. Tā, 2006.gadā četru nozares lielāko uzņēmumu kopējais apgrozījums bija 7655,5 tūkst. Ls, kas sastādīja 99,61% no kopējā nozares apgrozījuma (7 685,7 tūkst.Ls). Turklāt nozares līdera daļa pēc neto apgrozījuma sastādīja vairāk kā 68%, otra lielākā uzņēmuma pārdošanas apjomi – ap 24%, bet trešā uzņēmuma – ap 7%, ceturta – ap 1%, savukārt pēdējā (piektā) – tikai 0,29% [6].

Uz augstu koncentrācijas līmeni dotajā nozarē uz 2006. gadu norāda arī aprēķinātais Hērfindāhla – Hiršmana indekss (HHI = 5235) (skat. 5.pielikums), tā kā indeksa vērtība krietni pārsniedza koncentrācijas kritisko robežu (t.i., HHI ir augstāks par 1800 – 2000 vērtību).

Uzņēmumi, kas norādīti 3.1.1. tabulā, pārsvarā ražo augu eļļas. Ražošanā izmantojamā galvenā lauksaimniecības kultūra ir rapsis. Nelielos apjomos tiek ražota arī linu un kaņepju eļļa.

Rapšu eļļas ražošanas attīstību Latvijā veicināja virkne apstākļu, pirmkārt, jau ES direktīva „Par biodegvielu un citu atjaunojamo degvielu izmantošanas veicināšanu transportā”, kura paredz, ka līdz 2010. gadam biodegvielas īpatsvaram kopējā degvielas patēriņā jāsasniedz 5,75%. Uz to

balstīta arī pastāvošā rapša audzēšanas un biodīzeļdegvielas veicināšanas sistēma. Tāpat jāmin arī dotajai kultūrai labvēlīgie Latvijas klimatiskie apstākļi. Turklāt ne mazāk svarīgas ir pieaugošās rapšu eļļas eksporta iespējas uz citām valstīm, kurās biodegvielas ražošanu apgrūtina klimatiskie un citi apstākļi [7].

Saskaņā ar minētās ES direktīvas prasībām 2010. gadā, neizmantojot importēto biodegvielu, Latvijā būtu jāražo 75 000 tonnu biodegvielas, kam nepieciešams 240 000 tonnu rapšu sēklu, kā arī papildus vēl jāpieskaita pārtikas eļļas ražotnēs pārstrādāto rapšu sēklu apjomu. Kopā tas rada labas perspektīvas dotā produkta ražošanas attīstībai Latvijā [7].

Dotajā nozarē (15.40) viennozīmīgs līderis Latvijā, kā arī viens no lielākajiem uzņēmumiem Baltijā, ir SIA 'IECAVNIEKS'. Uzņēmums, dibināts 2000. gadā, atrodas Bauskas rajona Iecavas novadā "LS Kalte". 100% uzņēmuma kapitāldaļas ir privāta.

SIA 'IECAVNIEKS' ražo nerafinēto rapšu eļļu, kā arī eļļu tehniskām vajadzībām. Tas pārstrādā linsēklas un līdz 2008. gada jūlijam arī kaņepju sēklas. Uzņēmums savu produkciju realizē vienotā Eiropa tirgū, kā arī Latvijā. Pārdošanas apjoms 2006. gadā sastādīja vairāk kā 5,2 milj. latu. SIA 'IECAVNIEKS' ražotie produkti godalgoti ar preču zīmi "Kvalitatīvs produkts". Viena no uzņēmuma pamatnozarēm ir lauksaimniecības kultūru audzēšana. Tas apsaimnieko apmēram 1000 ha lauksaimniecības zemes, kurā audzē tādas kultūras, kā eļļas rapsis, kvieši, sējas kaņepe, eļļas lini, tādējādi, nodrošinot savu ražotni ar izejvielām. Uzņēmums ilggadīgi nodarbojas ar pētījumiem un eksperimentiem, kas sasisīti ar dažādu šķirņu sēklu audzēšanas piemērotību Latvijas klimatiskajiem apstākļiem, un ir arī viens no pirmajiem Latvijā, kas sāka nodarboties ar ziemas un vasaras rapšu audzēšanu un realizāciju. SIA 'IECAVNIEKS' piedāvā rapša un graudu piegādājamiem sēklas materiālu un eļļas augu pārstrādes blakus produktus: rapšu raušus – parastos un ekstūdētos, linu raušus, kaņepju raušus [8].

Jauns uzņēmums nozarē, kam ir liels ražošanas potenciāls, ir akciju sabiedrība 'BALTIC HOLDING COMPANY' (turpmāk BHC). BHC savu ražošanas darbību uzsāka 2006. gada otrajā pusē uz pilnīgi rekonstruētā Liepājas labības produktu kombināta bāzes. Uzņēmums nodarbojas ar rapšu un graudu pirmapstrādi un rapšu eļļas ražošanu tehniskām vajadzībām. Uzņēmuma stratēģiskais investors ir Vācijas biodīzeļdegvielas ražotājs "EOP Biodiesel AG", kuram pieder 80,62 % uzņēmuma akciju. Savu produkciju – rapšu eļļu un raušus – uzņēmums pārdod galvenokārt Eiropas Savienības valstīs. Uzņēmuma partneri ir liels vācu uzņēmums "EOP Biodiesel AG", kas Brandenburgā nodarbojas ar biodīzeļdegvielas ražošanu, kā arī BHC ražoto rapšu eļļu pārstrādi [9].

Pēc grāmatvedības pārskatu datiem pirmā pilnā darbības gada laikā (2007.) pārdošanas apjoms sastādīja vairāk nekā 1 milj. latu. 2008./2009. gada sezonā uzņēmums plāno dubultot ražošanas jaudas un sasniegt 10 milj. latu lielu apgrozījumu [9].

Atšķirībā no SIA „Iecavnieks” uzņēmums nenodarbojas ar rapšu audzēšanu, bet specializējas izejvielu sākotnējā apstrādē un eļļas ražošanā. Savai ražotnei rapšu sēklas uzņēmums pārsvarā iepērk no vietējiem ražotājiem [10].

Pārējie uzņēmumi, kas reģistrēti dotajā nozarē, ražo rapšu eļļu kā degvielu dīzeļdzinējiem un rapšu eļļu biodīzeļdegvielas ražotājiem (SIA 'LOGINS & CO'), rafinētu eļļu ('PĒRNES L' SIA) un blakusproduktu – raušus. Šie uzņēmumi, kas teritoriāli izvietoti dažādos Latvijas rajonos, ir organizējuši augu eļļas ražošanu, izmantojot par izejvielām vai nu personīgās (uz savas zemes audzētās) rapšu sēklas ('PĒRNES L' SIA), vai arī sēklas, kas iepirkas no vietējiem audzētājiem (SIA 'LOGINS & CO').

Tā kā rapšu eļļas ražošanai ir nepieciešami lieli apjomi izejvielu (1 tonnas rapšu eļļas ražošanai patērē gandrīz 3 tonnas sēklu), tad pēc nozares ekspertu domām izdevīgākā stāvoklī atrodas tie uzņēmumi – ražotāji, kuri ir pašnodrošināti ar izejvielām, respektīvi, realizē pilnu ražošanas ciklu: rapšu audzēšanu, to primāro apstrādi (sēklu ieguvu), eļļas ieguvu un gatavā produkta izstrādi (paredzēta pārtikas vai tehniskām vajadzībām). Tāpat izdevīgā stāvoklī atrodas lieli vai turīgi uzņēmumi, kuri spējīgi iepirkt no vietējiem ražotājiem kvalitatīvas izejvielas par dārgākām cenām. Tirgū, pēc ekspertu domām, galvenā konkurence pastāv izejvielu iepirkšanas posmā.

3.1.2. Tirgū ienākšanas barjeru analīze

3.1.2.1. Ekonomiskie ierobežojumi

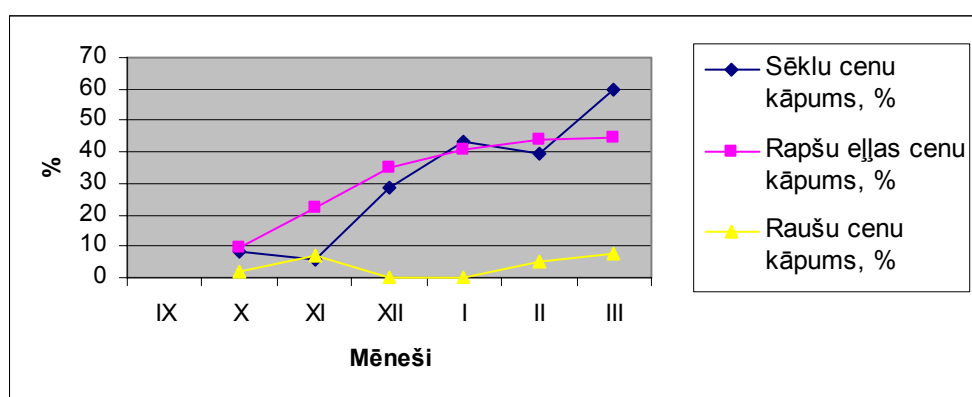
Pie ekonomiskiem ierobežojumiem jaunienācēju ienākšanai 15.40 nozarē ir pieskaitāmi dažādi ekonomiskie faktori. (skat. 1.1. barjeras aprakstu A tabulā).

Pirmkārt, par ekonomiska rakstura barjeru tiek uzskatīta nepieciešamība pēc ievērojamiem kapitālieguldījumiem ražotnes būvniecībai, aprīkošanai un ražošanas uzsākšanai. Augu eļļas ražošana, no tehnoloģiskā un darbības organizācijas viedokļa, ir sarežģīta. Tādēļ, lai varētu nodrošināt katras pamatražošanas tehnoloģiskās operācijas izpildi (sēklu žāvēšana, sadalīšana, termiskā apstrāde, presēšana, ekstrakcija u.tt.), kā arī palīgdarbības (remonts, transporta saimniecība) un attiecīgas infrastruktūras uzturēšanu, ir nepieciešams izveidot lielu ražošanas kompleksu. Kapitālieguldījumu apjoms var variēt atkarībā no ražošanas kompleksa lieluma (plānotā jauda), izvietojuma (infrastruktūras esamība vai tās trūkums), ražojamās produkcijas, vajadzības pēc zemes iegādes apbūvei un citiem faktoriem. Tā, 2002.gadā AS 'BALTIC HOLDING COMPANY' iegādājās bijušo labības produktu kombinātu Liepājā, lai to rekonstruētu un tālāk ražotu augu eļļu. Kombināta teritorija aptver 78 668 m². Kapitālieguldījumi ražotnes rekonstrukcijā, neraugoties uz visas infrastruktūras esamību (elektroapgāde, pilsētas ūdensapgāde, vietējā ūdensapgāde, kanalizācijas sistēmas, dzelzceļa pievadceļi, dabasgāze), sastādīja vairāk kā 3 milj. latu [10].

Pēc ekspertu vērtējuma šobrīd minimālā kapitālieguldījuma apjoms, kas nepieciešams jaunas ražotnes atvēršanai dotajā nozarē, jau sastāda aptuveni 10-15 miljonu latu.

Nozares eksperti norāda, ka dotās ražošanas īpatnība ir tās ciešā saistība ar izejvielu (rapšu seklu) iepirkšanu. Gada laikā sēklu iepirkšanas vērtība būtiski svārstās – viszemākā ir pēc ražas ievākšanas (2007. gada septembrī tā sastādīja 194 latus par tonnu), bet pusgada laikā tā var palielināties vairāk kā uz pusi (2008.gada martā – 310 latu par tonnu). 3.1.1. attēlā atspoguļota cenu izmaiņu dinamika 2007./2008. gada sezonas laikā attiecībā pret septembri (IX).

3.1.1.attēls. Rapšu sēklu iepirkšanas un rapšu eļļas un raušu realizācijas cenu izmaiņu dinamika 2007./2008. gada sezonā (%).



Avots: pēc CSP datiem

Attēlā redzams, ka izejvielu iepirkšanas cena palielinās ātrāk nekā gatavās produkcijas realizācijas cena, tādēļ, lai netērētu peļņu izejvielu iepirkšanai, ražošanas uzņēmumam ir pareizi jāaprēķina nepieciešamais sēklu daudzums un iepirkšanas laks. Vispiemērotākais laiks sēklu iepirkšanai ir pirmie trīs mēneši pēc ražas ievākšanas. Tieši šajā periodā sēklu iepirkšanai uz visu sezonu uzņēmumam vidēji (pēc eksperta vērtējuma) nepieciešams ap 2,5 miljoniem latu. Tā ir samērā ievērojama summa jebkuram dotajā tirgū strādājošam uzņēmumam. Nepieciešamība novirzīt tik ievērojamus līdzekļus izejvielu iepirkšanai ražošanas sākuma posmā var kļūt par nopietnu barjeru jaunienācējam.

Bez ievērojamā nepieciešamā starta kapitāla par barjeru potenciālā tirgus dalībnieka ienākšanai uzskatāms augstais minimālās darbības apjoma līmenis, kas nodrošinātu uzņēmuma efektivitāti (skat. 1.2. barjeras aprakstu A tabulā). Praktiski, pēc nozares ekspertu domām, ražošanas uzņēmumi pirmajos darbības gados strādā ar zaudējumiem. Pirmo 5 – 7 gadu laikā tie pakāpeniski palielina darbības apjomus, lai nonāktu efektīvā ražošanas līmenī, kas ļautu nosegt lielos pastāvīgos izdevumus un gūt peļņu.

Par piemēru kalpo uzņēmumi AS 'BALTIC HOLDING COMPANY' un SIA 'LOGINS & CO', kuri rapšu eļļas ražošanu uzsāka 2006. gadā. Pēc finanšu pārskata datiem abi uzņēmumi pirmo (2006.) un otro (2007) gadu noslēdza ar zaudējumiem [6]. Tomēr pirmā uzņēmuma (AS 'BALTIC HOLDING COMPANY') relatīvais zaudējumu lielums samazinājās, bet otrā – palielinājās. Šiem uzņēmumiem ir dažāds ražošanas potenciāls un atšķirīgas finanšu resursu piekļuves iespējas. AS 'BALTIC HOLDING COMPANY' organizēja lielu ražotni; tā plānveidīgi palielina darbības apjomus, turklāt to finansiāli atbalsta mātes kompānija. Savukārt SIA 'LOGINS & CO' ekonomiskās iespējas ir pieticīgākas. Pēc tās vadītāja vērtējumiem personīgo apgrozījuma līdzekļu trūkums sēklu iepirkšanai un nespēja saņemt kredītu šim mērķim ir kompānijas attīstību bremzējošs faktors. Tādējādi uzņēmumi, kuri ir veiksmīgāk organizējuši savu darbību un kuriem ir pietiekami finanšu resursi, ātrāk spēj pārvarēt šo barjeru.

SIA 'IECAVNIEKS', kas nozarē darbojas kopš 2000. gada, strādā ar peļņu. Pēc tā finanšu pārskatu datiem par 2006. un 2007. gadu pārdošanas rentabilitāte (bruto peļņas robeža) stabili tika uzturēta 14 % līmenī, kas dotajā nozarē ir visaugstākais rādītājs [6]. Tādējādi var apgalvot, ka efektīvu darbības apjomu dotajā nozarē var sasniegt apmēram sestajā darbības gadā.

Nozarē vērojams jau tajā strādājošo uzņēmumu absolūtais pārākums izdevumu līmenī attiecībā pret jaunienācējiem (skat. 1.3. barjeras aprakstu A tabulā). Pēc ekspertu domām dotajā nozarē priekšrocības izdevumu samazināšanā var būt tiem uzņēmumiem, kuri realizē nevis atsevišķu augu eļļas ražošanas procesu, bet gan pilnu ciklu: rapšu audzēšana (ražošanas cikla 1. posms), augu eļļas ražošana (2. posms) un biodegvielas izgatavošana (3. posms). Rapšu audzēšanas un biodegvielas izgatavošanas procesi ir valsts subsidēti, taču augu eļļas ražošanas – nav. Nozarē strādājošie uzņēmumi var paaugstināt savu efektivitāti, respektīvi, strādāt ar peļņu, ja tie realizē vismaz divus no minētajiem procesiem. Atsevišķa augu eļļas ražošana nenes peļņu.

Par efektīvas (ienesīgas) darbības nozarē piemēriem var kalpot tikai divi uzņēmumi – SIA 'IECAVNIEKS' un SIA 'PĒRNES L'. Šie abi uzņēmumi nodarbojas ar rapšu audzēšanu un tā pārstrādi – augu eļļas ražošanu. 3.1.2. tabulā sniegti uzņēmumu SIA 'IECAVNIEKS' un SIA 'PĒRNES L' rentabilitātes rādītāji 2006. un 2007. gada periodā.

3.1.2. tabula. SIA 'IECAVNIEKS' un SIA 'PĒRNES L' pārdošanas apjomu un rentabilitātes finanšu rādītāji par 2006. un 2007. gadu.

| | SIA 'IECAVNIEKS' | | SIA 'PĒRNES L' | |
|---|------------------|-------|----------------|-------|
| | 2006 | 2007 | 2006 | 2007 |
| Rentabilitāte pēc bruto peļņas (bruto peļņas robeža), % | 13,90 | 14,00 | 9,25 | 10,98 |

| | | | | |
|--|------|------|------|------|
| Rentabilitāte pēc pārskata gada peļņas, % | 6,42 | 3,26 | 1,97 | 1,35 |
|--|------|------|------|------|

Avots: Lursoft nepublicētie dati

Pēc tabulā sniegtajiem datiem redzams, ka, lai arī kopējās rentabilitātes līmenis ir samērā zems (pēc pārskata gada peļņas) un 2007. gadā ir pat vērojama tā samazināšanās (galvenokārt saimniecisko, administratīvo un finanšu izdevumu palielināšanās dēļ), abiem uzņēmumiem pārdošanas rentabilitātes rādītājs (bruto peļņas robeža) tomēr pieaug; pārskatu analīze liecina, ka šis pieaugums saistīts ar ražošanas izdevumu samazināšanu. Tādējādi, pareizi organizējot ražošanu, uzņēmums var panākt izdevumu samazināšanu un darbības efektivitātes palielināšanu. Noteiktas priekšrocības attiecībā pret potenciālajiem konkurentiem piemīt AS 'BALTIC HOLDING COMPANY', kas ir vācu uzņēmuma "EOP Biodiesel AG" (dīzeļdegvielas ražotāja) meitas uzņēmums. Pateicoties radniecīgajiem sakariem ir izveidots un garantēts produkcijas noiets, kā arī uzņēmumam tiek sniegts finansiāls atbalsts, nepieciešamās konsultācijas un apmācība ražošanas organizācijā, mūsdienīgu tehnoloģiju izmantošanā u.c. Tas viss palīdz panākt zemas produkcijas pašizmaksas un veiksmīgi konkurēt starptautiskajā tirgū [10].

Ņemot vērā nozares specifiku, darbības priekšrocības dotajā tirgū gūst arī tie uzņēmumi, kuri savām ražotnēm izvēlējušies ģeogrāfiski izdevīgu atrašanās vietu. Tā, piemēram, AS 'BALTIC HOLDING COMPANY' ražotne ir izvietota Liepājā, pilsētas rūpnieciskajā daļā, Liepājas speciālajā ekonomiskajā zonā (LSEZ). Uzņēmuma teritorijā ir augsti attīstīta infrastruktūra: elektroapgāde, ūdensapgāde, kanalizācijas sistēmas, dzelzceļa pievadceļi, dabasgāze. Arī jūras ostas tuvums (ap 5 km) un brīvā muitas zona atvieglo kravu pārvadāšanu un apstrādi [11]. Šie, tik izdevīgie nosacījumi, nav pieejami lielākajai daļai Latvijas ražotāju. Tādējādi, pateicoties izdevīgākam ģeogrāfiskam stāvoklim, dotais uzņēmums iegūst salīdzinošu transporta izdevumu ekonomiju un panāk darba produktivitātes palielināšanos sakarā ar laika izdevumu samazināšanos virknes operāciju realizācijai.

Barjeru, ko rada ražošanas uzņēmumu pieeja kredītiem un investīcijām (skat. 1.4. barjeras aprakstu A tabulā), nozares eksperti vērtē kā nozīmīgu. Dotās nozares uzņēmumiem ir nepieciešamas ievērojamas naudas summas gan formēšanās posmā (ražošanas kompleksa būvniecībai vai rekonstrukcijai), gan arī pašā darbības procesā (jauna aprīkojuma iegādei, sezonālajiem sēklu iepirkumiem u.c.). Pamatojoties uz kredīta ekonomiskajiem likumiem, Latvijas komercbankas īpaši piesardzīgi veido lauksaimnieku kreditēšanas stratēģiju un taktiku, ievērojot daudzu riska faktoru iespējamu ietekmi. Tas galvenokārt izpaužas augstākās kredītu procentu likmēs un drošāku garantiju prasībās. Finansējums vieglāk pieejams tirgū jau esošajiem uzņēmumiem, jo tie spējīgi nodrošināt lielākas garantijas un ir drošāki, tā kā jau ilgu laiku strādā

šajā nozarē. Tā kā neliela uzņēmuma rīcībā nav pietiekami lieli nekustamie īpašumi, tad līdz ar to kredīti tam nav pieejami pat sezonālai sēklu iepirkšanai.

Nozares uzņēmumiem ir iespēja saņemt Eiropas Savienības struktūrfondu atbalstu kā daļēju realizētā projekta izdevumu kompensāciju, kā to tas izdevās AS 'BALTIC HOLDING COMPANY', saņemot finansējumu 1 miljona 81 tūkstots 236 latus apmērā no Eiropas Savienības struktūrfondiem ražošanas kompleksa rekonstrukcijai [10]. Tomēr daudzus uzņēmējus attur sarežģītās „Eiropas naudas” saņemšanas procedūras, turklāt ES finansējuma iegūšanai nepieciešams arī savs līdzfinansējums, kura saņemšana no bankām ir ļoti ierobežota. Vērtējot pieeju finanšu resursiem, pēc ekspertu domām izdevīgākā stāvoklī atrodas uzņēmumi, kuri pārstāv lielus ES ražotājus, kā, piemēram, AS 'BALTIC HOLDING COMPANY', vai kuriem ir personīgie sakari ar komercbankām.

Pēc ekspertu atzinumiem uz doto brīdi tādi ekonomiskie riski kā izejvielu un darbaspēka trūkums nozarē nav vērtējams kā īpaši nozīmīga barjera (skat. 1.5. barjeras aprakstu A tabulā). Par barjeru potenciālam konkurentam var kļūt resursu cenu kāpums. Enerģētisko resursu sadārdzināšanās noved pie citu resursu un pakalpojumu, kas nepieciešami ražošanas uzņēmuma darbībai, sadārdzināšanās, un tas var būtiski palielināt kopējos uzņēmuma izdevumus. Esošajā ekonomiskajā situācijā uzņēmējam ir regulāri jākorrigē savs biznesa plāns, savlaicīgi ņemot vērā cenu izmaiņas un citus ārējās vides faktorus un nepieļaujot uzņēmuma darbību ar zaudējumiem.

3.1.2.2. Administratīvie/organizatoriskie ierobežojumi

Uzņēmējdarbība augu un dzīvnieku eļļu un tauku ražošanas nozarē ir pakļauta administratīvajiem ierobežojumiem, kuri ietekmē gan jau nozarē strādājošus uzņēmumus, gan jaunienācējus (skat. A tabulas 2.1.-2.4. barjeru aprakstu).

Pirmkārt, visiem uzņēmumiem ir jāievēro pamata likumu prasības, kas regulē uzņēmējdarbību: ”Komerclikums”, ”Darba likums”, ”Darba aizsardzības likums”, ”Likums par nodokļiem un nodevām” u.c.

Daži administratīvie ierobežojumi var būt attiecināmi tikai uz daļu tirgus dalībnieku, jo ir saistīti ar konkrētās darbības specifiku. Piemēram, ja uzņēmums ražo augu eļļu pārtikai, tad ražotnei jābūt sertificētai un jāatbilst LR un ES normatīvajos aktos izvirzītajām prasībām pārtikas ražošanas uzņēmumiem. Uz to attiecas virkne normatīvo aktu, kas reglamentē pārtikas produktu ražošanu, uzglabāšanu un realizāciju. Starp tiem minami: Pārtikas aprites uzraudzības likums, Ministru kabineta noteikumi, kas nosaka kvalitātes, klasifikācijas un marķējuma prasības dažādu veidu produktiem, tirgus uzraudzību un patērētāju informēšanas kārtību, noteikumi par pārtikas piesārņojumu u.c. [18].

Ja uzņēmums realizē augu eļļas ražošanas procesu un tālākajā gaitā eļļu izmanto tehniskām vajadzībām (degvielas ražošanai), tad uz to attiecas: Biodegvielas likums, Ministru kabineta 2005.gada 18.oktobra Nr.772 "Noteikumi par biodegvielas kvalitātes prasībām, atbilstības novērtēšanu, tirgus uzraudzību un patērētāju informēšanas kārtību", Likums "Par akcīzes nodokli", speciālas atļaujas šķidras kravas pārvadāšanai u.c. [12].

Pēc ekspertu domām visapgrūtinošākais jautājums uzņēmuma darbībā, kas saistīta ar biodegvielas ražošanu, ir sarežģītie preču aprites noteikumi biodīzelim (kā akcīzes precei). Kā ražošanai traucējošs faktors tiek tāpat arī minēta valsts noteiktā biodegvielas kvalitātes kontrole, jo tās sarežģītās procedūras kavē ražošanu un kvalitātes pārbaudes izmaksas ir salīdzinoši augstas. Turklāt uzņēmēji uzskata, ka Valsts politika šajā nozarē veidojas ļoti sadrumstalota. Par biodegvielas nozares attīstību lemj gan Vides ministrija, gan Zemkopības ministrija, gan Ekonomikas ministrija, taču neviena no minētajām institūcijām neuztur patstāvīgu dialogu ar uzņēmējiem.

Vides jomā jaunām ražotnēm būtisks ir likums „Par ietekmes uz vidi novērtējumu”, kas definē kārtību šāda novērtējuma veikšanai [13]. Tāpat ir jāsaņem atļauja piesārņojumu veikšanai (15.40 nozares profila uzņēmumiem pārsvarā piešķir atļauju par „C” kategorijas piesārņojuma veikšanu). Visiem ražošanas uzņēmumiem ir jāievēro Vides aizsardzības likuma, Ūdens apsaimniekošanas likuma, Atkritumu apsaimniekošanas likuma prasības [19].

Nozarē strādājošo uzņēmumu ražošanas ēkas, būves un zemes teritorijas parasti ir šiem uzņēmumiem piederošs privātīpašums, kas uzskatāms par priekšrocību attiecībā pret jaunienācējiem. Jaunienācējiem var rasties grūtības, izvēloties jaunai ražotnei piemērotu teritoriju, tā kā ir vēlams, lai tā atrastos tuvu transporta mezgliem un izejvielu piegādātājiem, kas ļautu optimizēt transporta izdevumus. Tomēr pēc ekspertu domām šo barjeru nevar uzskatīt jaunienācējiem par nozīmīgu.

3.1.2.3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotas barjeras

Tā kā esošie uzņēmumi dotajā nozarē darbojas jau ilgu laiku, tiem ir izveidojusies pozitīva pieredze, lietišķie sakari, līdz ar to tām ir noteiktas priekšrocības attiecībā pret jaunajiem tirgus dalībniekiem (skat. A tabulas 3.barjeras aprakstu).

Nozares eksperti atzīst, ka vietējās izejvielas visiem ražotājiem ir nepietiekamas. Tās galvenokārt iepērk lielākie un turīgākie uzņēmumi, kuri ir spējīgi momentāli norēķināties ar piegādātājiem par sezonas iepirkumiem. Sēklu iepirkšanā liela nozīme ir iepirkuma laikam, jo par apjomiem ražotāji nesaņem nekādas atlaides. Trūkstošo sēklu daļu importē no Baltkrievijas, Ukrainas un Lietuvas. Lielākie ražotāju uzņēmumi ir izveidojuši ilgtermiņa saimnieciskos sakarus ar vietējiem sadarbības partneriem gan rapšu iepirkumu pārstrādē, gan arī gatavās produkcijas –

rapšu eļļas un lopbarībā izmantojamo rapšu raušu realizācijā. Piemēram, AS 'BALTIC HOLDING COMPANY' ir noslēdzis līgumus par rapšu sēklu iepirkšanu no Kurzemes reģiona rapšu un graudaugu audzētājiem, kā arī no sadarbības partneriem – SIA “Rapsis” un KS “Latraps” [10]. Savukārt SIA 'IECAVNIEKS' savā attīstībā ir sasniedzis tādu līmeni, kas ļauj slēgt līgumus arī par graudaugu un rapša sēklu glabāšanu, kas savukārt ļauj optimizēt graudu un rapša pieņemšanu. Saviem sadarbības partneriem uzņēmums regulāri organizē arī konsultācijas augkopībā un lopkopībā un iepazīstina ar jaunāko šķirņu salīdzinājumiem, organizē lauksaimnieku grupu mācību seminārus [8].

Izejvielu trūkums rada noteiktus šķēršļus gan vietējiem mazajiem ražošanas uzņēmumiem, gan arī jaunienācējiem, jo viņi ir spiesti meklēt kontaktus ar ārzemju piegādātājiem. Turklāt izejvielu trūkuma apstākļos rapšu audzētāji ceļ cenas, kas gala rezultātā sadārdzina produkcijas pašizmaksu un samazina tās konkurētspēju.

3.1.2.4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība

Tirgus infrastruktūras neatbilstība varētu būt klasificējama kā vidēji nozīmīgs šķērslis jaunu tirgus dalībnieku ienākšanai nozarē (skat. A tabulas 4. barjeras aprakstu). Esošie uzņēmumi jau ir izveidojuši savai darbībai piemērotu infrastruktūru attiecībā uz pārvadājumu sistēmas organizāciju, informācijas kanālu lietošanu, noliktavu būvēšanu un aprīkošanu. Savukārt jaunam tirgus dalībniekam šo jautājumu risināšana ir laika un līdzekļu ietilpīga.

Augu eļļas ražošanā ir iesaistīti zemnieki un pārstrādātāji. Eksperti kopumā nesaskata būtiskus apgrūtinājumus zemnieku graudu un rapša audzēšanā. Kā būtiskākais apgrūtinājums šādai uzņēmējdarbībai ir vērtējams kalšu trūkums Latvijā. Rapsi nākas pārvest uz kaltēm, kuras nereti izvietotas pārāk tālu no zemnieku saimniecības, tas savukārt palielina to pašizmaksu. Pēc nozares ekspertu domām, ekonomiski nelietderīgi ir vest rapsi uz kaltēm tālāk nekā 40 km attālumā. Šajā situācijā izdevīgākā stāvoklī atrodas tie uzņēmumi, kuri ir pašnodrošināti ar kaltēm vai var izmantot ražotnēm tuvumā esošo kalšu pakalpojumus.

3.1.2.5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras

Situācijas izpēte Augu un dzīvnieku eļļu un tauku ražošanas nozarē (15.40) un veiktā intervija ar nozares ekspertu – neliela uzņēmuma vadītāju – ļauj konstatēt, ka katrs tirgū strādājošais uzņēmums plāno palielināt gan darba apjomus, gan arī darbības ienesīgumu. (skat. A tabulas 5. barjeras aprakstu).

Nozares līderis SIA „IECAVNIEKS” veic pētījumus un eksperimentus, kas saistīti ar tīras rapšu eļļas izmantošanu par pilnvērtīgu degvielu transporta līdzekļiem. No 2004.gada ciešā sadarbībā ar LLU TF Spēkratu institūtu tas aktīvi veic dīzeļmotoru pārbūvi, lai tos varētu darbināt ar 100%

rapšu eļļu. Eļļa kā degviela ir atzīta Eiropas Savienības kopējās likumdošanas aktos: Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2003/30/EK (2003.gada 8.maijs) „Par biodegvielas un citu atjaunojamo veidu degvielas izmantošanas veicināšanu transportā”, kas nosaka, ka par biodegvielu uzskatāma arī "tīra augu eļļa": augu eļļa, ko spiežot, ekstrahējot vai ar līdzvērtīgu paņēmieni iegūst no eļļas augiem, nerafinēta vai rafinēta, tomēr ķīmiski nemodificēta, piemērota attiecīgu veidu motoriem, emisijas prasībām atbilstīga. Nacionālā likumdošana, kas attiecas uz šīs direktīvas ieviešanu nav pilnībā izstrādāta, tādēļ šāda pārbūve ir šobrīd uzskatāma par eksperimentu [8]. Dīzeļmotoru pārbūves tehnisko jautājumu risinājums kļūtu par izrāvienu, kas ļautu paplašināt biodegvielas lietotāju skaitu, kā arī veicinātu uzņēmuma pārdošanas apjomu palielināšanos un atbilstoši arī darbības ienesības palielināšanos.

AS 'BALTIC HOLDING COMPANY' plāno strauju attīstību, vispirms jau pateicoties ražošanas jaudu palielināšanai. Ja sākotnējā ražošanas jauda 2006.gadā bija paredzēta 13 000 t rapšu sēklu pārstrādei, ražojot - 4500 t eļļas gadā, tad 2008./2009. gada sezonā uzņēmums plāno dubultot ražošanas jaudas un pārstrādāt 26 tūkstošus rapša graudu, gadā saražot 9 tūkstošus tonnu eļļas. Perspektīvā, izmantojot brīvās ražošanas platības, elevatorā tiks uzsākta arī rapšu metilestera jeb biodīzeļdegvielas ražošana [14].

Uzņēmuma rīcībā tāpat ir ietilpības ziņā ļoti lielas telpas, kas paredzētas materiālu un gatavās produkcijas uzglabāšanai, tādēļ daļa platības, ko uzņēmums neizmanto savā ražotnē (26 000 m³ jeb 20 500 t), ir paredzēta graudu un rapšu uzglabāšanas pakalpojumu sniegšanai rapšu un graudu audzētājiem, kā arī graudu un rapšu tirgū strādājošiem uzņēmumiem [10].

Nelielā nozares uzņēmuma SIA 'LOGINS & CO' stratēģija pirmām kārtām ir saistīta ar darbības diversifikāciju. Uzņēmuma vadība veic sagatavošanās darbus biodīzeļa ražošanas uzsākšanai, uzskatot šo ražošanas procesu par perspektīvāku un ienesīgāku, kaut vai tādēļ, ka biodegvielas ražotāji saņem subsīdijas.

Tādējādi strādājošo uzņēmumu stratēģijas ir saistītas ar to darbības diversifikāciju un galvenokārt ar biodegvielas ražošanas uzsākšanu, kas pastiprinās konkurenci un varētu kļūt par barjeru jaunienācējam.

3.1.2.6. Preču pieprasījuma ierobežojumi

Augu eļļas, kā jau tas tika norādīts iepriekš, tiek izmantotas gan tehniskām vajadzībām, gan arī pārtikā. Pēc statistikas datiem Latvijā patēriņš vidēji uz vienu mājāsaimniecības locekli 2006.gadā salīdzinājumā ar 2005. gadu palielinājās tikai olīveļļai (no 0,30 kg līdz 0,34 kg), bet pārējiem augu eļļu un tauku veidiem – samazinājās (no 12,24.kg līdz 11,25.kg) [15]. Lai arī augu eļļām kā pārtikas produktam Latvijā ir ierobežots pieprasījums, tomēr tehniskām vajadzībām, vispirms jau

biodīzeļa ražošanai paredzēto eļļu pieprasījums, nav pilnībā apmierināts ne dz Latvijā, ne dz citviet pasaulē. (skat. A tabulas 6. barjeras aprakstu).

Eļļas un tauku pieprasījuma samazinājums tuvākajā laika netiek prognozēts, jo ES ir jāizpilda savus pieņemtos lēmumus par energoresursu pakāpenisku pāreju uz videi draudzīgiem resursiem, kuri ir atjaunojami un nav kaitīgi videi. 2006. gadā Latvijā saražoti aptuveni 10,5 tūkst. t biodīzeļdegvielas un 9 tūkst. t bioetanola. No kopējā degvielas patēriņa biodegvielas apjoms Latvijā 2006.gadā sastādīja aptuveni 0,3%, kaut gan ES prasības noteica, ka biodegvielas patēriņam vajadzēja sastādīt 2,75%, 2010.gadā - 6% no visa degvielas patēriņa. Tādējādi Latvija būs spiesta izmantot arvien vairāk biodegvielas un pieprasījums pēc tās tikai pieaugs [16].

Augu un dzīvnieku eļļu un tauku ražošanas nozare ir ļoti nozīmīga Latvijas ekonomikā, jo, realizējot ES projektus, ir iespējams pilnvērtīgi eksportēt saražoto produkciju uz ES valstīm un veiksmīgi konkurēt šajā tirgū. Eļļas un tauku produktus Latvija pieskaita pie preču grupas ar vislielāko preču eksporta potenciālu. Tauku un eļļu eksporta apjoms 2007.gadā sastādīja 7015,7 tūkst. latu un salīdzinājumā ar 2005. gadu tas palielinājās par 42,7% [17]. Līdz ar to var apgalvot, ka dotā barjeras ietekme nav vērtējama kā nozīmīgs šķērslis jaunienācēju ienākšanai nozarē.

A. tabula. Jaunienācēju draudu (tirgus barjeru) novērtēšana Latvijas augu un dzīvnieku eļļu un tauku ražošanā (NACE 1.1 – 15.4)

| Barjeras veids | Vai konkrētā barjera būtu likvidējama vai tās ietekme samazināma. Nepieciešamie pasākumi to īstenošanai | Barjeras ietekmes nozīmīgums | | | Īss apraksts (kāpēc, analizējot konkrēto barjeru tiek uzskatīts, ka barjeras ietekme ir nenozīmīga/nozīmīga, ļoti nozīmīga) |
|---|--|------------------------------|----------|---------------|--|
| | | Nenozīmīga | Nozīmīga | Ļoti nozīmīga | |
| 1. Ekonomiskie ierobežojumi | | | | | |
| 1.1. Nepieciešami liela apjoma kapitālieguldījumi, investīcijas, starta kapitāls (dārgu aprīkojumu dēļ, dārgu izejvielu dēļ, augstu nodokļu dēļ, reģistrācijas licenzēšanas izdevumu dēļ) | Barjeras esamība ir saistīta ar nozares un konkrētās nozares ražošanas specifiku. Barjera nav likvidējama. | | | ✓ | Augu eļļas ražošana no tehnoloģiskā un darbības organizācijas viedokļa ir sarežģīta, tādēļ, lai varētu nodrošināt katras pamatražošanas tehnoloģiskās operācijas izpildi (sēklu žāvēšana, sadalīšana, termiskā apstrāde, presēšana, ekstrakcija u.tt.), kā arī palīgdarbības (remonts, transporta saimniecība) un attiecīgas infrastruktūras uzturēšanu, ir nepieciešams izveidot lielu ražošanas kompleksu. Pēc ekspertu vērtējumiem šobrīd minimālā summa, kas nepieciešama jaunas ražotnes darbības uzsākšanai dotajā nozarē sastāda apmēram 10-15 miljonu latu. Sezonālai darbībai nepieciešamo izejvielu (sēklu) iepirkšanai ražošanas uzņēmumam vidēji nepieciešams ap 2,5 milj. latu. |
| 1.2. Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis | Barjeru var mazināt, nodrošinot uzņēmējus ar kredītiem apgrozāmo līdzekļu sezonas papildinājumam. | | | ✓ | Nozarē nepieciešamais minimālais efektīvās darbības apjoms ir salīdzinoši liels un jaunienācējiem tas rada nozīmīgu barjeru. Ir sagaidāms, ka jauns ražošanas uzņēmums nesīs peļņu pēc apmēram 5 gadiem. Sasniegt efektīvās darbības apjomu vieglāk ir |

| | | | | | |
|---|---|--|---|--|---|
| | | | | | lielam uzņēmumam, kuram ir detalizēts attīstības plāns un pieeja aizņēmumu finansēšanas avotiem. |
| 1.3. Absolūtais pārākums izdevumu līmenī | Barjera nevar būt likvidējama, jo tādējādi uzņēmumiem tiktu liegtas dotajā nozarē konkurences ceļā iegūtās priekšrocības. Dotās barjeras ietekme mazināma, realizējot pilnu ražošanas ciklu: rapšu audzēšana (I), augu eļļas ražošana (II) un biodegvielas izgatavošana (III). | | ✓ | | Pēc ekspertu domām dotajā nozarē priekšrocības izdevumu samazināšanā var būt tiem uzņēmumiem, kuri realizē pilnu ražošanas ciklu: rapšu audzēšana (I) , augu eļļas ražošana (II) un biodegvielas izgatavošana (III). Rapšu audzēšanu un biodegvielas ražošanu subsidē valsts, bet augu eļļas ražošanu – nē. Atsevišķa augu eļļas ražošana nenes peļņu. Ilglaicīgi nozarē strādājoši uzņēmumi, kas sasnieguši efektīvu ražošanas līmeni, pat resursu cenu kāpuma apstākļos ir spējīgi organizēt ražošanas procesus un panākt produkcijas pašizmaksas samazināšanu. Tas liecina par to priekšrocībām attiecībā pret jaunienācējiem. |
| 1.4. Investīciju piesaiste un kredītu izmantošanas/ piešķiršanas nosacījumi | Barjeras ietekme samazināma, vienkāršojot ES struktūrfondu līdzfinansējuma saņemšanas procesu. Jaunienācējs var mazināt barjeras ietekmi, piesaistot ārzemju investorus. | | ✓ | | Barjeru, kas saistīta ar ražošanas uzņēmumu pieeju kredītiem un investīcijām nozares eksperti vērtē kā nozīmīgu šķērslī jaunienācējiem. Dotās nozares uzņēmumiem ir nepieciešami ievērojami kapitālieguldījumi ražošanas infrastruktūras izveidei (ražošanas kompleksa būvniecība u.c.). Finansējums vairāk pieejams tirgū jau esošajiem uzņēmumiem, jo tie spējīgi nodrošināt lielākas garantijas un ir drošāki, tā kā jau ilgu laiku strādā šajā nozarē. Tā kā neliela uzņēmuma rīcībā nav pietiekami lieli nekustamie īpašumi, tad līdz ar to kredīti tam |

| | | | | | |
|--|--|---|---|--|---|
| | | | | | nav pieejami pat sezonālai sēklu iepirkšanai. |
| 1.5. Ekonomiskie riski (izejvielu cenu pieaugums, finanšu riski (valūtas)) | Barjeras ietekme mazināma makroekonomiskās situācijas uzlabošanās un pasaules energokrīzes pārvarēšanas rezultātā. | | ✓ | | Pēc ekspertu domām tādi ekonomiskie riski kā izejvielu un darbaspēka trūkums uz doto brīdi nav vērtējams kā ļoti nozīmīga barjera jaunienācējam. Resursu cenu kāpums var jaunienācējam radīt būtiskus šķēršļus. Enerģētisko resursu sadārdzināšanās noved pie citu resursu un pakalpojumu, kas nepieciešami ražošanas uzņēmuma darbībai, sadārdzināšanās un tas var būtiski palielināt uzņēmuma kopējos izdevumus. Šībrīža ekonomiskajā situācijā uzņēmējam ir regulāri jākorrigē savs biznesa plāns savlaicīgi, ņemot vērā cenu izmaiņas un citus ārējās vides faktorus un nepieļaujot uzņēmuma darbību ar zaudējumiem. |
| 1.6. Muitas režīmi, cenu un tarifu noteikšana | Barjera nav likvidējama praktiski, izņemot gadījumus, kad starpvalstu vienošanās rezultātā tiek atviegloti ārējas tirdzniecības nosacījumi (tiek mainīts tirdzniecības režīms, tiek palielināts vai atcelts kvotu apjoms, tiek samazināti tarifi). | ✓ | | | Eksperti atzīst, ka muitas ierobežojumi šajā nozarē nav īpaši liels šķērslis. |
| 2. Administratīvi ierobežojumi | | | | | |
| 2.1. Uzņēmējdarbības veidu licencēšana | Barjera nav likvidējama; ir iespējama tikai visu tirgus dalībnieku (gan esošo, gan jaunienācēju) kontrole un nosacījumu ievērošana. | | ✓ | | Uzņēmējdarbība augu un dzīvnieku eļļu un tauku ražošanas nozarē ir pakļauta administratīvajiem ierobežojumiem, kuri ietekmē gan jau esošos nozares uzņēmumus, gan jaunienācējus. Visiem uzņēmumiem ir jāievēro pamata likumu prasības, kas regulē uzņēmējdarbību: "Komerclikums", "Darba likums", "Darba |

| | | | | | |
|--|--|---|---|--|---|
| | | | | | <p>aizsardzības likums”, ”Likums par nodokļiem un nodevām” u.c.</p> <p>Ja uzņēmums ražo augu eļļu pārtikai, tad ražotnei jābūt sertificētai un jāatbilst LR un ES normatīvajos aktos izvirzītajām prasībām pārtikas ražošanas uzņēmumiem.</p> <p>Ja augu eļļa tālākajā gaitā tiek izmantota degvielas ražošanai, tad uz to attiecas virkne normatīvo aktu, kas regulē biodegvielas ražošanu, un nodokļi, kas piemērojami dotajai nozarei. Pēc ekspertu atzinumiem sarežģītās procedūras kavē ražošanas uzsākšanu, un to veikšanai nepieciešami papildus izdevumi.</p> |
| 2.2. Preču ieviešanas un izvešanas aizliegumi vai ierobežojumi noteiktā teritorijā | - | ✓ | | | Nav konstatēti |
| 2.3. Šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanai vai nomāšanai | - | | ✓ | | <p>Nozarē strādājošajiem uzņēmumiem ražošanas ēkas, būves un zemes teritorijas visbiežāk ir to privātīpašums, līdz ar to tiem veidojas zināmas priekšrocības attiecībā pret jaunienācējiem. Jaunienācējiem var rasties grūtības izvēlēties piemērotu vietu jaunas ražotnes izvietojšanai, jo ir vēlams, lai tā atrastos netālu no transporta mezgliem un izejvielu piegādātājiem, kas ļautu optimizēt transporta izdevumus.</p> <p>Tomēr pēc ekspertu domām šo barjeru nevar uzskatīt par jaunienācējiem ļoti nozīmīgu šķērslī.</p> |
| 2.4. Kvalitātes prasības un ekoloģiskie ierobežojumi (aizliegums paplašināt noteikta preču tirgus darbības apjomu, | Barjera nav likvidējama. Jaunienācējiem jādarbojas stingrā saskaņā ar vides aizsardzības | | ✓ | | <p>Visiem uzņēmumiem ir jāievēro Vides aizsardzības likuma, Ūdens apsaimniekošanas likuma, Atkritumu</p> |

| | | | | | |
|---|---|--|---|--|---|
| celt jaunus ražošanas objektus, ierobežojumi transporta komunikāciju izveidei, dažādu vides aizsardzības institūciju noteiktie aizliegumi u.c.) | likumiem. | | | | apsaimniekošanas likuma prasības. Ražošanas uzsākšanai ir nepieciešama atļauja piesārņojuma veikšanai („C” piesārņojuma kategorija). |
| 3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Brīva pieejamība resursiem un /vai realizācijas kanāliem, korporatīvo sakaru priekšrocības | Barjeras ietekme var būt mazināma, palielinot Latvijas sēkļu ražošanas apjomus, kas tiek izmantoti augu eļļas ražošanai. | | ✓ | | Nozares eksperti atzīst, ka vietējas izejvielas nav pietiekamas visiem ražotājiem . Lielākie ražotāju uzņēmumi ir izveidojuši ilgtermiņa saimnieciskos sakarus ar vietējiem sadarbības partneriem gan rapšu iepirkumu pārstrādē, gan arī gatavās produkcijas realizācijā. Trūkstošā sēkļu daļa tiek importēta no Baltkrievijas, Ukrainas un Lietuvas. Izejvielu trūkums rada noteiktus šķēršļus gan nelieliem ražošanas uzņēmumiem, gan arī jaunienācējiem, jo tiem nākas meklēt kontaktus ar ārzemju piegādātājiem. Turklāt izejvielu trūkuma apstākļos to audzētāji ceļ cenas, kā rezultātā palielinās produkcijas pašizmaksa un samazinās tās konkurētspēja. |
| 4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība | | | | | |
| Nodrošinājums ar komunikācijām (transporta un sakaru), noliktavām, tirdzniecības platībām, informāciju, ceļiem | Barjeras ietekme mazināma, pašam jaunienācējam izvēloties jaunas ražotnes organizācijai izdevīgu teritoriju. Tāpat barjeras ietekme mazināma, gadījumā, ja jaunienācēja rīcībā ir pietiekami daudz līdzekļu, kas nepieciešami infrastruktūras izveidei. | | ✓ | | Tirgus infrastruktūras neatbilstība var būt klasificējama kā vidēji nozīmīgs šķērslis jauniem tirgus dalībniekiem. Esošie uzņēmumi jau izveidojuši savai darbībai piemēroto infrastruktūru - pārvadājumu sistēmas organizāciju, informācijas kanālu lietošanu, noliktavu būvēšanu un aprīkošanu. Kā būtiskākais apgrūtinājums uzņēmējdarbībai šajā nozarē ir vērtējams kalšu trūkums Latvijā. Rapsi nākas pārvest |

| | | | | | |
|---|--------------------------|--|---|--|---|
| | | | | | uz kaltēm, kuras nereti izvietotas pārāk tālu no zemnieku saimniecības. Pēc nozares ekspertu domām, ekonomiski nelietderīgi ir vest rapsi uz kaltēm tālāk nekā 40 km attālumā. Šajā situācijā izdevīgākā stāvoklī atrodas tie uzņēmumi, kuri ir pašnodrošināti ar kaltēm vai var izmantot ražotnēm tuvumā esošo kalšu pakalpojumus. |
| 5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Produkcijas realizācijas apstākļu noteikšana, Valsts pasūtījumu izpilde | Barjera nav likvidējama. | | ✓ | | Strādājošu uzņēmumu stratēģijas saistītas ar to darbības diversifikāciju, vispirms jau ar biodegvielas ražošanas realizāciju, kas var palielināt konkurences līmeni nozarē un var kļūt par barjeru jaunienācējam. SIA „IECAVNIEKS” veic pētījumus un eksperimentus, kas saistīti ar tīras rapšu eļļas izmantošanu par pilnvērtīgu degvielu transportlīdzekļiem. AS 'BALTIC HOLDING COMPANY' plāno strauju attīstību, palielinot ražošanas jaudas un realizējot biodīzeļdegvielas ražošanu un graudu un rapšu uzglabāšanas pakalpojumu sniegšanu. SIA 'LOGINS & CO' vadība arī veic sagatavošanās darbus biodegvielas ražošanas uzsākšanai. |
| 6. Preču pieprasījuma ierobežojumi | | | | | |
| Tirgus piesātinātība ar produktu un aizstājējproduktiem, pieprasījuma apmierināšanas līmenis(patērētāju pirktspēja) sasniegšana, preču pieprasījuma iespējamie ierobežojums | - | | ✓ | | Nav konstatēta |

Avots: RSEBAA apkopojums

Nobeigums

Latvijas augu un dzīvnieku eļļu un tauku ražošanas nozares (pēc NACE 1.1.red. klasifikācijas 15.4. nozare) konkurences vides analīzes laikā tika noskaidrots, ka uz 2006. gada beigām nozarē bija reģistrēti tikai 5 uzņēmumi – augu eļļas ražotāji. Turklāt nozares attīstība sākās tikai pēc 2004. gada; to veicināja virkne apstākļu. Starp tiem vispirms ir jāmin ES direktīva „Par biodegvielu un citu atjaunojamo degvielu izmantošanas veicināšanu transportā”, kura paredz, ka līdz 2010. gadam biodegvielas īpatsvaram kopējā degvielas patēriņā jāsasniedz 5,75%, un atbilstoši no tās izrietošā rapšu audzēšanas un biodegvielas ražošanas veicināšanas un atbalsta sistēma, ka arī šīs kultūras audzēšanai labvēlīgie klimatiskie apstākļi Latvijā un augošās rapšu eļļas eksportēšanas iespējas uz Eiropu un citām valstīm. Tomēr jau 2006. gadā uzņēmumu skaits vairs nepalielinājās, kas ļauj pieņemt, ka uzņēmumu skaits nozarē ir stabilizējies.

Vērtējot konkurences vidi Latvijas augu un dzīvnieku eļļu un tauku ražošanas nozarē, ņemot vērā nelielo ražošanas uzņēmumu skaitu, pareizāk būtu izmantot Herfindāhla-Hiršmana indeksu (HHI). Aprēķinātais HHI (5235) norāda uz augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē. Uzņēmumu daļas kopējā pārdošanas apjomā 2006. gadā sadalījās šādi: pārdošanas apjomu ziņā pirmā (lielākā) uzņēmuma (SIA 'IECAVNIEKS') daļa sastāda vairāk kā 68%, otrā (SIA 'PĒRNES L') – ap 24%, trešā (AS 'BALTIC HOLDING COMPANY') – ap 7%, ceturta (SIA 'LOGINS & CO') – ap 1%, bet pēdējā uzņēmuma (SIA 'MARTCO') daļa ir apmēram 0,29%. Tādējādi dotajā nozarē ir izteikts līderis, lai gan tuvākajā nākotnē situācija varētu mainīties, jo 2006. gadā nozarē ienāca jauns uzņēmums AS 'BALTIC HOLDING COMPANY', kuram piemīt liels ražošanas potenciāls, kura plānos ir dubultot savas ražošanas jaudas un jau 2008./2009. gada sezonā sasniegt apgrozījuma apjomu 10 milj. Latu apmērā.

Lai arī dotajā nozarē pastāv konkurence starp augu eļļu ražotājiem un it īpaši par izejvielu resursiem, to mazina pieejamās izejvielu importēšanas iespējas, lauksaimniecībā izmantojamo platību iespējamās palielināšanas rapšu audzēšanai, kā arī labas augu eļļas noieta perspektīvas gan Latvijā, gan arī ārzemēs, galvenokārt tās pārstrādei biodegvielā.

Balstoties uz veikto analīzi un ņemot vērā augu eļļas ražotāja – ražošanas uzņēmuma vadītāja viedokli, LR Ekonomikas ministrijai un LR Konkurences padomei var ieteikt: izskatīt iespējas sniegt atbalstu ne tikai izejvielu (rapšu) audzētājiem un biodegvielas ražotājiem, bet arī rapšu eļļas ražotājiem, kuri ar savu produkciju tieši piedalās biodegvielas ražošanā. Tas nodrošinātu vienādas darbības iespējas katrā biodegvielas ražošanas posmā un ļautu organizēt augu eļļas ražošanu kā atsevišķu efektīvu uzņēmējdarbības veidu.

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti:

1. <http://www.krugosvet.ru/articles/116/1011618/1011618a3.htm>

2. http://www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=4469&cl_cat=0&p_cid=76&p_vid=1063&p_action=2
3. www.lpuf.lv
4. http://www.pvd.gov.lv/lat/augj_izvlne/iedzvotjiem_un_uzmjiem/informcija_uzmjiem
5. <http://www.lursoft.lv/oldweb/nace/15.4.html>
6. <http://www.lursoft.lv/?a=16&v=lv>
7. <http://www.saimnieks.lv/index.php?obj=101&sub=5&detail=0&id=976>
8. <http://www.iecavnieks.lv/>
9. http://www2.la.lv/lat/latvijas_avize/la_pielikumi/Saimnieciba/jaunakaja_numura/?doc=4691
10. <http://www.kurzemes-vards.lv/?doc=46824>
11. <http://www.bhc.lv/kontakti.html>
12. <http://www.prcentrs.lv/article/?id=462>
13. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=51522>
14. http://www2.la.lv/lat/latvijas_avize/la_pielikumi/Saimnieciba/jaunakaja_numura/?doc=4691
15. <http://www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=355>
16. <http://www.zm.gov.lv/index.php?sadala=122&id=445>
17. <http://data.csb.gov.lv/DATABASE/atirdz/databasetree.asp?lang=16>
18. http://www.pvd.gov.lv/lat/augj_izvlne/iedzvotjiem_un_uzmjiem/informcija_uzmjiem/prtikas_uzraudzba/prtikas_preu_marjums/augu_izcelsmes_produkciem
19. http://www.likumi.lv/tema.php?tema_id=152&year=&month=&day=&sort_by=pub_dat&sort_dir=desc
20. Intervija ar ekspertu no SIA 'LOGINS & CO'

3.2. Graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošana (15.6)

3.2.1. Vispārīgs nozares apraksts

Graudu un to produktu ražošanas nozare pieder pie Pārtikas produktu un dzērienu ražošanas, kura pēc Latvijas Republikas Ekonomikas ministrijas datiem ir viena no lielākām Latvijas apstrādes rūpniecības nozarēm, 2007.gadā tā veido 18,2% no rūpniecības pievienotās vērtības [1].

Saskaņā ar Ekonomiskās darbības statistisko klasifikāciju Eiropas Savienībā, Graudu un to produktu ražošanas nozare (NACE 1.1. red.- kods 15.6) iedalīta sekojošās apakšnozarēs:

15.61 Graudu malšanas produktu ražošana

15.62 Cietes un cietes produktu ražošana

Graudu malšanas produktu ražošana (NACE 1.1. red.- kods 15.61) ietver graudu malšanu (miltu, putraimu, rupja maluma miltu vai lodīšu ražošanu no kviešiem, rudziem, auzām, kukurūzas vai citiem labības graudiem), rīsu apstrādi (malto, pulēto, glazēto, apvārīto vai pārstrādāto u.c. rīsu ražošanu), sauso brokastu ražošanu un miltu maisījumu ražošanu maizes, kūku, cepumu vai pankūku cepšanai.

Savukārt, Cietes un cietes produktu ražošana (NACE 1.1. red.- kods 15.62) iekļauj cietes ražošanu no rīsiem, kartupeļiem, kukurūzas u.tml., kukurūzas eļļas, glikozes, glikozes sīrupa, maltozes u.tml., augu līmi un tapioka ražošanu [2].

Pēc Centrālās Statistikas pārvaldes (CSP) datiem, graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošanas nozarē 2006.gadā darbojās 25 uzņēmumi, kas ir par 1 uzņēmumu vairāk nekā 2004.gadā. Jaunu uzņēmumu, kuri reāli darbojas dotajā nozarē, pēc CSP informācijas 2006. gadā nebija (skat.6.pielikumu).

2006. gadā nozares kopējais apgrozījums bija Ls 45,4 milj. 15 lielākie graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražotāji 2006.gadā (pēc CSP datiem) atspoguļoti 3.2.1. tabulā.

Graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošanas nozarē (NACE 15.6) līdera pozīcijas ieņem AS „DOBELES DZIRNAVNIKS” un AS „RĪGAS DZIRNAVNIKS”, 2006.gadā šo divu uzņēmumu īpatsvars kopējā nozares apgrozījumā veidoja vairāk kā 75%.

Jāatzīmē, ka daudzi no 3.2.1.tabulā uzrādītajiem uzņēmumiem nodarbojas ne tikai ar graudu pārstrādi, bet arī veic maizes ražošanu. AS „DOBELES DZIRNAVNIKS”, SIA „DOLLE”, SIA „LATGALES MAIZNĪCA”, AS „RĒZEKNES DZIRNAVNIKS” un ZS „ZEMZARI”. SIA „POPCORN CINEMA” ražo popkornu un nodarbojas ar pārtikas rūpniecības iekārtu

tirdzniecību un remontu. SIA „ALOJA-STARKELSEN” ir viens no galveniem cietes un cietes produktu ražotājiem.

3.2.1. tabula. 15 lielāko graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražojošo uzņēmumu saraksts Latvijā 2006.gadā (alfabētiskā secībā)

| Nr. | Uzņēmumu nosaukums |
|-----|--------------------------------|
| 1. | SIA 'AILANS' |
| 2. | SIA 'ALOJA-STARKELSEN' |
| 3. | SIA 'AUCEŠ DZIRNAS' |
| 4. | AS 'DOBELES DZIRNAVNIĒKS' |
| 5. | SIA 'DOLLE' |
| 6. | AS 'JELGAVAS DZIRNAVAS' |
| 7. | SIA 'LATGALES MAIZNĪCA' |
| 8. | SIA 'MĀRUPES DZIRNAVAS' |
| 9. | SIA 'MILZKALNE' |
| 10. | SIA 'POPCORN CINEMA' |
| 11. | AS 'RĒZEKNES DZIRNAVNIĒKS' |
| 12. | AS 'RĪGAS DZIRNAVNIĒKS' |
| 13. | SIA 'ROVEL' |
| 14. | SIA 'VENTSPILS DZIRNAVNIĒKS' |
| 15. | 'ZEMZARI' zemnieku saimniecība |

Avots: CSP nepublicētie dati

Spriežot pēc nepublicētiem CSP datiem, Latvijas graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošana varētu būt klasificēta kā augsti koncentrēta. 2006.gadā četru nozares lielāko uzņēmumu īpatsvars kopējā nozares apgrozījumā veidoja 88%, turklāt arī 2006.gadam aprēķinātais Hērfindāhla – Hiršmana indekss (HHI = 3219) liecina par augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē, jo indeksa vērtība krietni pārsniedz koncentrācijas kritisko robežu (kad HHI ir augstāks par 1800 – 2000 vērtību).

Kā liecina CSP dati, graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošanas apjomi ar katru gadu pieaug un 2007. gadā sasniedza Ls 36,5 milj. [3]. (skat. 3.2.2.tabulu).

3.2.2. tabula. Produkcijas izlaide un realizācija 2004.-2007.gadā, tūkst.Ls

| Graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošana (NACE 1.1.red.-15.6) | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | Novirze, 2007/2004, % |
|---|--------|--------|--------|--------|-----------------------|
| Produkcijas izlaide, tūkst.Ls | 25 647 | 26 248 | 27 221 | 36 497 | 42,3% |
| Realizācija, pavisam, tūkst.Ls | 26 232 | 26 890 | 27 348 | 36 811 | 40,3% |
| Realizācija vietējā tirgū, tūkst.Ls | 22 999 | 22 930 | 22 781 | 27 842 | 21,1% |
| Eksports, tūkst.Ls | 3 233 | 3 960 | 4 567 | 8 969 | 177,4% |

Avots: CSP dati, RSEBAA apkopojums

Apmēram 75% no nozarē saražotā tiek patērēts vietējā tirgū, pārējo eksportē, galvenokārt uz Igauniju, Lietuvu un Krieviju. Jāatzīmē eksporta apjomu strauja palielināšanās, kas 2007.gadā salīdzinot ar 2004. gadu pieauga 2,77 reizes (177,4%), vai par Ls 5736 tūkst. Realizācija vietējā tirgū šajā periodā palielinājās tikai 1,21 reizes (21,1%) vai par Ls 4843 tūkst. Latvijas graudu

audzētāju saražotās produkcijas eksportu veicināja tas, ka 2007.gadā Latvijā bija rekordaugsta graudu raža un augstas graudu cenas pasaules tirgū [4].

Kas attiecas uz cieti un tās produktiem, galvenais šo produktu ražotājs Latvijā SIA "ALOJA-STARKELSEN" apmēram 70% no saražotās cietes daudzuma eksportē uz Igauniju un Lietuvu.

Graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošanas nozarē galvenā problēma ir liela konkurence vietējā tirgū un ražošanas izmaksu straujais pieaugums.

Kā atzina nozares eksperti, pēc 2004. gada graudu malšanas un cietes produktu ražošanas tirgū, nevar fokusēties tikai Latvijas teritorijas ietvaros. Latvijas tirgū savu produkciju pārdod ne tikai vietējie graudu un cietes produktu ražotāji, bet arī uzņēmumi no citām ES dalībvalstīm.

Piemēram, Igaunijas uzņēmums „TARTU VESKI” pēc miltu realizācijas apjoma ieņem ceturto vietu Latvijā. Citu graudu produktu sektorā vietējie ražotāji cieši konkurē ar „NESTLE” un „KELLOGG’S” produkciju.

Tātad, Latvijas graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražotājiem nākas konkurēt ne tikai savā starpā, bet arī ar ārvalstu kompānijām, kas ieved savu produkciju Latvijā.

3.2.2. Tirgū ienākšanas barjeru analīze

3.2.2.1. Ekonomiskie ierobežojumi

Tirgū ienākšanas barjeras Latvijas graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošanas nozarē ir saistītas ar lielo investīciju nepieciešamību tehnoloģisko procesu organizēšanai, ar lieliem zaudējumiem biznesa pārtraukšanas gadījumā, minimālās efektivitātes darbības apjoma līmeni, finanšu avotu pieejamību un citiem faktoriem.

Lai uzsāktu darbību graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošanas jomā, ir vajadzīgas lielas investīcijas (skat. 1.1. barjeras aprakstu A tabulā).

Piemēram, AS „DOBELES DZIRNAVNIKS” ražošanas objekti ir ne tikai dzirnavas (ražošanas jauda – 300 tonnas graudu pārstrāde diennaktī), bet elevators (ietilpība 100 tūkstošs tonnas graudu), dzīvnieku barības rūpnīca (ražošanas jauda – 545 tonnas lopbarības diennaktī), bakalejas preču ražošanas un fasēšanas cehs, kvalitātes kontroles laboratorija un eksperimentālā maizes ceptuve [5].

Nepieciešamais investīciju apjoms darbības uzsākšanai graudu malšanas produktu ražošanā ir atkarīgs no tā, kādu produktu uzņēmums ražos. Tā, pēc nozares ekspertu atzinumiem vienas dzirnavas maksa sasniedz Ls 3 milj. Tātad, lai izveidotu modernu, visiem noteikumiem atbilstošu graudu malšanas rūpnīcu ir nepieciešamas investīcijas Ls 20 milj. vērtībā. Lai ienāktu nozares tirgū ar ekoloģisko miltu ražošanu, nepieciešamo investīciju apmērs ir ap Ls 1 milj. Tātad nepieciešamais starta kapitāla lielums var būt novērtēts kā ļoti nozīmīgs šķērslis jauniem uzņēmumiem, kuri plāno ienākt tirgū.

Pēc nozares ekspertu viedokļa, lielajām ES kompānijām un to meitas uzņēmumiem nav grūti saņemt kredītu. Šķēršļi kredītu piešķiršanas jomā var rasties jaunam uzņēmumam bez savas „kredītvēstures”, jo, darbības pārtraukšanas gadījumā, bankai būs grūti realizēt dārgās un specifiskās iekārtas (skat. 1.4. barjeras aprakstu A tabulā).

Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis ir augsts un tas nopietni apgrūtina jaunienācēju ienākšanu tirgū. Bet, pēc nozaru ekspertu viedokļa, ja jaunienācējs ir liela ES kompānija, tad šī barjera nepastāv, jo tā var atļauties ieguldīt lielus līdzekļus modernu ražošanas iekārtu iegādē un tehnoloģisko procesu attīstībā (skat.1.2. barjeras aprakstu A tabulā). Jāatzīmē, ka vadošo graudu pārstrādes uzņēmumu AS „DOBELES DZIRNAVNIKS” un AS „RĪGAS DZIRNAVNIKS” akcionāru skaitā ir lieli ārzemju uzņēmumi, tas dod papildus iespējas ražošanas iekārtu modernizācijai, darbinieku izglītošanai, finansiālās palīdzības saņemšanai.

Tā, 80% akciju Latvijas graudu pārstrādes uzņēmumā AS „DOBELES DZIRNAVNIKS” pieder Igaunijas lielākam graudu pārstrādātājam AS „Tartu Veski” [6]. AS „RĪGAS DZIRNAVNIKS” ir "Lantmännen" grupas daļa, un uzņēmuma lielākais īpašnieks ir Zviedrijas uzņēmums AB "Nord Mills". "Lantmännen" – Zviedrijas Zemnieku lauksaimniecības mārketinga asociācija ir viens no lielākajiem lauksaimniecības un pārtikas nozares koncerniem Eiropā [7].

Pēc nozares ekspertu viedokļa, lieliem nozares uzņēmumiem nav vieglāk panākt pārākumu izdevumu līmenī, salīdzinot ar modernu jaunu rūpnīcu, jo esošo uzņēmumu modernizācijai arī ir nepieciešamas lielas investīcijas, un „veci” uzņēmumi to veic pakāpeniski (skat.1.3. barjeras aprakstu A tabulā). Tā, AS „RĪGAS DZIRNAVNIKS” plāno ieguldīt līdzekļus energopatēriņa optimizācijai, kas dos iespēju samazināt enerģijas un siltuma patēriņu [8].

Pēc nozares ekspertu atzinuma, izejvielu pieejamība šajā nozarē nav apgrūtināta, jo izejvielas (graudus) ir viegli iegādāties un to avoti ir pietiekamā daudzumā. Pēc tā var spriest, ka izejvielu iegādes iespējas nerada papildus šķēršļus jauniem tirgus dalībniekiem.

Balstoties uz nozares ekspertu teiktā, ekoloģiskās produkcijas ražošana tiek vērtēta kā potenciāli veiksmīga tirgus niša jaunajiem uzņēmumiem, jo bioloģiskā lauksaimniecība Latvijā strauji attīstās, ko veicina arī atbalsts no valsts puses, radot labvēlīgus nosacījumus un vidi ekoloģiskās produkcijas ražošanai.

Par nopietnu šķērslī potenciāliem tirgus dalībniekiem Latvijas graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošanas nozarē kļūst arī ekonomiskie riski, kas saistīti ar energoresursu un graudu cenu palielināšanos, kā arī 2007.gada beigās sākušos makroekonomisko recesiju, kas ir saistīta ar augstu inflācijas līmeni, ekonomiskās attīstības tempu palēnināšanos un bezdarba līmeņa pieaugumu. Tāpēc, izejvielu un nepieciešamo ražošanas resursu sadārdzinājums, kā arī

vispārējas uzņēmējdarbības aktivitātes samazināšanās valstī varētu būt uzskatāmas par ļoti nozīmīgu barjeru jaunienācējiem nozarē (skat. 1.5. barjeras aprakstu A tabulā).

Vērtējot muitas režīmu, cenu un tarifu noteikšanas kārtības ietekmi uz potenciālajiem jaunajiem uzņēmumiem šajā nozarē, varētu secināt, ka šis šķērslis nevar būt uzskatāms par nozīmīgu.

Lai kontrolētu apjomu, kādā notiek labības tirdzniecība ar trešajām valstīm, ir ieviešanas un izvešanas atļauju režīms (Padomes Regula (EK) Nr. 1784/2003 (2003. gada 29. septembris) par labības tirgus kopīgo organizāciju) [9]. Lauku atbalsta dienests (LAD) pieņem pieteikumus labības importa un eksporta speciālo atļauju (licenču) saņemšanai, veic speciālo atļauju (licenču) noformēšanu un izsniegšanu [10].

Piemērotie muitas tarifi Latvijas produkcijas eksportam uz trešajām valstīm nevar veidot nozīmīgus šķēršļus ikgadēji augošam Latvijas graudu malšanas produktam, cietes un cietes produktu eksportam (1.6. barjeras aprakstu A tabulā).

Kā apstiprinājumu tam var norādīt, ka AS „RĪGAS DZIRNAVNIKS” bizness sekmējies galvenokārt uz eksporta apjomu kāpuma rēķina. Piemēram, pēdējos gados auzu un kviešu miltu eksports uz Krieviju palielinājies trīs reizes un uzņēmumam plāno turpināt Baltijas tirgu iekarošanu un attīstīt tiešās piegādes uz kaimiņvalstīm [8].

3.2.2.2. Administratīvie/organizatoriskie ierobežojumi

Pārtikas aprīte ir viena no visstingrāk reglamentētajām uzņēmējdarbības jomām un uzņēmumiem. Iesaistoties kādā no pārtikas aprītes posmiem, ir jābūt gataviem ievērot veselu virkni normatīvo aktu prasību, gan Eiropas Savienības regulas un lēmumus, gan Latvijas likumus un Ministru kabineta noteikumus.

Uzņēmumiem, kuri vēlas uzsākt darbību, kas saistīta ar graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošanu, ir jāiziet atzīšanas process, kas ir uzņēmuma darbību novērtēšana par tā spēju pastāvīgi nodrošināt savas darbības un produkcijas atbilstību normatīvajos aktos noteiktajām prasībām, ko apstiprina Pārtikas un veterinārā dienesta (PVD) piešķirtais atzīšanas numurs. Atzītie uzņēmumi savu produkciju bez ierobežojumiem var izplatīt visā Eiropas Savienības tirgū.

Uzsākot darbību, graudu pārstrādātājam un cietes un cietes produktu ražotājam, ir jāsaņem atļauja B kategorijas piesārņojošās darbības veikšanai. Tā ir iegūstama saskaņā ar Ministru kabineta 2002.gada 07.septembra Noteikumiem Nr. 294 „Par A, B un C kategorijas piesārņojošo darbību pieteikšanas un A un B kategorijas atļauju izsniegšanas kārtību”[12]. Atļauju izsniedz, atbilstoši likumam „Par piesārņojumiem”, Reģionālā vides pārvalde pēc iekārtas darbības vietas (28.pants) [13].

Iesniegumā atļaujas saņemšanai, ir jāsniedz informācija par iekārtām un to darbību, par izejvielām un palīgmateriāliem, iekārtas emisijas avotiem, vides apstākļiem iekārtas darbības vietā, to vielu raksturu un daudzumu, kuras varētu tikt emitētas no iekārtas ūdenī, gaisā vai augsnē, kā arī emisijas būtisko ietekmi uz vidi, par pasākumiem, kas tiks veikti, lai novērstu vai samazinātu atkritumu ražošanu un pārstrādātu iekārtas radītos atkritumus, kārtību, kādā paredzēts veikt piesārņojošas darbības monitoringu [13].

Lai eksportētu savu produkciju, graudu malšanas produktu ražotājiem nepieciešama eksporta licence, to izsniedz Lauku atbalsta dienests (LAD) tikai Pārtikas un veterinārā dienestā noteiktā kārtībā reģistrētam labības tirdzniecības un pārstrādes uzņēmumam (uzņēmēj sabiedrībai) [14].

Kartupeļu cietes ražošanas uzņēmumam, saskaņā ar Eiropas Savienības Padomes 1994.gada 27.jūlija Regulu (EK) Nr.1868/94, ar ko ievieš kvotu sistēmu attiecībā uz kartupeļu cietes ražošanu, ir nepieciešams saņemt kartupeļu cietes ražošanas kvotu. 2007./2008. un 2008./2009. tirdzniecības gadā kartupeļu cietes ražošanas kvota – 5778 tonnas – ir piešķirta sabiedrībai ar ierobežotu atbildību “Aloja – Starkelsen” [20] (skat. 2.1.barjeras aprakstu A tabulā).

Graudu malšanas produktu un cietes produktu ražošanas uzņēmumi, atbilstoši normatīvo aktu prasībām, ir atbildīgi par ražoto pārtikas produktu nekaitīgumu un kvalitāti.

Ar 2006.gada 1.janvāri Latvijā pārtikas aprīte un drošība tiek uzraudzīta saskaņā ar Eiropas Savienības (ES) pārtikas higiēnas likumdošanu, ko veido deviņas regulas un divas direktīvas. Jāatzīmē, ka prasības ražotājiem un tirgotājiem pārtikas drošības jomā būtiski nemainās [11].

Regula dod iespēju ražotājam vai pārstrādātājam pašam būt atbildīgam par savas darbības atbilstību regulu prasībām. Piemēram, pārstrādātājs savas darbības atbilstību regulu prasībām var pamatot ar uzņēmuma HACCP (Hazard Analyses and Critical Control Points, tulkojumā - Bīstamību analīze un kritiskie kontroles punkti) procedūru [15].

HACCP ir uzņēmuma paškontroles sistēma, kas nepieļauj veselībai kaitīgu produktu nonākšanu līdz lietotājam. HACCP nosaka kvalitātes vadības sistēmas vispārējos principus un metodes. Ievērojot tos, katrs uzņēmums atbilstoši specifikai izveido saviem apstākļiem atbilstošu un ērti lietojamu paškontroles sistēmu [16].

Ja uzņēmums vēlas palielināt savas darbības un pasūtītāju loku, kā arī starptautiski apliecināt savu darbību, viņam ir lietderīgi iegūt ISO 9001:2000 sertifikātu, ko daudzi Latvijas uzņēmumi jau ir ieguvuši. Šis sertifikāts apliecina, ka uzņēmums uztur savu kvalitātes vadības sistēmu un atbilst vienotiem kvalitātes standartiem (skat. 2.3. barjeras aprakstā A tabulā).

3.2.2.3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras

Pēc nozares ekspertu atzinuma, sen strādājošiem uzņēmumiem veidojas kontakti ar graudu piegādātājiem, bet ilgstoši līgumi netiek slēgti.

Tomēr, jāatzīmē, ka AS „DOBELES DZIRNAVNIKS” nodarbojas ne tikai ar graudu pārstrādi, bet arī graudu audzēšanu un ne tikai Latvijā, bet arī Ukrainā, nomājot nozīmīgas zemes platības [17]. Tādēļ, šim uzņēmumam ir neapšaubāmas priekšrocības ne tikai salīdzinājumā ar jaunienācējiem, bet arī jau nozarē esošajiem. Bez tam, AS „DOBELES DZIRNAVNIKS” organizē izglītojošus pasākumus: seminārus, kuros graudu audzētāji tiek informēti par kvalitatīvu graudu izaudzēšanas agrotehniku, šķirņu izvēli un iepirkumu noteikumiem. Tas ļauj veidot uzņēmumam kontaktus ar graudu piegādātājiem.

Jāatzīmē, ka nozares uzņēmumi ražo kā industriālo produkciju, tā arī patēriņa produkciju, kuru pārdošanas kanāli ir dažādi. Industriālo produkciju pārstrādātāji realizē maiznīcām, ceptuvēm un konditorejām to tālākai pārstrādei. Lieli patērētāji izvirza stingras prasības piegādātās produkcijas cenai un kvalitātei un pirms līguma noslēgšanas izsludina konkursu graudu pārstrādātāju vidū. Pie tam, lai piedalītos konkursā (tender), uzņēmumiem obligāti jābūt ISO 9001:2000, HACCP sertifikātiem, kas rada barjeru piedalīties iepirkumu konkursos jaunienācējiem.

Patēriņa produkcijas realizācijai lieli nozares pārstrādes uzņēmumi izmanto gan savus tirdzniecības tīklus, gan realizē produkciju citiem veikaliem (mazumtirgotājiem) [18]. Kopumā var apgalvot, ka ar graudu audzētājiem izveidotie kontakti, nepieciešamo sertifikātu esamība, kas ļauj piedalīties iepirkuma konkursos, kurus organizē lielas maiznīcas, kā arī ar pārtikas produktu mazumtirgotājiem slēgtie līgumi, veido nozīmīgus šķēršļus potenciāliem jaunienācējiem (skat. 3. barjera aprakstu A tabulā).

3.2.2.4. Tirdzniecības infrastruktūras neatbilstība

Tirdzniecības infrastruktūras neatbilstība var būt noteikta kā nozīmīgs šķērslis jaunienācējiem, jo šajā nozarē strādājošie uzņēmumi jau ir izveidojuši nepieciešamo pārvaldījumu sistēmu, izmantojot savu transportu, vai noslēdzot līgumu ar transporta kompānijām, uzcēlušī un aprīkojuši noliktavu telpas, piemēram, SIA „ALOJA-STARKELSEN”, graudu pārstrādātājam pieder graudu elevatori, kuri dod iespēju graudus pieņemt, izkaltēt, attīrīt, glabāt un pārkraut gan auto, gan dzelzceļa transportā.

Jaunienācējam atbilstošās infrastruktūras veidošanai, nepieciešams laiks un līdzekļi, pie tam tas var būt diezgan grūti, salīdzinot ar jau izveidotas infrastruktūras priekšrocībām, kuras izmanto jau esošie tirdzniecības dalībnieki (skat. 4. barjeras aprakstu A tabulā).

3.2.2.5. Tirdzniecības dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras

Katrs nozares uzņēmums veido un realizē savu uzvedības stratēģiju tirgū.

Viena no vadošajiem graudu pārstrādes uzņēmumiem Baltijā, kā arī lielākā uzņēmuma Latvijā, AS „DOBELES DZIRNAVNIKS” apvienošanās 2008. gadā ar vadošo kviešu un rudzu miltu ražotāju Igaunijā AS „Tartu Veski”, dod iespēju nostiprināt uzņēmuma pozīcijas un uzlabot uzņēmumu konkurētspēju vietējā un Eiropas Savienības tirgū, kā arī modernizēt ražošanas iekārtas, attīstīt tehnoloģiskos procesus, paver jaunas iespējas savstarpējai kooperācijai un darbinieku apmācībai. [19].

Nozarē vadošā uzņēmuma pozīciju nostiprināšana rada šķērslī jaunajiem tirgus dalībniekiem (skat. 5. barjeras aprakstu A tabulā).

3.2.2.6. Preču pieprasījuma ierobežojumi

Tā kā vietējais graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu tirgus ir ierobežots, Latvijas ražotāji cenšas eksportēt savu produkciju uz ES un trešajām valstīm. Pieprasījums pēc miltiem vietējā tirgū saruka, jo sakarā ar miltu izstrādājumu cenas paaugstināšanu un Latvijas iedzīvotāju pirktspējas samazināšanos, samazinājās arī miltu izstrādājumu patēriņš. Pie tam jāatzīmē, ka lielāko daļu miltu pieprasījuma vietējā tirgū apmierina lielākie graudu pārstrādātāji.

Preču pieprasījuma ierobežojumu ietekme uz potenciāliem jaunienācējiem varētu būt vērtēta kā ļoti nozīmīga, bet grūti likvidējama. Lai palielinātu kopējo noietu jaunienācējiem, būs nepieciešams meklēt papildus iespējas savas produkcijas realizācijai ārpus Latvijas (skat. 6. barjeras aprakstu A tabulā).

A. tabula. Jaunienācēju draudu (tirgus barjeru) novērtēšana Latvijas graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošanā (15.6)

| Barjeras veids | Vai konkrētā barjera būtu likvidējama vai tās ietekme samazināma. Nepieciešamie pasākumi to īstenošanai | Barjeras ietekmes nozīmīgums | | | Īss apraksts (kāpēc, analizējot konkrēto barjeru tiek uzskatīts, ka barjeras ietekme ir nenozīmīga/nozīmīga, ļoti nozīmīga) |
|---|--|------------------------------|----------|----------------------------|---|
| | | Neno zīmīga | Nozīmīga | Ļoti nozīmīga | |
| 1. Ekonomiskie ierobežojumi | | | | | |
| 1.1. Nepieciešamā liela apjoma kapitālieguldījumi, investīcijas, starta kapitāls (dārgu aprīkojumu dēļ, dārgu izejvielu dēļ, augstu nodokļu dēļ, reģistrācijas, licenzēšanas izdevumu. dēļ) | Barjeru nav iespējams likvidēt, jo ražošanas organizēšanai nepieciešams starta kapitāls. | | | ✓ | Ienākšanai graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošanas nozarē ir nepieciešams starta kapitāls, bet tā lielums ir atkarīgs no konkrēta produkta ražošanas. Pēc nozares ekspertu atzinuma, lai izveidotu modernu graudu malšanas produktu ražošanas rūpnīcu ir jāiegulda ap Ls 20 milj., vienas dzirnavas iegāde vajag ap Ls 3 milj. Ekoloģisko miltu ražošanai ir mazāki ieguldījumi, apmēram Ls 1 milj. |
| 1.2. Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis | Barjeras ietekme varētu būt mazināma tikai ar speciālo valsts atbalsta programmas jaunienācējiem īstenošanu. | ✓ Lielie ES uzņēm | | ✓ Vietējie jauni uzņēm. | Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis ir augsts un tas nopietni apgrūtina jaunienācēju ienākšanu tirgū. Bet pēc nozaru ekspertu viedokļa, ja jaunienācējs ir liela ES kompānija, tad tai šī barjera nepastāv, jo tā var atļauties ieguldīt lielus līdzekļus moderno ražošanas iekārtu iegādei un attīstīt tehnoloģiskos procesus. |
| 1.3. Absolūtais pārākums izdevumu līmenī | Barjeru nav mērķtiecīgi likvidēt, jo tas nedos guvumu konkurences veicināšanai. | ✓ | | | Lieliem, jau nozarē strādājošiem uzņēmumiem nav vieglāk panākt pārākumu izdevumu līmenī salīdzinoši ar modernu jaunu rūpnīcu, jo tās modernizācija prasa lielas investīcijas, „veci” uzņēmumi to veic |

| | | | | | |
|---|--|----------------------|--|---------------------------|--|
| | | | | | pakāpeniski. Pēc nozares ekspertu atzinumiem pašreizējiem tirgus dalībniekiem nav nekādu pārkumu izejvielu iegādē |
| 1.4. Investīciju piesaiste un kredītu izmantošanas/ piešķiršanas nosacījumi | Lielām ES kompānijām, kredītu saņemšana nav vērtējama kā šķērslis. Būtiska barjera jauniem uzņēmumiem – grūti likvidējama jo bankas nevēlas kreditēt ražošanas nozares uzņēmumus. | ✓ Lielie ES uzņēm | | ✓ Vietējie jauni uzņēm | Pēc nozaru ekspertu viedokļa nav grūti saņemt kredītu lielajām ES kompānijām un tās meitas uzņēmumiem. Šķēršļi kredītu piešķiršanas jomā var rasties jaunam uzņēmumam bez savas „kredītvēstures”, bez tam, darbības pārtraukšanas gadījumā, bankai ir grūti realizēt dārgas un specifiskas iekārtas. |
| 1.5. Ekonomiskie riski (izejvielu cenu pieaugums, finanšu riski (valūtas)) | Ir mazināma, makroekonomiskās situācijas uzlabošanas un pasaules energo krīzes pārvarēšanas rezultātā (Ekonomiskās vides nenoteiktības mazināšana) | | | ✓ | Izejvielu (graudu) un energoresursu cenu pieaugums, kā arī ekonomiskā situācija valstī (inflācijas līmenis) ir nopietns šķērslis ienākšanai tirgū. |
| 1.6. Muitas režīmi, cenu un tarifu noteikšana | Barjera praktiski nav likvidējama, izņemot gadījumus, kad starpvalstu vienošanos rezultātā tiek atviegloti ārējās tirdzniecības nosacījumi (mainās tirdzniecības režīms, palielinās vai tiek atcelts kvotu apjoms, mazinās tarifi) | ✓ | | | Eksperti atzīst, ka muitas ierobežojumi šajā nozarē nav īpaši liels šķērslis, jo pārsvarā eksports tiek vērsts uz ES un NVS valstīm |
| 2. Administratīvi ierobežojumi | | | | | |
| 2.1. Uzņēmējdarbības veidu licencēšana | Nav likvidējama. Potenciāliem jaunienācējiem obligāti ir jāievēro visas prasības un noteikumi. | | | ✓ | Uzsākot darbību, nozares uzņēmumiem ir nepieciešams: 1. Iziet atzīšanas procesu, pēc kura Pārtikas un veterinārais dienests (PVD) izsniedz darbības atzīšanas apliecību un piešķir atzīšanas numuru (saskaņā ar Pārtikas aprites uzraudzības likumu). 2. Lai eksportētu savu produkciju, |

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|--|
| | | | | | nepieciešama eksporta licence (izsniedz Lauku atbalsta dienests (LAD), saskaņā ar LR MK noteikumiem Nr.739, 27.09.2005., LR Zemkopības ministrijas rīkojumu Nr.38, 19.02.1998.) 3.Kartupeļu cietes ražošanas uzņēmumam, saskaņā ar MK 22.04.2004 noteikumiem Nr.408 un MK 11.09.2007 noteikumiem Nr.616. ir nepieciešams saņemt kartupeļu cietes ražošanas kvotu. |
| 2.2. Šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanai vai nomāšanai | - | ✓ | | | Nozarē nav konstatēti kādi speciāli nosacījumi zemes vai ražošanas ēku iegādei |
| 2.3. Kvalitātes prasības un ekoloģiskie ierobežojumi (aizliegums paplašināt noteikta preču tirgus darbības apjomu, celt jaunus ražošanas objektus, ierobežojumi transporta komunikāciju izveidei, dažādu vides aizsardzības institūciju noteiktie aizliegumi u.c.) | Nav likvidējama, ir iespējama tikai vēl stingrāka kontrole un nosacījumu ievērošana | | | ✓ | Jāievēro papildus prasības kvalitātes un drošības sistēmai: 1. Jāsaņem atļauju B kategorijas piesārņojošās darbības veikšanai saskaņā ar direktīvu par integrēto pieeju piesārņojuma novēršanai un kontrolei (izsniedz, atbilstoši likumam „Par piesārņojumiem”, Reģionālā vides pārvalde pēc iekārtas darbības vietas); 2. Sertifikāts ISO 9001:2000 apliecina uzņēmuma kvalitātes vadības sistēmas atbilstību starptautiskajam standartam. |
| 3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Brīva pieejamība resursiem un /vai realizācijas kanāliem, korporatīvo sakaru priekšrocības. | Barjera ir grūti likvidējama, pateicoties ražošanas procesa specifikai un izveidotām darba metodēm gan ar piegādātājiem, gan ar produkcijas patērētājiem. | | ✓ | | <i>Vienošanās ar izejvielu piegādātājiem:</i> Sen strādājošiem uzņēmumiem veidojas kontakti ar graudu piegādātājiem, bet ilgtermiņa līgumu nav. <i>Vienošanās ar realizācijas kanāliem:</i> Lielu industriālas produkcijas patērētāji izvirza stingras prasības piegādātas produkcijas cenai un kvalitātei un pirms |

| | | | | | |
|--|---|--|---|---|---|
| | | | | | <p>līguma noslēgšanas izsludina konkursu starp graudu pārstrādātājiem. Pie tam, lai piedalītos konkursā uzņēmumiem obligāti jābūt ISO 9001:2000, HACCP sertifikātiem, kas rada barjeru jaunienācējiem piedalīties iepirkumu konkursos.</p> <p>Patēriņa produkcijas realizācijai lieli pārstrādes uzņēmumi nozarē izmanto gan savu tirdzniecības tīklu, gan realizē produkciju citos veikalos (mazumtirgotājiem) Dotajā produkcijas segmentā, pārdošanas kontakti ir ilgstoši, produkcijas piegādes līgumus slēdz uz 1-2 gadiem.</p> |
| 4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība | | | | | |
| Nodrošinājums ar komunikācijām (transporta un sakaru), noliktavām, tirdzniecības platībām, informāciju, ceļiem. | Barjera ir grūti likvidējama, jo lielākie graudu pārstrādātāji, cietes un to produktu ražotāji strādā Latvijas tirgū jau ilgus gadus, kas ļāva viņiem izveidot nepieciešamo infrastruktūru. | | ✓ | | Esošie uzņēmumi jau ir izveidojuši nepieciešamo pārvaldājumu sistēmu, izmantojot savu transportu, vai noslēdzot līgumu ar transporta kompānijām, uzcēluši un aprīkojuši noliktavu telpas, uzņēmumam pieder graudu elevatori. |
| 5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Produkcijas realizācijas apstākļu noteikšana, Valsts pasūtījumu izpilde | Barjeru nevajag likvidēt, jo tas samazinās iespēju uzlabot uzņēmumu konkurētspēju vietējā un Eiropas Savienības tirgū | | ✓ | | Katrs nozares uzņēmums veido un realizē savu uzvedības stratēģiju tirgū. Vadošā uzņēmuma pozīciju nostiprināšana rada šķērsli potenciāliem tirgus dalībniekiem. |
| 6. Preču pieprasījuma ierobežojumi | | | | | |
| Tirgus piesātinātība ar produktu un aizstājēj produktiem, pieprasījuma apmierināšanas līmenis(patērētāju pirktspēja) sasniegšana, preču pieprasījuma iespējamie ierobežojumi | Nav likvidējama, bet ir iespēja palielināt noietu, eksportējot produktus ārpus Latvijas. | | | ✓ | Latvijas vietējā tirgus ietilpība ir ierobežota, kas būtiski apgrūtina jaunu dalībnieku ienākšanu tirgū Pieprasījums pēc miltiem vietējā tirgū saruka, sakarā ar miltu izstrādājumu patēriņa samazināšanos, kas |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| | | | | | <p>savukārt izskaidrojams ar produkcijas cenas paaugstināšanos un Latvijas iedzīvotāju pirktspējas samazināšanos. Tāpēc vietējie ražotāji cenšas eksportēt savu produkciju uz ES un trešajām valstīm.</p> |
|--|--|--|--|--|---|

Avots: RSEBAA apkopojums

Nobeigums

Vērtējot konkurences vidi Latvijas graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošanas nozarē (pēc NACE 1.1.red. klasifikācijas 15.6.nozare), ar aprēķināto koncentrācijas indeksu (CR4 un HHI) palīdzību var konstatēt, ka šī nozare ir samērā koncentrēta, jo četru pēc apgrozījuma lielāko uzņēmumu daļa 2006.gadā veidoja 88% no Latvijas tirgus. Arī aprēķinātā Herfindāhla-Hiršmana indeksa vērtība (3219) norāda uz samērā augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē.

Pēc tirgū ienākšanas barjeru veiktās analīzes kopējo konkurences vidi Latvijas graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošanas nozarē nevar viennozīmīgi raksturot tikai ar koncentrācijas indeksiem (CR4 un HHI).

Vietējā tirgū lielāko miltu pieprasījuma daļu apmierina vadošie graudu pārstrādātāji. Daudzi no nozares uzņēmumiem nodarbojas ne tikai ar graudu pārstrādi, bet arī ražo maizi.

Latvijas tirgū savu produkciju pārdod gan vietējie graudu un cietes produktu ražotāji, gan uzņēmumi no citām ES dalībvalstīm. Tātad, Latvijas ražotājiem nākas konkurēt ne tikai savā starpā, bet arī ar ražotājiem, kuri importē graudu malšanas produktus uz Latviju.

Kā potenciālo iespēju jauniem dalībniekiem ienākt tirgū var minēt ekoloģiskās produkcijas ražošanu, tā kā bioloģiskā lauksaimniecība Latvijā attīstās strauji un tiek atbalstīta valsts līmenī.

Tā kā graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu vietējais tirgus ir ierobežots, vietējie ražotāji cenšas eksportēt savu produkciju uz ES un trešajām valstīm.

Balstoties uz paveikto analīzi, LR Ekonomikas ministrijai un LR Konkurences padomei var ieteikt:

1. Veicināt Latvijā ražotās produkcijas eksportu, finansiāli atbalstot Latvijas uzņēmumu piedalīšanos starptautiskās izstādēs
2. Veicināt vietējo uzņēmumu sadarbību caur savstarpējo kooperāciju un uzņēmumu klasteru veidošanu.
3. Pārskatīt ģeogrāfiskā tirgus robežu noteikšanu, izskatot Konkurences padomē lietas par uzņēmumu apvienošanu, neierobežojot to ar Latvijas teritoriju, jo tas traucē Latvijas kompāniju konsolidēšanai. Kompānijas ātri sasniedz līderpozīcijas lokālā tirgū un tas neļauj sasniegt izmēru, kas ļautu konkurēt vienotā ES tirgū.

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti:

1. <http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=137>
2. http://www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=4469&cl_cat=0&p_cid=76&p_vid=1063&p_action=2&p_list_type=2&p_list_level=0#60501
3. www.csb.gov.lv
4. <http://www.prcentrs.lv/article/?id=5255>
5. <http://www.dzirnavnieks.lv/lv/uznemums.php?act=1&lang=lv>

6. <http://www.db.lv/Default2.aspx?ArticleID=c16d7db8-f5cd-4718-904d-b8bd999d2efe>
7. <http://www.rigas-dzirnavnieks.lv/main.php?id=1&sid=18&l=lv>
8. <http://www.digg.lv/story.php?title=Rigas-dzirnavnieka-apgrozijums-pern-Ls-16289-miljoni>
9. <http://www.zm.gov.lv/?sadala=572>
10. <http://www.lad.gov.lv/index.php?s=178>
11. <http://www.zm.gov.lv/index.php?sadala=206&id=1495>
12. http://www.vidm.gov.lv/lat/likumdosana/normativie_akti/files/text/Likumd/piesarnojums//294_2002.doc
13. http://www.vidm.gov.lv/lat/likumdosana/normativie_akti/files/text/Likumd/piesarnojums//par_piesarnojumu.doc
14. http://www.lad.gov.lv/images/data/2003_05_06_nr_134.doc
15. <http://www.zm.gov.lv/index.php?sadala=206&id=1495>
16. http://www.temida.lv/Jurista_Biblioteka/Referati/Gramatvediba/faili/HACCP.doc
17. <http://www.novonews.lv/news/2007/02/15/business/014623.html>
18. <http://www.dzirnavnieks.lv/lv/uznemums.php?act=1&lang=lv>
19. <http://bizness.lv/partika-veseligs-uzturs/id/954/graudu-parstrades-uznemumi-as-dobeles-dzirnavnieks-un-as-tartu-veski-apvienojas>
20. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=88029>
21. Intervija ar nozares ekspertu AS „Rīgas Dzirnavnieks”
22. Intervija ar nozares ekspertu SIA „Aloja-Starkelsen”

3.3. Finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas) ražošana, saplākšņu ražošana, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošana (20.2)

3.3.1. Vispārīgs nozares apraksts

Finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas) ražošana, saplākšņa ražošana, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošana pieskaitāma pie koksnes un koka izstrādājumu ražošanas, kas savukārt ir apstrādes rūpniecības apakšnozare. Saskaņā ar Saimniecisko darbību statistiskās klasifikācijas Eiropas Kopienā, NACE 1.1.red, tai piešķirts 20.20 kods.

Koksnes, koka izstrādājumu ražošanā ietilpst:

20.10 Zāģēšana, ēvelēšana un impregnēšana;

20.20 Finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas) ražošana, saplākšņa ražošana, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošana;

20.30 Koka celtniecības un galdniecības izstrādājumu ražošana;

20.40 Koka taras ražošana;

20.5 Pārējo koka izstrādājumu ražošana; korķa, salmu un pīto izstrādājumu ražošana;

20.51 Pārējo koka izstrādājumu ražošana;

20.52 Korķa, salmu un pīto izstrādājumu ražošana.

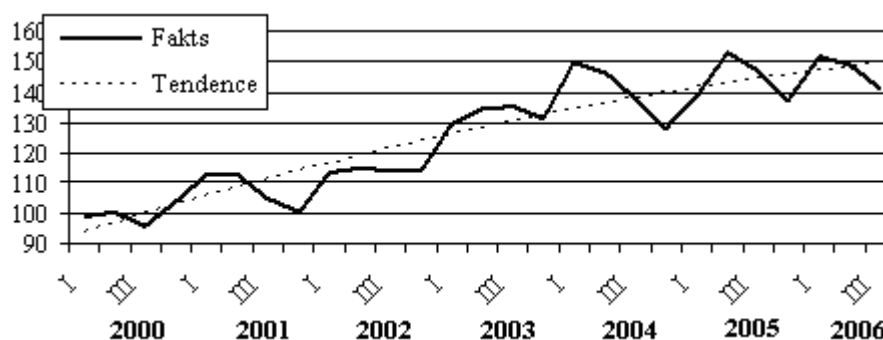
Pie šīs klasifikācijas grupas nav pieskaitāma koka mēbeļu ražošana, tā izdalīta atsevišķā patstāvīgā grupā saskaņā ar NACE 1.1 red. 36.1 - Mēbeļu ražošana.[1]

Kokapstrāde ir viena no lielākām Latvijas rūpniecības nozarēm. Tās pievienotā vērtība veido gandrīz ceturto daļu no apstrādes rūpniecībā saražotās. Tā ir nozare ar visstraujāko izaugsmi Latvijas neatkarības gados. Kokapstrādes produkcija šajā periodā pieaugusi apmēram 3 reizes.

3.3.1. attēlā ir attēlota kokapstrādes izaugsmes dinamika pa ceturkšņiem periodā no 2000. līdz 2006. gadam.

Nozarei raksturīgs augsts produkcijas eksporta īpatsvars; gandrīz 70% no saražotās produkcijas tiek eksportēti. Tomēr pēdējos gados tās izaugsmes tempi ir samazinājušies. Sākot ar 2005. gadu nozarē izaugsme tikpat kā nav bijusi vērojama. Par iemesli tam bija ievērojamais pieprasījuma samazinājums pēc kokapstrādes produkcijas Eiropā. 2006.gada ražošanas apjomi minimāli pārsniedz 2004. gada ražošanas apjomu līmeni. Kokapstrādes produkcijas eksporta sarukumu uz Eiropas Savienības -15 valstīm nedaudz kompensēja tā straujais pieaugums uz Igauniju un Lietuvu, kā arī uz pārējām jaunajām ES dalībvalstīm.[2]

3.3.1.attēls. Kokapstrādes izaugsmes dinamika pa ceturkšņiem periodā no 2000. līdz 2006.gadam (2000.g. līmenis = 100)



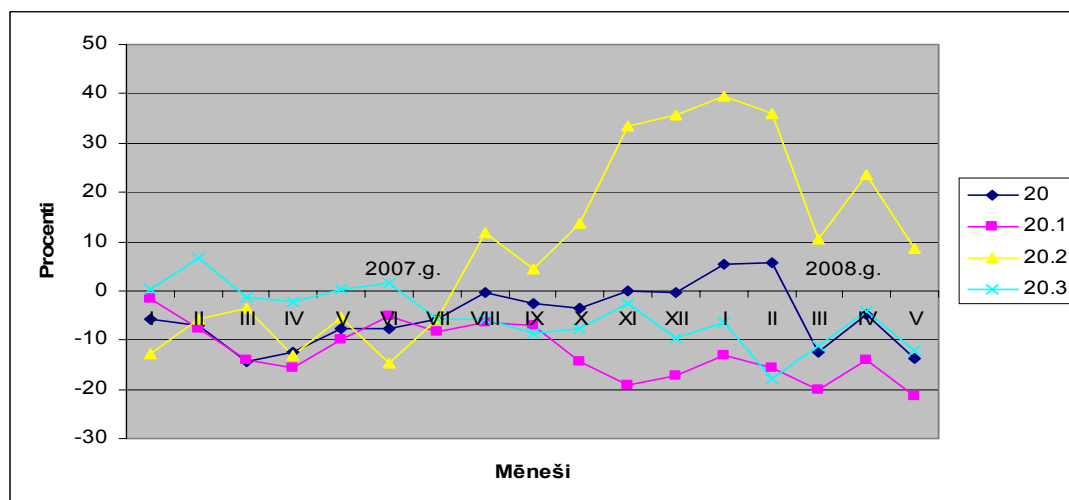
Avots: pēc EM datiem

Kopumā mežu nozare veido vienu ceturto daļu no visa Latvijas eksporta apjoma. 2007. gadā Latvijas mežu nozares eksports sastādīja 1,013 miljard. Ls (100%), kas ir par 19,6% vairāk nekā 2006. gadā. Galvenie Latvijas meža nozares eksporta tirgi nemainīgi ir Lielbritānija, kura importēja no Latvijas koksni 199,9 milj. Ls vērtībā (19,73%), Zviedrija - 172,9 miljonu Ls vērtībā (17,07%), kā arī Vācija - 100,2 milj. Ls vērtībā (9,89%). Uz Lielbritāniju galvenokārt ir eksportēti zāgmateriāli, uz Zviedriju - apaļkoki, bet uz Vāciju - saplāksnis un mēbeles. Lai arī nozare dod vislielāko devumu eksporta bilanci, tās galvenā eksporta prece joprojām ir papīrmalka un zāgmateriāli. [3]

Ekspterti uzskata, ka 2008. gadā ienākumi no eksporta varētu samazināties par 50 milj. Ls (gandrīz 5%). Galvenie iemesli – pieprasījuma samazināšanās un līdz ar to arī papīrmalkas cenas samazināšanās. Gan ASV, gan Eiropā ir vērojams būvniecības nozares regress, un tā rezultātā krities gan pieprasījumu pēc koka konstrukcijām un dēļiem, gan palielinājusies konkurence šo produktu piegādātāju vidū. Situācija pasliktinājusies arī vietējā celtniecības tirgū. Papildus grūtības rada arī Krievija, kura turpina palielināt izvedumitas apmēru neapstrādātai apaļkoksnei.

3.3.2. attēlā ir atainots koksnes un koka produkcijas fiziskā apjoma (salīdzinājumā ar analogisku iepriekšējā gada periodu) izmaiņas apakšnozarēs (20.- Koksnes, koka un korķa izstrādājumu (izņemot mēbeles) salmu un pīto mēbeļu ražošana; 20.10.- Zāģēšana, ēvelēšana un impregnēšana; 20.20.- Finiera lokšņu, saplākšņa, līmēto un citu plātņu un paneļu ražošana; 20.30.- Koka celtniecības un galdniecības izstrādājumu ražošana).

3.3.2. attēls. Koksnes un koka produkcijas fiziskā apjoma (salīdzinājumā ar iepriekšējā gada analogisku periodu) pārmaiņas apakšnozarēs



Avots: pēc CSP datiem

Attēlā redzams, ka no kokapstrādē ietilpstošajām nozarēm pēdējā gada un piecu mēnešu laikā saražotās produkcijas fiziskā apjoma pieaugums ir vērojams tikai 20.2 Finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas) ražošanā, saplākšņa ražošanā, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošanas nozarē, kamēr pārējās apakšnozarēs (20.1, 20.3) ražošanas apjomi ir samazinājušies, kas atspoguļojās kopējā ražošanas apjomu kritumā kokapstrādes sektorā (20).

Pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes nepublicētiem datiem, 2006. gadā Latvijas 20.20 nozarē uzņēmumu skaits bija 20, kas ir par 5 uzņēmumiem vairāk nekā 2004. gadā.

Pēc CSP informācijas 2006. gadā dotajā nozarē bija trīs jauni, reāli izveidoti uzņēmumi: SIA 'BOLDERAJA LTD' (Reģistrācijas datums 12.10.2005.g.); SIA 'KURZEMES FINIERIS' (Reģistrācijas datums 06.04.2006.g.); SIA 'PINUS GB' (Reģistrācijas datums 13.06.2006.g.) (skat. 6.pielikumu).

2006. gada 15 lielākie uzņēmumi finiera lokšņu, plātņu un paneļu ražotāji pēc CSP datiem ir atspoguļoti 3.3.1. tabulā.

3.3.1.tabula. Finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas), saplākšņa, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražojošo uzņēmumu saraksts Latvijā 2006. gadā

| N | Uzņēmuma nosaukums |
|----|-----------------------------|
| 1. | „BOLDERĀJA LTD” SIA |
| 2. | „DZĒRVE” SIA |
| 3. | „E WOOD” SIA |
| 4. | „EGRA TRANS” SIA |
| 5. | „KOKAPSTRĀDE LIELEZERS” SIA |

| | |
|-----|-----------------------------|
| 6. | „LAMELA” SIA |
| 7. | „LATVIJAS FINIERIS” AS |
| 8. | „LES TRANS” SIA |
| 9. | „MŪRI” SIA |
| 10. | NDB TIMBER” SIA |
| 11. | „PAKAVS” SIA |
| 12. | “PINUS GB” SIA |
| 13. | „RĪGAS FINIERU RŪPNĪCA” SIA |
| 14. | „SWEDWOOD LATVIA Ltd.” SIA |
| 15. | „TROJA” SIA |

Avots: CSP npublicētie dati

Kopējais 2006. gada finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas), saplākšņa, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošanas nozares pārdošanas apjoms sastādīja vairāk nekā 178 311 tūkst. Ls. Spriežot pēc npublicētiem CSP datiem, dotā nozare (20.20) varētu būt klasificējama kā augsti koncentrēta. Tā 2006. gadā četru nozares vislielāko uzņēmumu īpatsvars kopējā nozares apgrozījumā veidoja 89%. Turklāt arī 2006. gadam aprēķinātais Hērfindāhla – Hiršmana indekss (HHI = 4232) (skat. 5. pielikums) liecina par augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē, jo indeksa vērtība krietni pārsniedz koncentrācijas kritisko robežu (kad HHI ir augstāks var 1800 – 2000 vērtību).

Galvenie produkcijas veidi un ražotāji

Plātņu materiālu ražošanā un eksportā dominē saplākšņi. Latvijā to ražošanai galvenokārt izmanto bērzu. Saplākšņa ražošanas apjoms kopš 1993. gada ir trīskāršojies, bet saražotās produkcijas vērtība piecāršojusies, galvenokārt, pateicoties pievienotās vērtības palielināšanai. Saplākšņa galvenie tirgus sektori ir transporta industrija - 30%, celtniecības industrija - 30% un mēbeļu industrija - 12% no kopējā realizētā saplākšņa apjoma. Tiek prognozēts, ka tuvāko trīs gadu laikā, balstoties uz reģionālo resursu pieejamību, bērza saplākšņa ražošanas apjomi pieaugs par 30%. [4]

Galvenais saplākšņa ražotājs ir AS „LATVIJAS FINIERIS”. Uzņēmumam ir līderpozīcijas bērza saplākšņa ražošanā visā Austrum- un Centrāleiropā; tā ir kļuvusi par vadošo saplākšņa un citu līmēto produkcijas veidu (mēbeļu detaļas, informatīvas zīmes, rampas, koka rotaļlietas) ražotāju un eksportētāju Latvijā. Galvenās ražotnes ir rūpnīcas: „Lignum” (Rīgā), „Furniers” (Rīgā) un „Verems” (Rēzeknē). Saplākšņa tālāka pārstrādāšana notiek gan koncernam piederošos uzņēmumos („SIA „Troja”, uzņēmuma ražotnē „Hapaks”), gan arī citos Latvijas uzņēmumos (SIA „Sāga”, Kuldīgas ražotnē „Vulkāns”). Vairāk kā 80% saražotās produkcijas uzņēmumi eksportē. [6] Latvijas tirgū galveno konkurenci saplākšņiem sastāda importētās orientētās kokskaidu plātnes.

Pēdējos gados Latvijā ir ievērojami attīstījusies *drāzto finieru ražošana*. Vadošie uzņēmumi šajā jomā ir SIA „RĪGAS FINIERU RŪPNĪCA” un SIA „PAKAVS”, kuri atrodas Rīgā. SIA „RĪGAS FINIERU RŪPNĪCA” piedāvā nažfinieri no vairāk kā 30 dažādām koku sugām

(Eiropas bērza, ozola, dižskābarža un citām arī eksotiskajām Āfrikas, Amerikas un Āzijas koku sugām). Kā izejmateriāli ražošanā tiek izmantoti dažādu koka sugu finierkluči. Drāzto finieri izmanto mēbeļu, durvju ražošanā, automašīnu salonu apdarē, dizaina izveidei iekšstelpās u.c. Izlaide šai sektorā sastāda apmēram 98,2 milj.Ls, jeb 32,2% no koka izstrādājumu ražošanas nozares vai 6,0% no apstrādes rūpniecības izlaides. Šis sektors ir orientēts uz eksportu, jo 84% no saražotās produkcijas tiek eksportēta, kas sastāda 9,6% no kopējā apstrādes rūpniecības eksporta.[5]

Grūtības drāzto finieru ražotājiem sagādā izejvielu iepirkšana, tā kā vietējās koku sugas bērzs, osis, ozols u.c., neapmierina augstās kvalitātes prasības, kas tiek izvirzītas produkcijas ražošanai. Vienīgais *kokskaidu plātņu* ražotājs Latvijā ir SIA „BOLDERĀJA LTD”. Uzņēmums ir arī viens no lielākajiem koksnes pārstrādes uzņēmumiem Baltijas valstīs. Kopš 2005. gada uzņēmums ietilpst „Kronospan” sastāvā ("Kronospan Group" - viens no lielākajiem skaidu plātņu ražotājiem Eiropā - "Bolderājas" akciju kontrolpaketes turētājs). SIA „BOLDERĀJA LTD” ražo dažādu veidu koksnes plātņu materiālus (Kokskaidu plātne (KSP), Laminētā kokskaidu plātne (LKSP), OSB (Oriented Strand Board plātne)). Uzņēmums ir vienīgais OSB plātņu ražotājs Baltijas valstīs. Dotā produkcija tiek plaši pielietota gan mēbeļu ražošanā, gan arī būvniecībā.

SIA „BOLDERĀJA LTD” eksportē vairāk kā 80 % saražotās produkcijas.

Galvenās plātņu ražošanas izejvielas ir papīrmalka, tehnoloģiskā malka, šķelda, zāģskaidas un sintētisko sveķu saistviela. [7]

Pārējo uzņēmumu īpatsvars plātņu ražošanā ir krietni mazāks. Daudzi uzņēmumi, kas reģistrēti 20.20 finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas), saplākšņa, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošanas nozarē paralēli darbojas arī robežnozarēs, kas attiecas uz kokapstrādi. Piemēram, SIA „EGRA TRANS” kopš 1998. gada nodarbojas ar mēbeļu izgatavošanu pēc individuālajiem pasūtījumiem, 2000. gadā uzsāka bērza zāģmateriālu ražošanu vietējam tirgum un ēvelētu zāģmateriālu eksportu uz Vāciju. Šī paša gada rudenī uzņēmums uzsāka līmētu bērza plātņu ražošanu; 2005. gadā tas uzsāka masīvkoka mēbeļu ražošanu.[8]

SIA „PAKAVS” paralēli drāztā finiera ražošanai izgatavo arī dažādus zāģmateriālus, virpošanas un galdniecības izstrādājumus, mēbeli u.c.

SIA SWEDWOOD LATVIA Ltd.” galvenie produkcijas veidi ir celulozes izejvielas, koksnes kurināmais, koksnes pirmapstrādes zāģmateriāli, plātņu materiāli.

SIA „DZĒRVE” ražo masīvkoka plātnes, mēbeles, logus, durvis, kāpnis.

Šāda darbības diversifikācija palīdz uzņēmumiem atrast šobrīd vispieprasītākos un visienesīgākos darbības virzienus, atrast savu tirgu un pircēju.

Tādējādi finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas), saplākšņa, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošanas nozare sastāv no apakšnozarēm, kas strauji attīstās, un tai ir liels eksporta potenciāls.

Ražošanas specializācijas rezultātā tādi lieli Latvijas uzņēmumi kā AS „LATVIJAS FINIERIS”, SIA „RĪGAS FINIERU RŪPNĪCA”, SIA „BOLDERĀJA LTD” savstarpēji nekonkurē par produkcijas realizāciju Latvijas tirgū. Tie galvenokārt konkurē Eiropas tirgū ar citiem pasaules ražotājiem.

Nelielie ražotāji konkurē iekšējā tirgū ar savu produkciju, tomēr tie ļoti elastīgi reaģē uz pieprasījumu, diversificē savu darbību, izpilda individuālus pasūtījumus, atrod pircējus arī ārpus Latvijas robežām.

Pēc nozares ekspertu domām, konkurence nozarē pastāv par darba resursiem un izejvielām. Turklāt īpaši jānorāda uz kvalificētu speciālistu trūkumu.

Pēc nozares ekspertu atzinumiem, tajā ir vieta arī jauniem uzņēmumiem; ir iespējas attīstīt biznesu, lai arī ir jāatrod sava niša - jāpiedāvā jauna produkcija ar augstu pievienoto vērtību piemērotākajā tirgū piemērotākajam pircējam. Tomēr, lai iekarotu globālo koksnes produktu tirgu, kokapstrādes uzņēmumu konkurētspējai mainīgajā Eiropas Savienības un pasaules ekonomiskajā vidē nepieciešams straujš darba ražīguma kāpums.

3.3.2. Tirgū ienākšanas barjeru analīze

3.3.2.1. Ekonomiskie ierobežojumi

Tirgū ienākšanas barjeras Latvijas finiera lokšņu, saplākšņa, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošanas nozarē ir cieši saistītas ar nozares produkcijas specifiku, ražošanas tehnoloģijām, materiālu un darba resursiem.

Ienākšana nozarē saistāma ar lielu investīciju apjomu infrastruktūras izveidei, tehniskā aprīkojuma un nekustamā īpašuma iegādei (skat. A tabulas 1.1. barjeras aprakstu).

Īpaši dārgas ir ražošanas iekārtas, piemēram, viena lobmašīna, izmantojama finiera ražošanā, maksā apmēram 2 milj. EUR, finiera kalte (viena līnija) apmēram 10 milj. EUR. Pietam, nozares eksperti uzskata, ka kokrūpniecībā izmantojamās iekārtas būtu jāatjauno ik pēc trim gadiem, lai uzņēmums nezaudētu savu konkurētspēju.

Jauna OSB plātņu ražošanas ceha būvniecības izmaksas kokapstrādes uzņēmumam SIA „BOLDERĀJA LTD” sastādīja vairāk kā 100 milj. Ls. [9]

Ražotnes izvietošana nepieciešamas lielas zemes teritorijas (noliktavām, ražošanas ēkām, dažādām būvēm), kuras ir jāiegādājas īpašumā vai jāiznomā, bet tas ir ne tikai dārgs, bet arī laika ziņā ilgstošs process.

Protams, nepieciešamais kapitālieguldījumu apjoms ir atkarīgs no ražotnes specifikas un mērogiem, taču tā potenciālajam jaunienācējam ir ļoti nozīmīga barjera.

Par šķērslī potenciālā konkurenta ienākšanai nozarē var kļūt arī augstais minimālās efektīvās darbības apjoms (skat. A tabulas 1.2. barjeras aprakstu).

Lai novērtētu būtisku šīs barjeras ietekmi analizējamā nozarē, aplūkosim nozares līdera A/S „LATVIJAS FINIERIS” ienesīguma finanšu rādītājus salīdzinājumā ar vidējiem nozares rādītājiem (sk. 3.3.2. tabulu).

3.3.2. tabula. Darbības efektivitātes (ienesīguma) rādītāji Latvijas finiera lokšņu, splākšņa, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošanas nozarē (20.20) un A/S „LATVIJAS FINIERIS” 2006. gadā

| Rādītāji | AS „LATVIJAS FINIERIS” | Vidējais līmenis 20.20 nozare (pēc NACE 1.1.red.) | Mediāna 20.20. nozare (pēc NACE 1.1.red.) |
|------------------------|---------------------------|---|---|
| Bruto peļņas robeža, % | 17,69 (4 vieta nozarē) | 10,56 | 10,92 |
| Aktīvu atdeve, % | 6,99 (4 vieta nozarē) | -16,99 | -1,05 |
| Kapitāla atdeve, % | 9,03 (12 vieta nozarē) | -82,96 | 9,03 |

Avots: Lursoft nepublicētie dati

Pēc tabulā sniegtajiem datiem ir redzams, ka AS „LATVIJAS FINIERIS” 2006. gada pārdošanas rentabilitātes līmenis (Bruto peļņas robežas rādītājs) ir 17,69%, kas ir augstāks par nozarē vidējo pārdošanas rentabilitātes rādītāju (10,56%). Tas liecina par uzņēmuma menedžeru prasmi efektīvi vadīt ar produkcijas ražošanu saistītos procesus. Tomēr nozarē ir arī efektīvāki uzņēmumi, jo pēc dotā rādītāja „LATVIJAS FINIERIS” ieņem tikai ceturto vietu.

Uzņēmums strādā ar peļņu, tomēr tajā pašā laikā daudzi uzņēmumi 2006. gada laikā strādāja ar zaudējumiem, ko var spriest pēc diviem nākamajiem rādītājiem. Pēc ekspertu domām, ražošanas uzņēmumos stabila peļņa parādās tikai 5.-7. darbības gadā. Savukārt, lai investīcijas atmaksātos, ar peļņu ir jāstrādā dažreiz arī ilgāk par 10 gadiem. AS „LATVIJAS FINIERIS” ir ilggadēja pieredze šajā jomā. 1992. gadā uz valsts uzņēmuma „Latvijas Finieru ražošanas apvienība” bāzes tika dibināta akciju sabiedrība „LATVIJAS FINIERIS”, un kopš tā laika, pielietojot splākšņa ražošanas pieredzi un tradīcijas Latvijā, uzņēmums ir strauji attīstījies; sasniegts 5 reizes lielāks ražošanas apjoms un 10 reizes lielāks realizācijas apjoms. 2007. gada apgrozījums sasniedza 124,9 milj. Ls [6]. Salīdzinājumam, cita nozarē strādājošā uzņēmuma (no 15 lielāko uzņēmumu skaita) SIA „SWEDWOOD LATVIA Ltd.” pārdošanas apjomi sastādīja 18,79 milj. Ls. [10]

Analizējot aktīvu atdeves un kapitāla atdeves rādītājus, jānorāda, ka AS „LATVIJAS FINIERIS” tšo rādītāju līmenis ir augstāks par nozares vidējiem rādītājiem, tomēr nozarē strādā arī

ienesīgāki uzņēmumi, jo pēc aktīvu atdeves rādītāja (6,99%) uzņēmums atrodas 4. vietā nozarē, bet pēc kapitāla atdeves rādītāja (9,03%) – 12. vietā.

Tādējādi var apgalvot, ka dotajā nozarē nepieciešamais minimālās efektīvās darbības apjoms ir salīdzinoši liels un nebūt ne visi (mazāk par pusi) no 15 lielākajiem uzņēmumi nozarē darbojas efektīvi, respektīvi, ar peļņu. Katram uzņēmumam var būt atšķirīgs ražošanas mēroga efektivitātes līmenis, jo tas galvenokārt ir atkarīgs no uzņēmuma darbības un ražotās produkcijas veida. 2.1. tabulā ir redzams, ka efektīvu darbības apjomu spēj sasniegt ne tikai lielākie nozares uzņēmumi, tomēr tādām lielām uzņēmumiem kā AS „LATVIJAS FINIERIS”, kura rīcībā ir nepieciešamā materiāli-tehniskā bāze, profesionāls darbaspēks un darba pieredze, ir vieglāk nodrošināt stabilu peļņu.

Pēc nozares ekspertu domām, jaunienācējs var pārvarēt šo barjeru ar nosacījumu, ja rūpīgi un vispusīgi sagatavosies darbam, kas paredz gan pietiekami lielas pieredzes un profesionālo zināšanu klātbūtni, gan arī pareizu darbības virziena izvēli. Nosakot nozares attīstības virzienus, Latvijas Kokrūpniecības federācijas pārstāvji norāda, ka par Latvijas kokrūpniecības nišu aizvien vairāk kļūst nelielu specializētu koksnes izstrādājumu partiju sagatavošana ar ātru piegādes laiku. Taču kā būtiskāko izaicinājumu meža nozarē speciālisti min jaunu produktu un inovāciju ieviešanu ražošanas procesā [11].

Nākamā ekonomiskā barjera – nozarē jau esošo uzņēmumu absolūtais pārākums izdevumu līmenī – jaunienācējiem (skat. 1.3. barjeras aprakstu A tabulā) izpaužas apstākļi, ka savas darbības laikā strādājošie uzņēmumi jau ir nodibinājuši sakarus ar koksnes piegādātājiem, noslēguši sadarbības līgumus uz sev izdevīgiem nosacījumiem. Tāpat ir izveidots klientu loks, nodrošināta optimāla ražošanas jaudu slodze, kas gala rezultātā ļauj minimizēt ražojamās produkcijas vienības pašizmaksas. Absolūtā pārākuma sasniegšanu produkcijas pašizmaksu samazināšanā aizkavē tāds apstāklis kā nozares uzņēmumu, tai skaitā arī tādu lielo Latvijas uzņēmumu kā AS „LATVIJAS FINIERIS”, SIA „RĪGAS FINIERU RŪPNĪCA”, SIA „BOLDERĀJA LTD”, specializāciju noteiktas, no citiem veidiem atšķirīgas produkcijas ražošanā. Šai produkcijai tiek izmantotas atšķirīgas izejvielas un tehnoloģijas, kā arī ir dažādi noieta tirgi. Kopumā nozares uzņēmumu ražošanas specializācija rada nelielas izmaiņas barjeras, ko rada absolūtais pārākums izdevumu līmenī, būtībā. Dažādiem nozares uzņēmumiem ir nepieciešama atšķirīga koksne (dažādas koku sugas, izejvielu kvalitāte), piemēram, drāzta finiera ražošanai SIA „RĪGAS FINIERU RŪPNĪCA” ir nepieciešams augsti kvalitatīvs koks (bērzs, ozols), savukārt kokskaidu plātņu ražošanai SIA „BOLDERĀJA LTD” var izmantot zāģskaidas un citu kokapstrādes ražotņu atkritumus. Neskatoties uz šo faktoru, tomēr katras kokapstrādes ražotnes pamatā tiek izmantots koks. Tas savukārt nozīmē, ka visu nozares uzņēmumu interesēs ietilpts izejvielu – koksnes iepirkšana. Līdz ar to priekšrocības ir tiem nozarē esošajiem

uzņēmumiem, kuri jau sadarbojas ar izejvielu piegādātājiem un uz sev izdevīgiem nosacījumiem iepērk koksnī. Turklāt šādu sadarbību klātbūtne ir acīmredzama priekšrocības attiecībā pret jaunienācējiem, nozarē esot ļoti ierobežotam vietējās koksnī piedāvājumam .

Šķēršļus kredītu piešķiršanai var radīt absolūti jauna uzņēmuma „kredītvēstures” trūkums, savukārt nepieciešamais finansējums ienesīgiem uzņēmumiem var tikt piešķirts no dažādiem avotiem (skat. 1.4. barjeras aprakstu A. tabulā). Tā komercbankām prioritāri klienti ir tādi uzņēmumi, kas veiksmīgi vērs savu darbību uz eksporta veicināšanu, pielieto inovatīvas ražošanas tehnoloģijas un ražo eksportam mērķtiecīgu produkciju [12]. Šīm prasībām atbilst nozares līderi AS „LATVIJAS FINIERIS” un SIA „BOLDERĀJA LTD”, kuri savas darbības attīstīšanai un paplašināšanai pastāvīgi izmanto kredītresursus.

Nozares uzņēmumi tāpat var saņemt atbalstu uzņēmumu dibināšanai un attīstībai saskaņā ar 2008. gada 21.aprīļa Ministru kabineta noteikumiem Nr. 300 “Kārtība, kādā piešķir valsts un Eiropas Savienības atbalstu atklātu projektu iesniegumu konkursu veidā pasākumam "Atbalsts uzņēmumu radīšanai un attīstībai (ietverot ar lauksaimniecību nesaistītu darbību dažādošanu)”. [19]

Nozares eksperti nevērtē doto barjeru kā jaunienācējiem ļoti nozīmīgu. Pēc viņu domām – „Ja ir labs biznesa plāns, tad ar finansējumu nav lielu problēmu.”

Par nozīmīgu barjeru darbības uzsākšanai nozarē, spriežot pēc aptaujas gaitā sniegtajiem nozares ekspertu skaidrojumiem, var uzskatīt pastāvošos ekonomiskos riskus (skat. 1.5. barjeras aprakstu A tabulā). Eksperti norāda, ka nozarē pastāv koksnī deficīts. Latvijas kokapstrādes uzņēmumu jaudas ir lielākas par pieejamajiem mežu resursiem, un jaunienācējiem resursu piegāde var radīt šķēršli. Latvijai ir liels mežu resursu potenciāls. Ikgadējais mežu pieaugums sastāda 27 milj. m³, bet mežu izciršana tikai 12 milj. m³. Tomēr ražotāji izjūt vietējo resursu trūkumu, jo mežu izciršana un pārdošana notiek saskaņā ar noteikumiem, kas būtiski ierobežo doto resursu lielo potenciālu izmantošanu. Atšķirīgā mežu izciršanas kārtība ir atkarīga no mežu piederības (valsts vai privātīpašnieku meži). Ja pieeja valsts mežu resursiem iespējama pēc visiem pircējiem zināmiem noteikumiem, tad privātīpašnieki var pārdot koksnī, ja to vēlas. Turklāt eksperti uzskata, ka, ja nākotnē saskaņā ar Eiropas enerģētikas politiku daļa mežu resursu tiks novirzīta enerģijas ieguvei, resursu deficīts kokapstrādes nozarē vēl vairāk pieaugs. Pēc ekspertu domām, ir nepieciešamība izstrādāt tāda mežu resursu izmantošanas valsts programma, kurā būtu sabalansētas visas intereses resursu izmantošanā (valsts, privātmežu īpašnieku un arī ražotāju), lai varētu aktīvi un efektīvi izmantot meža resursus un potenciālu. Arī darbaspēka resursu trūkums nozarē jaunienācējam var radīt būtisku barjeru, kvalificētu speciālistu atrašanu . Tā kā nozare attīstās un tajā izmantojamās tehnoloģijas tiek nepārtraukti pilnveidotas, tad uzņēmumam pastāvīgi ir jānodrošina nolīgtā darbaspēka atbilstošu kvalifikāciju. Eksperti ar nožēlu norāda, ka

Latvijā nav mācību iestāžu, kurās darbaspēku apmācītu darbam ar jaunākajām tehnoloģijām un aprīkojumu.

Vērtējot muitas režīma ietekmi uz potenciālajiem jaunienācējiem (skat. 1.6. barjeras aprakstu A. tabulā), jānorāda, ka, sākot ar 2008. gada 1.aprīli, Krievijas koksnes izvedmuitas tarifi ir tikuši paaugstināti 1,5 reizes. Pēc Centrālās statistikas pārvaldes datiem Latvijā 2007. gadā neapstrādātas apaļkoksnes imports sasniedza 72,7 milj. Ls, no tā 44,3 milj. Ls jeb 61% sastādīja imports no Krievijas. Latvijas Kokrūpniecības federācijas vērtējumā, stājoties spēkā 1.aprīļa izvedmuitas likmēm, Latvijas pirmapstrādes sektorā sarežģītā pozīcijā nonāks aptuveni 20% no kokrūpniecības nozares uzņēmumiem.[15]

Tādējādi koksnes, kas tiek importēta no Krievijas, ievedmuitas tarifu paaugstināšana, spēcīgi ietekmēja visu kokapstrādes uzņēmumu darbu, kas sadarbojas ar piegādātājiem no Krievijas. Potenciālajiem konkurentiem šīs barjeras ietekme nebūs tik nozīmīga, jo tiem vēl ir laiks pārskatīt un atjaunot savus biznesa plānus, un izvēlēties pieņemamākus izejvielu iepirkšanas kanālus. Savukārt, lai samazinātu izejvielu cenu kāpuma risku nākotnē, nepieciešams diversificēt ne tikai piegādātājus, bet arī valstis, no kurām tiek importētas izejvielas.

3.3.2.2. Administratīvie/organizatoriskie ierobežojumi

Uzņēmējdarbība finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas), saplākšņa, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošanas nozarē ir pakļauta administratīvajiem ierobežojumiem, kuri ietekmē gan jau nozarē esošos uzņēmumus, gan jaunienācējus (skat. A tabulas 2.1.-2.4.barjeru aprakstu).

Pirmkārt, visiem uzņēmumiem ir jāievēro pamata likumu prasības, kas regulē uzņēmējdarbību: "Komerclikums", "Darba likums", "Darba aizsardzības likums", "Likums par nodokļiem un nodevām" u.c. [19]

Ir virkne prasību, kas raksturīgi attiecas uz rūpniecības uzņēmumiem. Tā, piemēram, ir nepieciešams marķēt noteiktas preču grupas atbilstoši likumdošanas prasībām, piemēram, CE marķējums, kas norāda to, ka prece izgatavota Eiropas Savienībā un atbilst tajā noteiktajām kvalitātes prasībām. [19]

Uz nozares uzņēmumiem attiecināmas arī būtiskas prasības darba drošībā. Tā kā Latvijā gandrīz puse no darba traumām tiek gūtas apstrādes rūpniecībā, tad likumdošana izvirza uzņēmumiem noteiktas prasības, kas iestrādātas Darba aizsardzības likumā, Darba likumā, MK noteikumos „Par mašīnu drošību”. Saskaņā ar Ministru kabineta 2005. gada 8.februāra noteikumiem Nr.99 uzņēmumiem, kuri darbojas Finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas), saplākšņa, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošanā (20.20), ņemot vērā veselībai kaitīgos darba apstākļus, tiek izvirzītas paaugstinātas prasības darba aizsardzības un

veselības aizsardzības jomā. Tādēļ darba aizsardzības sistēmas izveidē un uzturēšanā uzņēmumiem ir jāpiesaista kompetenta institūcija. [18] Arī šajā jomā ir aktuāls standarts darba drošības un veselības aizsardzības nodrošināšanai OHSAS 18001. [11]

Uzņēmumu darbību nozarē ietekmē arī ekoloģiskie ierobežojumi. Visiem uzņēmumiem ir jāievēro Vides aizsardzības likuma, Ūdens apsaimniekošanas likuma, Atkritumu apsaimniekošanas likuma prasības.[17] Ražošanas uzsākšanai ir nepieciešama atļauja piesārņojuma veikšanai. Šīs atļaujas izsniegšanu reglamentē LR MK noteikumi Nr. 294 un Likums „Par piesārņojumu”. 20.20. nozares profila uzņēmumiem pārsvarā piešķir „B” kategorijas atļauju piesārņojuma veikšanai. Saskaņā ar Eiropas Savienības saistībām siltumnīcas efekta gāzu emisijas samazināšanas jomā un attiecīgo normatīvo aktu prasībām, energoietilpīgajām ražotnēm, pie kurām pieskaitāma arī finiera ražošana, ir jāsaņem Atļauja Siltumnīcas efekta gāzu emisijai.

Lai apstiprinātu produkcijas kvalitāti, uzņēmumiem ir jānodrošina prasību izpildi, kuras izvirzījušas valsts un nevalstiskās kompetentās organizācijas Latvijā un citās valstīs, produkcijai, ražošanas procesam, izejvielām u.t.t. Šim mērķim tiek iegādāti dažādi kvalitātes sertifikāti. Nozares uzņēmumi saņem meža apsaimniekošanas un koksnes piegādes ķēdes sertifikātus PEFC un FSC. [16]

Īpaši sertifikāti ir nepieciešami uzņēmuma produkcijas pārdošanai kādā jaunā industrijā (piemēram, finiera produkcijas piedāvāšanai autobūvei, kuģu būvei u.c. nozarēm). Ražošanas uzņēmuma pārstāvja vērtējumā, tādu sertifikātu iegūšanas procedūra ir ļoti dārgs un laikietilpīgs process. Viena šāda sertifikāta iegūšana uzņēmumam aizņēma 2 gadus.

Lai sekmētu klientu un sadarbības partneru vajadzību pēc kvalitatīva produkta apmierināšanu, uzņēmumi iziet ISO sertifikācijas procedūras (piem., ISO 9001:2000, kas ir kvalitātes vadības sistēmas standarts).[7] Piemēram, AS „LATVIJAS FINIERIS” pieder 10 sertifikāti (dažādu veidu), kas nodrošina produktu un pakalpojumu kvalitāti un garantē veikto darbību nekaitīgumu apkārtējai videi. [6]

Eksperti uzskata, ka dažādu sertifikātu un atļauju saņemšana apgrūtina darbību, bet to nevar uzskatīt par šķēršļi jaunienācējiem, jo prasības ir vienādas visiem.

Nozarē strādājošie uzņēmumi savā saimnieciskajā darbībā izmanto gan īpašumā esošos nekustamos īpašumus (zemi, ēkas, būves), gan arī iznomātus īpašumus. Jaunienācējiem var rasties grūtības jaunu ražotņu izvietojumam piemērotas vietas izvēlē, jo ir vēlams, lai tā atrastos ģeogrāfiski izdevīgā vietā (tuvu mežu resursiem, transporta mezgliem, būtu pietiekami nodrošināta ar darba resursiem u.c.). Ģeogrāfiskajam faktoram, pēc eksperta atzinumiem, ir ļoti svarīga nozīme, izvēloties kokapstrādes uzņēmuma atrašanās vietu, jo koksnes pārvadājumi ar autotransportu attālumos, kas pārsniedz 150 km, ir ekonomiski neizdevīgi. Tomēr eksperti

uzskata, ka vietu izvēle ražotnes izvietošanai jaunienācējam nebūtu uzskatāma par pārāk nozīmīgu barjeru.

3.3.2.3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotas barjeras

Visi lielle nozares uzņēmumi ir nodibinājuši ilgtermiņa sakarus ar izejvielu piegādātājiem un produkcijas pasūtītājiem, un tādēļ tiem ir noteiktas priekšrocības attiecībā pret potenciālajiem tirgus dalībniekiem (skat. A tabulas 3.barjeras aprakstu).

Latvijas koksnes izstrādājumu nozares uzņēmumiem ir ļoti daudz ārvalstu partneru, kuri vai nu piegādā nepieciešamās izejvielas, vai iepērk Latvijas uzņēmumos saražotu produkciju. Piemēram, AS „LATVIJAS FINIERIS” produkcija tiek pārdota vairāk nekā 40 valstīs (Lielbritānijā, Vācijā, Zviedrijā, Francijā, Itālijā, Spānijā, Nīderlandē, Somijā, ASV un Japānā u.c.). Turklāt realizācija pamatā notiek ar personīgo vai meitas uzņēmumu starpniecību, kuri izvietoti visās pasaules valstīs. Pēc „LATVIJAS FINIERIS” pārstāvja sniegtās informācijas uzņēmums ir noslēdzis līgumus ar aptuveni 2000 piegādātājiem, no kuriem 700 ir koksnes piegādātāji. Turklāt koksni uzņēmums pamatā iepērk no vietējiem piegādātājiem (70%-80%), bet sezonas trūkumu papildina, to importējot. Vertikālā integrācija attiecināma arī uz darbību, kas saistīta ar mežu audzēšanu. Koncerns „LATVIJAS FINIERIS” savu darbības attīstības stratēģiju veido ne tikai attiecībā uz koku pārstrādi, bet milzīgu lomu tas piešķir arī pareizai un ilgspejīgai meža audzēšanai un atjaunošanai. Sadarbībā ar zinātniekiem ir izstrādātas un aizvien tiek meklētas labākas bērzu audzēšanas metodes, kas ietvertas „LATVIJAS FINIERIS” īpašā bērzu audzēšanas programmā. [12]

Jaunam tirgus dalībniekam var nebūt nodibināti nepieciešamie sakari ar resursu piegādātājiem un gatavās produkcijas realizācijas uzņēmumiem. Viens no iespējamajiem paņēmieniem kā jaunienācējam iegūt biznesa partneru uzticību ir vienoties par produkcijas pārbaudes periodu un produkcijas sertifikāciju. Tā ir plaši izplatīta metode, kad uzņēmums – partneris pats pārbauda savu produkcijas piegādātāju. Tas palīdzēs izveidot labākus sakarus starp kompānijām, un var sagaidīt, ka tuvākajā laikā realizācijas uzņēmums dos priekšroku jau jaunajiem dalībniekiem.

3.3.2.4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība

Tirgus infrastruktūras neatbilstība varētu būt klasificējama kā vidēji nozīmīga barjera jaunienācējiem. Nozarē esošo uzņēmumu jau izveidotā, savai darbībai piemērotā infrastruktūra attiecas uz pārvadājumu sistēmas organizāciju, informācijas kanālu lietošanu, noliktavu būvēšanu un aprīkošanu. Eksperti uzskata, ka būtiski dotās nozares infrastruktūras raksturlielumi ir ražotnes tuvums resursiem, transporta nodrošinājums koksnes un gatavās produkcijas transportēšanai, materiālu uzglabāšanai piemērotas telpas. Informatīvu atbalstu jaunienācējiem ir

gatava sniegt nozares asociācija. Tās darbība ir īpaši svarīga maziem uzņēmumiem, jo tie var saņemt konsultācijas; asociācija nodrošina informācijas apmaiņu, kā arī veic pētījumus par dažādiem tirgiem. Vērtējot statistikas datus, tika norādīts, ka tā ir pārāk novēlota pašreizējai darbībai, tomēr to var izmantot, lai noteiktu attīstības tendences dažādos tirgos.

3.3.2.5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras

Galvenā nozares uzņēmumu specializācija ir noteiktas produkcijas ražošana, un to mērķis ir savu tirgu segmentēšana, respektīvi, tie orientējas uz atsevišķām pircēju grupām un pat atsevišķām nozarēm, kurās dotā produkcija var būt pieprasīta (skat. A tabulas 5. barjeras aprakstu). Tā, piemēram, AS „LATVIJAS FINIERIS” cieši sadarbojas ar celtniecības nozares uzņēmumiem, ar lieliem mēbeļu ražotājiem Latvijā un ārvalstīs. Uzņēmums ražo kvalitatīvu un pasaules tirgū konkurētspējīgu produkciju. Tas aktivitātes ir vērstas uz sadarbību ar autobūves rūpniecību (Mercedes) paplašināšanu un kontaktu ar kuģu būves industriju izveidi.

Visi lielākie ražotāji, vispirms jau AS „LATVIJAS FINIERIS” un SIA „BOLDERĀJA LTD”, kā arī SIA „RĪGAS FINIERU RŪPNĪCA” ir piesaistījuši savus pamatpircējus Eiropas un pasaules tirgū, konkurējot starptautiskā līmenī.

Tā kā Latvijai pietrūkst vietējo izejvielu ražošanas nodrošināšanai, uzņēmumi meklē ārzemju piegādātājus, piemēram, AS „LATVIJAS FINIERIS” realizē ilgstošas sadarbības stratēģiju ar Lietuvas mežu īpašniekiem bērza finierkluču iepirkšanā un piegādē ražotnēm.[12] Paralēli uzņēmums plāno attīstīt darbību Krievijas tirgū, jo muitas izmaksu pieauguma dēļ tuvā nākotnē izdevīgāk būs celt uzņēmuma rūpnīcu Krievijā. Šim mērķim Latvijas Finieris jau iegādājies teritoriju Tvēres reģionā. Tādējādi uzņēmums tiecas optimizēt resursu piegādes ķēdes un ražošanas vietu optimizāciju Baltijas reģionā.

Nozares eksperti atzīst, ka resursi dotajā nozarē ir ierobežoti. Šīs barjeras ietekmes samazināšanai jaunienācējam nepieciešams attīstīt tirgum jaunu, augstas cenas produktu, kurš būtu spējīgs piesaistīt pircēju uzmanību. Tikai tādā gadījumā jaunienācējs varēs iepirkt nepieciešamos resursus, realizēt produkciju par dārgāku cenu un saņemt peļņu no savas darbības.

3.3.2.6. Preču pieprasījuma ierobežojumi

Lai arī Finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas), saplākšņa, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošanas nozare (20.20) mazāk par citām kokapstrādes nozarēm ir cietusi no darbu apjomu samazināšanās celtniecības nozarē ne vien Latvijā, bet arī citās pasaules valstīs, jaunienācējam, kas gatavojas uzsākt darbību šajā nozarē, tradicionālās nozares produkcijas pieprasījuma ierobežojums var kļūt par nozīmīgu barjeru. Nozares produkcijas piedāvājums tirgū ir liels. Tirgus ir piesātināts.

Lai samazinātu barjeras ietekmi, eksperti iesaka uzņēmējiem diversificēt darbību, ražojot produkciju dažādām, nesaistītām nozarēm (piemēram, autobūvei un kuģu būvei), piesaistīt pircējus un pasūtītājus no dažādām valstīm un iegādāties produkcijas kvalitātes sertifikātus.

A. tabula. Jaunienācēju draudu (tirgus barjeru) novērtēšana Latvijas finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas) ražošanas, saplākšņa ražošanas, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošanas nozarē (NACE 1.1 - 20.20)

| Barjeras veids | Vai konkrētā barjera būtu likvidējama vai tās ietekme samazināma. Nepieciešamie pasākumi to īstenošanai | Barjeras ietekmes nozīmīgums | | | Īss apraksts (kāpēc, analizējot konkrēto barjeru tiek uzskatīts, ka barjeras ietekme ir nenozīmīga/nozīmīga, ļoti nozīmīga) |
|---|---|------------------------------|----------|---------------|--|
| | | Nenozīmīga | Nozīmīga | Ļoti nozīmīga | |
| 1. Ekonomiskie ierobežojumi | | | | | |
| 1.1. Nepieciešamā liela apjoma kapitālieguldījumi, investīcijas, starta kapitāls (dārgu aprīkojumu dēļ, dārgu izejvielu dēļ, augstu nodokļu dēļ, reģistrācijas, licenzēšanas izdevumu. dēļ) | Nav likvidējama Barjeras esamība ir saistīta ar nozares un konkrētās ražošanas specifiku. | | | ✓ | Ienākšana nozarē saistāma ar lielu investīciju apjomu infrastruktūras izveidei, tehniskā aprīkojuma un nekustamā īpašuma iegādei. Īpaši dārgas ir ražošanas iekārtas, piem., viena lobmašīna maksā ~ 2milj. EUR, kalte (viena līnija) ~ 10 milj. EUR. Turklāt nozares eksperti uzskata, ka kokrūpniecībā iekārtas būtu jāatjauno ik pēc trim gadiem, lai uzņēmums nezaudētu savu konkurētspēju. Kapitālieguldījumu apjoms ir atkarīgs no ražotnes specifikas un mērogiem, tomēr potenciālajam konkurentam tā ir ļoti nozīmīga barjera. |
| 1.2. Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis | Barjeras ietekme mazināma, sniedzot atbalstu inovatīvu produktu izstrādē un ražošanas uzsākšanā. Uzņēmējs (potenciālais konkurents) var mazināt dotās barjeras ietekmi, iepriekš vispusīgi sagatavojoties darbam nozarē. | | | ✓ | Nozarē nepieciešamais minimālais efektīvās darbības apjoms ir salīdzinoši liels un nebūt ne visi (mazāk par pusi) uzņēmumu no 15 lielākajiem nozares uzņēmumiem strādā ar peļņu. Katram uzņēmumam var būt atšķirīgs ražošanas mēroga efektivitātes līmenis, jo tas galvenokārt ir atkarīgs no darbības un ražojamās produkcijas veida. Pēc nozares ekspertu domām, jaunienācējs |

| | | | | | |
|---|---|--|---|--|--|
| | | | | | var pārvarēt doto barjeru ar nosacījumu, ka tas vispusīgi sagatavosies darbam un pareizi izvēlēsies nākamās darbības virzienu. Pēc Kokrūpniecības federācijas pārstāvja viedokļa, par Latvijas kokrūpniecības nišu aizvien vairāk kļūs nelielu specializētu koksnes izstrādājumu partiju sagatavošana ar ātru piegādes laiku. Taču kā būtiskāko izaicinājumu meža nozarē speciālisti atzīmē jaunu produktu ieviešanu un inovāciju vairošanu ražošanas procesā. |
| 1.3. Absolūtais pārākums izdevumu līmenī | Nav likvidējama, jo tiks novērstas priekšrocības, kas iegūtas uzņēmumu vidū, konkurējot vienotā ES tirgū. Dotās barjeras ietekmi uzņēmējs (potenciālais konkurents) var samazināt, izvēloties savu, atšķirīgu no citiem, darbības virzienu, ražojot konkrētiem pasūtījumiem domātu produkciju. | | ✓ | | Strādājošajiem uzņēmumiem attiecībā pret jaunienācējiem ir priekšrocības produkcijas pašizmaksu samazināšanā, pateicoties sasniegtajam ražošanas jaudu noslogojuma līmenim, kas nodrošina efektīvu darbu. Absolūtā pārākuma izdevumu līmenī sasniegšana nav iespējama, jo nozares uzņēmumi (tai skaitā arī lielie) specializējas noteiktas produkcijas ražošanā. Šis apstāklis nedaudz samazina dotās barjeras ietekmi uz jaunienācēju. Tomēr dotajā nozarē visu ražotāju intereses krustojas saistībā ar izejvielu (koksnes) iepirkšanu. Vietējās koksnes ierobežotā piedāvājuma vietējā tirgū apstākļos strādājošajiem uzņēmumiem ir priekšrocības piegādātāju izvēlē un ilgtermiņa līgumu ar tiem noslēgšanā. |
| 1.4. Investīciju piesaiste un kredītu izmantošanas/ piešķiršanas nosacījumi | Uzņēmējs (potenciālais konkurents) var mazināt barjeras ietekmi, ja izstrādās labu biznesa plānu. | | ✓ | | Šķēršļi kredītu piešķiršanas jomā var rasties absolūti jaunam uzņēmumam bez savas „kreditvēstures”, kamēr veiksmīgi strādājoši uzņēmumi var saņemt nepieciešamo |

| | | | | | |
|--|---|--|---|--|---|
| | | | | | <p>finansējumu no dažādiem avotiem.</p> <p>Komerbankām prioritāri ir tie uzņēmumi, kas veiksmīgi strādā eksporta virzienā, kas pielieto inovatīvas ražošanas tehnoloģijas un rada uz eksportu vērstus produktus.</p> <p>Nozares uzņēmumi var saņemt valsts un Eiropas Savienības atbalstu uzņēmumu radīšanai un attīstībai.</p> <p>Nozares eksperti doto barjeru neuzskata par nozīmīgu jaunienācējiem. Pēc viņu domām – ja ir labs biznesa plāns, tad ar finansējuma saņemšanu nav lielu problēmu.</p> |
| 1.5. Ekonomiskie riski (izejvielu cenu pieaugums, finanšu riski (valūtas)) | Barjeras ietekme mazināma, izstrādājot šādu mežu resursu izmantošanas valsts programmu, kurā būtu sabalansētas visas intereses resursu izmantošanā (valsts, privātmežu īpašnieku un arī ražotāju), lai varētu aktīvi un efektīvi izmantot meža resursus un lai meža potenciālu pārvērst par iespējām. | | ✓ | | <p>Izejvielu deficīts un darbaspēka deficīts pēc ekspertu domām ir nozīmīga barjera jaunienācējam.</p> <p>Lai arī mežu resursiem Latvijā ir liels potenciāls, tomēr ražotāji izjūt to deficītu, jo mežu vienmērīgu izciršanu nepieļauj pastāvošā izciršanas kārtība (galvenokārt attiecībā uz privātiem mežiem). Eksperti uzskata, ka deficīts var palielināties, ja nākotnē atbilstoši Eiropas enerģētikas politikai daļa no mežu resursiem tiks novirzīti enerģijas izstrādei.</p> <p>Nozarē pastāv arī kvalificētu speciālistu un trūkums. Latvijā nav mācību iestāžu, kur cilvēkiem mācītu strādāt, izmantojot jaunākās tehnoloģijas un aprīkojumu.</p> |
| 1.6. Muitas režīmi, cenu un tarifu noteikšana | Barjera, ko rada izejvielu cenu paaugstināšanās risks, likvidējama, diversificējot ne tikai piegādātājus, bet arī valstis, no kurām tiek importētas izejvielas. | | ✓ | | <p>Ievedmuitas tarifu paaugstināšana koksnei, kas tiek importēta no Krievijas, spēcīgi ietekmēja visu kokapstrādes uzņēmumu darbu, kas strādā ar piegādātājiem no Krievijas. Potenciālajiem konkurentiem šīs</p> |

| | | | | | |
|--|---|---|---|--|--|
| | | | | | barjeras ietekme nebūs tik nozīmīga, jo tiem vēl ir laiks pārskatīt savu biznesa plānu un izvēlēties pieņemamākus izejvielu iepirkšanas kanālus. |
| 2. Administratīvi ierobežojumi | | | | | |
| 2.1. Uzņēmējdarbības veidu licencēšana | Barjera nav likvidējama. Ir iespējama tikai visu tirgus dalībnieku (gan esošo, gan jaunienācēju) kontrole un nosacījumu ievērošana. | | ✓ | | Uzņēmējdarbība 20.20. nozarē ir pakļauta administratīvajiem ierobežojumiem, kuri ietekmē gan jau strādājošus uzņēmumus, gan jaunienācējus. Būtiska prasību joma ir darba drošība. Likumdošana izvirza uzņēmumiem noteiktas prasības, kas iestrādātas Darba aizsardzības likumā, Darba likumā, MK noteikumos „Par mašīnu drošību”. Ņemot vērā veselībai kaitīgos apstākļus, tiek izvirzītas paaugstinātas prasības darba aizsardzības un veselības aizsardzības jomā. |
| 2.2. Preču ievēšanas un izvešanas aizliegumi vai ierobežojumi noteiktā teritorijā | - | ✓ | | | Nav konstatēti |
| 2.3. Šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanai vai nomāšanai | - | ✓ | | | Jaunienācējiem var rasties grūtības jaunas ražotnes izvietojumam piemērotas vietas izvēlē, jo ir vēlams, lai tā būtu izdevīga no ģeogrāfiskā viedokļa (atrstos tuvu mežu resursiem, transporta mezgliem, būtu pietiekami nodrošināta ar darba resursiem u.c.). Tomēr eksperti uzskata, ka vietu ražotnes izvietojumam izvēlēties var un jaunienācējam šī barjera nebūtu uzskatāma par pārāk nozīmīgu. |
| 2.4. Kvalitātes prasības un ekoloģiskie ierobežojumi (aizliegums paplašināt noteikta preču tirgus darbības apjomu, celt jaunus ražošanas objektus, | Barjera nav likvidējama. Kvalitātes sertifikātu esamība paaugstina uzņēmumu produkcijas konkurētspēju gan vietējā, gan arī | | ✓ | | Lai apstiprinātu produkcijas kvalitāti, uzņēmumi cenšas izpildīt prasības, kuras izvirzījušas valsts un nevalstiskās kompetentās organizācijas Latvijā un citās |

| | | | | | |
|---|---|--|---|--|--|
| ierobežojumi transporta komunikāciju izveidei, dažādu vides aizsardzības institūciju noteiktie aizliegumi u.c.) | pasaules tirgū. | | | | <p>valstīs pret produkciju, ražošanas procesu, izejvielām u.t.t. Šim mērķim tiek iegādāti dažādi kvalitātes sertifikāti.</p> <p>Visiem uzņēmumiem ir jāievēro Vides aizsardzības likuma, Ūdens apsaimniekošanas likuma, Atkritumu apsaimniekošanas likuma prasības. Ražošanas uzsākšanai ir nepieciešama atļauja piesārņojuma veikšanai, atļauja Siltumnīcas efekta gāzu emisijai.</p> <p>Eksperti uzskata, ka dažādu sertifikātu un atļauju saņemšana apgrūtina darbību, bet to nevar uzskatīt par šķēršļiem jaunienācējiem, jo prasības ir vienādas visiem un informācija ir pieejama.</p> |
| 3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Brīva pieejamība resursiem un /vai realizācijas kanāliem, korporatīvo sakaru priekšrocības. | Nav lietderīgi likvidēt, jo lieli nozares uzņēmumi ir orientēti uz savas produkcijas eksportu, nevis konkurenci vietējā Latvijas tirgū ar maziem neatkarīgiem uzņēmumiem. | | ✓ | | <p>Lieli nozares uzņēmumi ir nodibinājuši ilgtermiņa lietišķos sakarus ar koksnes piegādātājiem un gatavās produkcijas pasūtītājiem un tādēļ tiem ir noteiktas priekšrocības attiecībā pret jaunajiem tirgus dalībniekiem.</p> <p>Jaunam tirgus dalībniekam var trūkt izdevīgu sakaru ar resursu piegādātājiem un produkcijas pircējiem. Ne visi pircēji grib riskēt un sākt sadarbību ar jaunu, nestabilu biznesu. Lai iekarotu pircēju uzticību, var vienoties ar tiem par jaunā dalībnieka produkcijas pārbaudi un sertifikāciju.</p> |
| 4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība | | | | | |
| Nodrošinājums ar komunikācijām (transporta un sakaru), noliktavām, tirdzniecības platībām, informāciju, | Barjeras ietekme mazināma, jaunienācējam izvēloties jaunas ražotnes organizēšanai ērtu atrašanās | | ✓ | | Eksperti uzskata, ka būtiski dotās nozares infrastruktūras raksturlielumi ir ražotnes tuvums resursiem, nodrošinātība ar |

| | | | | | |
|---|--|--|---|--|---|
| ceļiem. | vietu. | | | | transportu koksnes un gatavās produkcijas transportēšanai, piemērotas telpas esamība. Lielu informatīvu palīdzību jaunienācēji var saņemt no nozares asociācijas. Nozares asociācijas darbība ir īpaši svarīga maziem uzņēmumiem, jo tie var saņemt konsultācijas, asociācijas nodrošina informācijas apmaiņu, kā arī veic pētījumus par dažādiem tirgiem. |
| 5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Produkcijas realizācijas apstākļu noteikšana, Valsts pasūtījumu izpilde | Barjera nav likvidējama. Pēc eksperta viedokļa, barjeras ietekmi var mazināt pats jaunienācējs; viņam ir jāatrod savu nišu . | | ✓ | | Uzņēmumu stratēģijas ir atšķirīgas. Uzņēmumi specializējas noteiktas produkcijas ražošanā un tiem ir savs klientu loks, tādēļ stratēģijas, kas saistītas ar realizāciju, var būt dažādas, kas jaunienācējam nerada nepārvaramus šķēršļus. Visu ražotāju intereses saskaras saistībā ar jautājumu par koksnes iepirkšanu. Lai atrastu pieņemamu risinājumu, lielākie ražotāji tiecas optimizēt gan savas resursu piegādes ķēdes, gan arī ražotņu izvietojumu. Tā kā izejviela ir viena un tā pati – koksne, tad konkurence par resursiem pastāv un tas var palielināt radīt barjeru jaunienācējam. |
| 6. Preču pieprasījuma ierobežojumi | | | | | |
| Tirgus piesātinātība ar produktu un aizstājējproduktiem, pieprasījuma apmierināšanas līmenis(patērētāju pirktspēja) sasniegšana, preču pieprasījuma iespējamie ierobežojumi | Barjeras ietekme mazināma, diferencējot darbību, ražojot produkciju dažādām, nesaistītām nozarēm (piemēram, autobūvei, kuģu būvei), atrodot pircējus un pasūtītājus dažādās valstīs, iegādājoties produkcijas kvalitātes sertifikātus. | | ✓ | | Lai arī finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas), saplākšņa, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošanas nozare (20.20) mazāk par citām kokapstrādes nozarēm ir cietusi no darbu apjomu samazināšanās celtniecības nozarē ne vien Latvijā, bet arī citās pasaules valstīs, jaunienācējam tradicionālās nozares |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| | | | | | produkcijas pieprasījuma ierobežojums var kļūt par nozīmīgu barjeru. Nozares produkcijas piedāvājums tirgū ir liels. Tirgus ir piesātināts. |
|--|--|--|--|--|---|

Avots: RSEBAA apkopojums

Nobeigums

Vērtējot konkurences vidi Latvijas Finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas), saplākšņa, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošanas nozarē (pēc NACE 1.1.red.klasifikācijas 20.20.nozare) ar aprēķināto koncentrācijas indeksu (CR4 un HHI) palīdzību var konstatēt, ka šī nozare ir augsti koncentrēta, jo četru pēc apgrozījuma lielāko uzņēmumu daļa 2006.gadā veidoja 89% no Latvijas tirgus. Arī aprēķinātā Hērfindāhla – Hiršmana indeksa vērtība (4232) norāda uz augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē.

2006.gadā uzņēmumu skaits nozarē bija 20, kas ir par 5 uzņēmumiem vairāk nekā 2004. gadā.

Finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas), saplākšņa, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošanas nozare strauji attīstās; tai ir liels eksporta potenciāls.

Galvenais saplākšņa ražotājs AS „LATVIJAS FINIERIS” ieņem līderpozīcijas bērza saplākšņa ražošanā visā Austrumu un Centrāleiropā, tā ir kļuvusi par vadošo saplākšņa un citu līmēto produkcijas veidu (mēbeļu detaļas, informatīvas zīmes, rampas, koka rotaļlietas) ražotāju un eksportētāju Latvijā. Vairāk kā 80% saražotās produkcijas uzņēmumi eksportē.

Vienīgais kokskaidu plātņu ražotājs Latvijā un OSB plātņu ražotājs Baltijas valstīs ir koksnes pārstrādes uzņēmums SIA „BOLDERĀJA LTD”. Uzņēmums eksportē vairāk kā 80 % saražotās produkcijas.

Pēdējos gados Latvijā ir ievērojami attīstījusies drāzto finieru ražošana. Vadošie uzņēmumi šajā jomā ir Rīgas uzņēmumi SIA „RĪGAS FINIERU RŪPNĪCA” un SIA „PAKAVS”. Šis sektors arī ir orientēts uz eksportu, jo 84% no saražotās produkcijas tiek eksportēta.

Ražošanas specializācijas rezultātā tādi lieli Latvijas uzņēmumi kā AS „LATVIJAS FINIERIS”, SIA „RĪGAS FINIERU RŪPNĪCA”, SIA „BOLDERĀJA LTD” savstarpēji nekonkurē produkcijas ziņā Latvijas tirgū. Tie galvenokārt konkurē Eiropas tirgū ar citiem pasaules ražotājiem. Nelielie ražotāji konkurē iekšējā tirgū ar savu produkciju, tomēr tie ļoti elastīgi reaģē uz pieprasījumu, diversificē savu darbību, izpilda individuālus pasūtījumus, atrod pircējus arī ārpus Latvijas robežām.

Pēc nozares ekspertu domām, konkurence nozarē pastāv galvenokārt par izejvielām un darbaspēka resursiem.

Eksperti uzskata, ka dotajā nozarē ir vieta arī jauniem uzņēmumiem, kuriem ir iespēja attīstīt biznesu, lai arī ir jāatrod sava niša: jāpiedāvā jauna produkcija ar augstu pievienoto vērtību, jāatrod savs pircējs un savs tirgus. Tomēr, lai iekarotu globālo koksnes produktu tirgu, kokapstrādes uzņēmumu konkurētspējai mainīgajā Eiropas Savienības (ES) un pasaules ekonomiskajā vidē nepieciešams straujš darba ražīguma kāpums.

Balstoties uz paveikto analīzi, LR Ekonomikas Ministrijai un LR Konkurences padomei var ieteikt:

1. Atrast iespējas izveidot vispusīgu valsts atbalsta programmu nozares uzņēmumiem, to attīstībai, tehnoloģiju attīstīšanai un darbinieku apmācībai. Tas palīdzēs atrisināt darba produktivitātes problēmu nozarē un nezaudēt ar lielu darbu iekarotās pozīcijas Eiropas un pasaules tirgū.
2. Pēc ekspertu domām ir jāizstrādā tāda meža resursu izmantošanas valsts programma, kurā būtu sabalansētas visas intereses resursu izmantošanā (valsts, privātmežu īpašnieku un arī ražotāju), lai varētu aktīvi un efektīvi izmantot meža resursus un lai meža potenciālu pārvērst par attīstības iespējām.

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti:

1. http://www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=4469&cl_cat=0&p_cid=76&p_vid=1063&p_action=2
2. <http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=81>
3. <http://bbs.bns.lv/mainf.php?nid=320759#tope>
4. http://www.vestnesis.lv/pzni/?menu=doc&fp_sadala=251&id=167161
5. <http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=479>
6. <http://finieris.skice.gids.lv/pub/?id=13>
7. <http://www.bolderaja.lv/pub/index.php?id=3>
8. <http://www.egratrans.com/contacts.html>
9. http://www.vestnesis.lv/pzni/?menu=doc&fp_sadala=251&id=167161
10. <http://www.lursoft.lv/?a=16&v=lv>
11. <http://www.latvianwood.lv>
12. <http://www.hansabanka.lv/news/030408.php>
13. <http://bbs.bns.lv/mainf.php?nid=320759#tope>
14. <http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=751&id=768>
15. <http://www.em.gov.lv/em/2nd/?id=19421&cat=621>
16. <http://www.tvnet.lv/zalazeme/printArticle.php?id=6280>
17. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=51522>
18. <http://www.darbadrosiba.com/komercdarbibasveidi.html>
19. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=174941>
20. http://www.likumi.lv/likumi.php?order=alpha&sort_by=title&set_filter_char=P&sort_dir=asc
21. Intervija ar ekspertu no AS "LATVIJAS FINIERIS"

3.4. Pesticīdi u.c. agroķīmisko preparātu ražošana (24.2)

3.4.1. Vispārīgs nozares apraksts

Saskaņā ar Saimniecisko darbību statistiskās klasifikācijas Eiropas Kopienā (NACE 1.1.red.) Latvijas pesticīdu un citu agroķīmisko preparātu ražošanas nozarē (kods 24.2) ietilpst [1]: insekticīdu, rodenticīdu, fungicīdu, herbicīdu, dīģšanu kavējošu vielu, augšanas regulētāju, dezinfekcijas līdzekļu ražošana, kā arī citur neklasificētu agroķīmisku preparātu ražošana.

Pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) npublicētiem datiem, Latvijas 24.2 nozarē pēdējo trīs gadu laikā esošo uzņēmumu skaits nav liels, bet pakāpeniski palielinās. Ja 2004. gadā nozarē bija reģistrēts tikai viens uzņēmums, tad 2005. gadā uzņēmumu skaits pieauga līdz 3, bet 2006. gadā bija reģistrēti jau 4 uzņēmumi (skat.3.4.1.tabulu).

3.4.1. tabula. Latvijas pesticīdu un citu agroķīmisko preparātu ražojošo uzņēmumu saraksts 2006.gadā (alfabētiskā secībā), kā arī uzņēmumu pamatdarbības veida un pieejamās informācijas raksturojums

| N | Uzņēmuma nosaukums | Uzņēmuma pamatdarbības veida raksturojums | Par uzņēmumu pieejamās informācijas raksturojums |
|----|-----------------------|---|---|
| 1. | SIA 'BIOEFEKTS' | Izstrādā un ražo bioloģiskos augu aizsardzības līdzekļus un citus preparātus dārzkopības un lauksaimniecības vajadzībām | Uzņēmums kategoriski atteicās sadarboties un sniegt jebkādu informāciju pētījuma aptaujas laikā |
| 2. | SIA 'F & J FERTI JUM' | Nav datu | Internetā nav pieejama jebkāda informācija, lai varētu identificēt uzņēmuma atrašanās vietu un darbības veidu |
| 3. | SIA 'SITNO' | Ražo plaša sortimenta līmes slazdus mājsaimniecībām, lauksaimniecībai un profesionālai lietošanai | Pēc paša uzņēmuma pārstāvju teiktā, uzņēmuma darbība nav saistīta ar pesticīdu un citu agroķīmisko preparātu ražošanu |
| 4. | SIA 'VLAIRA' | Nodarbojas ar konkrēta dezinfekcijas preparāta ražošanu ("Oksiland") un tirdzniecību medicīnas vajadzībām | Pēc paša uzņēmuma pārstāvju teiktā, uzņēmuma darbība nav saistīta ar pesticīdu un citu agroķīmisko preparātu ražošanu |

Avots: CSP npublicētie dati, RSEBAA apkopojums.[2], [3],[4],[5]

2006.gadā starp reāli dzimušiem uzņēmumiem analizējamā nozarē nebija identificēts neviens uzņēmums- jaunienācējs (skat. 6.pielikumu).

Pēc npublicētiem CSP datiem 2006.gadā nozares kopējais apgrozījums salīdzinājumā ar citām Latvijas tautsaimniecības nozarēm bija neliels un veidoja tikai Ls 285 tūkst.

Analizējot nozares koncentrācijas līmeni pamatojoties uz Herfindāhla-Hiršmana indeksa vērtību (6125), var apgalvot, ka uzņēmumu koncentrācija nozarē ir samērā augsta, jo HHI indeksa vērtība krietni pārsniedza pieņemamo kritisko robežu, kas parasti ir 1800 – 2000 līmenī. Tik augsta HHI rādītāja vērtība veidojās pateicoties nozares struktūrai, kad četru nozares uzņēmumu

vidū dominē viens uzņēmums (SIA „Bioefeks”). Tomēr ir svarīgi atzīmēt, ka uzņēmuma „dominējošais stāvoklis” ir identificēts formāli, pamatojoties tikai uz Latvijā ražojošo uzņēmumu apgrozījuma rādītājiem un neņemot vērā citus potenciālos tirgus spēlētājus – lielas multinacionālās kompānijas (piemēram, „Bayer”), kas Latvijā nodarbojas ar pesticīdu un citu agroķīmisko preparātu izplatīšanu (importu).

Ievērojot faktu, ka viens no lielākajiem nozares uzņēmumiem (SIA „Bioefeks”) kategoriski atsakās sniegt jebkādu informāciju projekta pētījumu grupai, kā arī ņemot vērā, ka pārējo nozares uzņēmumu pamatdarbība nav saistīta ar pesticīdu un citu agroķīmisko preparātu ražošanu (skat.3.4.1. tabulu), nav iespējams veikt kvalificētu tirgū ienākšanas barjeru analīzi Latvijas pesticīdu un citu agroķīmisko preparātu ražošanas nozarē (kods 24.2).

Nobeigums

Pamatojoties uz pētījumu gaitā konstatēto informācijas trūkumu, pētījumu grupa var ieteikt LR Ekonomikas ministrijai (pētījuma pasūtītājam):

1. Balstīt tirgū ienākšanas barjeru analīzi Latvijas pesticīdu un citu agroķīmisko preparātu ražošanas nozarē (kods 24.2) nevis uz Latvijas uzņēmumu aptauju, bet tieši pieprasot nepieciešamās informācijas sagatavošanu no tiem konkrētiem uzņēmumiem, kas atteicās sadarboties pētījuma veikšanas gaitā; kā arī pievērst uzmanību konkurences situācijai kopumā šajā nozarē;
2. Analizējot tirgū ienākšanas barjeras 24.2. nozarē, ievērot faktu, ka, pateicoties striktai nozares uzņēmumu specializācijai (kad vienas nozares uzņēmumi ražo pārsvarā atšķirīgus produkcijas veidus), nozarē strādājošie uzņēmumi nekonkurē savā starpā vietējā tirgū.
3. Ievērojot to, ka 1) uzņēmumu skaits nozarē kopumā nav liels, 2) 2006.gadā pēc CSP sniegtās informācijas netika identificēts neviens reāli dzimušais uzņēmums nozares tirgū, 3) katrs nozares uzņēmums specializējas uz savas produkcijas ražošanu un tirdzniecību, pievērst uzmanību pētījumu gaitā pētnieku izvirzītai hipotēzei, ka Latvijas tirgus ierobežotā ietilpība un pesticīdu un citu agroķīmisko preparātu ražojošo multinacionālo kompāniju darbība Latvijas tirgū veido būtiskus šķēršļus potenciāliem jauniem tirgus dalībniekiem ienākt tirgū

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti

1. <http://www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=1713>
2. <http://bioefekts.times.lv/parmums.html>
3. <http://www.sitno.biz/ru/about.html>
4. Sarunu gaitā SIA „Vlaria” sniegtā informācija
5. Sarunu gaitā SIA „Sitno” sniegtā informācija

3.5. Krāsu, pernicu u.tml. pārklājumu, tipogrāfijas krāsu un mastikas ražošana (24.3)

3.5.1. Vispārīgs nozares apraksts

Saskaņā ar Ekonomiskās darbības statistisko klasifikāciju Eiropas Savienībā, Krāsu, pernicu un tml. pārklājumu, tipogrāfijas krāsu un mastikas ražošanas (NACE 1.1. red.- kods 24.3) nozares darbībā ietilpst: krāsu, pernicu, emalju un laku ražošana, gatavo pigmentu un citu gatavo krāsvielu, stiklveida emalju, glazūru un tml. pārklājumu ražošana, mastiku, stiklinieku tepes, sveķu cementa, organisko salikto šķīdinātāju, atšķaidītāju un tipogrāfijas krāsu ražošana [1].

Pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) nepublicētiem datiem Latvijas, 24.3. nozarē 2004.gadā strādāja 11 uzņēmumi, 2005.gadā to skaits par vienu pieauga un bija 12, bet 2006.gadā uzņēmumu skaits palika nemainīgs. Pēc nepublicētiem CSP datiem 2006. gadā nozares uzņēmumu kopējais apgrozījums sasniedza ap Ls 14,6 milj.

Atbilstoši CSP datiem nozarē strādājošo 2006. gadā uzņēmumu saraksts ir attēlots 3.5.1. tabulā.

3.5.1. tabula. Latvijas krāsu, pernicu u.tml. pārklājumu, tipogrāfijas krāsu un mastikas ražojošo uzņēmumu saraksts Latvijā 2006.gadā (alfabētiskā secībā)

| N | Uzņēmumu nosaukums |
|----------|---------------------------------------|
| 1. | SIA 'ANTIKORS S' |
| 2. | SIA 'BALTIJAS KRĀSU RŪPNĪCA' |
| 3. | SIA 'BETALS' |
| 4. | SIA 'BIOLARS' Olaines ķīmiskā rūpnīca |
| 5. | SIA 'COAT PRO' |
| 6. | SIA 'DELTA-S' ražošanas komercfirma |
| 7. | SIA 'K.S.PLUS' |
| 8. | SIA 'LONE' |
| 9. | SIA 'OPTILAT' |
| 10. | SIA 'RĪGAS LAKU UN KRĀSU RŪPNĪCA' |
| 11. | SIA 'SP PLUS' |
| 12. | SIA 'STAFORS' |

Avots: CSP nepublicētie dati

Spriežot pēc nepublicētiem CSP datiem Latvijas krāsu, pernicu u.tml. pārklājumu, tipogrāfijas krāsu un mastikas ražošana varētu būt klasificēta kā augsti koncentrēta. Analizējot nozares koncentrācijas līmeni, var secināt, ka no 12 uzrādītiem 3.5.1. tabulā uzņēmumiem, četru pēc apgrozījuma lielāko uzņēmumu īpatsvars kopējā nozares apgrozījumā 2006. gadā veidoja 94%, pārējiem 8 uzņēmumiem kopējais apgrozījums bija tikai 6% .

Turklāt arī Hērfindāhla – Hiršmana indekss (HHI=4116) liecina par augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē, jo HHI indeksa vērtība pārsniedz pieņemto kritisko robežu, kas parasti ir 1800 – 2000 līmenī.

Viens no lielākiem laku un krāsu materiālu ražotājiem Baltijas valstīs ir SIA „RĪGAS LAKU UN KRĀSU RŪPNĪCA”. Uzņēmums ražo plašu produkcijas sortimentu: emaljas krāsas, krāsas

fāsādēm, lakas, gruntēšanas līdzekļus, pernicu (paredzēta koka virsmas piesūcināšanai pirms krāsošanas) u.c. [2].

Jāatzīmē, ka nozares tirgus ir ļoti piesātināts ar importa produkciju. Plašais produkcijas piedāvājums Latvijas tirgū, tādu atzīto ārzemju zīmolu kā, Viva Color, Sadalin, Caparol, Tikkurila u.c. rada vietējiem ražotājiem, kas ražo līdzīgu produkciju, sīvu konkurenci. Tādēļ vietējie nozares uzņēmumi ir spiesti meklēt savu nišu, lai izbēgtu no šīs konkurences. Vērtējot identificēto uzņēmumu darbības specifiku, var secināt, ka pārējie krāsu, pernicu u.tml. pārklājumu, tipogrāfijas krāsu un mastikas ražošanas nozares tirgus dalībnieki ieņem savu noteiktu tirgus segmentu (nišu) un cenšas nekonkurēt savā starpā, ražojot specifisku (atšķirīgu) produkciju.

Tā, uzņēmums SIA „ANTIKORS” ražo dažāda veida ķīmiskos materiālus aizsardzībai pret koroziju - rūsas pārveidotāju, gruntskrāsu, epoksīdkrāsu, tepi, mastiku, alumīnija krāsu u.c. Savu produkciju realizē tikai vietējā tirgū.

SIA „BIOLARS” ražo krāsas un emaljas, lakas, šķīdinātājus, u.c. [3].

SIA „BETALS” ražo materiālu, kas piedod krāsai toni. Strādā galvenokārt pēc individuāliem pasūtījumiem un realizē produkciju tikai Latvijā.

Uzņēmums SIA „COAT PRO” krāsu un grunti ražo tikai savas firmas vajadzībām (durvju krāsošanai), jo uzņēmuma pamatnodarbošanās ir durvju ražošana.

SIA „K.S.PLUS” – ražo krāsu mēbelēm un uzņēmuma darbība saistīta ar mēbeļu ražotājiem.

Uzņēmums SIA „LONE” ražoja metāla aizsargkrāsas. Bet, sakarā ar pieprasījuma samazināšanos, nespēju ievest lētākas izejvielas no Krievijas, neatrodot lielākus pasūtītājus, ir nonācis finansiālās grūtībās un ražošanu apturējis un tiek lemts par uzņēmuma pārprofilēšanu un tālāko saimniecisko darbību – nesaistītu ar krāsu ražošanu.

Neskatoties uz to, ka pēc CSP datiem SIA „DELTA-S” un SIA „STAFORS” ir klasificēti kā krāsu, pernicu u.tml. pārklājumu, tipogrāfijas krāsu un mastikas ražotāji, reāli to darbības veids neatbilst NACE 1.1.red. kodam 24.3. Tā, SIA „DELTA-S” un SIA „STAFORS” atbilstoši uzziņu dienesta informācijai, nodarbojas ar būvmateriālu un būvkonstrukciju ražošanu [4].

Pētījuma gaitā konstatēts, ka SIA „BALTIJAS KRĀSU RŪPNĪCA” ir likvidēta 2007. gada beigās (14.12.2007.g.) [5].

Apkopojot minēto, var secināt, ka nozares tirgus dalībnieku identificēšana, balstoties tikai uz Centrālās statistikas pārvaldes datu izmantošanu nav pietiekama, nepieciešams papildus precizēt uzņēmumu darbības veidu, izmantojot citus informācijas avotus, kā, Internets, uzziņu dienesti (www.zl.lv, www.1188.lv), kontakti ar uzņēmumu pārstāvjiem.

3.5.2. Tirgū ienākšanas barjeru analīze

3.5.2.1. Ekonomiskie ierobežojumi

Jaunu tirgus dalībnieku ienākšanai nozares tirgū kā ļoti nozīmīgu šķērsli var minēt lielo investīciju apjomu, kas nepieciešams dārgu ražošanas iekārtu iegādei. Nozares eksperti norādīja, ka, lai atvērtu pat nelielu krāsu ražotni (līdz 15 produkcijas nosaukumiem), vajag ieguldīt vismaz Ls 100 tūkst., bet lielas modernas ražotnes atvēršana izmaksātu vairāk kā Ls 10 miljoni (skat. 1.1. barjeras aprakstu A tabulā).

Vērtējot iespēju nozares uzņēmumiem saņemt nepieciešamo finansējumu, konstatēts, ka uzņēmumiem, kas strādā nozarē jau ilgu laiku, nav grūti saņemt bankas kredītus investīcijām. Jauniem uzņēmumiem varētu rasties problēmas ar kredītu saņemšanu, jo bankas nelabprāt piešķir līdzekļus Latvijas ražošanai. Uzņēmuma darbības pārtraukšanas gadījumā bankai būtu sarežģīti realizēt specifiskās iekārtas (skat. 1.1. barjeras aprakstu A tabulā).

Nozarē nepieciešamais minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis ir salīdzinoši augsts un tas nopietni apgrūtina jaunienācēju ienākšanu tirgū. Tāpēc atvērt mazu ražotni nebūtu ekonomiski izdevīgi, bet atvērt lielu ražotni – bez investīcijām, vēl jābūt stabilam un apjomīgam produkcijas noietam, ko pie nozares piesātinātā tirgus Latvijā grūti panākt. Bez savas tirgus nišas jaunienācējam sarežģīti konkurēt ar tirgū jau esošiem uzņēmumiem, jaunienācējs nespēs uzreiz piedāvāt produkciju lielā apjomā, par zemāku (nekā tirgū esošie uzņēmumi) cenu un uz izdevīgākiem nosacījumiem (skat. 1.2. barjeras aprakstu A tabulā).

Vairumam krāsu ražojošiem uzņēmumiem produkcija ir specifiska (atšķirīga), tāpēc sasniegt pārākumu izdevumu līmenī Latvijā ražojošo uzņēmumu starpā nav iespējams. Priekšrocības tirgū var gūt tie uzņēmumi, kas produkciju ražo lielos apjomos (piemēram, SIA „RĪGAS LAKU UN KRĀSU RŪPNĪCA”). Jaunienācējam tirgū iegūt īpašus nosacījumus vai atvieglojumus izejvielu iegādē ir ļoti sarežģīti, bet, uzsākot darbību, ievest pašam izejvielas nelielos daudzumos būtu ekonomiski neizdevīgi. Priekšrocības tirgū var gūt tikai tie uzņēmumi, kas ražo savu produkciju lielos apjomos (skat. 1.3. barjeras aprakstu A tabulā).

Pastāv arī ekonomiskais risks, kas būtiski ietekmē jaunienācēju ienākšanu tirgū - inflācija, kredītprocentu pieaugums, energoresursu un izejvielu sadārdzināšana, darba algas pieaugums utt. Izejvielu cenu pieaugums un energoresursu sadārdzināšana ietekmē arī gatavās produkcijas cenu celšanu. Ekonomiskās recesijas laikā ienākšana tirgū ir apgrūtināta (skat. 1.5. barjeras aprakstu A tabulā).

Eksperti atzīst, ka muitas ierobežojumi šajā nozarē nav īpaši liels šķērslis, jo eksports tiek vērsts galvenokārt uz ES un NVS valstīm (skat. 1.5. barjeras aprakstu A tabulā).

3.5.2.2. *Administratīvie/organizatoriskie ierobežojumi*

Galvenos nosacījumus, ko nepieciešams ievērot darbojoties krāsu, pernicu u.tml. pārklājumu, tipogrāfijas krāsu un mastikas ražošanas nozarē nosaka „Ķīmisko vielu un ķīmisko produktu likums”. Šis likums reglamentē darbību ar ķīmiskajām vielām un ķīmiskajiem produktiem, kas aptver uzraudzību, kontroli un prasības informācijas apribei, darbību veicēja pienākumus, ierobežojumus attiecībā uz darbībām ar ķīmiskajām vielām un ķīmiskajiem produktiem un atbildību par pārkāpumiem. Uzņēmējdarbības veidu speciāla licencēšana nav paredzēta. (skat. 2.1.barjeras aprakstu A tabulā).

Ražošanas uzsākšanai, jāsaņem atļauju - B kategorijas piesārņojošās darbības veikšanai. Tā ir iegūstama saskaņā ar Ministru kabineta 2002.gada 07.septembra noteikumiem Nr. 294 „Par A, B un C kategorijas piesārņojošo darbību pieteikšanas un A un B kategorijas atļauju izsniegšanas kārtību”[6]. Atļauju izsniedz, atbilstoši likumam „Par piesārņojumiem”, Reģionālā vides pārvalde pēc iekārtas darbības vietas (28.pants). Iesniegumā atļaujas saņemšanai ir jāsniedz informācija par iekārtām un to darbību, par izejvielām un palīgmateriāliem, iekārtas emisijas avotiem, vides apstākļiem iekārtas darbības vietā, to vielu raksturu un daudzumu, kuras varētu tikt emitētas no iekārtas ūdenī, gaisā vai augsnē, kā arī emisijas būtisko ietekmi uz vidi, pasākumiem, kas tiks veikti, lai novērstu vai samazinātu atkritumu ražošanu un pārstrādātu iekārtas radītos atkritumus, kārtību, kādā paredzēts veikt piesārņojošās darbības monitoringu [7]. Ražotāja rīcībā jābūt pilnai informācijai par visām ķīmiskajā produktā iekļautām vielām. Veidojot produktu, jāizvērtē, vai uz kādu no produkta sastāvdaļām neattieksies ierobežojumi vai aizliegumi. Produktu klasifikāciju var noteikt, pamatojoties uz: 1) laboratorijas pētījumiem (Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijas 2002.gada 03.maija rīkojums Nr.79), vērā var tikt ņemti arī zinātniski pamatoti pētījumi, statistikas dati; 2) aprēķiniem, kuros ņemta vērā produktā esošo vielu bīstamība.

Turklāt, ķīmiskās vielas vai ķīmiskā produkta ražotājs vai importētājs to klasificē un marķē saskaņā ar Ministru kabineta 2002.gada 12.marta noteikumiem Nr.107 „Ķīmisko vielu un ķīmisko produktu klasificēšanas, marķēšanas un iepakojšanas kārtība” [8].

Ja izstrādājums ir paredzēts rūpnieciskai vai citai profesionālai izmantošanai vai, ja izstrādājums tiek piegādāts vairumtirdzniecībā, atbildīgā persona pirms ķīmiskās vielas vai ķīmiskā produkta pirmreizējās piegādes vai vienlaikus ar ķīmiskās vielas un ķīmiskā produkta piegādi bez maksas nosūta minētās vielas vai produkta saņēmējam rakstiski vai elektroniski noformētu drošības datu lapu (DDL), saskaņā ar Ministru kabineta 2004.gada 24.februāra noteikumiem Nr.105 «Kārtība, kādā aizpildāmas un nosūtāmas ķīmisko vielu un ķīmisko produktu drošības datu lapas». Drošības datu lapā sniedz informāciju par ķīmisko vielu un ķīmisko produktu fizikālajām un

ķīmiskajām īpašībām, kas nosaka to bīstamību un iespējamos riskus, kā arī norāda drošības pasākumus, kas veicami, lai nodrošinātu vides un cilvēka dzīvības un veselības aizsardzību [9].

Eksperti atzīmēja, ka reglamentējošo prasību, kā šķēršļa darbībai nozarē, nozīmību kopumā var raksturot kā vidēju.

Ja uzņēmums vēlas paplašināt savu darbību, piesaistīt pasūtītāju loku, apliecināt savu darbību starptautiskā līmenī, tam ir lietderīgi iegūt ISO 9001:2000 sertifikātu. Šis sertifikāts apliecina, ka uzņēmums uztur savu kvalitātes vadības sistēmu un atbilst vienotiem kvalitātes standartiem.

Bez tam, saskaņā ar REACH (European Community Regulation on Chemicals) regulas nosacījumiem visiem ķīmisko vielu ražotājiem un importētājiem ES Ķīmisko vielu Aģentūrai ir jāiesniedz informācija par katras vielas sastāvu, īpašībām un ietekmi (vielas „technical dossier” gadījumā, ja importētas vai saražotas vielas daudzums gadā pārsniedz 1 tonnu) un ķīmiskās drošības ziņojumu (ja importētas vai saražotas vielas daudzums gadā pārsniedz 10 tonnas). REACH (European Community Regulation on Chemicals) regula nosaka kārtību, kādā tiek veidota vienota ES datu bāze par vairāk nekā 100 tūkstošiem ķīmiskām vielām ar mērķi tās iereģistrēt, identificēt, aprakstīt un novērtēt [10] (skat. 2.3. barjeras aprakstu A tabulā).

3.5.2.3. Tirgus dalībnieku vertikālas vienošanās rezultātā izveidotās barjeras

Uzņēmumiem, kas sen darbojas tirgū, jau izveidoti sakari ar izejvielu piegādātājiem. Kā atzīmēja nozares eksperti, uzņēmumiem īpašas problēmas ar izejvielu piegādātājiem nerodas. Lielākā daļa no izejvielu piegādātājiem ir nevis produkcijas ražotāji, bet izplatītāji (starpnieki).

Neskatoties uz to, vai izejvielu iegādātājs ir jaunienācējs, vai sen strādājošs tirgus dalībnieks, Latvijas uzņēmumu vidū neveidojas īpašas priekšrocības izejvielu iegādē kādam atsevišķam uzņēmējam. Tomēr jāatzīmē, ka izejvielu iegādes cena ir atkarīga no to apjoma un jaunienācējs, uzsākot darbību, spiests saņemt izejvielas par neizdevīgāku cenu, jo nespēj nodrošināt lielus pasūtījumu apjomus.

Tāds liels Latvijas uzņēmums kā SIA „RĪGAS LAKU UN KRĀSU RŪPNĪCA” izejvielas saņem no plaša piegādātāju loka no dažādām valstīm.

Neskatoties uz to, ka izejvielu cena un kvalitāte tiek nopietni apspriesta, slēdzot piegādes līgumus, jāatzīmē, ka, ražojot īpaša veida (specifisko) produkciju, rodas paaugstinātas prasības izejvielu kvalitātei (piemēram, SIA „BETALS”).

Labas partnerattiecības ar izejvielu piegādātājiem veidojas ilgtermiņā, tādēļ jaunienācējam nozares tirgū arī labu piegādātāju atrašana būtu nozīmīgs šķērslis.

Lieli uzņēmumi realizē savu produkciju citu uzņēmumu veikalos vai savos veikalos. Tā, SIA „RĪGAS LAKU UN KRĀSU RŪPNĪCA” piegādā savu produkciju ap 100 uzņēmumiem Latvijā,

kā arī realizē produkciju vairumtirgotājiem ārzemēs. Savus veikalus izmanto galvenokārt prezentācijas nolūkos, lai piedāvātu jaunu produkciju tirgū.

Uzņēmumi, kas ražo specifisku produkciju, realizē savu produkciju konkrētiem pasūtītājiem. Tāpēc pastāv cieša sadarbība starp ražojošiem uzņēmumiem un viņu produkcijas pasūtītājiem. Līdz ar to gadījumā, ja potenciālais jaunienācējs nolems iekļauties kādā uzņēmuma jau izveidotā tirgus nišā, tad viņš var saskarties ar papildus šķēršļiem (skat. 3. barjeras aprakstu A tabulā).

3.5.2.4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība

Tirgus infrastruktūras neatbilstība var tikt noteikta kā nozīmīgs šķērslis jaunienācējiem, jo šajā nozarē strādājošie uzņēmumi jau izveidojuši nepieciešamo pārvadājumu sistēmu, izmantojot savu transportu, vai noslēdzot līgumu ar transporta kompānijām, uzcēluši un aprīkojuši noliktavu telpas. Sen strādājošiem uzņēmumiem, kuriem pieder gan ražošanas telpas, gan noliktavas, ir priekšrocības salīdzinājumā ar jaunienācējiem, jo par telpu izmantošanu nav jāmaksā.

Jaunienācējam atbilstošās infrastruktūras veidošanai nepieciešams laiks un līdzekļi, pie tam tas var būt diezgan grūti, salīdzinot ar jau izveidotas infrastruktūras priekšrocībām, kuras izmanto jau esošie tirgus dalībnieki (skat. 4. barjeras aprakstu A tabulā).

3.5.2.5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras

Celtniecības krāsu segmentā Latvijas ražotāju vienīgā iespēja konkurēt ar Latvijas tirgū plaši piedāvātām populārām ārzemju ražotāju krāsām, ir produkcijas zemāku cenu piedāvāšana. Tieši šī stratēģija ir uzņēmuma SIA „RĪGAS LAKU UN KRĀSU RŪPNĪCA” darbības pamatā. Ņemot vērā lielās uzņēmuma priekšrocības, kas ir atzīmētas 2.3., 2.4.nodaļā, padara ļoti apgrūtinātu jaunienācēju parādīšanos dotajā produkcijas segmentā.

Kuģu un automobiļu krāsu segmentā, tādu lielu ražotāju Latvijas tirgū, kā SIA „RĪGAS LAKU UN KRĀSU RŪPNĪCA” nevar uzskatīt par konkurentu dotās produkcijas ārzemju ražotājiem.

Uzņēmumi, kas ražo pēc savām īpašībām atšķirīgu produkciju, ir samērā neatkarīgi no citu nozares uzņēmumu stratēģiskās uzvedības tirgū (skat. 5. barjeras aprakstu A tabulā).

3.5.2.6. Preču pieprasījuma ierobežojumi

Vairāku Latvijas krāsu ražošanas uzņēmumu darbība ir vērsta galvenokārt uz vietējā tirgus pieprasījuma apmierināšanu. Latvijas krāsu un tml. pārklājumu ražošanas nozares tirgus ir piesātināts. Tas rada šķēršļus jaunienācēju ienākšanai tirgū (skat. 6. barjeras aprakstu A tabulā).

Jaunienācēju ienākšana tirgū ir iespējama tikai veidojot specifisku produktu vai ražojot produkciju, kura ir nepieciešama konkrētam patērētājam. Tomēr, sakarā ar celtniecības apjomu samazināšanos Latvijā, 24.3. nozares produkcijas pieprasījums arī ir samazinājies, tas veido papildus šķēršļus un samazina jaunienācēja iespēju iekļūt tirgū.

Vietējā tirgus ierobežotība un piesātinātība spiež uzņēmumu meklēt produkcijas realizācijas iespējas ārpus Latvijas (ES un NVS valstu tirgos). Tā, SIA „RĪGAS LAKU UN KRĀSU RŪPNĪCA” eksportē savu produkciju uz Igauniju, Krieviju, Lietuvu, Ukrainu [11].

Pie tam, produkcijas pieprasījuma samazināšanās piespiež Latvijas uzņēmumus mainīt savu darbības virzienu (piemēram, SIA „LONE”) vai pilnīgi izstāties no tirgus (piemēram, SIA „BALTIJAS KRĀSU RŪPNĪCA”).

A tabula. Jaunienācēju draudu (tirgus barjeru) novērtēšana Latvijas Krāsu, pernicu u.tml. pārklājumu, tipogrāfijas krāsu un mastikas ražošanā (24.3)

| Barjeras veids | Vai konkrētā barjera būtu likvidējama vai tās ietekme samazināma. Nepieciešamie pasākumi to īstenošanai | Barjeras ietekmes nozīmīgums | | | Īss apraksts (kāpēc, analizējot konkrēto barjeru tiek uzskatīts, ka barjeras ietekme ir nenozīmīga/nozīmīga, ļoti nozīmīga) |
|--|--|------------------------------|-----------|----------------|---|
| | | Neno zīmī ga | Nozī mīga | Ļoti nozī mīga | |
| 1. Ekonomiskie ierobežojumi | | | | | |
| 1.1. Nepieciešami liela apjoma kapitālieguldījumi, investīcijas, starta kapitāls (dārgu aprīkojumu dēļ, dārgu izejvielu dēļ, augstu nodokļu dēļ, reģistrācijas, licenzēšanas izdevumu dēļ) | Barjeru nav iespējams likvidēt, jo darbības uzsākšanai ir nepieciešamas investīcijas | | | ✓ | Ir nepieciešams liels starta kapitāls ražošanas iekārtu un nekustamā īpašuma iegādei un infrastruktūras izveidei. Pēc nozares ekspertu vērtējuma, lai atvērtu pat nelielu krāsu ražotni (līdz 15 produkcijas nosaukumiem), vajag ieguldīt vismaz Ls 100 tūkst., bet lielas modernas ražotnes atvēršana izmaksātu vairāk kā Ls 10 miljoni. |
| 1.2. Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis | Barjeras ietekme varētu būt mazināma ar speciālo valsts atbalsta programmu īstenošanu oriģinālu produktu ražošanas jomā. | | ✓ | | Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis ir augsts un tas nopietni apgrūtina jaunienācēju ienākšanu tirgū. Bez savas tirgus nišas jaunienācējam grūti konkurēt ar tirgū jau esošiem uzņēmumiem, jaunienācējs nespēs uzreiz piedāvāt produkciju lielā apjomā, par zemāku (nekā tirgū esošie uzņēmumi) cenu un izdevīgākiem nosacījumiem |
| 1.3. Absolūtais pārākums izdevumu līmenī | Barjeru likvidēt grūti, jo jaunajiem tirgus dalībniekiem sarežģīti darbības sākumā panākt pārākumu izdevumu līmenī. | | ✓ | | Katra nozares uzņēmuma produkcija ir specifiska (atšķirīga). Tāpēc praktiski nav iespējams sasniegt absolūto pārākumu izdevumu līmenī starp Latvijā ražojošiem uzņēmumiem. Priekšrocības tirgū var gūt tikai tie uzņēmumi, kas ražo savu produkciju |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|--|
| | | | | | lielos apjomos. |
| 1.4. Investīciju piesaiste un kredītu izmantošanas/ piešķiršanas nosacījumi | Barjera jauniem uzņēmumiem grūti likvidējama, jo bankas nav atsaucīgas kreditēt ražošanas nozares uzņēmumus, uzskatot ražošanas projektu finansēšanu par riskantu. | | ✓ | | Uzņēmumiem, kas strādā nozarē jau ilgu laiku, nav grūti saņemt bankas kredītus investīcijām. Jauniem uzņēmumiem varētu rasties problēmas ar kredītu saņemšanu, jo bankas nelabprāt piešķir līdzekļus Latvijas ražošanai, jo darbības pārtraukšanas gadījumā, bankai ir grūti realizēt specifiskās iekārtas. |
| 1.5. Ekonomiskie riski (izejvielu cenu pieaugums, finanšu riski (valūtas)) | Ir mazināma, makroekonomiskās situācijas uzlabošanas un pasaules energo krīzes pārvarēšanas rezultātā (Ekonomiskās vides nenoteiktības mazināšana) | | | ✓ | Ārkārtīgi svarīga problēma ir izejvielu cenu pieaugums un energoresursu sadārdzināšanās, kas ietekmē gatavās produkcijas cenu celšanu un inflācijas procesu eskalāciju Latvijā un ES. Ekonomiskās recesijas laikā ienākšana tirgū ir apgrūtināta. |
| 1.6. Muitas režīmi, cenu un tarifu noteikšana | Barjera praktiski nav likvidējama, izņemot gadījumus, kad starpvalstu vienošanās rezultātā tiek atviegloti ārējas tirdzniecības nosacījumi (mainās tirdzniecības režīms, palielinās vai atcelts kvotu apjoms, mazinās tarifi) | ✓ | | | Eksperti atzīst, ka muitas ierobežojumi šajā nozarē nav īpaši liels šķērslis, jo eksports tiek vērsti galvenokārt uz ES un NVS valstīm. |
| 2. Administratīvi ierobežojumi | | | | | |
| 2.1. Uzņēmējdarbības veidu licencēšana | - | | ✓ | | Uzņēmējdarbības veidu speciāla licencēšana nav paredzēta |
| 2.2. Šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanai vai nomāšanai | Barjeru nav iespējams likvidēt, pārsvarā atkarīga no pašvaldības vai valsts noteikumiem. Daudzi jaunienācēji ir ražošanas ēkas, noliktavas vai citus ražošanai nepieciešamos infrastruktūras | | | ✓ | Nozarē nav konstatēti kādi speciāli nosacījumi zemes vai ražošanas ēku iegādei. Jaunienācējiem var rasties grūtības, saistītas ar ražošanas ēku būvi, tai skaitā būvprojektēšanas uzsākšanu, būvprojekta akcepta saņemšanu, būvdarbu uzsākšanu utt. |

| | | | | | |
|--|--|--|--|---|--|
| | objektus. Daži pat cenšas iekārtot ražošanas telpas industriālo parku teritorijās. | | | | |
| 2.3. Kvalitātes prasības un ekoloģiskie ierobežojumi (aizliegums paplašināt noteikta preču tirgus darbības apjomu, celt jaunus ražošanas objektus, ierobežojumi transporta komunikāciju izveidei, dažādu vides aizsardzības institūciju noteiktie aizliegumi u.c.) | Barjeru nav iespējams likvidēt. Potenciāliem jaunienācējiem obligāti ir jāievēro visas prasības un noteikumus. | | | ✓ | Jāievēro papildus prasības kvalitātes un drošības sistēmai: 1. Jāsaņem atļauju B kategorijas piesārņojošās darbības veikšanai saskaņā ar direktīvu par integrēto pieeju piesārņojuma novēršanai un kontrolei (izsniedz, atbilstoši likumam „Par piesārņojumiem”, Reģionālā vides pārvalde pēc iekārtas darbības vietas); 2. Sertifikāts ISO 9001:2000 apliecina uzņēmuma kvalitātes vadības sistēmas atbilstību starptautiskajam standartam; 3. REACH ² regulas noteikumu ieviešana Latvijā (European Community Regulation on Chemicals, EC1907/2006), veidojot vienotu apraksta un informācijas apmaiņu sistēmu jaunām un jau esošām ķīmiskām vielām. |
| 3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Brīva pieejamība resursiem un /vai realizācijas kanāliem, korporatīvo sakaru priekšrocības. | Barjera ir grūti likvidējama ražošanas procesa specifikas dēļ. | | | ✓ | <i>Vienošānās ar izejvielu piegādātājiem:</i> . Jaunienācējs, uzsākot darbu, spiests saņemt izejvielas par neizdevīgāku cenu, jo nespēj nodrošināt lielus iepirkšanas apjomus. Uzņēmumiem, kas ražo specifisku produkciju, veidojas cieši kontakti ar produkcijas pasūtītājiem. Ja potenciālais jaunienācējs nolems iekļauties kādā uzņēmuma jau izveidotā tirgus nišā, tad viņš var sastapties ar papildus šķēršļiem. <i>Vienošānās par realizācijas kanāliem:</i> |

² Angl.: Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemical substances

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|--|
| | | | | | <p>Lieli uzņēmumi realizē savu produkciju gan citu uzņēmumu veikalos, gan savos.</p> <p>Uzņēmumi, kas ražo specifisku produkciju, realizē to konkrētiem pasūtītājiem.</p> <p>Tāpēc pastāv cieša sadarbība starp ražojošiem uzņēmumiem un viņu produkcijas pasūtītājiem.</p> |
| 4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība | | | | | |
| Nodrošinājums ar komunikācijām (transporta un sakaru), noliktavām, tirdzniecības platībām, informāciju, ceļiem. | Barjera ir grūti likvidējama, jo lielākie ražojošie uzņēmumi strādā Latvijas tirgū jau ilgus gadus, kas ļāva viņiem izveidot nepieciešamu infrastruktūru. | | ✓ | | <p>Nozarē strādājošie uzņēmumi jau izveidojuši nepieciešamo infrastruktūru. Sen strādājošiem uzņēmumiem, kuriem pieder gan ražošanas telpas, gan noliktavas ir priekšrocības salīdzinājumā ar jaunienācējiem, jo par telpu izmantošanu nav jāmaksā.</p> <p>Jaunienācējam atbilstošās infrastruktūras veidošanai nepieciešams laiks un līdzekļi.</p> |
| 5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Produkcijas realizācijas apstākļu noteikšana, Valsts pasūtījumu izpilde | Barjeru nevajag likvidēt, jo tas nedos guvumu konkurences veicināšanai. | ✓ | ✓ | | <p>Celtniecības un remonta krāsu segmentā Latvijas ražotāju vienīgā iespēja konkurēt ar plaši piedāvātām Latvijas tirgū populārām ārzemju ražotāju krāsām, ir zemāku cenu piedāvājums produkcijai.</p> <p>Uzņēmumi, kas ražo specifisku (atšķirīgu) produkciju, ir samērā neatkarīgi no citu nozares uzņēmumu stratēģiskās uzvedības tirgū. Katrs nozares uzņēmums veido un realizē savu uzvedības stratēģiju tirgū.</p> |
| 6. Preču pieprasījuma ierobežojumi | | | | | |
| Tirgus piesātinātība ar produktu un aizstājējproduktiem, pieprasījuma apmierināšanas līmenis(patērētāju pirktspēja) sasniegšana, preču pieprasījuma iespējamie | Barjera nav likvidējama, bet ir iespēja palielināt noietu, eksportējot produkciju ārpus Latvijas. | | | ✓ | <p>Latvijas vietējā tirgus ietilpība ir ierobežota, kas būtiski apgrūtina jaunu dalībnieku ienākšanu tirgū. Sakarā ar celtniecības apjomu samazināšanos Latvijā, 24.3. nozares</p> |

| | | | | | |
|--------------|--|--|--|--|---|
| ierobežojumi | | | | | produkcijas pieprasījums arī ir samazinājies. Vietējā tirgus ierobežotība un piesātinātība spiež uzņēmumus meklēt produkcijas realizācijas iespējas ārpus Latvijas (ES un NVS valstu tirgos). |
|--------------|--|--|--|--|---|

Avots: RSEBAA apkopojums

Nobeigums

Pēc tirgū ienākšanas barjeru veiktās analīzes kopējo konkurences vidi Latvijas krāsu, pernicu u.tml. pārklājumu, tipogrāfijas krāsu un mastikas ražošanas nozarē nevar viennozīmīgi raksturot tikai ar koncentrācijas indeksiem (CR4 un HHI).

Analizējamās nozares specifika ir saistāma ar plašu ārzemju produkcijas sortimentu piedāvājumu Latvijas tirgū, kas rada vietējiem ražotājiem, kas ražo līdzīgu produkciju, sīvu konkurenci. Tādēļ vietējie nozares uzņēmumi, lai izbēgtu no šīs konkurences, ir spiesti meklēt savu nišu. Vērtējot identificēto uzņēmumu darbības specifiku, jāsecina, ka vairāki krāsu, pernicu u.tml. pārklājumu, tipogrāfijas krāsu un mastikas ražošanas nozares tirgus dalībnieki ieņem savu noteiktu tirgus segmentu (nišu) un cenšas nekonkurēt savā starpā, ražojot specifisku (atšķirīgu) produkciju.

Vairāku Latvijas krāsu ražošanas uzņēmumu darbība ir vērsta galvenokārt uz vietējā tirgus pieprasījuma apmierināšanu. Latvijas krāsu un tml. pārklājumu ražošanas nozares tirgus ir piesātināts.

Jaunienācēju rašanās tirgū ir iespējama tikai veidojot specifisku produktu vai ražojot produkciju, kura ir nepieciešama konkrētam patērētājam.

Balstoties uz paveikto analīzi LR Ekonomikas ministrijai un LR Konkurences padomei var ieteikt:

1. Veicināt Latvijā ražotās produkcijas eksportu, finansiāli atbalstot Latvijas uzņēmumu piedalīšanos starptautiskās izstādēs vai izstāžu sagatavošanu Latvijā.
2. Apsvērt iespēju atvieglot jaunienācējiem kreditēšanas nosacījumus, atceļot aizdevuma atmaksas uzņēmuma pirmajā darbības gadā.

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti:

1. http://www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=4469&cl_cat=0&p_cid=76&p_vid=1063&p_action=2&p_list_type=2&p_list_level=0#60638
2. <http://www.rilak.lv/>
3. <http://www.biolars.lv/pub/lat/index.html>
4. www.zl.lv
5. www.lursoft.lv
6. http://www.vidm.gov.lv/lat/likumdosana/normativie_akti/files/text/Likumd/piesarnojums//294_2002.doc
7. http://www.vidm.gov.lv/lat/likumdosana/normativie_akti/files/text/Likumd/piesarnojums//par_piesarnojumu.doc
8. http://www.vidm.gov.lv/lat/likumdosana/normativie_akti/files/text/Likumd/kimija//88_2007.doc
9. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=84897>
10. http://ec.europa/environment/chemicals/reach/pdf/2007_02_reach_in_brief.pdf
11. <http://www.gs1.lv/?id=&mid=10&smi=8&lapa=visi>
12. http://www.virums.lv/index.php?option=com_content&task=view&id=245&Itemid=102PC.
13. Intervija ar nozares ekspertu SIA „K.S. Plus”
14. Intervija ar nozares ekspertu SIA „Betals”

15. Intervija ar nozares ekspertu SIA „Rīgas Laku un Krāsu rūpnīca”

3.6. Farmaceutisko, medicīnisko un fitoķīmisko preparātu ražošana(24.4)

3.6.1. Vispārīgs nozares apraksts

Latvijas farmācijas nozare ir viena no nedaudzajām nozarēm, kura veido tā saukto augsto tehnoloģiju sektoru Latvijā. Kaut arī šī sektora kopējais īpatsvars Latvijas apstrādes rūpniecībā veidoja tikai 5,2% (rēķinot pēc pievienotas vērtības nozares: farmācija un elektrisko un optisko iekārtu ražošana), investīcijas farmācijas uzņēmumos pētniecībā un attīstībā ir ievērojami lielākas nekā citās nozarēs [2].

Starp tirgus dalībniekiem Latvijas farmaceitisko preparātu tirgū var nodalīt trīs pamatgrupas:

- farmaceitiskās produkcijas ražotājus;
- farmaceitiskās produkcijas izplatītājus (pārsvarā lieltirgotājus/vairumtirgotājus);
- farmaceitisko preparātu pārdevējus (mazumtirgotājus/apmaksas).

Farmaceutiskās produkcijas ražošana, izplatīšana un pārdošana ir strikti reglamentēta un notiek Zāļu valsts aģentūras (ZVA) pārraudzībā. Tieši ZVA nodarbojas ar zāļu reģistrāciju, apkopo un kontrolē informāciju par zāļu kvalitāti, to atbilstību tehniski normatīvām prasībām; pārbauda ārstnieciskās iestādes atbilstību labas klīniskās prakses prasībām, izsniedz zāļu ražošanas uzņēmumiem labas ražošanas prakses atbilstības sertifikātus un veido datu bāzi par zāļu lietošanas statistiku [13].

Pēc CSP datiem saskaņā ar NACE 1.1. klasifikāciju, farmaceitisko, medicīnisko un fitoķīmisko preparātu ražošanā (nozares numurs 24.4.) 2006.gadā darbojās 22 uzņēmumi, kas ir par 6 uzņēmumiem vairāk nekā 2004.gadā. Šīs nozares darbībā ietilpst kā farmaceitisko pamatvielu (ārstnieciski aktīvās vielas, izmantojamas medikamentu ražošanā), tā arī farmaceitisko preparātu (medikamentu: vakcīnas, serumi, ķīmiskie un hormonālie līdzekļi, zobārstniecības pildmateriāli utt.) ražošana [14]. Pēc CSP datiem 2006.gadā 15 lielākie uzņēmumi farmaceitisko pamatvielu un preparātu ražotāji tiek atspoguļoti 3.6.1. tabulā.

Savukārt ZVA dati atspoguļo Latvijas zāļu ražotājus, kam tika dotas tiesības zāles ražot, kā arī importēt tās zāļu ražošanas vajadzībām no trešajām valstīm (ārpus ES teritorijas) sākot no 2008.gada 27 jūnija (skat.3.6.1.tabulu).

3.6.1. tabula. Pēc CSP un ZVA datiem zāļu ražojošo uzņēmumu saraksts Latvijā 2006. un 2008.gadā

| Pēc CSP datiem 15 lielākie farmaceitisko produkciju ražojošie uzņēmumi 2006.gadā | | Pēc ZVA datiem licencēto zāļu ražotāju saraksts, kas ir spēkā no 27.06.2008 | |
|---|------------------|--|-------------------------------------|
| N | Nosaukums | Nosaukums | Licences izsniegšanas datums |

| | | | |
|-----|--|--|--|
| 1. | 'BALTIJAS TERAPEITISKAIS SERVISS' | „BALTIJAS TERAPEITISKAIS SERVISS” SIA | 20.12.2007 (uz nenoteiktu laiku) |
| 2. | 'GRINDEKS' AS | „GRINDEKS” AS | 11.12.2007 (uz nenoteiktu laiku) |
| 3. | 'LMP' SIA | LMP” SIA | 24.10.2007 uz nenoteiktu laiku) |
| 4. | 'MEDPRO INC.' SIA | „MEDPRO INC.” SIA | 23.09.2006 (uz nenoteiktu laiku) |
| 5. | 'OLAINFARM' AS | „Olainfarm” AS | 23.01.2006 (uz nenoteiktu laiku) |
| 6. | 'RĪGAS FARMACEITISKĀ FABRIKA' AS | „RĪGAS FARMACEITISKĀ FABRIKA” AS | 20.02.2006 (uz nenoteiktu laiku) |
| 7. | 'SILVANOLS' SIA | „SILVANOLS” SIA | 23.04.2006 (uz nenoteiktu laiku) |
| 8. | 'DEIRO' SIA | „AGA” SIA (Ogrē un Valmierā) | 24.10.2007 un 20.02.2006 (uz nenoteiktu laiku) |
| 9. | 'DR.LEOPOLDS' SIA | AG FARM BALTIC” SIA | 16.06.2006 (uz nenoteiktu laiku) |
| 10. | 'EDFARM' SIA | „ANISS” SIA, farmaceitiskā firma | 11.12.2007 (uz nenoteiktu laiku) |
| 11. | 'MEDICAMINA' zinātniskais ražošanas uz | „BRIZ” Sabiedrība ar ierobežotu atbildību | 20.12.2007 (uz nenoteiktu laiku) |
| 12. | 'OLKO' SIA | ELPIS” SIA | 11.12.2007 (uz nenoteiktu laiku) |
| 13. | 'SUTURA BALTICA Ltd.' SIA | „ELME MESSER METALURGS” LSEZ SIA | 24.10.2007 (uz nenoteiktu laiku) |
| 14. | 'SYNTAGON BALTIC' SIA | „ELVIM” SIA | 21.11.2007 (uz nenoteiktu laiku) |
| 15. | 'ŠAAR' SIA | „Farm-ekspres” SIA farmaceitiskā kompānija | 17.06.2006 (uz nenoteiktu laiku) |
| 16. | | „JELGAVFARM” SIA | 20.12.2007 (uz nenoteiktu laiku) |
| 17. | | „HOMEOPĀTIJA” SIA | 21.09.2007 (uz nenoteiktu laiku) |
| 18. | | „Kalceks” AS | 21.11.2007 (uz nenoteiktu laiku) |
| 19. | | „MAGNUM MEDICAL” SIA | 20.02.2006 (uz nenoteiktu laiku) |
| 20. | | MEPHA BALTIC” SIA | 20.02.2006 (uz nenoteiktu laiku) |
| 21. | | ORIOLA RĪGA” SIA | 23.01.2006 (uz nenoteiktu laiku) |
| 22. | | „PLIVA” SIA | 24.10.2007 (uz nenoteiktu laiku) |
| 23. | | „RECIPE PLUS” AS | 21.11.2007 (uz nenoteiktu laiku) |
| 24. | | RĪGAS REPRODUKCIJAS CENTRS” SIA | 12.05.2006 (uz nenoteiktu laiku) |
| 25. | | „Roche Latvija” SIA | 21.11.2007 (uz nenoteiktu laiku) |
| 26. | | „Tamro” SIA | 20.12.2007 (uz nenoteiktu laiku) |
| 27. | | „UNIFARMA” SIA | 21.11.2007 (uz nenoteiktu laiku) |

Avots: CSP npublicētie dati, www.vza.gov.lv

Neskatoties uz zināmu CSP un ZVA datu atšķirību un analizējamā laika perioda nesaskaņotību, viennozīmīgi var konstatēt, ka starp nomināli eksistējošiem Latvijas zāļu ražošanas uzņēmumiem vismaz divu gadu laikā no 2006.g. līdz 2008.gadam šajā nozarē stabili aizņem 7 Latvijas uzņēmumi (AS „GRINDEKS”, AS 'OLAINFARM', SIA „BALTIJAS TERAPEITISKAIS SERVISS”, SIA „LMP”, MEDPRO INC.” SIA, AS „RĪGAS FARMACEITISKĀ FABRIKA”, SIA „SILVANOLS”), vairumam no kuriem ražošanas licence tika izsniegta vēl 2006.gadā. Savukārt divi no augstāk minētiem uzņēmumiem veido Latvijas farmaceitiskās ražošanas rūpniecības pamatu - AS „Grindeks” un AS „Olainfarm”, kas aktīvi nodarbojas ne tikai ar zāļu ražošanu, bet arī veic zāļu formu izgatavošanu, turpina oriģinālo preparātu izstrādi un attīsta jaunu medikamentu ražošanu. 2007.gadā tikai šo divu uzņēmumu īpatsvars kopējā nozares apgrozījumā veidoja ap 90%.

Spriežot pēc npublicētiem CSP datiem Latvijas farmaceitisko, medicīnisko un fitoķīmisko preparātu ražošana varētu būt klasificēta kā augsti koncentrēta. Tā 2006.gadā četru nozares

vislielāko uzņēmumu (AS „GRINDEKS”, AS 'OLAINFARM', SIA „BALTIJAS TERAPEITISKAIS SERVISS” un SIA „MEDPRO INC.”) īpatsvars kopējā nozares apgrozījumā veidoja 95%. Turklāt arī 2006.gadam aprēķinātais Hērfindāhla – Hiršmana indekss (HHI = 4840) liecina par augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē, jo indeksa vērtība krietni pārsniedz koncentrācijas kritisko robežu (kad HHI ir augstāks var 1800 – 2000 vērtību).

Tā kā 2007. gadā nozares kopējais apgrozījums sasniedza ap Ls 77,4³ milj., tad spriežot pēc ZVA publicētiem datiem par pārliecinošu līderi farmaceitisko produkciju ražošanā kļuva AS „Grindeks”, sasniedzot 51,81 miljonu latu apgrozījumu. Otrajā pozīcijā atrodas AS „Olainfarm” ar 17,68 miljonu latu lielu kopējo apgrozījumu. Tiem seko SIA „Medpro Inc.” un AS „Rīgas farmaceitiskā fabrika” attiecīgi ar Ls 2,60 un 2,05 miljonu apgrozījumu. Ir jāatzīmē pēc Latvijas Ķīmijas un farmācijas uzņēmēju asociācijas datiem, ka Latvijas lielāko farmācijas uzņēmumu apgrozījums vidēji gadā pieaug par 20 – 30 % [2].

2007.gadā no visa Latvijā zāļu saražotā apjoma 86%tika eksportēti. Kā ir redzams 3.6.2. tabulā AS „Grindeks” eksportē 95% no savas ražotās produkcijas, AS „Olainfarm” – 80%, LMP SIA – 61%, LSEZ SIA Elme Messer Metalurģs – 59%, bet „Medpro Inc.” SIA – 54%. Tikai vietējā tirgus pieprasījuma apmierināšanai strādā uzņēmumi AS „Rīgas farmaceitiskā fabrika” un AS „Kalceks”, kas visu savu ražoto produkciju realizēja Latvijas tirgū.

Pēc ZVA publiskotiem datiem tikai 14% no Latvijas ražotām zālēm tiek eksportētā uz ES valstīm 2007.gadā. Savukārt 86% no Latvijas zāļu eksporta veido eksports uz trešajām valstīm: Šveici, NVS, ASV, Indiju un Izraēlu.

3.6.2. tabula. Latvijas zāļu ražotāju⁴ apgrozījums Latvijā un ārpus Latvijas 2007.gadā

| N | Uzņēmumi | Latvijas zāļu ražotāju apgrozījums Latvijā, Ls | Latvijas zāļu ražotāju apgrozījums ārpus Latvijas, Ls |
|---|--|--|---|
| 1 | AS Grindeks | 2 734 425 | 49 083 810 |
| 2 | AS Olainfarm | 3 469 340 | 14 214 269 |
| 3 | SIA Medpro Inc. | 1 196 393 | 1 402 316 |
| 4 | AS Rīgas farmaceitiskā fabrika | 2 050 056 | 2 108 |
| 5 | Silvanols SIA | 469 033 | 6 955 |
| 6 | AS Kalceks (AS „Grindeks” meitas uzņēmums) | 402 626 | |
| 7 | LMP SIA | 208 441 | 324 312 |
| 8 | LSEZ SIA Elme Messer Metalurģs | 59 208 | 83 636 |

³ Apgrozījums ir uzradīts bez PVN

⁴ Uzņēmumi „Baltijas terapeitiskais serviss” SIA, „AGA” SIA un „Homeopātija” SIA nepiekrita datu publicēšanai

| | | | |
|---|-----------------------------------|------------|------------|
| 9 | Rīgas Reprodukcijas centrs SIA | 2 638 | |
| | Kopā | 10 592 160 | 65 117 406 |

Avots: pēc ZVA datiem

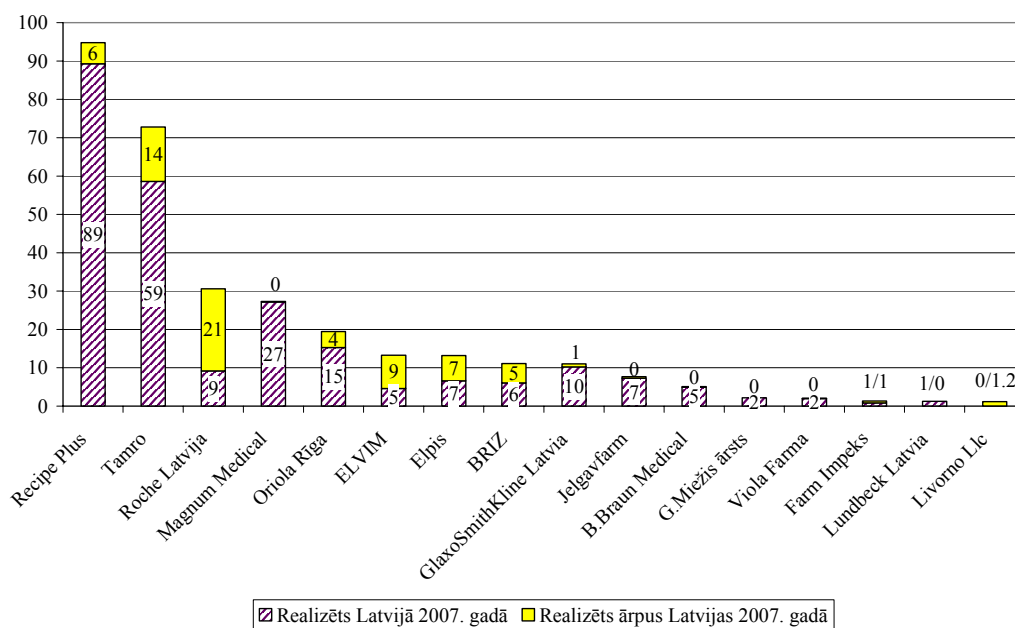
Ar zāļu tirdzniecību lielos apjomos Latvijā nodarbojas 33 licencētas zāļu lieltirgotavas. 16 lielākas no tām ir atspoguļotas 3.6.1.attēlā. Kā ir redzams, katras Latvijas lieltirgotavas apgrozījuma apjomi būtiski svārstās: no Ls 94 milj (SIA „Recipe Plus”) līdz Ls 1,2 milj (SIA „Livorni Llc”).

Zāļu lieltirgotavu kopējais apgrozījums vairumtirdzniecībā kopā ar pārējām precēm 2007. gadā sasniedzis Ls 331,66 milj. (2006. gadā Ls 276,88 milj.). No kopējā apjoma lieltirgotavas Latvijā pārdevušas zāles, aktīvās vielas, medicīnas un citas preces Ls 261,85 miljonu apmērā (2006. gadā Ls 225,42 milj.). Savukārt Ls 232, 32 miljonu (2006. gadā Ls 195,61 milj.) lielu apgrozījumu no kopējā Latvijā pārdotā apjoma veido zāļu un aktīvo vielu realizācija.

Ar zāļu mazumtirdzniecību Latvijā 2007.gadā nodarbojas 801 aptieka (2006. gadā – 818 aptiekas). Pagājušajā gadā lieltirgotavas pārdeva vispārējā tipa aptiekām preces par Ls 144,69 milj. (2006. gadā Ls 117,62 milj.).

Vispārējas attīstības tendences, kas pakāpeniski izveidojušās Latvijas zāļu tirgū jau sākot no 2000.gadā tiek atspoguļotas 3.6.2. attēlā. Kā ir redzams, neskatoties uz farmācijas nozares vispārējo attīstību un ražošanas strauju palielināšanu, kas 2007.gadā salīdzinājumā ar 2000. gadu pieauga 3,35 reizes, var apgalvot, ka vietējo zāļu īpatsvars Latvijas tirgū joprojām nav liels un 2007.gadā sasniedza tikai 5,2% [2]. Absolūto pārākumu zāļu un aktīvo vielu realizācijā Latvijā veido zāļu imports (2007.gadā sasniedzot Ls 220,3 milj.), ko pārsvarā nodrošina lieltirgotavas. Līdz ar to sīva konkurence Latvijas zāļu tirgū pārsvarā ir vērojama nevis starp vietējiem ražotājiem, bet starp iekš un ārpus Latvijas ražotiem medikamentiem, un to ražojošiem uzņēmumiem.

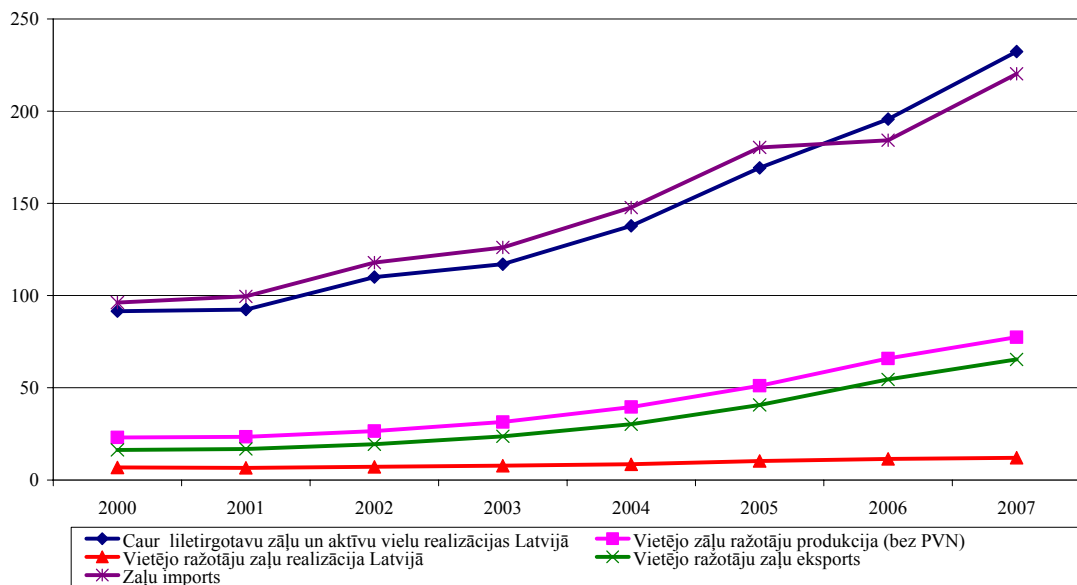
3.6.1. attēls. Zāļu lieltirgotāju realizācijas apjomi Latvijā un ārpus Latvijas 2007.gadā, Ls milj.



Avots: pēc ZVA datiem

Neskatoties arī uz vietējo zāļu eksporta būtisku palielinājumu, kas periodā no 2000. līdz 2007. gadam ir pieaudzis 4 reizes, importa apjomi būtiski pārsniedz Latvijas eksportu. Savukārt vairumtirgotavu realizācijas apjomu pieaugums ir cieši saistīts ar zāļu importa pieaugumu (skat. 3.6.2. attēlu).

3.6.2. attēls. Galvenās attīstības tendences, kas izveidojušās Latvijas zāļu tirgū periodā no 2000. līdz 2007.gadam, Ls milj.



Avots: pēc ZVA datiem

Neskatoties uz strauju vietējo zāļu ražošanas un eksporta palielināšanu (attiecīgi 3,35 un 4,0 reizes 2007.gadā salīdzinot ar 2000.gadu) vietējo zāļu realizācija Latvijā pieaug krietni lēnāk – tikai 1,7 reizes. Tas ir tāpēc, ka vietējie zāļu ražotāji vairāk tiek orientēti uz sava eksporta

potenciāla palielināšanu, kad zema vietējā tirgus ietilpība un sīva konkurence ar lielām ES ražojošām kompānijām piespiež meklēt noieta kanālus ārpus Latvijas.

Mūsdienās farmaceitisko, medicīnisko un fitoķīmisko preparātu ražošanas nozarē ir sastopamas vairākas problēmas, kas kopumā ir saistītas ar kvalificēta darbaspēka trūkumu, lielo konkurenci vietējā un ES tirgū, izmaksu strauju pieaugumu, zemo produktivitāti [4].

Pieņemot, ka Latvijas farmācijas industrija strādā ap 2,5 tūkstoši cilvēku, un nozare kopumā ģenerē apmēram EUR 110 miljonu lielu apgrozījumu, tātad – ap EUR 44 tūkstošiem uz vienu nodarbināto, kas joprojām būtiski atpaliek no vidējiem produktivitātes rādītājiem vecajās dalībvalstīs (ap EUR 300 – 350 tūkst. uz vienu darbinieku).

Lai gūtu panākumus produktivitātes celšanā ir ārkārtīgi nepieciešams attīstīt un pielietot inovatīvās tehnoloģijas, izstrādāt jaunus augsti inovatīvus produktus caur kvalificētu darbaspēku pieaicināšanu, ko šobrīd samērā veiksmīgi īsteno AS „Olainfarm” un AS „Grindeks”. Attiecībā uz esošajiem un plānotajiem ieguldījumiem pētniecībā un attīstībā pastāv būtiskas atšķirības starp lielajiem un mazajiem Latvijas zāļu ražošanas uzņēmumiem. Galvenā atšķirīgā iezīme ir tā, ka mazie uzņēmumi bez partneru vai ārvalstu investoru atbalsta nav finansiāli spējīgi veikt nozīmīgus ieguldījumus pētniecībā un savā attīstībā, kas ļautu radīt oriģinālus konkurētspējīgus produktus.

2007.gadā Latvijā paveiktā pētījuma „Darba tirgus vajadzību analīze un ieteicamo pasākumu apkopojums kvalitatīva darbaspēka pieejamības veicināšanai ķīmisko vielu un farmācijas nozarē” rezultāti [4] liecina, ka aktuālākās problēmas ikdienas darbā ķīmijas un farmācijas nozares uzņēmumiem ir kvalificēta darbaspēka un apgrozāmo līdzekļu trūkums. Pētījuma ietvaros veiktajā aptaujā tika konstatēts, ka gandrīz puse (49%) no aptaujātajiem atzīst, ka aktuāla problēma uzņēmuma ikdienas darbībā ir kvalificēta darbaspēka trūkums. Tika atzīmēts, ka Latvijā ir konstatēta arī zema interese par farmācijas nozari, jo nozares prestižs sabiedrībā kopumā šobrīd ir zems, un kā galvenos iemesli tam tika nosaukti: informācijas trūkums sabiedrībā par nozari un zems atalgojuma līmenis [4].

3.6.2. Tirgū ienākšanas barjeru analīze

Tirgū ienākšanas barjeras Latvijas farmaceitisko, medicīnisko un fitoķīmisko preparātu ražošanas nozarē ir cieši saistītas ar nozares ekonomisko stāvokli, eksistējošām problēmām un nozares specifiku, kas izpaužas augsti tehnoloģisko procesu vadībā un stigma, visaptverošā medikamentu pārbaudē (atbilstība ES un citās valstīs regulējamiem kvalitātes nodrošināšanas sistēmām). Tāpēc arī potenciāliem jaunienācējiem (medikamentu ražotājiem, izplatītājiem un tirgotājiem) pilnā mērā ir jāievēro nozares ekonomisko situāciju, problēmas, specifiku un attīstības perspektīvas.

3.6.2.1. *Ekonomiskie ierobežojumi*

Pie ekonomiskiem ierobežojumiem jaunienācēju ienākšanai tirgū ir pieskaitāmi daudzie ekonomiskie faktori, kas veido salīdzinošās priekšrocības jau esošiem tirgus dalībniekiem, kā, piemēram, starta/esošā kapitāla nepieciešamais lielums, minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis, finansu (investīciju) avotu pieejamība un daudzi citi, ne mazāk nozīmīgi faktori.

Lai uzsāktu darbību farmaceitisko, medicīnisko un fitoķīmisko preparātu ražošanas jomā ir vajadzīgas lielas investīcijas (skat. 1.1. barjeras aprakstu A tabulā). Pēc nozares ekspertu atzinumiem tikai vienam zāļu veidam (kaut arī zāles var tikt ražotas tablešu, kaplešu, kapsulu un dozēto pulveru veidā) iepakojšanas iekārtas var maksāt līdz EUR 150 tūkst. Savukārt medikamentu ražošana ir augsti tehnoloģisks process, kas varētu attīstīties ilglaicīgā perspektīvā tikai un vienīgi pie nosacījuma, ka tiks nodrošināts pilnais ražošanas cikls: no medikamenta (jauna ķīmiska produkta) izstrādāšanas līdz to ieviešanai reālā ražošanas procesā un sekmīgas realizācijas. Turklāt, kad jauna viela ir atklāta uzņēmuma laboratorijā, katram medikamentam ir jāiziet caur šādiem posmiem [2]:

1. Preklīnisko pētījumu laikā farmācijas uzņēmumi veic testus laboratorijās ar dzīvniekiem, lai novērtētu vielas ķīmiskās, bioloģiskās un toksikoloģiskās īpašības attiecībā uz mērķa slimību;
2. Ja šie testi uzrāda vērā ņemamus rezultātus, uzņēmums var uzsākt klīnisko izpēti, kuras laikā, stingri ievērojot ētiskos un tehniskos principus, tiek pārbaudīta vielu ietekme uz cilvēkiem. Klīniskos pētījumus veic vairākās fāzēs, iegūstot maksimāli daudz informācijas par jauno medikamentu, tā iespējamiem lietošanas riskiem un efektivitāti.
3. Pat pēc medikamenta izplatīšanas atļaujas saņemšanas atbilstoši augstāk visām likumdošanas prasībām (ZVA licences izsniegšana), medikamentam tiek turpināts rūpīgs kvalitātes monitorings.

Tāpēc vērtējot potenciālo iespēju jaunienācējam uzsākt zāļu ražošanu Latvijā varētu apgalvot, ka šī iespēja pastāv vairāk zāļu izplatīšanas, nekā ražošanas jomā.

Jaunas vielas vai klīniskā preparāta atklāšana un izstrāde tiek saistītā ar lieliem kapitālieguldījumiem, kas turpmāk, jau pie medikamenta ražošanas, nosaka arī salīdzinoši augsto rentabilitātes līmeni uzņēmumiem, kas nodarbojas ar medikamentu ražošanu. Tomēr neskatoties uz samērā augsto rentabilitātes līmeni farmaceitiskā nozarē (pēc Lursoft datiem 2006.gadā tā vidēji sasniedza 28%, bet dažiem uzņēmumiem – pat vairāk nekā 50%) reāli medikamentus ražojošo uzņēmumu skaits Latvijā ir salīdzinoši stabils, kas liecina par būtiskiem ekonomiska un tehnoloģiska rakstura šķēršļiem potenciālajiem jaunienācējiem (skat. 3.6.3. tabulu).

Pēc nozares ekspertu viedokļa par reāliem jaunienācējiem var kļūt tikai Multinacionālās kompānijas (piemēram „Bayer” mērogā) ar *generic* preparātu ražošanu, iegādājoties jau strādājošās rūpnīcas Latvijas teritorijā. Kā otru potenciālo iespēju jauniem tirgus dalībniekiem

var minēt iespēju iesaistīties nevis medikamentu ražošanā, bet izplatīšanā. Šī otra potenciālā iespēja, pēc nozaru ekspertu viedokļa, ir no ekonomiskā viedokļa vairāk attaisnojama un pievilcīga, jo neprasa tik lielus ieguldījumus ražošanas procesa organizēšanai un saskaņošanai atbilstoši kvalitātes un nekaitīguma prasībām, un, papildus, nodrošina iespēju uz līdzvērtīgiem nosacījumiem iesaistīties konkurencē medikamentu izplatīšanas jomā visā Latvijas teritorijā.

3.6.3. tabula. Bruto peļņas un aktīvu atdeves rādītāji Latvijas farmaceitisko, medicīnisko un fitoķīmisko preparātu ražošanas nozarē (24.4) un AS „Grindeks” 2006.gadā

| Rādītāji | AS „Grindeks” | Vidējais līmenis 24.4. nozarē (pēc NACE 1.1.red.) | Mediāna 24.4. nozarē (pēc NACE 1.1.red.) |
|------------------------|------------------------|---|--|
| Bruto peļņas robeža, % | 52,22 (4 vieta nozarē) | 27,72 | 24,71 (no 15 uzņēmumiem nozarē) |
| Aktīvu atdeve, | 12,88 (5 vieta nozarē) | -2,61 | 7,06 (no 17 uzņēmumiem nozarē) |

Avots: Lursoft nepublicētie dati

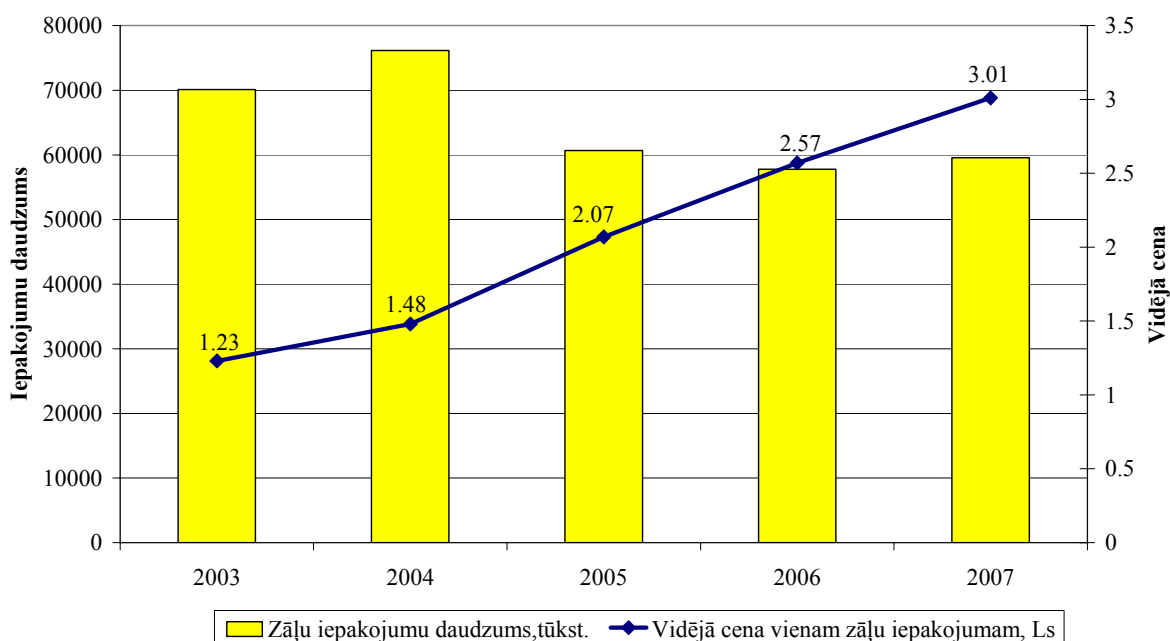
Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis starp nozarē ražojošiem uzņēmumiem ir sasniedzams tika un vienīgi jau sen strādājošo uzņēmumu gadījumā, tādu kā AS „Grindeks” vai AS „Olainfarm”. Tikai reāli pieredzējušiem un autoritatīviem uzņēmumiem ir iespēja piedalīties ne tikai jau adaptēto zinātnisko institūtu izstrādājumu ražošanā, bet reāli īstenot jauno produktu izstrādāšanu un ieviešanu, kā arī oriģinālo virzienu attīstību. Tāpēc var apgalvot, ka bez papildus valsts atbalsta minētās tirgus barjeras ietekme (skat. 1.2. barjeras aprakstu A tabulā) ir ļoti nozīmīga jaunienācējiem un būtiski var kavēt jaunu tirgus subjektu parādīšanos.

Ir svarīgi piebilst, ka lieliem, jau ilgu gadu strādājošiem uzņēmumiem ir salīdzinoši vieglāk panākt pārākumu izdevumu līmenī (skat. 1.3. barjeras aprakstu A tabulā). Tomēr medikamentu daudzveidība un uzņēmumu specializācija uz konkrēto veidu zāļu ražošanu neļauj tirgus dalībnieku vidū gūt *absolūto* pārākumu. Neskatoties uz to ka viena zāļu iepakojuma cena nemitīgi pieaug (skat. 3.6.3. attēlu) kopējo Latvijā ražoto medikamentu skaits ir ārkārtīgi liels (nav homogēns).

Piemēram, tikai AS „Olainfarm” ražo vairāk nekā 80 gatavo zāļu formu un vairāk nekā 40 aktīvo farmaceitisko ingredientu un ķīmisko produktu [9]. Atkarībā no katra produkta specifikas, kā arī izmeklēšanā un testēšanā ieguldītiem līdzekļiem, katra medikamenta pašizmaksa var būtiski svārstīties, kas nedod iespēju gūt absolūto pārākumu izdevumu līmenī konkrētam tirgus subjektam.

3.6.3. attēls. Zāļu iepakojuma vidējās cenas⁵ un zāļu iepakojumu daudzuma dinamika Latvijā laikā no 2003. līdz 2007.gadam

⁵ Bez PVN



Avots: pēc ZVA datiem

Turklāt, lai mazinātu savas izmaksas uzņēmumi mēģina izvietot savas ražotnes ārpus Latvijas. Piemēram, AS „Grindeks” ziedes ražo Tallinas farmaceitiskajā rūpnīcā, injekciju zāles, saskaņā ar ražošanas līgumiem – Lietuvas un Polijas zāļu ražojošos uzņēmumos („Sanitas” un „Jelfa”) [8]. Bet ievērojot faktu, ka 96% no savas ražotās produkcijas AS „Grindeks” eksportē, ir grūti apgalvot, ka pat ilgus gadus strādājošie uzņēmumi reāli (aktīvi) var realizēt savas potenciālās priekšrocības („pārākumu izdevumu līmenī”) Latvijas tirgū.

Tomēr, kopumā ir svarīgi piebilst, ka pārākums izdevumi līmenī varētu būt nozīmīgs šķērslis potenciālajiem jaunienācējiem, organizējot un sertificējot savas ražotnes, vismaz biznesa sākumposmā.

Spriežot pēc apjautas gaitā sniegtajiem nozares ekspertu skaidrojumiem investīciju piesaistes un kredītu piešķiršanas nosacījumi nevar būt uzskatīti par nopietniem šķēršļiem jauniem tirgus dalībniekiem (skat. 1.4. barjeras aprakstu A tabulā), jo bankas un citas kredītiestādes piedāvā dažādas iespējas kredītu saņemšanai uz dažādiem nosacījumiem. Grūtības var rasties tikai absolūti jaunam uzņēmumam, kam nav izveidojusies sava „kredītvēsture”. Tomēr, reālā iespēja parādīties tirgū absolūti jaunam uzņēmumam, kura darbība agrāk vispār nebija pat saistīta ar farmaceitisko jomu ir maz prognozējama. Bet potenciālā jaunienācēja paradīšanās no Multinacionālo kompāniju vidus būtiski samazina šīs barjeras ietekmi.

Par nopietnu šķērslī potenciāliem tirgus dalībniekiem Latvijas farmaceitiskajā nozarē kļūst arī ekonomiskie riski, saistīti ar energoresursu cenu palielināšanos, pastāvīgu algu kāpumu un jau 2007.gada beigās sākušos makroekonomisko recesiju, kas izpaužas augošās inflācijas tempos, ekonomiskās attīstības tempu palēnināšanās, bezdarba pieaugumā. Neapšaubāmi, ka izejvielu un

nepieciešamo ražošanas resursu sadārdzināšanās apstākļos būtu pārāk riskanti uzsākt jaunu biznesu. Tāpēc vispārējas uzņēmējdarbības aktivitātes samazinājums valstī varētu būt uzskatāms par ļoti nozīmīgu barjeru jaunienācēju vidū ne tikai farmaceitiskajā, bet arī citās Latvijas tautsaimniecības nozarēs (skat. 1.5. barjeras aprakstu A tabulā). Turklāt arī starp reāli dzimušiem uzņēmumiem, kas 2006.gadā atsākuši savu darbību nav neviena uzņēmuma no farmaceitisko, medicīnisko un, fitoķīmisko preparātu ražošanas nozares atbilstoši 24.4. pozīcijai saskaņā ar NACE 1.1.redakciju (skat. 6. pielikumu).

Vērtējot muitas režīmu, cenu un tarifu noteikšanas kārtības ietekmi uz potenciālajiem jaunienācējiem varētu secināt, ka šis šķērslis nevar būt uzskatāms nozīmīgu, jo līdz ar Latvijas iestāšanos ES tika atcelti visi ierobežojumi produkcijas vai izejvielu ieviešanai vai izvešanai vienotās Eiropas ekonomiskās telpas ietvaros. Savukārt piemērojami muitas tarifi Latvijas produkcijas eksportam uz trešajām valstīm nevar veidot nozīmīgus šķēršļus ikgadēji augošam Latvijas medikamentu eksportam (skat. 3.6.2. attēlu un 1.6. barjeras aprakstu A tabulā), pateicoties produkcijas kvalitātei, labākai produktu pozicionēšanai ārējos tirgos, mārketinga pasākumiem u.c.

3.6.2.2. Administratīvie/organizatoriskie ierobežojumi

Nākamā barjera, kas obligāti ir jāievēro un jāanalizē ir administratīvie ierobežojumi, kas, neskatoties uz striktiem nosacījumiem arī jaunienācējiem reāli nav likvidējami.

Augstās pētniecības un attīstības izmaksas ir tieši saistītas ar stingrajām un visaptverošajām pārbaudēm, kas ir jāiztur ikvienam medikamentam (līdz ar to arī medikamenta ražotājam) pirms tas tiek apstiprināts un tā izplatīšana atļauta Eiropas Savienības tirgū. Rezultātā farmācijas rūpniecība ir viena no visvairāk regulētajām rūpniecības nozarēm Eiropā. Atbilstoši ES likumdošanai ir jāievēro, ka:

1. neviens farmācijas produkts nevar tikt laists tirgū bez iepriekšēja reģistrācijas procesa atbildīgajās iestādēs, izejot ilgu produkta kvalitātes, drošuma un efektivitātes pārbaudes procedūru (kā ir minēts 2.1. un 2.4. barjeras aprakstā A tabulā);
2. visiem farmācijas produktiem, kuri ir pieejami tirgū, ir jābūt ražotiem ražotnēs, kuras ir pārbaudītas attiecībā uz to atbilstību Labas ražošanas prakses (LRP⁶) nosacījumiem;
3. papildus farmācijas uzņēmumiem ir jāievēro desmitiem citu stingru vadlīniju un instrukciju un jāsniedz izsmeļoša informācija atbildīgajām iestādēm par ikvienu jauno medikamentu (REACH regulas nosacījumu izpilde).

LRP prasību ieviešana savās ražotnēs pirms iestāšanās ES bija viena no Latvijas uzņēmumu prioritātēm un nepieciešamiem ražošanas nosacījumiem. Ja līdz iestāšanās brīdim zāļu ražotāji

⁶ Angl.: GMP – Good Manufacturing practice

nav sakārtojuši ražošanas procesu atbilstoši LRP prasībām, tiem nākas pārtraukt zāļu ražošanu Latvijā. LRP standarti tiek izstrādāti zāļu lietotāju interesēs un apliecina, ka medikaments nav kaitīgs un neradīs nekādas neparedzamas blakusparādības un ir kvalitatīvs.

Lai iegūtu LRP sertifikātu uzņēmumā tiek vērtēti ne tikai gala produkti (zāles), bet arī visa ražošanas procesa gaita. Šī sertifikāta gūšanas nosacījums varētu būt ļoti nozīmīgs šķērslis jaunienācējiem, kas spiesti investēt gan ražošanas modernizācijā, gan darbinieku izglītošanā, kas kopumā varētu prasīt vairāk nekā Ls 10 milj. [8], [15].

REACH (European Community Regulation on Chemicals) regula nosaka kārtību, kādā tiek veidota vienota ES datu bāze par vairāk nekā 100 tūkstošs ķīmiskām vielām ar mērķi tās iereģistrēt, identificēt, aprakstīt un novērtēt. Saskaņā ar regulas nosacījumiem visiem ķīmisko vielu ražotājiem un importētājiem ir jāiesniedz informācija par katras vielas sastāvu, īpašībām un ietekmi (vielas „technical dossier” gadījumā, ja importētas vai saražotas vielas daudzums gadā pārsniedz 1 tonnu) un ķīmiskās drošības ziņojumu (ja importētas vai saražotas vielas daudzums gadā pārsniedz 10 tonnas) ES Ķīmisko vielu Aģentūrai. [12]. Arī Latvijas medikamentu ražojošie uzņēmumi sniedz nepieciešamu informāciju ES Ķīmisko vielu Aģentūrai, kā arī rūpējas par savu imidžu tirgū un attīstības potenciālu. Tāpēc praktiski visi esošie tirgus dalībnieki cenšas ievērot papildus prasības kvalitātes un drošības jomā, iegūstot ISO sertifikātus atbilstoši starptautiskajiem standartiem uzņēmuma kvalitātes vadībā un vides vadībā, kā arī saņemot augstākās kategorijas atļaujas esošai piesārņojošai darbībai (skat. 2.4. barjeras aprakstā A tabulā).

3.6.2.3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras

Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotā barjera ir ļoti nozīmīga Latvijas tirgū, jo pēc nozares ekspertu viedokļa integrācijas pakāpe starp Latvijas medikamentu ražotājiem, no vienas puses, un izejvielu piegādātājiem un gatavas produkcijas izplatītājiem – no otras puses, ir ļoti cieša, kas, līdz ar to, esošiem tirgus dalībniekiem varētu nodrošināt zināmās korporatīvo sakaru priekšrocības. Tomēr lielā mērā šīs barjeras esamība un ietekme ir saistītā ar nozares specifiku, kad, piemēram, izejvielu piegādātāja maiņa bieži var formāli mazināt produkcijas kvalitātes atbilstību. Nozares eksperti atzina, ka piegādātāja maiņa pat vienas izejvielas veidam pieprasa no jauna sagatavot visu nepieciešamo dokumentāciju (tajā skaitā sertifikātus) attiecībā uz jauno piegādātāju un piegādāto vielu, kas, savukārt, apgrūtina kvalitātes garantijas apliecinājumu pilnam ražošanas ciklam.

Savukārt medikamentu ražotāji bieži vēlas izvairīties no zāļu izplatīšanu prakses mazumtirdzniecībā. Līdz ar to veidojas cieši kontakti starp ražotājiem un vairumtirgotājiem, kas tālāk virza ražoto produkciju līdz gala patērētājiem.

Kopumā varētu apgalvot, ka starp ražotājiem un izejvielu piegādātājiem/ produkcijas vairumtirgotājiem veidojas cieša sadarbība, pamatojoties uz ilgtermiņa kontraktiem, kas varētu apgrūtināt potenciālajam jaunienācējam ātri apgūt nepieciešamās izejvielas vai gūt pieeju plašam patērētāju lokam.

3.6.2.4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība

Tirgus infrastruktūras neatbilstība, kā šķērslis jauniem tirgus dalībniekiem varētu būt klasificējama kā nozīmīgs, jo esošie uzņēmumi jau sen izmanto gadiem veidoto infrastruktūru attiecībā uz pārvaldājumu sistēmas organizāciju, informācijas kanālu lietošanu, noliktavu būvēšanu un aprīkošanu. Savukārt absolūti jaunam tirgus dalībniekiem šo problēmu risināšana varētu būt apgrūtināta, salīdzinot ar jau izveidotas infrastruktūras priekšrocībām, kurus izmanto jau esošie tirgus dalībnieki (skat. 4. barjeras aprakstu A tabulā).

3.6.2.5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras

Neskatoties uz to, ka katrs zāļu ražojošais uzņēmums realizē savu stratēģiju tirgū, preparātu dažādība un uzņēmumu specializācija (uz oriģinalproduktu vai generic produktiem, receptu vai bezreceptu medikamentiem, medikamentiem vai aktīvām farmaceitiskām vielām utt) praktiski izslēdz reālo konkurenci starp vietējiem ražotājiem. Reālā konkurence pārceļas no ražošanas uz zāļu izplatīšanas sektoru, kur vietējie ražotāji ir spiesti asi konkurēt ar lieliem zāļu importētājiem un Multinacionālajām korporācijām, kas ražo medikamentus priekš visas pasaules. Tieši tāpēc nozares eksperti atzīst, ka potenciālam jaunienācējam nav vērts konkurēt vietējo medikamentu ražotāju vidū. Ir vieglāk kļūt par importēto medikamentu izplatītāju/tirgotāju (multinacionālo kompāniju pārstāvi), ar kuriem cīnīties vietējiem ražotājiem ir ārkārtīgi grūti. Pētījumu gaitā nav konstatēti valsts politikas pasākumi, kas varētu aizsargāt vietējo ražotāju intereses cīņā ar pasaules mēroga kompānijām Latvijas tirgū.

3.6.2.6. Preču pieprasījuma ierobežojumi

Tā kā vietējais zāļu tirgus ir stipri ierobežots vietējie ražotāji cenšas eksportēt savu produkciju uz ES un trešajām valstīm. Tā 2007.gadā vietējo zāļu īpatsvars Latvijas tirgū joprojām nebija liels un sasniedza tikai 5,2% (skat. nodaļu „1.Vispārīgs nozares apraksts”). Tieši vietējā tirgus ierobežojums noved pie sīvas konkurences starp vietēji ražotām precēm un importētiem aizstājējproduktiem. Tāpēc šīs barjeras ietekme uz potenciāliem jaunienācējiem varētu būt vērtēta kā ļoti nozīmīga, bet grūti likvidējama. Lai palielinātu kopējo noietu jaunienācējiem, acīmredzot, būs nepieciešams meklēt papildus iespējas savas produkcijas realizācijai ārpus Latvijas.

A tabula. Jaunienācēju draudu (tirgus barjeru) novērtēšana Latvijas farmaceitisko, medicīnisko un fitoķīmisko preparātu ražošanā (24.4)

| Barjeras veids | Vai konkrētā barjera būtu likvidējama vai tās ietekme samazināma. Nepieciešamie pasākumi to īstenošanai | Barjeras ietekmes nozīmīgums | | | Īss apraksts (kāpēc, analizējot konkrēto barjeru tiek uzskatīts, ka barjeras ietekme ir nenozīmīga/nozīmīga, ļoti nozīmīga) |
|--|--|------------------------------|----------|---------------|---|
| | | Neno zīmīga | Nozīmīga | Ļoti nozīmīga | |
| 1. Ekonomiskie ierobežojumi | | | | | |
| 1.1. Nepieciešama liela apjoma kapitālieguldījumi, investīcijas, starta kapitāls (dārgu aprīkojumu dēļ, dārgu izejvielu dēļ, augstu nodokļu dēļ, reģistrācijas, licencēšanas izdevumu dēļ) | Nav likvidējama | | | ✓ | Ir nepieciešams liels starta kapitāls ražošanas un laboratoriju aprīkojuma/iekārtu iegādes dēļ. Nozares/uzņēmumu attīstība prasa augstu inovatīvas darbības pakāpi un augsti tehnoloģiskus risinājumus Ilgtermiņa ieguldījumu atdeve nozarē ir salīdzinoši liela (ap 18,5% 2006.gadā), kas liecina par uzņēmumu tieksmi kļūt ienesīgākiem, atmaksājot ilgtermiņa ieguldījumus oriģinālproduktu izstrādē. |
| 1.2. Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis | Barjeras ietekme varētu būt mazināma ar speciālo valsts atbalsta programmu īstenošanu oriģinālproduktu radīšanas un biomedicīnisko preklīnisko, klīnisko pētījumu jomā, kā arī veicinot analītisko laboratoriju izveidi saskaņā ar „Labas laboratorijas prakses” prasībām. | | | ✓ | Tikai lieli medikamentu ražojošie uzņēmumi var atļauties ieguldīt lielus līdzekļus jaunu oriģinālproduktu radīšanā, esošo zāļu jaunu kombināciju atklāšanā, <i>generic</i> medikamentu apguvē. Maziem uzņēmumiem vai arī potenciāliem jaunienācējiem būtu grūti organizēt medikamentu pilnu ražošanas ciklu. |
| 1.3. Absolūtais pārākums izdevumu līmenī | Barjeru var mazināt stimulējot mazo uzņēmumu izaugsmi, ka arī ar | | ✓ | | Lieliem, jau nozarē strādājošiem uzņēmumiem ir salīdzinoši vieglāk panākt |

| | | | | | |
|---|--|---|--|---|---|
| | ražošanas pārvietojumu uz citiem, ekonomiskā ziņā „izdevīgiem” reģioniem /valstīm. | | | | pārākumu izdevumu līmenī. Tomēr medikamentu daudzveidība un uzņēmumu strikta specializācija (orientācija tikai uz konkrēto zāļu ražošanu) neļauj tirgus dalībnieku vidū gūt <i>absolūto</i> pārākumu. |
| 1.4. Investīciju piesaiste un kredītu izmantošanas/ piešķiršanas nosacījumi | Varētu būt likvidējama, pieaicinot ārzemju investorus no Multinacionālo kompāniju vidus. | ✓ | | | Nozarē nav konstatēti īpaši valsts atvieglojumi investīciju piesaistes, vai kredītu piešķiršanas jomā. Pēc nozaru ekspertu viedokļa nav grūti atrast līdzekļus, ir grūti viņus sekmīgi ieguldīt/izmantot. Šķēršļi kredītu piešķiršanas jomā var rasties absolūti jaunam uzņēmumam bez savas „kredītvēstures”. |
| 1.5. Ekonomiskie riski (izejvielu cenu pieaugums, finanšu riski (valūtas)) | Ir mazināma, makroekonomiskās situācijas uzlabošanas un pasaules energokrīzes pārvarēšanas rezultātā (Ekonomiskās vides nenoteiktības mazināšana) | | | ✓ | Ārkārtīgi svarīga ir problēma izejvielu cenu pieaugums un energoresursu sadārdzināšanās, kas ietekmē gatavās produkcijas cenu celšanos un inflācijas procesu eskalāciju Latvijā un ES. Ekonomiskās recesijas laikā ienākšana tirgū ir apgrūtināta. |
| 1.6. Muitas režīmi, cenu un tarifu noteikšana | Barjera praktiski nav likvidējama, izņemot gadījumus, kad starpvalstu vienošanos rezultātā tiek atviegloti ārējās tirdzniecības nosacījumi (mainās tirdzniecības režīms, palielinās vai tiek atcelts kvotu apjoms, mazinās tarifi) | ✓ | | | Neskatoties uz muitas nodokļa esamību eksportējot produkciju uz trešajām valstīm, nozares eksporta apjomi uz Šveici, NVS, ASV un Izraēlu arvien pieaug. Savukārt mazie uzņēmumi ir orientēti uz savu „nišas produktu” tirdzniecību. |
| 2. Administratīvi ierobežojumi | | | | | |
| 2.1.Uzņēmējdarbības veidu licencēšana | Nav likvidējama. Potenciāliem jauniencējiem obligāti ir jāievēro | | | ✓ | Valsts zāļu aģentūra izsniedz speciālu atļauju (licenci). Skat. aprakstā. |

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| | visas prasības | | | | |
| 2.2. Preču ieviešanas un izvešanas aizliegumi vai ierobežojumi noteiktā teritorijā | Nav likvidējama | | ✓ | | Dažiem ķīmiskām vielām/reagentiem, kas varētu būt izmantojami ķīmisko procesu nodrošinājumam ir nepieciešamas speciālās ZVA vai citu līdzīgo ES institūciju atļaujas uz šo vielu ieviešanu vai izvešanu. Atļaujas ir nepieciešamas, lai aizsargātu ES teritoriju no kaitīgo/bīstamu vielu ieviešanas vai stratēģisko vielu (ķīmisko ieroču sastāvdaļas) izvešanas uz trešajām valstīm. |
| 2.3. Šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanai vai nomāšanai | - | ✓ | | | Nozarē nav konstatēti kādi speciāli nosacījumi zemes vai ražošanas ēku iegādei |
| 2.4. Kvalitātes prasības un ekoloģiskie ierobežojumi (aizliegums paplašināt noteikta preču tirgus darbības apjomu, celt jaunus ražošanas objektus, ierobežojumi transporta komunikāciju izveidei, dažādu vides aizsardzības institūciju noteiktie aizliegumi u.c.) | Nav likvidējama, ir iespējama tikai vēl stingrāka kontrole un nosacījumu ievērošana | | | ✓ | Tā kā medikamentu ražošana ir augsti tehnoloģisks process, tad ir jāievēro obligātas un papildus prasības kvalitātes un drošības sistēmai: 1. GMP kvalitātes standartu (ES ražojošiem uzņēmumiem vai Labas ražošanas prakses (LRP) nosacījumi) ievērošana un sertifikātu saņemšana Valsts Zāļu aģentūrā (ZVA); 2."A" kategorijas atļauja esošai piesārņojošai darbībai bīstamu vielu jomā saskaņā ar direktīvu par integrēto pieeju piesārņojuma novēršanai un kontrolei (uz iekārtām, kas ražo farmaceitiskas vielas, izmantojot ķīmiskus vai bioloģiskus procesus); 3. Sertifikāts ISO 9001:2000 (apliecina uzņēmuma kvalitātes vadības sistēmas atbilstību starptautiskajam standartam; |

| | | | | | |
|---|---|--|--|---|--|
| | | | | | <p>4. Sertifikāts ISO 14001:1996 (apliecina vides vadības standartu);</p> <p>5. Sertifikāti saskaņā ar Labas laboratorijas prakses prasībām.</p> <p>6. REACH⁷ regulas noteikumu ieviešana Latvijā (European Community Regulation on Chemicals, EC1907/2006), veidojot vienotu apraksta un informācijas apmaiņu sistēmu jaunam un jau esošām ķīmiskām vielām.</p> |
| 3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Brīva pieejamība resursiem un /vai realizācijas kanāliem, korporatīvo sakaru priekšrocības. | Barjera ir grūti likvidējama pateicoties ražošanas procesa specifikai, jo piegādātāju maiņa bieži var nozīmēt papildus draudus produkcijas kvalitātes garantijai. Partneru finansiāla uzticība ir viens no vissvarīgākiem nosacījumiem veidojot ražojošo uzņēmumu sadarbību ar vietējiem vairumtirgotājiem un noieta kanāliem ārpus Latvijas. | | | ✓ | <p><i>Vienošānās ar izejvielu piegādātājiem:</i> Nozares uzņēmumiem varētu būt ārkārtīgi daudz resursu piegādātāju (viena viela - viens piegādātājs). Tomēr ar izejvielu piegādātājiem visbiežāk ir noslēgti ilgtermiņa kontrakti, jo katrs no piegādātājiem ir visas sertificētas ražošanas ķēdes sastāvdaļa.</p> <p><i>Vienošānās ar realizācijas kanāliem:</i> Lielie medikamentu ražojošie uzņēmumi bieži nenodarbojas ar zāļu izplatīšanu mazumtirdzniecībā. Pārsvarā Latvijā ražotā produkcija vai tiek eksportēta, vai tiek realizēta caur vairumtirdzniecības kanāliem. Tāpēc pastāv cieša sadarbība starp preparātu ražojošiem uzņēmumiem un viņu partneriem ārpus Latvijas un Latvijas lieltirgotavām.</p> |

⁷ Angl.: Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemical substances

| 4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība | | | | | |
|---|--|---|---|---|--|
| Nodrošinājums ar komunikācijām (transporta un sakaru), noliktavām, tirdzniecības platībām, informāciju, ceļiem. | Barjera ir grūti likvidējama, jo lielākie medikamentu ražojošie uzņēmumi strādā Latvijas tirgū jau ilgu laiku, kas ļāva viņiem izveidot sev nepieciešamo infrastruktūru. | | ✓ | | Esošie uzņēmumi jau sen izmanto gadiem veidoto infrastruktūru. Katram tirgus subjektam ir izveidota sava stratēģija transporta un informācijas sistēmas izmantošanai. Visi izmanto savas noliktavas. Katram ir sava gatavās produkcijas realizācijas stratēģija |
| 5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Produkcijas realizācijas apstākļu noteikšana, Valsts pasūtījumu izpilde | Potenciālajam jaunienācējam nav vērts konkurēt vietējo medikamentu ražotāju vidū. Ir vieglāk kļūt par importēto medikamentu izplatītāju/tirgotāju, ar kuru cīnīties vietējiem ražotājiem ir ārkārtīgi grūti. Nav konstatēti valsts politikas pasākumi, kas aizsargā vietējo ražotāju intereses. | ✓ | | | Katrs nozares uzņēmums veido un realizē savu uzvedības stratēģiju tirgū. Tomēr, kopumā var atzīmēt, ka stratēģiju dažādība (medikamentu dažādība, iespēja ražot gan oriģinālus produktus, gan <i>generic</i> zāles) praktiski novērš konkurenci starp vietējiem ražotājiem. |
| 6. Preču pieprasījuma ierobežojumi | | | | | |
| Tirgus piesātinātība ar produktu un aizstājējproduktiem, pieprasījuma apmierināšanas līmenis(patērētāju pirktspēja), preču pieprasījuma iespējamie ierobežojumi | Nav likvidējama, bet pastāv iespēja palielināt noietu eksportējot produktus ārpus Latvijas. | | | ✓ | Latvijas vietējā tirgus ietilpība ir ierobežota, kas būtiski apgrūtina jaunu dalībnieku ieeju tirgū. Nepastāv reālās iespējas realizēt visus Latvijā ražotus oriģinālprodukcijas daudzumus. Tāpēc vairākums no vietējās produkcijas tiek eksportēts. Turklāt vietējā tirgū pastāv sīva konkurence starp vietējām ražotām precēm un importētiem aizstājējproduktiem. |

Avots: RSEBAA apkopojums

Nobeigums

Pēc tirgū ienākšanas barjeru veiktās analīzes, kopējo konkurences vidi Latvijas farmaceitisko, medicīnisko un fitoķīmisko preparātu ražošanas nozarē nevar viennozīmīgi raksturot tikai ar koncentrācijas indeksiem (CR4 un HHI).

Tirgū ienākšanas barjeras Latvijas farmaceitisko, medicīnisko un fitoķīmisko preparātu ražošanas nozarē ir cieši saistītas ar nozares ekonomisko stāvokli, eksistējošām problēmām un nozares specifiku, kas izpaužas augsti tehnoloģisko procesu vadībā un stingrā, visaptverošā medikamentu pārbaudē (atbilstība ES un citās valstīs regulējamām kvalitātes nodrošināšanas sistēmām). Tāpēc potenciāliem jaunienācējiem pilnā mērā ir jāievēro nozares ekonomisko situāciju, problēmas, specifiku un attīstības perspektīvas.

Latvijas farmācijas nozare ir viena no nedaudzajām nozarēm, kuras produkcijas ražošana, izplatīšana un pārdošana ir strikti reglamentēta un notiek valsts institūciju (Zāļu valsts aģentūras) pārraudzībā.

Latvijas farmaceitiskās ražošanas rūpniecības pamatu veido divi uzņēmumi (AS „Grindeks” un AS „Olainfarm”), kas aktīvi nodarbojas ne tikai ar zāļu ražošanu, bet arī veic zāļu formu izgatavošanu, turpina oriģinālo preparātu izstrādi un attīsta jaunu medikamentu ražošanu. 2007.gadā šo divu uzņēmumu īpatsvars veidoja ap 90% no kopējā nozares apgrozījuma.

Tomēr vietējo ražoto zāļu īpatsvars Latvijas tirgū joprojām nav liels, un 2007.gadā sasniedza tikai 5,2%. Latvijā absolūto pārākumu zāļu un aktīvo vielu realizācijā veido zāļu imports, ko pārsvarā nodrošina lieltirgotavas.

Līdz ar to sīva konkurence Latvijas zāļu tirgū vērojama nevis starp vietējiem ražotājiem, bet starp iekš un ārpus Latvijas ražotiem medikamentiem, un to ražojošiem uzņēmumiem.

Par reāliem jaunienācējiem var kļūt tikai multinacionālās kompānijas (piemēram, „Bayer” mēroga) ar *generic* preparātu ražošanu, iegādājoties jau strādājošās rūpnīcas Latvijas teritorijā. Kā otru potenciālo iespēju jauniem tirgus dalībniekiem var minēt iesaistīšanos nevis medikamentu ražošanā, bet izplatīšanā. Pēc nozaru eksperta viedokļa, šī iespēja ir ekonomiski vairāk attaisnojama un pievilcīga, jo neprasa tik lielus ieguldījumus ražošanas procesa organizēšanā, kvalitātes un nekaitīguma prasību saskaņošanā, un, papildus, nodrošina iespēju ar līdzvērtīgiem nosacījumiem iesaistīties konkurencē medikamentu izplatīšanas jomā visā Latvijas teritorijā.

Veicot analīzi, LR Ekonomikas ministrijai un LR Konkurences padomei var ieteikt:

1.Neskatoties uz to, ka nozares uzņēmumi cenšas izvairīties no savstarpēji asas konkurences, ievērot faktu, ka sīva konkurence eksistē starp visiem nozares uzņēmumiem (gan jaunienācējiem, gan tirgū jau esošiem) kvalificētā darbaspēka pieaicināšanas un izmantošanas jomā;

2. Sekmēt vietējo uzņēmumu attīstību, realizējot sekojošus atbalsta pasākumus uzņēmējdarbības veicināšanas jomā:

1. Ar nodokļiem neapliekamā algas minimuma pacelšanu;
2. Latvijas uzņēmēju informēšanu par viņiem reāli pieejamām iespējām (valsts pasākumiem) savas produkcijas eksporta attīstībai;
3. Reinvestētās peļņas atbrīvošanu no ienākuma nodokļa;
4. Darbinieku slimības lapu apmaksāšanu pilnā apmērā no valsts sociālās apdrošināšanas budžeta līdzekļiem.

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti:

1. http://www.bank.lv/lat/main/press/pubrun/avrev/avrev_07/3_07/skrivelis/
2. <http://www.lakifa.lv/> - Latvijas Ķīmijas un farmācijas uzņēmēju asociācija
3. <http://www.medicina.lv/lat/second4.php?page=news&id=1665>
4. „Darba tirgus vajadzību analīze un ieteicamo pasākumu apkopojums kvalitatīva darbaspēka pieejamības veicināšanai ķīmisko vielu un farmācijas nozarē” – pētījums [www.osi.lv/pielikumi/z_48_OSI_ESF_3152_0012_1.pdf]
5. http://www.farmacija-mic.lv/main/zinasaw/5_1/3023/08/arch_2007
6. <http://www.vza.gov.lv/>
7. http://www.ur.gov.lv/faili/atsevisku_darbibas_veidu_licencesana.html
8. <http://www.grindex.lv/?l=1&m=5&id=46&news=240>
9. <http://www.olainfarm.lv/lat/>
10. <http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=748&lng=lv>
11. <http://www.bank.lv/lat/print/?91883>
12. http://ec.europa/environment/chemicals/reach/pdf/2007_02_reach_in_brief.pdf
13. LR MK Noteikumi Nr 1006 ”Zāļu valsts aģentūras nolikums”, www.vza.gov.lv
14. www.csb.gov.lv
15. www.grindeks.lv/?l=18&m=30&id=252

3.7. Ziepju, mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas līdzekļu, smaržu un kosmētisko līdzekļu ražošana(24.5)

3.7.1. Vispārīgs nozares apraksts

Latvijas ziepju, mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas līdzekļu, smaržu un kosmētisko līdzekļu ražošanas nozare pēc piedāvāto produktu klāsta ir ļoti plaša, jo nozarē strādājošie uzņēmumi nodarbojas ar liela produkcijas sortimenta ražošanu un piedāvājumu tirgū. Šo plašo sortimentu pēc produkcijas specifikas varētu iedalīt divās atšķirīgās produktu grupās: kosmētikas līdzekļu un mazgāšanas līdzekļu ražošanā.

Saskaņā ar Saimniecisko darbību statistisko klasifikāciju Eiropas Kopienā (NACE 1.1.red.) nozares darbībā ietilpst divas apakšnozares [1]:

- 24.51: ziepju, mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas līdzekļu ražošana;
- 24.52: smaržu un kosmētisko līdzekļu ražošana.

Pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes npublicētiem datiem, Latvijas 24.5 nozarē pēdējo trīs gadu laikā esošo uzņēmumu skaits būtiski palielinājies. Ja 2004. gadā nozarē strādāja tikai 15 uzņēmumi, tad 2005. gadā to skaits pieauga līdz 21 un 2006. gadā jau sasniedza 30 uzņēmumus (skat.3.7.1.tabulu, kur ir atspoguļots nozarē 15 lielāko, pēc apgrozījuma, uzņēmumu saraksts alfabētiskā secībā). Pēc Lursoft datiem no 30 nozarē strādājošiem uzņēmumiem astoņi nodarbojas ar smaržu un kosmētisko līdzekļu ražošanu un 22 – ar ziepju un mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas līdzekļu ražošanu.

3.7.1. tabula. Pēc CSP datiem 15 lielāko Latvijas ziepju, mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas līdzekļu, smaržu un kosmētisko līdzekļu ražojošo uzņēmumu saraksts 2006.gadā

| N | Uzņēmuma nosaukums |
|----------|---|
| 1. | SIA 'ALFA TEHNOLOĢIJAS' |
| 2. | SIA 'AROMA ART' |
| 3. | SIA 'BALDONES VESELĪBAS FONDS FINANSU GRUPA'' |
| 4. | AS 'DZINTARS' |
| 5. | SIA 'HENSON' |
| 6. | SIA 'KARALEKS' |
| 7. | SIA 'KUAL' |
| 8. | SIA 'KVADRO' |
| 9. | SIA 'LABO ZIEPJU DARBNĪCA' |
| 10. | SIA 'LITAVA' |
| 11. | SIA 'RĪGAS ZIEPJU MANUFAKTŪRA' |
| 12. | AS ķīmiskā rūpnīca 'SPODRĪBA' |
| 13. | SIA 'STENDERA ZIEPJU FABRIKA' |
| 14. | SIA 'STIPRAIS' |
| 15. | SIA 'TILIA-A' |

Avots: CSP npublicētie dati

2006.gadā starp reāli dzimušiem uzņēmumiem CSP identificēja arī divus jaunienācējus – SIA „Madara Cosmentics” un SIA „Trejdeviņi” (skat. 6.pielikumu), kas papildus apliecina potenciālo jaunu tirgus dalībnieku tieksmi nodarboties ar kosmētikas un mazgāšanas līdzekļu ražošanu un atrast savu nišu tirgū, kurā strādā ne tikai daudzi slaveni un labi atpazīstami Latvijas uzņēmumi, bet arī uzņēmumi no visas ES kosmētiskās industrijas (ieskaitot Franciju un Vāciju).

Salīdzinājumā ar citām Latvijas tautsaimniecības nozarēm, trīs gadu laikā straujš uzņēmumu skaita pieaugums var liecināt par 24.5. nozares pievilcību potenciāliem jauniem tirgus dalībniekiem pateicoties samērā augstam nozares ienesīgumam un salīdzinoši vienkāršiem nosacījumiem ienākšanai tirgū. To daļēji apliecina arī intervijās izteiktais nozaru ekspertu viedoklis, ka sekmīgi strādājošiem uzņēmumiem kosmētikas un mazgāšanas līdzekļu ražošanas jomā rentabilitātes līmenim ir jābūt ap 30% - 40%. Savukārt ekonomisko darbību reglamentējošo prasību stingrumu nozares eksperti vērtēja dažādi: no viedokļa „kā vienu no visvairāk regulējamām nozarēm” līdz viedoklim par „samērā nenozīmīgas kontroles no Latvijas instanču puses”. Tomēr kopumā varētu apgalvot, ka 24.5. nozares uzņēmumu darbība ir reglamentēta ar dažādiem LR tiesību aktiem un simtprocentīgi atbilst regulēšanas procedūrām, pieņemtām visā ES teritorijā.

Neskatoties uz salīdzinoši lielo uzņēmumu skaitu, kas nodarbojas ar ziepju, mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas līdzekļu, smaržu un kosmētisko līdzekļu ražošanu, pēc nepublicētiem CSP datiem 2006.gadā nozares kopējais apgrozījums nebija liels un veidoja ap Ls 18,6 milj.

Analizējot nozares koncentrācijas līmeni, pamatojoties uz dažādu koncentrācijas indeksu (CR4 un HHI) aprēķināšanas rezultātiem, var secināt, ka četru pēc apgrozījuma lielāko uzņēmumu daļa Latvijas tirgū 2006.gadā veidoja 84%. Tas liecina arī par faktu, ka atlikušo 26 nozarē strādājošo uzņēmumu kopējais apgrozījums tajā pašā gadā bija tikai ap Ls 2,9 milj. Arī aprēķinātā Herfindāhla-Hiršmana indeksa vērtība (3353) norāda uz samērā augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē, jo HHI indeksa vērtība krietni pārsniedza pieņemamo kritisko robežu, kas parasti ir 1800 – 2000 līmenī.

Ir svarīgi atzīmēt, ka, neskatoties uz kosmētisko un mazgāšanas līdzekļu CSP strikto klasifikāciju, Latvijas ķīmijas un farmācijas uzņēmumu asociācija (LAĶĪFA) sadarbībā ar Eiropas kosmētikas Asociāciju⁸ (Colipa) un, pamatojoties uz Direktīvas 76/768/EEK (Kosmētikas direktīvas) nosacījumiem, dod savu definējumu kosmētisko līdzekļu sarakstam. Kosmētika nav tikai dekoratīvā kosmētika un citi skaistumkopšanas līdzekļi, tā aptver daudz plašāku produktu loku: sauļošanās līdzekļus, zobu un mutes dobuma kopšanas līdzekļus, kāju, roku un ķermeņa kopšanas līdzekļus, personiskos kopšanas līdzekļus, bērnu kopšanas līdzekļus,

⁸ Angl.: The European Cosmetic Association

smaržas, dekoratīvo kosmētiku, matu un ādas kopšanas līdzekļus [2], [5]. Tātad kosmētikas produktus pielieto gan ķermeņa kopšanai, gan kreativitātei [3].

Eiropas likumdošana kosmētikas līdzekļu ražošanas jomā, kas pārsvarā balstās uz Direktīvas 76/768/EEK nosacījumiem, nodrošina nozares darbības vadlīniju izpildi, lai garantētu drošību patērētājiem un izgatavotājiem (izmantojot prototipus). Minētā direktīva nosaka arī sešas pamatfunkcijas kosmētikas produktiem [3], [4]: attīrīšanas, aizsardzības, iesmaržošanas (to parfume), ķermeņa aromatizācijas (to correct body odour), izskata korekcijas (to change the appearance) un labsajūtas (to keep in good condition).

Ražojot mazgāšanas līdzekļus, nepieciešams veikt drošuma novērtējumu, ieskaitot specifisko novērtējumu bērniem, kuri jaunāki par trīs gadiem, kā īpaši jūtīgai grupai [8]. Deterģentu ražošanas procesu reglamentē EK Regula 648/2004, kurā ir atspoguļotas precīzas prasības, lai aizsargātu cilvēku veselību un vidi, izvairoties no ūdens piesārņojuma un bioloģiskas degradācijas.

Pēc LAĶĪFA publiskotā viedokļa [8], kad apspriež pircējiem kaitīgu ikdienā lietojamo preču pārdošanu, jāievēro ķīmisko vielu bīstamību, saskarsmes iespēju ar konkrēta produkta sastāvdaļu, kā arī vielu koncentrāciju, lietošanas daudzumu. Mājsaimniecības ķīmijas ražotāji savu produktu drošumu un draudzīgumu videi novērtē strikti balstoties uz zinātniskā riska novērtējumu. Produkti, par kuriem nav pietiekami daudz informācijas, vai novērtētais risks ir pārlietu augsts, netiek laisti apgrozībā. Līdzīgi tiek vērtēta arī ķīmisko vielu ietekme uz vidi.

Analizējot Latvijas uzņēmumus, kas nodarbojas ar ziepju, mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas līdzekļu, smaržu un kosmētisko līdzekļu ražošanu, bieži ir grūti attiecināt konkrētā uzņēma darbību pie noteiktas apakšnozares (24.51 - mazgāšanas līdzekļu ražošana vai 24.52 - kosmētikas līdzekļu ražošana).

Piemēram, viens no lielākajiem sadzīves ķīmijas ražojošiem uzņēmumiem Latvijā AS „Ķīmiskā rūpnīca ”Spodrība”” kā vienu no savas darbības pamatiem identificē kosmētikas produktu ražošanu [9]. Tā uzņēmums ražo plašu roku un ķermeņa kopšanas līdzekļu sortimentu, kas sastāv no 15 dažādiem nosaukumiem. Tomēr par uzņēmuma pamatprodukciju var uzskatīt dažādu tīrīšanas un mazgāšanas līdzekļu, auto ķīmijas, profesionālas lietošanas mazgāšanas un tīrīšanas līdzekļu ražošanu. Līdzīgi AS „Ķīmiskai rūpniecībai ”Spodrība””, savu produkciju reklamē arī SIA „Kvadro”, kas piedāvā plašā sortimentā sadzīves ķīmijas, autoķīmijas, parfimērijas un kosmētikas, dārza ķīmijas produkciju.

Līdzīgā virzienā strādā arī SIA „Litava”, kas ražo mazgāšanas, tīrīšanas un dezinfekcijas līdzekļus profesionālai izmantošanai, pastāvīgi uzlabojot receptūras.

SIA „Stendera ziepju fabrika” Latvijas tirgū piedāvā ne tikai ziepes, burbuļbumbas, vannas pienu un sāli, bet arī ķermeņa kopšanas līdzekļus un aksesuārus.

Neskatoties uz to, ka SIA „Rīgas ziepju manufaktūras” darbība CSP tiek klasificēta, kā 24.51 apakšnozarē minēto produktu ražošana, tomēr, uzņēmums līdzīgi SIA „Stendera ziepju fabrikai” piedāvā dažādus ķermeņa kopšanas līdzekļus.

Uzņēmumi SIA „Aroma Art”, SIA „Labo ziepju darbnīca” un SIA „Trejdeviņi” pēc preču nomenklatūras un izskata piedāvā produkciju līdzīgu tai, ko ražo SIA „Stendera ziepju fabrikai” un „Rīgas ziepju manufaktūrai”.

Savukārt daudzi no 1.1. tabulā atspoguļotā uzņēmumu saraksta nodarbojas nevis ar kosmētikas un mazgāšanas līdzekļu ražošanu, bet to tirdzniecību. Tā SIA „Karaleks” nodarbojas ar saimniecību preču izplatīšanu vairumtirdzniecībā, SIA „Stiprais” - ar ķīmiskās produkcijas vairumtirdzniecību, bet SIA „Tilia-A” - autokosmētiku un krāsu izmantošanu un realizāciju.

SIA „Henson” pārsvarā strādā medicīnas un veselības jomā, piedāvājot ārstniecības pakalpojumus un optiku, kā arī ražo un piedāvā dažāda veida kontaktlēcas.

SIA „Baldones veselības fonda finansu grupa” vairāk nodarbojas ar informācijas izplatīšanu un reklāmu, tajā skaitā arī internetā.

Kopumā varētu apgalvot, ka visi tie uzņēmumi, kas reāli nodarbojas ar kosmētikas un mazgāšanas līdzekļu ražošanu, zināmā mērā konkurē sava starpā, realizējot savu produkciju Latvijas tirgū. Dažos Latvijas tirgus segmentos pastāv stingra konkurence, piemēram, starp tiem uzņēmumiem, kas piedāvā plašā sortimentā glicerīna aromātiskās ziepes, vannas burbuļbumbas, pieniņu un sāli.

Samērā stipra konkurence ir vērojama starp Latvijas uzņēmumiem, kas piedāvā kopšanas kosmētikas līdzekļus (piem., ķermeņa kopšanas līdzekļus).

Bet svarīgi ir atzīmēt, visasākā konkurence tomēr notiek nevis starp Latvijā ražojošiem uzņēmumiem, bet starp vietējos uzņēmumos ražoto produkciju un no visas pasaules importētiem kosmētikas un mazgāšanas līdzekļiem.

3.7.2. Tirgū ienākšanas barjeru analīze

3.7.2.1. Ekonomiskie ierobežojumi

Pēc nozares ekspertu atzinumiem nav vajadzīgs īpaši liels starta kapitāls biznesa uzsākšanai kosmētikas un mazgāšanas līdzekļu ražošanas jomā. Pirmais, uz ko vajadzētu orientēt savu darbību jaunienācējiem, piemēram, uzsākot kopšanas kosmētikas līdzekļu ražošanu, ir receptūru izgatavošana un tirgus segmentācija (skat. 1.1. barjeras aprakstu A tabulā). Ir svarīgi izveidot profesionālu domubiedru komandu ar labiem speciālistiem ķīmijas, dermatoloģijas, farmācijas, kosmetoloģijas un pārtikas tehnoloģijas sfērās, kas varētu nodarboties ar kosmētisko līdzekļu receptūras izgatavošanu. Turklāt ir svarīgi apzināt, kādā tirgus segmentā turpmāk tiks realizēta produkcija. Tāpēc viens no lielākajiem, bet arī svarīgākajiem izdevumu posmiem ir ieguldījums

produkcijas mārketinga kampaņās. Jaunienācējam ir jārēķinās arī ar izdevumiem izejvielu iegādē, kas biznesa sākumposmā varētu būt realizējams uz samērā neizdevīgiem nosacījumiem, kad parasti iepirkuma apjomi nav lieli, līdz ar to arī piegādes nosacījumi nevar būt izdevīgi (mazāki apjomi - augstākas cenas). Sākotnēji izdevumi iekārtu iegādei varētu veidot ap Ls 30 tūkst. Kopumā, pēc ekspertu viedokļa, kosmētikas līdzekļu ražošanas biznesu varētu mēģināt uzsākt ar starta kapitālu ap Ls 400 tūkst.

Neskatoties uz to, ka biznesa sākumposmā nav obligāti jācenšas sasniegt liela apjoma ražošanu (jo Latvijas uzņēmuma lielums pats par sevi nav uzskatāms par priekšrocību), tomēr lieli ražošanas apjomi var nodrošināt uzņēmumam arī zināmas priekšrocības (skat. 1.2. barjeras aprakstu A tabulā). Piemēram, lielie uzņēmumi var atļauties ierīkot sertificētas laboratorijas, kas nodarbošies ar nepārtrauktiem pētījumiem jaunu receptūru izstrādāšanā, kā arī produkcijas kvalitātes un drošuma pārbaudēm, atbilstoši ES prasībām (piem., AS „Dzintars”, SIA „Kvadro” gadījumos).

Lielie uzņēmumi gūst priekšrocības iegādājoties izejvielas, kad samērā lieli (salīdzinājumā ar citiem potenciāliem Latvijas konkurentiem) izejvielu apjomi nodrošina arī labākus iegādes nosacījumus. Tomēr ir svarīgi piebilst, ka šī priekšrocība nevar būt absolūta, jo Latvijas mēroga lielus uzņēmumus ES izejvielu piegādātāji neuzskata par lieliem.

Nozares eksperti atzīmē, ka Latvijas tirgus dalībnieku vidū absolūto pārākumu izdevumu līmenī, daži lielie uzņēmumi varētu sasniegt (skat. 1.3. barjeras aprakstu A tabulā). Kā piemēru eksperti min AS „Dzintars”, kas pateicoties nozīmīgiem eksporta apjomiem uz Krieviju varētu sasniegt ražošanas mēroga pozitīvo efektu, kad uzņēmums ražo samērā lielus produkcijas apjomus pie zemākām izmaksām. Tā, analizējot AS „Dzintars” ienesīguma līmeni un aktīvu atdevi, var konstatēt, ka 2006.gadā minētais uzņēmums aizņēma 3.vietu Latvijas smaržu un kosmētisko līdzekļu ražotāju vidū pēc rentabilitātes un aktīvu atdeves līmeņa (skat. 3.7.2. tabulu). Ja vidējais nozares rentabilitātes līmenis 2006. gadā bija pat negatīvs, tad AS „Dzintars” strādāja ar peļņu un uzņēmuma bruto peļņas robeža sasniedza 39%. Aktīvu atdeves rādītājs AS „Dzintaram” bija samērā augsts salīdzinājumā ar nozares (2,65%) un Latvijas tautsaimniecības (-180,52%) vidējo rādītāju.

3.7.2. tabula. Bruto peļņas robežas un aktīvu atdeves rādītāji Latvijas smaržu un kosmētisko līdzekļu ražošanas apakšnozarē (24.52) un AS „Dzintars” 2006.gadā

| Rādītāji | AS „Dzintars” | Vidējais līmenis 24.52. nozarē (pēc NACE 1.1.red.) | Mediāna 24.52. nozarē (pēc NACE 1.1.red.) |
|------------------------|-------------------------|--|---|
| Bruto peļņas robeža, % | 39,11 (3. vieta nozarē) | -9,81 | 24,31 (no 8 uzņēmumiem nozarē) |
| Aktīvu atdeve,% | 14,54 (3 vieta nozarē) | 2,65 | 0,4 (no 8 uzņēmumiem nozarē) |

Avots: Lursoft nepublicētie dati

Tomēr, analizējot rentabilitātes un aktīvu atdeves rādītājus starp uzņēmumiem, kas nodarbojas ar ziepju, mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas līdzekļu ražošanu, ir redzams, ka uzņēmums ar vairāk „kosmētisko ievirzi”, kas pārsvarā ražo glicerīna ziepes, burbuļbumbiņas, vannas pieniņu un sāli un realizē patērētājiem, 2006.gadā sasniedza 60% rentabilitātes un 27% aktīvu atdeves līmeni. Šie sasniegtie rādītāji ir pat labāki kā AS „Dzintars” (skat. 3.7.3.tabulu). Acīmredzot, pēdējos piecos gados Latvijā strauji augošais tirgus glicerīna ziepēm, burbuļbumbiņām, vannas pieniņam un sālim ievirzīja jaunu un pietiekoši ienesīgu tirgus nišu, kurā savā starpā stingri konkurē ap 5- 6 Latvijas uzņēmumiem.

Kā jau iepriekš bija minēts, šī niša ir pietiekoši ienesīga, lai kļūtu par pievilcīgu jaunienācējiem. Tāpēc arī uzņēmumi, kas darbojās šajā nišā ienesīguma ziņā apsteidz pat tādus lielus kosmētikas un mazgāšanas līdzekļu ražotājus, kā AS „Dzintars” un AS „Ķīmiskā rūpnīca ”Spodrība””.

3.7.3. tabula. Bruto peļņas robežas un aktīvu atdeves rādītāji Latvijas ziepju, mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas līdzekļu ražošanas apakšnozarē (24.51) un SIA „Rīgas ziepju manufaktūra” 2006.gadā

| Rādītāji | SIA „Rīgas ziepju manufaktūra” | Vidējais līmenis 24.52. nozarē (pēc NACE 1.1.red.) | Mediāna 24.52. nozarē (pēc NACE 1.1.red.) |
|------------------------|---------------------------------------|---|--|
| Bruto peļņas robeža, % | 60,91 (2 vieta nozarē) | 6,90 | 7,53 (no 18 uzņēmumiem nozarē) |
| Aktīvu atdeve,% | 27,13 (2 vieta nozarē) | -10,17 | 2,93 (no 21 uzņēmumiem nozarē) |

Avots: Lursoft nepublicētie dati

Viens no papildus riskiem, kas būtiski ietekmē jaunienācēju ienākšanu tirgū, īpaši 2007. un 2008.gadā, ir makroekonomiskā recesija, kuru pavada augsti inflācijas tempi un ražošanas resursu (pārsvarā energo un darba resursu) sadārdzināšanās (skat. 1.5. barjeras aprakstu A tabulā). Būtiski var sašaurināties noiets tiem Latvijas ražotājiem, kas savu produkciju eksportē uz Krieviju un citām NVS valstīm, jo izejvielu/ražošanas resursu sadārdzināšanās rezultātā tie nevar atļauties pacelt cenas gatavai produkcijai. Līdz ar to ražotāju ienesīgums samazinās, kas bieži noved pie produkcijas eksporta neizdevīguma.

Pēc ekspertu atziņām muitas ierobežojumi nozarē paši par sevi nevar būt uzskatāmi pat nozīmīgu šķērslī jaunienācējiem, jo pārsvarā eksports tiek vērsts uz ES un NVS valstīm.

3.7.2.2. Administratīvie/organizatoriskie ierobežojumi

Pēc ekspertu atziņām Latvijas ziepju, mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas līdzekļu, smaržu un kosmētisko līdzekļu ražošanas nozare (24.5) nav īpaši strikti reglamentēta, lai, piemēram, uzsāktu kopjošās kosmētikas līdzekļu ražošanu. Eksperti uzskata, ka reglamentējošo prasību nozīmību („stingruma” pakāpi) kopumā var raksturot kā vidējo starp stingrajām un

visaptverošajām prasībām Latvijas farmācijas nozarē un PVD prasību izpildi pārtiku ražojošās nozarēs.

Līdz ar jautājumiem par ražošanas uzsākšanu jārisina jautājumi arī par iespējamo gatavās produkcijas realizāciju, par ārkārtīgi svarīgiem kļūst jautājumi par produkcijas sertifikāciju kvalitātes un drošības jomā.

Tā kā kosmētikas līdzekļi ir ikdienā izmantojami produkti, tiem jābūt nekaitīgiem un cilvēku lietošanā drošiem. Piemēram, no 5 miljardiem kosmētikas produktiem, kas ikgadēji tiek pārdoti 380 miljoniem ES iedzīvotājiem, tajā skaitā arī iedzīvotājiem Latvijā, tiek konstatēta tikai viena sūdzība (mazsvarīga rakstura) uz vienu miljonu pārdotās produkcijas vienību [3].

Turklāt ne tikai kosmētikas produkcija, bet visas produkcijas sastāvdaļas (ingridenti) ir stingrs ES regulēšanas objekts, kas garantē patērētāju aizsardzību un ražošanā iesaistīto cilvēku labklājību. Atbilstoši Kosmētikas direktīvas nosacījumiem (Direktīvas 76/768/EEK) kosmētikas līdzekļi nedrīkst kaitēt cilvēku veselībai. Cilvēku drošību nosaka, pārbaudot visas produkcijas izejvielas.

Saskaņā ar MK noteikumiem 354 (20.04.2004), Latvijas tirgū var piedāvāt tikai tādu kosmētikas līdzekli, kas ir ražots, ievērojot Eiropas Savienības dalībvalstīs noteiktus kosmētikas līdzekļu labas ražošanas prakses (LRP) nosacījumus (skat. 2.1. un 2.3. barjeru aprakstu A tabulā).

Kosmētikas ražotājam vai izplatītājam obligāti jāiesniedz Veselības inspekcijai informāciju par kosmētikas līdzekļa kvalitatīvu un kvantitatīvu sastāvu (smaržām: katras kompozīcijas nosaukumu, kodu un ražojošo firmu), izejmateriālu un galaproduktu fizikāli ķīmisko un mikrobioloģisko specifiskāciju, kosmētikas līdzekļa tīrības un mikrobioloģiskās kontroles kritērijus, ražošanas metodes (kuras atbilst LRP nosacījumiem), drošuma vērtējumu attiecībā uz cilvēka veselību (ņemot vērā sastāvdaļu vispārējo toksikoloģisko raksturojumu, ķīmisko uzbūvi, un ekspozīcijas līmeni), specifisku papildus informāciju par nevēlamo iedarbību, īpašiem iedarbības veidiem, par dzīvnieku izmantošanu līdzekļa (sastāvdaļu) testēšanas laikā, gadījumā, ja līdzeklis nav ES izcelsmes [5].

Turklāt kosmētikas līdzekļus nedrīkst piedāvāt tirgū, ja to sastāvā ir MK noteikumos Nr 354 (20.04.2004) minētas aizliegtas sastāvdaļas, krāsvielas (kas nav minētas noteikumu 4.pielikumā), konservanti (kas nav minēti noteikumu 5.pielikumā), ultravioleta starojuma filtri (kas nav minēti noteikumu 6.pielikumā), vielas, kas klasificētas, kā pirmās, otrās un trešās kategorijas koncerogēnas, mutagēnas un reproduktīvajai sistēmai toksiskas vielas un minētas normatīvajos aktos bīstamo ķīmisko vielu sarakstā.

Savukārt mazgāšanas līdzekļu ražošanas un tirdzniecības jomā ir savas prasības, kas jāievēro ziepju, mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas līdzekļus ražojošiem uzņēmumiem. Piemēram, mājsaimniecības ķīmijas ražotāji savu produktu drošumu un draudzīgumu videi novērtē strikti

balstoties uz riska zinātnisko novērtējumu. Produkti, par kuriem nav pietiekami daudz informācijas, vai novērtētais risks ir pārlietu augsts, netiek laisti apgrozībā. Papildus rūpīgāk tiek novērtētas bīstamākās ķīmiskās vielas. Pastāvīgi tiek sekots līdzi jauniem nozarē un atbilstoši izmainīti riska novērtējumi [8]. Tiek aprēķināta visu produktu sastāvdaļu ekspozīcija (caur ādu, ieelpojot, norijot) un rezultāti tiek salīdzināti ar šo sastāvdaļu drošuma sliekšni (līmenis, pie kura nav novērots negatīvais efekts). Sastāvdaļas vai produkta izmantošana tiek atļauta tikai tad, ja ekspozīcijas līmenis ir daudzkārt zemāks par drošuma sliekšni. Lai apstiprinātu drošumu, papildus tiek novērota arī produkta lietošana tirgū.

Līdzīgi tiek aprēķināta arī ķīmiskās vielas ietekme uz vidi, aprēķinot izmantošanu un potenciālo koncentrāciju vidē (atbilstoši EK Regulas 648/2004 nosacījumiem). Sastāvdaļu un produktu lietošana tiek pieļauta tikai tad, ja koncentrācija vidē ir vairākkārt zemāka par līmeni, kas rada negatīvu ietekmi uz vidi. Turklāt riska novērtējums iekļauj visas zināmās ķīmiskās mijiedarbības produktā un visas zināmās sastāvdaļu savienojšanās, kumulatīvās vai sinerģiskās toksikoloģiskās reakcijas, kā arī mijiedarbību starp sastāvdaļām. Vides novērtējumā tiek ņemta vērā arī konkrētu sastāvdaļu izmantošana citos produktos, novērtējot kopējo potenciālo ķīmiskās vielas koncentrācijas līmeni vidē.

Produkcijas pārbaudi un reģistrāciju nodrošina daudzas valsts institūcijas, galvenās no kurām ir:

- Valsts aģentūra „Sabiedrības veselības aģentūra” (ķīmijas laboratorija, virusoloģijas izmeklējumu laboratorija);
- Pārtikas un veterinārā dienesta (PVD) Nacionālais diagnostikas centrs (klīniski mikrobioloģisko izmeklējumu laboratorija);
- Tuberkulozes un plaušu slimību valsts aģentūra (bakterioloģiskā laboratorija);
- LU A.Kirhenšteina mikrobioloģijas un virusoloģijas institūts (antimikrobiālas un antivirālas aktivitātes testēšanas laboratorija);
- Rīgas Stradiņa universitāte (higiēnas un arodslimību laboratorija).

Papildus tam, visi produkti ar antibakteriālu iedarbību (biocīdus saturoši) ir jāreģistrē Latvijas vides, ģeoloģijas un meteoroloģijas aģentūrā.

Praktiski visi esošie tirgus dalībnieki cenšas ievērot papildus prasības kvalitātes un drošības jomā, iegūstot ISO sertifikātus atbilstoši starptautiskajiem standartiem uzņēmuma kvalitātes vadībā, vides vadībā un vides pārvaldībā, kā arī saņemot kategorijas atļaujas piesārņošanas darbībai (skat. 2.3. barjeras aprakstu A tabulā).

Analizējot iespējamās šķēršļus zemes vai ražošanas ēku iegūšanas jomā, varētu apgalvot, ka jaunienācēji neatzīmē īpašas grūtības, kas saistītas ar nepieciešamā zemes gabala vai ražošanas ēkas atrašanu, nomāšanu vai iegādāšanos privātīpašumā, jo ražošanas procesa uzsākšanai nav vajadzīgas lielas zemes teritorijas vai ēku platības. Tomēr ir svarīgi piebilst, ka eksperti no tiem

uzņēmumiem, kas atrodas samērā tuvu Rīgas pilsētas centram, atzīmējuši strauju īres maksas pieaugumu. Šis pieaugums vēl vairāk ietekmē produkcijas izmaksas līmeņa paaugstinājumu. Savukārt uzņēmuma atrašanās vietas maiņa (piem., ārpus Rīgas pilsētas) varētu negatīvi ietekmēt darbinieku vēlmi pārvietoties kopā ar savu uzņēmumu (skat. 2.2. barjeras aprakstu A tabulā).

3.7.2.3. *Tirgus dalībnieku vertikālas vienošanās rezultātā izveidotās barjeras*

Pēc nozaru ekspertu atzinumiem visi Latvijā kosmētiku ražojošie uzņēmumi sadarbojas ar vienu un to pašu izejvielu piegādātāju loku. Atbilstoši savas produkcijas specifikai ražotāji izvēlas piegādātājus. Ja uzņēmēji ražo līdzīgus produkcijas veidus, tad arī piegādātāju loks viņiem būtiski neatšķiras. Piemēram, SIA „Stendera ziepju fabrika” sadarbojas ar aptuveni 150 dažādiem piegādātājiem. 90% no visām izejvielām uzņēmums iegādājas ES valstīs (Vācijas, Francijas, Nīderlandes). Savukārt SIA „Madara cosmetics” ap 80% no savām izejvielām iepērk ES valstīs (pārsvarā Vācijā). Paši uzņēmumi atzīst, ka pie brīvā tirgus nosacījumiem ES vienotajā ekonomiskā telpā nav īpašu problēmu jaunienācējiem iegādāties resursus uz tiem pašiem nosacījumiem, kā to dara sen tirgū strādājošie uzņēmumi.

Lielākā daļa izejvielu piegādātāju ir nevis produkcijas ražotāji, bet izplatītāji. Salīdzinājumā ar izejvielu ražotājiem, izplatītāji nevar nodrošināt īpaši izdevīgus nosacījumus izejvielu iepirkšanas jomā, jo Latvijā iepērkamie izejvielu daudzumi pēc ES mēroga tiek uzskatīti par samērā maziem. Tādējādi var apgalvot, ka neskatoties uz to, vai izejvielu iegādātājs ir jaunienācējs, vai sen strādājošs tirgus dalībnieks, Latvijas uzņēmumu vidū neveidojas īpašas priekšrocības izejvielu iegādē kādam atsevišķam uzņēmējam (skat. 3. barjeras aprakstu A tabulā). Uzņēmumu varētu veidot tikai AS „Dzintars”, kam, pēc ekspertu domām, varētu būt zināmas priekšrocības izejvielu iegādē, pateicoties uzņēmuma gadiem veidotai reputācijai un atpazīstamībai tirgū.

Kā jau tika minēts, Latvijas ražojošie uzņēmumi ir samērā mazi, lai iegūtu kādas papildus priekšrocības savas produkcijas eksportam uz ES valstīm. Tāpēc katram uzņēmumam ir svarīgi atrast iespēju un izstrādāt atbilstošu noieta stratēģiju, virzot savu produkciju ES tirgū. Pēc nozares ekspertu viedokļiem, ES tirgū ir ārkārtīgi grūti konkurēt kosmētikas līdzekļu izplatīšanas jomā. Īpašas grūtības konkurencē sagādā Vācijā ražotie produkti, kas ir kvalitatīvi, ar pārdomātu un rūpīgi izstrādātu dizainu un mārketinga stratēģiju. Eksperti arī apgalvo, ka galvenā konkurences cīņa notiek nevis Latvijas, bet ES tirgū ar daudziem pieredzējušākiem ES uzņēmumiem.

NVS valstu tirgū priekšrocības var veidoties pateicoties lieliem produkcijas apjomiem un ražotāja/produkcijas zīmola atpazīstamībai. Šajā tirgū savas priekšrocības var izmantot

AS „Dzintars”, eksportējot savu produkciju uz Krieviju vai citām NVS valstīm, pateicoties savas produkcijas atpazīstamībai un ilggadīgai sadarbības pieredzei.

Latvijas tirgū, pateicoties stiprai savstarpējai konkurencei, kā arīasai konkurencei ar plašu importēto produkciju klāstu, īpašas priekšrocības vietējiem ražotājiem savas produkcijas izplatīšanas jomā nav konstatētas. Viena no vietējā tirgus nišām, kurā dominē Latvijas uzņēmumi ir glicerīna ziepju, burbuļbumbiņu, vannas piena un sāls ražošana un izplatīšana. Konkurence starp vietējiem uzņēmējiem šajā tirgus segmentā ir salīdzinoši stipra.

Kopumā varētu secināt, ka Latvijas kosmētikas un mazgāšanas līdzekļu ražotāji tikai daļēji konkurē savā starpā, atkarībā no tā, cik cieši pārklājas atsevišķa uzņēmuma darbības virziens ar viņu potenciāliem konkurentiem. Katrs uzņēmums cenšas izveidot savu specifisku realizācijas stratēģiju gan vietējā, gan ārējā tirgū.

3.7.2.4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība

Daudzi Latvijas uzņēmumi jau sen izmanto gadiem veidoto ražošanas infrastruktūru (piem., AS „Dzintars”, AS „Ķīmiskā rūpnīca ”Spodrība”” u.c.).

Savukārt jaunai kosmētikas līdzekļu ražotnes atvēršanai nav nepieciešamas lielas ražošanas platības un ēkas, kā arī lielas transporta vienības produkcijas kravu pārvadājumiem (skat. 4.barjeras aprakstu A tabulā).

Starp galvenajiem informācijas avotiem, kurus labprāt varētu izmantot biznesā, jaunienācēji norādīja personīgus kontaktus, internetu, dažādus laikrakstus (galvenokārt reklāmas un dažādu „PR” akciju vajadzībām), uzņēmumu reģistra datus (analizējot konkurentus) un CSP datus (sekošanai galvenajām tendencēm tirgū).

Uzņēmēju vidū infrastruktūras neatbilstība nav uzskatāma par nopietnu šķērsli potenciāli jauniem tirgus dalībniekiem.

3.7.2.5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras

Latvijas mērogā gan lielie, gan mazie uzņēmumi veido savas specifiskās ražošanas un pārdošanas stratēģijas ar mērķi iekarot savu, samērā stabilu tirgus nišu, izvairīties no savstarpējas konkurences un palielināt produkcijas eksportu (skat. 5.barjeras aprakstu A tabulā).

Tā, AS „Dzintars” ražo savu produkciju plašā sortimentā masu patērētājiem, realizējot to Latvijas tirgū caur savu veikalu tīklu par samērā zemām cenām.

Bet salīdzinoši mazie uzņēmumi un/vai jaunienācēji orientēti uz samēra ekskluzīvu vai pēc savām īpašībām atšķirīgu produkcijas ražošanu un pārdošanu nelielos apjomos, cenšoties palielināt noietu arī citās ES valstīs. Kā, piemēram, to dara SIA „Madara cosmetics”, orientējoties uz „eko” kosmētikas filozofiju gan ražošanā, gan pārdošanā.

SIA „Stendera ziepju fabrika” mēģina atšķirties no SIA „Rīgas ziepju manufaktūra”, SIA „Aroma Art”, SIA „Labo ziepju darbnīca” un SIA „Trejdeviņi” ar papildus servisu produkcijas pārdošanas praksē un pircēju apkalpošanas kvalitātē.

Ārpus Latvijas SIA „Stendera ziepju fabrika” un SIA „Rīgas ziepju manufaktūra” realizē savas preces nevis tieši pārdodot tos citu valstu tirgū, bet ar franšīzes līguma palīdzību.

Uzņēmumu pārdošanas stratēģijas var atšķirties pēc noieta kanālu dažādības un to izmantošanas prioritātēm. Piemēram, daži uzņēmumi var izplatīt produkciju gan savā veikalu tīklā (masu patērētāju vajadzībām), gan caur citu firmu ekskluzīviem veikaliem (vienlaikus ražojot un realizējot arī ekskluzīvo produkciju).

Daži uzņēmumi cenšas piedāvāt saviem pircējiem citām firmām līdzīgu produkciju, atdarinot līdzīgu pārdošanas stratēģiju, līdzīgu produkcijas izskatu un zīmolus [7].

Ražošanas un pārdošanas stratēģiju dažādība palīdz vietējiem uzņēmumiem mazināt konkurences spiedienu, savstarpēji konkurējot Latvijas tirgū. Ārpus Latvijas savā starpā vietējie uzņēmumi nekonkurē, bet ir iesaistīti krietni spēcīgākas pakāpes konkurences cīņā ar ES tirgū labi atpazīstamiem un pieredzējušākiem uzņēmumiem.

3.7.2.6. Preču pieprasījuma ierobežojumi

Vietējam tirgum Latvijas kosmētiku ražojošie uzņēmumi konkurē ne tikai savā starpā, bet ar visā pasaulē ražotiem importētiem kosmētikas līdzekļiem.

Savā starpā Latvijas kosmētikas un mazgāšanas līdzekļu ražotāji konkurē tik stipri, cik cieši pārklājas atsevišķa uzņēmuma darbības virziens ar viņa potenciālo konkurentu.

Katrs uzņēmums cenšas izveidot savu specifisku realizācijas stratēģiju gan vietējā, gan ārējā tirgū. Tomēr visi nozaru eksperti atzīst, ka vietējā tirgus ierobežotības dēļ, reālais bizness var sākties tikai eksportējot savu produkciju ārpus Latvijas.

Vietējā tirgus ierobežotība un asa konkurence piespiež uzņēmumus meklēt realizācijas iespējas ārpus Latvijas (ES un NVS valstu tirgos).

A tabula. Jaunienācēju draudu (tirgus barjeru) novērtēšana Latvijas ziepju, mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas līdzekļu, smaržu un kosmētisko līdzekļu ražošanas nozarē (24.5)

| Barjeras veids | Vai konkrētā barjera būtu likvidējama vai tās ietekme samazināma. Nepieciešamie pasākumi to īstenošanai | Barjeras ietekmes nozīmīgums | | | Īss apraksts (kāpēc, analizējot konkrēto barjeru tiek uzskatīts, ka barjeras ietekme ir nenozīmīga/nozīmīga, ļoti nozīmīga) |
|---|---|------------------------------|----------|---------------|--|
| | | Nenozīmīga | Nozīmīga | Ļoti nozīmīga | |
| 1. Ekonomiskie ierobežojumi | | | | | |
| 1.1. Nepieciešami liela apjoma kapitālieguldījumi, investīcijas, starta kapitāls (dārgu aprīkojumu dēļ, dārgu izejvielu dēļ, augstu nodokļu dēļ, reģistrācijas, licenzēšanas izdevumu. dēļ) | No jaunienācēju viedokļa barjera nevar būt uzskatāma par ļoti nozīmīgu šķērsli ekonomiskas darbības uzsākšanai. Barjeras ietekmes mazināšana nedos īpašu ieguldījumu konkurences vides uzlabošanai. | | ✓ | | Pēc jaunienācēju atzinumiem nav vajadzīgi īpaši lieli līdzekļi darbības uzsākšanai nozarē. Toties ārkārtīgi svarīgi ir izveidot domubiedru komandu un kosmētisko līdzekļu receptūras. Turklāt iegādājoties iekārtas ražošanas uzsākšanai ir nepieciešams ap Ls 30 tūkst. Kopumā biznesu var uzsākt ar starta kapitālu ap Ls 400 tūkst. Ražošanas sākumposmu būtiski sadārdzina izejvielu iegāde, kad bieži jaunienācēji nevar atļauties iegādāties izejvielas mazos apjomus (neizdevīgo cenu dēļ). |
| 1.2. Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis | Barjeras ietekmi nav lietderīgi mazināt pateicoties ražotāju dažādībai (pēc lieluma) vietējā tirgū. | | ✓ | | Biznesa uzsākšanai nav obligāti jācenšas sasniegt liela apjoma ražošanu, jo Latvijas uzņēmuma lielums pats par sevi nav uzskatāms par priekšrocību. Svarīgāk ir izstrādāt un realizēt pārdomātu marketinga stratēģiju savas produkcijas pozicionēšanai un pārdošanai (orientēties uz potenciālo klientu). Lielie jau sen tirgū strādājošie uzņēmumi |

| | | | | | |
|---|--|--|---|--|--|
| | | | | | var izmantot zināmas priekšrocības savu laboratoriju izmantošanā, izejvielu iegādē salīdzinoši lielos apjomos. Latvijas mērogā gan lieliem, gan maziem uzņēmumiem varētu būt savas specifiskās pārdošanas stratēģijas un tirgus nišas. |
| 1.3. Absolūtais pārākums izdevumu līmenī | Barjeras ietekmi nav lietderīgi mazināt, jo tas būtiski neuzlabos konkurences vidi nozarē | | ✓ | | Pēc nozares ekspertu domām, neskatoties uz visiem tirgus dalībniekiem, brīvu pieeju plašam izejvielu klāstam, ko piedāvā slavenās kosmētiskās kompānijas no Francijas, Vācijas u.c., AS „Dzintars” varētu izmantot zināmas priekšrocības, kas ir saistītas ar absolūto pārākumu izdevumu līmenī, pateicoties Latvijas mērogā lieliem ražošanas apjomiem un ilgai pieredzei vietējā un NVS valstu tirgos. |
| 1.4. Investīciju piesaiste un kredītu izmantošanas/ piešķiršanas nosacījumi | Varētu būt likvidējama pieaicinot ārzemju investorus un veidojot investīcijām labvēlīgu vidi, atbalstot jaunienācējus. | | ✓ | | Samērā lieliem Latvijas uzņēmumiem ar gadiem veidoto reputāciju un atpazīstamību tirgū nevarētu rasties problēmas ar banku aizdevumiem. Eksperti uzskata, ka jauniem tirgus dalībniekiem kredītus pārsvarā izsniedz pret ķīlu. Toties, uzsākot biznesu, uzņēmumam bieži nav ko iekļāt (nav seguma aizņēmumiem līdzekļiem/ kredītam). |
| 1.5. Ekonomiskie riski (izejvielu cenu pieaugums, finanšu riski (valūtas)) | Ir mazināma, makroekonomiskās situācijas uzlabošanas un pasaules energo krīzes pārvarēšanas | | ✓ | | Latvijas makroekonomiskā recesija, augsti inflācijas tempi un resursu sadārdzināšanās šobrīd apgrūtina jaunu uzņēmumu rašanos, it īpaši tādu, kas savu produkciju eksportē |

| | | | | | |
|---|--|---|---|--|---|
| | rezultātā (Ekonomiskās vides nenoteiktības mazināšana). | | | | uz NVS valstīm. Izejvielu sadārdzināšanās rezultātā tie nevar atļauties pacelt cenas gatavai produkcijai. |
| 1.6. Muitas režīmi, cenu un tarifu noteikšana | Barjera ir likvidējama gadījumos, ja tiek slēgta starpvalstu vienošanās muitas tarifu mazināšanas vai tarifu kvotu atcelšanas jomā, vai arī, ja partnervalsts iestājas kādās Starptautiskās organizācijās (piemēram, Ukrainas iestāšanās PTO). | ✓ | | | Eksperti atzīst, ka muitas ierobežojumi šajā nozarē nav īpaši liels šķērslis, jo pārsvarā eksports tiek vērsts uz ES un NVS valstīm. |
| 2. Administratīvi ierobežojumi | | | | | |
| 2.1. Uzņēmējdarbības veidu licencēšana | Nav likvidējama, ir iespējama tikai visu tirgus dalībnieku (gan esošo, gan jaunienācēju) kontrole un nosacījumu ievērošana. | | ✓ | | Daži eksperti atzīmēja birokrātiskus šķēršļus nozarē, kad uzņēmumu vienlaicīgi var kontrolēt četras dažādas atbildīgās instances. Kosmētikas līdzekļu ražotājiem, importētājiem un izplatītājiem pirms produkta piedāvāšanas tirgū Veselības inspekcijai jāsniedz informācija par ražošanas vai importēšanas vietas adresi un līdzekļa kvalitatīvo un kvantitatīvo sastāvu. Tomēr kopumā nozares jauniesācēji atzīmē, ka mazgāšanas un kosmētisko līdzekļu ražošanas process nav īpaši reglamentēts un viņi nesaskata īpašus šķēršļus potenciāli jauniem tirgus dalībniekiem. |

| | | | | |
|--|---|--|---|--|
| 2.2. Šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanai vai nomāšanai | Ir grūti likvidējama, jo uzņēmumam pašam ir jāatrod zināmu kompromisu starp ražotnes izvietojumu un darbaspēku pieaicināšanas nosacījumiem. | | ✓ | Eksperti no uzņēmumiem, kas atrodas samērā tuvu Rīgas pilsētas centram, atzīmējuši strauju īres maksas pieaugumu, kas ietekmē produkcijas izmaksu paaugstinājumu. Savukārt uzņēmuma atrašanās vietas maiņa (piem., ārpus Rīgas pilsētas) varētu negatīvi ietekmēt darbinieku vēlmi pārvietoties kopā ar savu uzņēmumu. |
| 2.3. Kvalitātes prasības un ekoloģiskie ierobežojumi (aizliegums paplašināt noteikta preču tirgus darbības apjomu, celt jaunus ražošanas objektus, ierobežojumi transporta komunikāciju izveidei, dažādu vides aizsardzības institūciju noteiktie aizliegumi u.c.) | Nav likvidējama, ir iespējama tikai visu tirgus dalībnieku (gan esošo, gan jaunienācēju) kontrole un nosacījumu ievērošana | | ✓ | Tā kā kosmētikas un mazgāšanas līdzekļu ražošana ir reglamentējams process, tad uzņēmumiem jāievēro obligātās un papildus prasības kvalitātes un drošības jomā: 1. Saskaņā ar ES likumdošanu prasības kosmētiskiem un mazgāšanas līdzekļiem reglamentē tā saucamā „Kosmētikas” direktīva (Direktīva 76/768/EEK), kas pieprasa ražotājiem garantēt savu ražoto produktu drošumu. 2. MK noteikumi Nr 354 nosaka, ka Latvijas tirgū var piedāvāt tikai tādu kosmētikas līdzekli, kas ražots, ievērojot ES valstīs noteiktus kosmētikas līdzekļu labas ražošanas prakses (LRP, <i>angl.: GMP vai KOSMETIK-GMP</i>) nosacījumus. 3. Saskaņā ar tiem pašiem noteikumiem (Nr 354) uzņēmumam ir jāizstrādā arī izejmateriālu un galaprodukta fizikāli ķīmiskā un mikrobioloģiskā specifikācija |

| | | | | |
|---|---|--|---|--|
| | | | | <p>un kosmētikas līdzekļa tīrības un mikrobioloģiskās kontroles kritēriji;</p> <p>4. Ir jāsaņem arī "B" kategorijas atļauja esošai piesārņojošai darbībai bīstamu vielu jomā;</p> <p>5. Sertifikāts ISO 9001:2000 (apliecina uzņēmuma kvalitātes vadības sistēmas atbilstību starptautiskajam standartam);</p> <p>6. Sertifikāts ISO 14000:2004 (apliecina kvalitātes pārvaldes sistēmas atbilstību starptautiskajam standartam);</p> <p>7. Sertifikāts ISO 14001:1996 (apliecina vides vadības standartu).</p> <p>8. Saskaņā ar Direktīvu 2003.15/EK kosmētikas uzņēmumiem pēc sabiedrības locekļa pieprasījuma ir jāsniedz konkrēta informācija par kosmētikas līdzekli COLIPA veidotajā direktorijā [6].</p> <p>9. Tiem uzņēmumiem, kas nodarbojas ar deterģentu (mazgāšanas līdzekļu) ražošanu, ir jāievēro EK Regulas Nr 648/2004 nosacījumi.</p> |
| 3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras | | | | |
| Brīva pieejamība resursiem un /vai realizācijas kanāliem, korporatīvo sakaru priekšrocības. | Barjera varētu būt mazināma pateicoties dažādu komunikāciju veidu attīstībai un dažādošanai (caur internetu, dažādām valsts un ES atbalsta institūcijām, starptautiskām izstādēm utt.). | | ✓ | <i>Vienošanās ar izejvielu piegādātājiem:</i> Nozares eksperti atzīst, ka izejvielu piegādātāju loks Latvijā ir ļoti plašs, bet viens un tas pats visiem nozares uzņēmumiem. 80%-90% no izejvielu piegādātājiem ir ES uzņēmumi (no Francijas, Vācijas). Pārsvārā ar Latvijas |

| | | | | | |
|--|---|---|--|--|--|
| | | | | <p>uzņēmumiem strādā nevis izejvielu ražotāji, bet izejvielu izplatītāji. Tā kā Latvijas mēroga izejvielu iepirkumu apjomi nevar būt lieli, tad arī neveidojas īpašas priekšrocības kādam Latvijas izejvielu pircējam. Uzņēmumu var veidot tikai AS „Dzintars”, kam pēc ekspertu domām, varētu būt zināmas priekšrocības izejvielu iegādē, pateicoties uzņēmuma gadiem veidotai reputācijai un atpazīstamībai tirgū.</p> <p><i>Vienošanās ar realizācijas kanāliem:</i></p> <p>Latvijas ražojošie uzņēmumi ir samērā mazi, lai iegūtu kādas priekšrocības eksportējot savu produkciju uz ES valstīm. Zināmas priekšrocības var izmantot AS „Dzintars” eksportējot savu produkciju uz Krieviju vai citām NVS valstīm, pateicoties savas produkcijas atpazīstamībai un ilggadīgai pieredzei. Latvijas tirgū, pateicoties stiprai savstarpējai konkurencei, kā arī asai konkurencei ar plašu importēto produkciju klāstu, īpašu priekšrocību vietējiem ražotājiem izplatīšanas sektorā nav. Daudzi uzņēmumi realizē produkciju izmantojot savu veikalu tīklu.</p> | |
| 4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība | | | | | |
| Nodrošinājums ar komunikācijām (transporta un sakaru), noliktavām, | Pēc ekspertu viedokļiem barjeras ietekme kopumā nav | ✓ | | | Daudzi esošie uzņēmumi jau sen izmanto gadiem veidoto infrastruktūru. Savukārt |

| | | | | | |
|--|---|--|---|--|---|
| tirdzniecības platībām, informāciju, ceļiem. | īpaši nozīmīga. | | | | jaunai kosmētikas līdzekļu ražotnes atvēršanai nav nepieciešamas lielas ražošanas platības un ēkas, kā arī lielas mašīnas kravu pārvadājumiem. Starp galvenajiem informācijas avotiem jauniešiem norādīja personīgus kontaktus, Internetu, dažādus laikrakstus (galvenokārt reklāmas vajadzībām), uzņēmumu reģistra datus un CSP datus (sekošanai galvenajām tendencēm tirgū). Kopumā infrastruktūras neatbilstība nav uzskatāma par nopietnu šķērslī potenciāli jauniem tirgus dalībniekiem. |
| 5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Produkcijas realizācijas apstākļu noteikšana, Valsts pasūtījumu izpilde | Barjeru nav lietderīgi likvidēt. Uzņēmumu pārdošanas stratēģiju dažādība liecina par samērā stipras konkurences pastāvēšanu Latvijas tirgū. | | ✓ | | Latvijas mērogā gan lieliem, gan maziem uzņēmumiem varētu būt savas specifiskās pārdošanas stratēģijas un tirgus nišas. Piemēram, AS „Dzintars” ražo savu produkciju masu patērētājiem, piedāvājot to par samērā zemām cenām. Bet salīdzinoši mazie uzņēmumi varētu orientēties uz samērā ekskluzīvas produkcijas ražošanu (piemēram, orientējoties uz „eko” kosmētikas pārdošanu, kā to dara SIA „Madara cosmetics”) un pārdošanu nelielos apjomos, cenšoties palielināt savu noietu citās ES valstīs. SIA „Stendera ziepju fabrika” ārpus Latvijas realizē preces ar franšīzes līguma |

| | | | | | |
|--|---|--|--|---|---|
| | | | | | <p>palīdzību.</p> <p>Uzņēmumu pārdošanas stratēģijas var atšķirties pēc dažādu noieta kanālu izmantošanas un to prioritātēm (piem., izplatot produkciju savā veikalu tīklā vai caur citu firmu veikaliem).</p> <p>Daži uzņēmumi cenšas „mimikrēt”, atgādinot saviem pircējiem citu firmu izmantotus zīmolus, pārdošanas kultūru, produkcijas izskatu.</p> |
| 6. Preču pieprasījuma ierobežojumi | | | | | |
| <p>Tirgus piesātinātība ar produktu un aizstājējproduktiem, pieprasījuma apmierināšanas līmeņa (patērētāju pirktspēja) sasniegšana, preču pieprasījuma iespējamie ierobežojumi</p> | <p>Barjera zināmā mērā var būt likvidējama, veicinot Latvijas ražotāju eksportu, kā arī iniciējot informatīvās kampaņas organizēšanu ar mērķi informēt Latvijas uzņēmējus par viņiem reāli pieejamām iespējām savas produkcijas eksporta attīstīšanā.</p> | | | ✓ | <p>Vietējā tirgū Latvijas kosmētiku ražojošie uzņēmumi konkurē ne tikai savā starpā, bet ar visā pasaulē ražotiem importētiem kosmētikas līdzekļiem. Vietējā tirgus ierobežotība un asa konkurence piespiež uzņēmumus meklēt realizācijas iespējas arī ārpus Latvijas (ES un NVS valstu tirgos).</p> |

Avots: RSEBAA apkopojums

Nobeigums

Vērtējot konkurences vidi Latvijas ziepju, mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas līdzekļu, smaržu un kosmētisko līdzekļu ražošanas nozarē (pēc NACE 1.1.red. klasifikācijas 24.5.nozare) ar aprēķināto koncentrācijas indeksu (CR4 un HHI) palīdzību var konstatēt, ka šī nozare ir samērā koncentrēta, jo četru pēc apgrozījuma lielāko uzņēmumu daļa 2006.gadā veidoja 84% no Latvijas tirgus. Arī aprēķinātā Herfindāhla-Hiršmana indeksa vērtība (3353) norāda uz samērā augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē. Tomēr ir svarīgi atzīmēt, ka salīdzinājumā ar citām Latvijas tautsaimniecības nozarēm, straujš uzņēmumu skaita pieaugums liecina par 24.5. nozares pievilcību potenciāliem jauniem tirgus dalībniekiem, pateicoties samērā augstam nozares ienesīgumam un salīdzinoši vienkāršiem nosacījumiem ienākšanai tirgū.

Visi uzņēmumi, kas reāli nodarbojas ar kosmētikas un mazgāšanas līdzekļu ražošanu, zināmā mērā konkurē savā starpā, realizējot produkciju Latvijas tirgū. Dažos Latvijas tirgus segmentos konkurenci var raksturot kā samērā stipru, piemēram, starp tiem uzņēmumiem, kas piedāvā plaša sortimenta glicerīna aromātiskās ziepes, burbuļbumbas, vannas pienu un sāli.

Samērā stipra konkurence ir vērojama starp Latvijas uzņēmumiem, kas piedāvā kopšanas kosmētikas līdzekļus (piem., ķermeņa kopšanas līdzekļus).

Tomēr stiprākā konkurence Latvijas tirgū ir starp vietējiem ražojumiem un importētiem kosmētikas un mazgāšanas līdzekļiem.

Vēl grūtāk Latvijas uzņēmumiem ir konkurēt ES tirgū ar Vācijā ražotiem un visā Eiropas tirgū izplatītiem produktiem, kas ir kvalitatīvi, ar pārdomātu un rūpīgi izstrādātu dizainu un mārketinga stratēģiju. Tādējādi galvenā konkurences cīņa notiek nevis Latvijas, bet ES tirgū ar daudziem pieredzējušiem ES uzņēmumiem.

NVS valstu tirgū priekšrocības var veidoties pateicoties lieliem produkcijas apjomiem un ražotāja/produkcijas zīmola atpazīstamībai. Tomēr makroekonomiskās recesijas laikā, izejvielu/ražošanas resursu sadārdzināšanās rezultātā tie Latvijas ražotāji, kas orientēti uz NVS valstu tirgu, nevar atļauties pacelt cenas gatavai produkcijai. Līdz ar to ražotāju ienesīgums samazinās, kas noved pie produkcijas eksporta neizdevīguma.

Balstoties uz paveikto analīzi LR Ekonomikas ministrijai un LR Konkurences padomei var ieteikt:

1.Neskatoties uz to, ka nozares uzņēmumi cenšas zināmā mērā izvairīties no savstarpēji asas konkurences, jāievēro fakts, ka, tomēr, sīva konkurence eksistē starp visiem nozares uzņēmumiem (gan jaunienācējiem, gan tirgū jau sen esošiem) Latvijas mazgāšanas un ķermeņa kopšanas līdzekļu tirgus segmentā.

2. Ievērot faktu, ka pēc nozaru ekspertu viedokļa, Latvijas ražotāji nezina un savā ikdienas darbībā neizjūt valsts atbalstu, jāinicē informatīvās kampaņas organizēšana ar mērķi informēt Latvijas uzņēmējus par viņiem reāli pieejamām iespējām savas produkcijas ražošanā un eksporta attīstīšanā.

3. Rast iespēju atbalstīt no valsts un ES fondu līdzekļiem jaunienācēju iespējas piedalīties dažādās apmācības programmās biznesa veikšanas, tehnoloģiskās modernizācijas un jaunu receptūru izgatavošanas jomā.

4. Finansiāli atbalstīt un kaut daļēji nosegt jaunienācēju izdevumus saistībā ar jaunu receptūru/produktu izgatavošanu, laboratoriju kontroli un kosmētikas līdzekļu pārbaudījumiem, kas prasa lielus līdzekļus katras atsevišķas pārbaudes veikšanai.

5. Rast iespēju atvieglot jaunienācējiem kredītēšanas nosacījumus, pagarinot kredītu atmaksāšanas termiņus.

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti

1. <http://www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=1713>
2. http://www.lakifa.lv/markejums_LAT.pdf
3. <http://www.colipa.com/site/index.cfm?SID=15588&L0=15596&OBJ=12428>
4. Direktīva 76/768/EEK:
<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1976L0768:20070919:LV:PDF>
5. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=878895&form=off>
6. <http://www.european-cosmetics.info>
7. http://www.kp.gov.lv/?object_id=614
8. <http://www.lakifa.lv/ml.htm>
9. www.spodriba.lv/lv/?s=2

3.8. Gumijas izstrādājumu ražošana (25.1)

3.8.1. Vispārīgs nozares apraksts

Latvijas gumijas izstrādājumu nozares uzņēmumi piedāvā saviem partneriem un petērētājiem plašu produkcijas klāstu, sākot ar dažādiem gumijas maisījumiem (kā preču nevulkanizēti gumijas maisījumi) un beidzot ar gumijas tehniskiem izstrādājumiem (formatētiem un neformatētiem), kā arī jaunas un atjaunotas riepas un kameras.

Gumijas tehnisko izstrādājumu sortiments, kuru piedāvā Latvijas gumijas izstrādājumu ražotāji, ietver vairāk nekā 600 nosaukumu dažādām pielietošanas jomām: lauksaimniecībai, dzelzceļa un pašvaldību transportam, ķīmiskai rūpniecībai, mašīnbūvei un autobūvei, celtniecībai un sadzīves mērķiem [1].

Saskaņā ar Saimniecisko darbību statistiskās klasifikācijas Eiropas Kopienā (NACE 1.1.red.) nozares darbībā ietilpst trīs apakšnozares [2]:

- 25.11: riepu un kameru ražošana;
- 25.12: riepu protektoru atjaunošana;
- 25.13: citu gumijas izstrādājumu ražošana.

Pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) nepublicētiem datiem Latvijas 25.1 nozarē pēdējo trīs gadu laikā esošo uzņēmumu skaits pieauga pa vienam uzņēmumam gadā. Ja 2004. gadā nozarē strādāja tikai 13 uzņēmumi, tad 2005. gadā -14 uzņēmumi, bet 2006. gadā - jau 15 uzņēmumi (skat.3.8.1.tabulu).

3.8.1. tabula. Latvijas gumijas izstrādājumu ražojošo uzņēmumu saraksts 2006.gadā (alfabētiskā secībā)

| N | Uzņēmuma nosaukums |
|-----|--|
| 1. | AS 'BALTIJAS GUMIJAS FABRIKA' |
| 2. | SIA 'BEAVERHALL DEVELOPERS L' |
| 3. | SIA 'GTI PLUS' |
| 4. | SIA 'GUMI MIX GROUP' |
| 5. | SIA 'HGF RĪGA' |
| 6. | SIA 'IRES' |
| 7. | SIA 'JAN & KO' |
| 8. | SIA 'JUVA-2' |
| 9. | SIA 'KURBADS' |
| 10. | Ražošanas komercsabiedrība 'LATGUMIJA' |
| 11. | SIA 'MARATHON Ltd' |
| 12. | SIA 'MATEX INDUSTRIES' |
| 13. | SIA 'RIEPNIEKS' |
| 14. | SIA 'RIEPUMEISTARS' |
| 15. | SIA 'TAMALS' ražošanas komercfirma, |

Avots: CSP nepublicētie dati

Pēc Lursoft datiem no 15 nozarē strādājošiem uzņēmumiem 12, pēc savas pamatdarbības, ražo dažādus gumijas izstrādājumus, bet pārējie uzņēmumi nodarbojas tikai ar riepu ražošanu vai riepu atjaunošanu. Daudzi mazie nozares uzņēmumi savā darbībā savieno gumijas izstrādājumu ražošanu, pēc konkrēto klientu pasūtījuma, ar riepu un kameru atjaunošanas pakalpojumu sniegšanu (piemēram, kā to dara SIA „Riepnieks”).

2006.gadā starp reāli dzimušiem uzņēmumiem CSP identificēja tikai vienu individuālo komersantu „Frosts-K” (skat. 6.pielikumu). Trīs gadu laikā samērā stabils nozares uzņēmumu skaits demonstrē zināmā mērā sasniegto ekonomiskās lietderības robežu (uzņēmumu skaitā ziņā) Latvijas vietējā gumijas izstrādājumu tirgū.

Latvijas nozares pamatu veido viens no Baltijā lielākiem uzņēmumiem (AS „Baltijas Gumijas Fabrika”), kas nodarbojas ne tikai ar gumijas tehnisko izstrādājumu ražošanu, bet savā laboratorijā izstrādā jaunas gumijas maisījumu receptūras, kā arī ražo izejvielas citiem, gumijas izstrādājumus ražojošiem Latvijas uzņēmumiem.

Pēc npublicētiem CSP datiem 2006.gadā nozares kopējais apgrozījums bija neliels un veidoja tikai ap Ls 10,0 milj. CSP ziņo, ka pēdējā laikā ir vērojams rūpniecības produkcijas samazinājums dažādās Latvijas tautsaimniecības nozarēs. Šis samazinājums pārsvarā ir saistīts ar pieprasījuma kritumu un pasūtījumu samazināšanos. Pēdēja gada laikā (no 2007.gada maija līdz 2008.gada maijam) Latvijas apstrādes rūpniecības produkcijas fiziskie apjomi vidēji samazinājās par 8%⁹, bet gumijas un plastmasas izstrādājumu ražošanas fiziskie apjomi samazinājās pat par 15,9%¹ [14].

Pieprasījuma kritumu atzīmē arī nozares eksperti apgalvojot, ka viņi būtu ar mieru ražot produkciju lielākos apjomos un plašākā sortimentā, bet šīs produkcijas noieta iespējas ir ārkārtīgi ierobežotas gan Latvijas, gan ES un NVS valstu tirgus segmentos (pēc SIA „Riepnieks” pārstāvju atzinumiem). Arī samērā lieli Latvijas nozares uzņēmumi atzīst, ka sava ražošanas potenciāla palielināšanas iespējas meklē ES tirgū, cenšoties uzsākt ciešu sadarbību ar lieliem automobiļus ražojošiem ES koncerniem (piem., kā to dara AS „Baltijas Gumijas Fabrika”).

Analizējot nozares koncentrācijas līmeni, pamatojoties uz koncentrācijas indeksu (CR4 un HHI) aprēķināšanas rezultātiem var secināt, ka četru pēc apgrozījuma lielāko uzņēmumu daļa Latvijas tirgū 2006.gadā veidoja 86%. Tas liecina par faktu, ka atlikušo 11 nozarē strādājošo uzņēmumu kopējais apgrozījums tajā pašā gadā bija tikai Ls 2,4 milj. Aprēķinātā Herfindāhla-Hiršmana indeksa vērtība (2679) norāda uz paaugstinātu uzņēmumu koncentrāciju nozarē, jo HHI indeksa vērtība nedaudz pārsniedza pieņemamo kritisko robežu, kas parasti ir 1800 – 2000 līmenī.

Tā kā Latvijā ražoto gumijas izstrādājumu sortiments ir samērā plašs, tad arī uzņēmumi, kas ražo atšķirīgus produkcijas veidus īpaši nekonkurē savā starpā.

⁹ Aprēķināts pēc darba dienu skaita izlīdzināšanas metodes

Piemēram, SIA „Beaverhall Developers L” nodarbojas gan ar gumijoto tekstilmateriālu ražošanu (korda lenšu ražošanu), gan ar siltumenerģijas piegādi un apkures iekārtu izmantošanu.

Savukārt Austrālijas kompānijas „Masterfibre Pty Ltd” meitas uzņēmums SIA „Gumi Mix Group” piedāvā dažādus „Masterfibre” produkcijas veidus no otrreizēji izmantojamiem gumijas riepu resursiem: pārsvarā dažāda veida gumijas segumus bērnu un sporta laukumiem, trenāžieru un fitnesa zālēm, hipodromiem un zirgu staļļiem, ražošanas telpām u.c. [5].

SIA „HGF Rīga” ir zviedru kompānijas „AB Halmstads Gummifabrik” viens no meitas uzņēmumiem, kas specializējas automašīnu industrijas gumijas paklāju ražošanā tādiem ES pazīstamiem uzņēmumiem-klientiem kā Daimler Chrysler, Ford koncerns (Volvo, Land Rover un Ford Europa), General Motors un Scania. Šī uzņēmuma produkcijas izgatavošanas process ietver četrus pamatetus: paklāju izstrādājumu presēšanu, apstrādi, kvalitātes pārbaudi un iepakojšanu. Uzņēmuma produkcijas lielākā daļa tiek eksportēta uz ES valstīm.

SIA „Latgumija” nodarbojas ar gumijas un plastmasas izstrādājumu ražošanu saimnieciskām un tehniskām vajadzībām, kā arī ražo gumijas profilus un presformas pēc pasūtījuma.

SIA „Tamals” pārsvarā ražo gumijas tehniskos produktus Latvijas tirgum.

Daudzi nozares uzņēmumi savu darbību saista ar riepu protektoru atjaunošanas pakalpojumiem (piemēram, SIA „Juva-2” un SIA „Riepnieks”).

Pēc Latvijas tirgus mēroga liels uzņēmums SIA „Marathon Ltd” nodarbojas ar kravas automobiļu un autobusu riepu atjaunošanu. Tomēr šī uzņēmuma nozīmīgu biznesa daļu veido arī auto riepu tirdzniecība, jo uzņēmums ir Bridgestone un Firestone kompāniju oficiālais pārstāvis un kompāniju Michelin un Kormoran produkcijas izplatītājs Latvijā.

SIA „Riepumeistars” piedāvā Latvijas autotransporta nozares uzņēmējiem kravas transporta riepu atjaunošanu pēc BANDAG tehnoloģijas ar iepriekšējo vulkanizāciju.

Riepu atjaunošanas segmentā stipra konkurence Latvijas tirgū nav vērojama, jo samērā lieli uzņēmumi ir orientēti uz kravas transporta un autobusu apkalpošanu. Savukārt samērā maza lieluma uzņēmumi piedāvā savus pakalpojumus vieglo automašīnu lietotājiem. Turklāt, vienā un tai pašā tirgus segmentā strādājošie uzņēmumi izvairās no savstarpēji stipras konkurences, piedāvājot saviem klientiem pakalpojumus dažādās Latvijas teritorijas daļās. Piemēram, SIA „Juva-2” apkalpo klientus Rīgas pilsētā un Rīgas rajonā. Savukārt SIA „Riepnieks” piedāvā riepu atjaunošanas pakalpojumus Cēsu rajonā.

Svarīgi piebilst, ka SIA „Kurbads un Ko” nodarbošanās veids nav tieši saistīts ar gumijas izstrādājumu ražošanu un riepu atjaunošanu, kā to uzrāda CSP dati. Šis uzņēmums ir viens no lielākajiem auto transportēšanas un loģistikas uzņēmumiem Baltijā, kas piedāvā automašīnu piegādes pakalpojumus no izgatavotāja līdz pasūtītājam, ieskaitot transportēšanu, pirmspārdošanas sagatavošanu, brokeru un muitas noliktavu servisu.

3.8.2. Tirgū ienākšanas barjeru analīze

3.8.2.1. Ekonomiskie ierobežojumi

Pēc nozaru ekspertu atzinumiem potenciālam jaunienācējam nepieciešamais starta kapitāla lielums ir atkarīgs no plānotiem ražošanas apjomiem, gatavās produkcijas specifikas un realizācijas kanāliem. Acīmredzot, jauienācējam būs grūti konkurēt samērā lielu uzņēmumu nišā, kā piemēram, ar AS „Baltijas gumijas fabriku”, kas nodarbojas ar gumijas izstrādājumu pilnīga ražošanas cikla realizāciju (no gumijas maisījumiem līdz gatavai produkcijai un tās realizācijas konkrētiem klientiem) un kas ir viens no lielākajiem uzņēmumiem Baltijā. Pastāvot jau no uzņēmuma „Sarkanais Kvadrāts” reorganizācijas laikiem (1998.gadā), AS „Baltijas Gumijas Fabrika” sekmīgā konkurences cīņā pārvarēja savus konkurentus ne tikai Latvijā, bet arī Lietuvā un Igaunijā. Tagad uzņēmums konkurē ar līdzīga ražošanas profila ES uzņēmumiem, piemēram, ar Holandes uzņēmumu „DSM” gumijas izstrādājumu segmentā. Savā ražošanas procesā uzņēmums izmanto iekārtas, kas jaunienācējiem varētu izmaksāt ap EUR 1,5 – 2 milj. (skat. 1.1. barjeras aprakstu A tabulā). Lieli izdevumi nepieciešami arī ražošanas ēku un teritoriju iegādei privātīpašumā.

Citos potenciālajos tirgus segmentos (kas nav saistīti ar pilnīga ražošanas cikla organizēšanu) jaunienācēji samērā vienkārši varētu ienākt Latvijas tirgū tikai ar ES vai citu valstu investora-uzņēmuma atbalstu, kas nodibinātu Latvijā savu meitas kompāniju vai arī kļūtu par jaundibinātā uzņēmuma līdzīpašnieku (kā SIA „Riepnieks” gadījumā).

Vērtējot kredītu piešķiršanas nosacījumus nozares uzņēmumiem, varētu atzīmēt, ka pēc ekspertu atzinumiem, samērā lieliem Latvijas uzņēmumiem ar gadiem veidotu reputāciju un atpazīstamību tirgū nevarētu rasties īpašas problēmas kredītu izsniegšanas jomā, kaut gan katrs uzņēmums vienmēr meklē labākus kredītēšanas nosacījumus (skat. 1.4. barjeras aprakstu A tabulā). Tomēr jauniem tirgus dalībniekiem kredītus izsniedz pārsvarā pret ķīlu vai ar sliktākiem nosacījumiem nekā jau sen tirgū strādājošiem uzņēmumiem. Uzsākot biznesu, uzņēmumam bieži nav ko iekļāt.

Biznesa sākumposmā ne vienmēr ir iespējams uzreiz sasniegt lielus ražošanas apjomus, tomēr lielas ražotnes salīdzinājumā ar citiem tirgus dalībniekiem var gūt zināmas priekšrocības (skat. 1.2. barjeras aprakstu A tabulā). Piemēram, lieli uzņēmumi var atļauties ierīkot sertificētas laboratorijas, kas nodarbosies ar jaunu gumijas maisījumu receptūru izstrādāšanu, kā arī nodrošināt samērā lielus ražošanas apjomus saviem lieliem potenciālajiem pasūtītājiem (klientiem) vai arī ieguldīt līdzekļus potenciāli jauna tirgus segmenta iekarošanai (piem., AS „Baltijas Gumijas Fabrika”, SIA „HGF”, SIA „Riepumeistars”).

Lielie uzņēmumi var gūt priekšrocības iegādājoties izejvielas, jo samērā lieli (salīdzinājumā ar citiem potenciāliem Latvijas konkurentiem) izejvielu apjomu pasūtījumi nodrošina arī labākus

iegādes nosacījumus. Turklāt katrs lielais ražotājs strādā savā tirgus segmentā, kas palīdz uzņēmumiem izvairīties no savstarpēji asas konkurences, tajā skaitā arī izejvielu iepirkšanas jomā. Nepieciešams atzīmēt, ka daudziem nozares uzņēmumiem izejvielas piegādā AS „Baltijas Gumijas Fabrika”. Pēc šo uzņēmumu pārstāvju atzinumiem viņi ir apmierināti par izveidojušos sadarbību AS „Baltijas Gumijas Fabrikas”.

Nozares eksperti atzīmē, ka Latvijas tirgus dalībnieku vidū absolūto pārākumu izdevumu līmenī, daži lieli uzņēmumi tomēr varētu sasniegt (skat. 1.3. barjeras aprakstu A tabulā). Nozares uzņēmumos (AS “Baltijas Gumijas Fabrika”, „HGF Rīga”, „Gumi Mix Group”, SIA „Riepumeistars”) izmantotās jaunākās tehnoloģijas dod iespēju ražot savu produkciju ar mazākām izmaksām un augstāku kvalitāti. Šādu jaunāko un efektīvāko tehnoloģiju ieviešana var radīt papildus finansiālo slogu potenciālam jaunienācējam.

Analizējot AS „Baltijas Gumijas Fabrika” ienesīguma līmeni un aktīvu atdevi, var konstatēt, ka 2006.gadā minētais uzņēmums atrodas tikai 11 vietā Latvijas gumijas izstrādājumu ražotāju vidū pēc rentabilitātes līmeņa (skat. 2.1. tabulu). Toties aktīvu atdeve 2006.gadā šim uzņēmumam bija samērā augsta (11,16%), kas ļāva tam aizņemt 3 vietu starp 25.13. apakšnozares 12 uzņēmumiem. Kā redzams 3.8.2.tabulā AS „Baltijas Gumijas Fabrikas” rentabilitāte bija krietni zemāka par vidējo nozarē, toties aktīvu atdeves līmenis bija viens no augstākiem gan nozarē, gan visā Latvijas tautsaimniecībā (-180,52%).

3.8.2. tabula. Bruto peļņas robežas un aktīvu atdeves rādītāji Latvijas gumijas izstrādājumu ražošanas apakšnozarē (25.13) un AS „Baltijas Gumijas Fabrika” 2006.gadā

| Rādītāji | AS „Baltijas Gumijas Fabrika” | Vidējais līmenis 25.13. apakšnozarē (pēc NACE 1.1.red.) | Mediāna 24.52. nozarē (pēc NACE 1.1.red.) |
|------------------------|--------------------------------------|--|--|
| Bruto peļņas robeža, % | 6,32 (9 vieta nozarē) | 22,74 | 15,86 (no 11 uzņēmumiem nozarē) |
| Aktīvu atdeve,% | 11,16 (3 vieta nozarē) | 3,02 | 0,58 (no 12 uzņēmumiem nozarē) |

Avots: Lursoft nepublicētie dati

Pēc nozares ekspertu viedokļa sekmīga nozares uzņēmuma rentabilitātei ir jābūt 10% līmenī, ar ko ir jārēķinās arī potenciāliem jaunienācējiem.

Viens no papildus riskiem, kas būtiski ietekmē jaunienācēju ienākšanu tirgū, īpaši 2007. un 2008.gadā ir makroekonomiskā recesija, kuru pavada augsti inflācijas tempi un ražošanas resursu (pārsvārā energo un darba resursu) sadārdzināšanās (skat. 1.5. barjeras aprakstu A tabulā). Pat lielo nozares uzņēmumu pārstāvji atzīmē, ka uzņēmumiem arvien grūtāk izpildīt lielo valsts uzņēmumu pasūtījumus (piem., tādu kā „Latvijas dzelzceļš”), jo izejvielu nepārtrauktās sadārdzināšanās rezultātā tie nevar atļauties pacelt cenas gatavai produkcijai. Gatavo produkciju uzņēmumi pārsvarā piegādā viena gada kontraktu ietvaros, kuros produkcijas cena ir fiksēta.

Uzvarot kārtējā iepirkumā, cenas tiek fiksētas piedāvātā iepirkuma līmenī. Toties gadu laikā cenu pieaugums noved pie kontraktu nosacījumu neizdevīguma. Līdzīgi iemesli var ietekmēt arī noieta sašaurināšanos NVS valstīs, kad izejvielu/ražošanas resursu sadārdzināšanās rezultātā Latvijas uzņēmumi nevar atļauties pacelt cenas gatavai produkcijai. NVS valstīs eksporta ienesīgums samazinās, kas bieži noved pie noieta sašaurināšanās.

Pēc ekspertu atziņām muitas ierobežojumi nozarē paši par sevi nevar būt uzskatāmi pat nozīmīgu šķērsli jaunienācējiem, jo pārsvarā eksports tiek vērsts uz ES un NVS valstīm.

3.8.2.2. Administratīvie/organizatoriskie ierobežojumi

Pēc ekspertu atziņām uzņēmumi dara visu, lai izpildītu Latvijas un ES likumdošanā definētos nosacījumus un prasības. Lai nodarbotos ar gumijas izstrādājumu un riepu ražošanu, kā arī ar riepu atjaunošanu, nav nepieciešama kāda īpaša atļauja biznesa uzsākšanai.

Tomēr, uzsākot ražošanu, jārisina jautājumi par iespējamo gatavās produkcijas realizāciju. Lai palielinātu gatavās produkcijas noieta ES tirgū, ir svarīgi sertificēt savu ražotni atbilstoši dažādiem starptautiskiem standartiem un prasībām (skat. 2.1. un 2.3. barjeras aprakstu A tabulā). Tā, AS „Baltijas Gumijas Fabrika” savās laboratorijās, izstrādājot un pilnveidojot gumijas maisījumu receptūras, ievēro dažādus specifiskus ekspluatācijas nosacījumus (ieskaitot krāsu spektru) atbilstoši Eiropas kvalitātes standartu DIN, NE, SIS, kā arī GOT un TU prasībām [15]. Šis uzņēmums bija viens no pirmajiem Latvijā, kas saņēma apstiprinājumu par kvalitātes vadības sistēmas atbilstību starptautiskā standarta ISO/TS 16949 prasībām, ražojot komplektējošos gumijas tehniskos izstrādājumus automobiļu rūpniecībai.

SIA „Gumi Mix Group”, ievērojot savas produkcijas specifiku, strādā pēc apstiprinātiem tehniskiem noteikumiem Nr LV UTN 5000363851-01-2005 „Segumi uz gumijas smelknes bāzes” [16], kurus daudziem Latvijas uzņēmumiem apstiprina SIA „Latvijas Standarts”, kas ir valsts iestādes „Latvijas Nacionālais standartizācijas un metroloģijas centrs” tiesību un saistību pārņēmējs standartizācijas jomā.

SIA „Riepumeistars”, kas nodarbojas ar smago mašīnu riepu (kā arī nestandarta riepu) atjaunošanu sniedz pakalpojumus, pamatojoties uz sertificētas BANDAG tehnoloģijas pielietošanu (raidot ultraskaņas signālu cauri riepas karkasam tiek meklēti riepas defekti) saskaņā ar ECE Regulas 109 nosacījumiem.

Daudzi uzņēmumi cenšas sakārtot savu kvalitātes vadības sistēmu atbilstoši starptautiskā kvalitātes standarta ISO 9001 prasībām, kas nodrošina kvalitātes kontroli visos tehnoloģiskā procesa posmos un rezultātā garantē klienta pasūtījuma izpildes kvalitāti (AS „Baltijas Gumijas Fabrika” un SIA „Marathon Ltd”).

Savukārt maziem uzņēmumiem, kas pārsvarā ir orientēti uz Latvijas tirgu un nodarbojas nevis ar gumijas izstrādājumu izejvielu ražošanu, bet vairāk virzīti uz gumijas izstrādājumu ražošanu, nav nepieciešami īpaši kvalitātes sertifikāti.

Tomēr potenciāliem jaunienācējiem ir jāievēro, ka ražošanas uzsākšanai nepieciešams iegūt atļaujas piesārņojuma veikšanai („B” vai „C” kategorijas atbilstoši ražošanas procesa specifikai), kā arī obligātas sanitārhygiēniskās un ugunsdrošības prasības, ko attiecīgi apliecina sanitārhygiēnisks slēdziens un ugunsdrošības sertifikāts.

Analizējot iespējamus šķēršļus zemes platības vai ražošanas ēku iegūšanas jomā, varētu apgalvot, ka jaunienācēji neatzīmē īpašas grūtības, saistītas ar nepieciešamā zemes gabala vai ražošanas ēkas atrašanu, nomāšanu vai iegādāšanos privātīpašumā (skat. 2.2. barjeras aprakstu A tabulā).

Lielie uzņēmumi cenšas iekārtoties industriālo parku teritorijās ar attīstītu ražošanas infrastruktūru vai gadiem izmanto jau sen izveidotu infrastruktūru.

Maziem uzņēmumiem, kas ir orientēti uz nišas produktu ražošanu tirgū, izvietojuma stratēģija ir cieši saistīta ar klientu atrašanās vietām.

Kopumā nozarē nav konstatēti kādi papildus šķēršļi/ nosacījumi zemes vai ražošanas ēku iegādei.

3.8.2.3. Tirgus dalībnieku vertikālas vienošanās rezultātā izveidotās barjeras

Pēc nozaru ekspertu atzinumiem lieliem gumijas maisījumu un gumijas tehnisko izstrādājumu ražotājiem ir priekšrocības sadarbojoties ar pamatveidu izejvielu piegādātājiem, jo lieliem uzņēmumiem ir iespēja izmantot tiešus ar ražotājiem-piegādātājiem noslēgtos līgumus.

Tomēr lieli uzņēmumi, kas nodarbojas ne tikai ar gumijas izstrādājumu, bet arī ar gumijas maisījumu ražošanu, atzīst, ka sadarbojas pārsvarā ar lielām kompānijām, kuras tomēr ir izejvielu ražotāju firmu pārstāvniecības (skat. 3. barjeras aprakstu A tabulā).

Savukārt Latvijas mazie uzņēmumi iegādājas izejvielas no Latvijā lielākiem ražotājiem (piem., „Baltijas Gumijas Fabrikas”), lai tālāk jau ražotu gumijas izstrādājumus (piem., SIA „Riepnieks”, „Latgumija” u.c.)

Produkcijas realizācijas jomā „Baltijas Gumijas Fabrikai” nav reālu konkurentu pat Baltijas reģionā.

60% no savas produkcijas šis uzņēmums realizē Vācijā, Dānijā, Somijā, Baltkrievijā, Lietuvā un Igaunijā. Vietējā tirgū uzņēmums realizē pašražotās izejvielas daudziem Latvijas uzņēmumiem, kā arī, piedaloties dažādos tenderos (konkursos uz produkcijas piegādi), piegādā jau gatavu produkciju tādiem vietējiem uzņēmumiem kā RVR, RER „Latvijas dzelzceļš” u.c.

Latvijas uzņēmumi praktiski nekonkurē savā starpā realizācijas jomā, jo katrs no uzņēmumiem lielā mērā ir orientēts uz savu tirgus segmentu. Piemēram, SIA „HGF Rīga” pārsvarā savu produkciju eksportē lieliem ES automobiļus ražojošiem koncerniem.

SIA „Marathon Ltd” nodarbojas ar riepu tirdzniecību pārsvarā Latvijas tirgū.

Savukārt daudzie mazie uzņēmumi ražo vai nišas produktus saviem klientiem pēc pasūtījuma, vai nodarbojas ar riepu un kameru atjaunošanu un remontu.

Reāli konkurēt savā starpā var tikai līdzīga lieluma uzņēmumi, kuru tirgus segmenti var daļēji pārklāties (piem., tie, kas nodarbojas ar riepu atjaunošanu vai tehnoloģiski var ražot līdzīgus nišas produktus). Tomēr vienā tajā pašā segmentā konkurējošie mazie uzņēmumi teritoriāli ir atdalīti un īpaši neietekmē viens otru .

3.8.2.4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība

Daudzi esošie uzņēmumi (SIA „Latgumija”, SIA „Marathon Ltd”, SIA „Riepnieks” u.c.) jau sen izmanto gadiem izveidoto infrastruktūru.

Lieli ražojošie uzņēmumi (tādi kā AS „Baltijas Gumijas Fabrika”) cenšas iekārtoties industriālo parku teritorijās ar attīstītu ražošanas infrastruktūru, piemēram, „NP Jelgavas Biznesa parkā”, kurā, pēc nozares ekspertu viedokļiem, visa infrastruktūra atbilst ražošanas procesa organizācijas mūsdienīgām prasībām).

Lieli uzņēmumi, kas aktīvi strādā vietējā tirgū, plaši izmanto visus informācijas iegūšanas kanālus un sadarbību ar valsts un sabiedriskām organizācijām. Piemēram, AS „Baltijas gumijas fabrika” cieši sadarbojas ar LIAA, Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameru, Latvijas ķīmijas un farmācijas uzņēmēju asociāciju (LAĶĪFA), Mašīnbūves un Metālapstrādes Rūpniecības asociāciju (MASOC) u.c.

Samērā maza lieluma uzņēmumiem, kas orientēti uz nišas produktu ražošanu, tirgus izvietojuma stratēģija cieši saistīta ar klientu atrašanās vietām (skat. 4.barjeras aprakstu A tabulā). Biznesa vajadzībām pārsvarā izmanto personīgos kontaktus un internetu, uzskatot, ka valsts institūcijas un sabiedriskās organizācijas uzņēmējiem nepalīdz.

Pēc ekspertu atzinumiem infrastruktūras neatbilstība nav uzskatāma par nozīmīgu šķērslī potenciāli jauniem tirgus dalībniekiem.

3.8.2.5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras

Katrs Latvijas gumijas izstrādājumu ražošanas nozares uzņēmums veido un realizē savu uzvedības stratēģiju tirgū. Dažādi uzņēmumi ir orientēti uz dažādām tirgus nišām un realizē atšķirīgu noieta stratēģiju. Ir uzņēmumi, kas darbojas tikai Latvijas tirgū (piem., SIA „Riepnieks”, SIA „Marathon Ltd”, SIA „Riepumeistars”). Ir uzņēmumi, kas ražo savu produktu

eksportam (SIA „HGF Rīga”). Ir uzņēmumi, kas piedāvā gan izejvielas, gan gatavu produkciju. Piemēram, AS „Baltijas Gumijas Fabrika” ražo izejvielas daudzu Latvijas uzņēmumu vajadzībām. Savukārt katrs izejvielu pircējs tālāk ražo produkciju savam specifiskam klientam. Lielie gumijas maisījumu un gumijas izstrādājumu ražotāji ir orientēti uz savu klientu loku. SIA „HGF Rīga” savu produkciju eksportē lieliem ES automobiļus ražojošiem koncerniem. AS „Baltijas Gumijas Fabrika” cenšas realizēt savu produkciju gan vietējā, gan ārējā tirgū, stiprinot sava uzņēmuma pozīcijas ar iespēju pašiem piedāvāt gumijas maisījumu receptūras. Receptūru izgatavošanas iespējas padara uzņēmumu pievilcīgāku saviem pircējiem-klientiem gan Latvijā, gan ārpus Latvijas. Izstrādātās „sērijveida” recepšu rindas ir pielietojamas automobiļu, celtniecības, kabeļu, transporta nozarēs. Vairumā gadījumu ir nepieciešama tikai šo „sērijveida” recepšu nenozīmīga koriģēšana, lai saskaņotu gumijas maisījumus ar konkrētu klientu prasībām, kas ievērojami pāātrina projektēšanas darbus.

Lai sekmīgi ienāktu tirgū, jebkuram jaunam potenciālam tirgus dalībniekam ir jāpazīnās savs tirgus segments un klientu loks.

3.8.2.6. Preču pieprasījuma ierobežojumi

Vietējā tirgus ierobežotības dēļ nozīmīga daļa no Latvijā ražotās produkcijas tiek eksportēta uz Baltijas, ES un NVS valstīm. Pēc nozares ekspertu viedokļa, eksporta īpatsvars vietējā saražotā produkcijas daudzumā var veidot līdz 60%.

Vietējā tirgū strādāt ir arvien grūtāk, jo pat lielo nozares uzņēmumu pārstāvji atzīmē, ka viņiem ir sarežģītāk pildīt savas saistības, piegādājot produkciju valsts un privātiem uzņēmumiem (piem., „Latvijas dzelzceļš”, RER, RVR u.c.) uz fiksēto kontraktu nosacījumiem konkursa kārtībā. Izejvielu nepārtrauktās sadārdzināšanās apstākļos tie nevar atļauties pacelt cenas gatavai produkcijai.

Līdzīgi apstākļi ietekmē noieta sašaurināšanos NVS valstīs, kad izejvielu/ražošanas resursu sadārdzināšanās rezultātā Latvijas uzņēmumi nevar atļauties pacelt gatavai produkcijai cenas. Rezultātā gan vietējais, gan NVS valstu tirgus kļūst Latvijas uzņēmējiem mazāk pievilcīgs.

Mazie nozares uzņēmumi nevar atļauties eksportēt savu produkciju ārpus Latvijas, pateicoties savas darbības specifikai (tie pārsvarā nodarbojas ar riepu atjaunošanu un remontu), vai arī tāpēc, ka nav spējīgi nodrošināt nepieciešamus gatavās produkcijas apjomus (tie pārsvarā ir orientēti uz neliela nišas produktu apjoma ražošanu).

Kopumā var apgalvot, ka pasūtījumu samazinājuma un produkcijas noieta sašaurināšanās dēļ, nozares ražošanas apjomi pēdējā laikā būtiski samazinās, kas praktiski novērš jebkuru reālu iespēju ienākt nozares tirgū potenciāliem jauniem tirgus dalībniekiem.

A tabula. Jaunienācēju draudu (tirgus barjeru) novērtēšana Latvijas gumijas izstrādājumu ražošanas nozarē (25.1)

| Barjeras veids | Vai konkrētā barjera būtu likvidējama vai tās ietekme samazināma. Nepieciešamie pasākumi to īstenošanai | Barjeras ietekmes nozīmīgums | | | Īss apraksts (kāpēc, analizējot konkrēto barjeru tiek uzskatīts, ka barjeras ietekme ir nenozīmīga/nozīmīga, ļoti nozīmīga) |
|--|--|------------------------------|----------|---------------|---|
| | | Nenozīmīga | Nozīmīga | Ļoti nozīmīga | |
| 1. Ekonomiskie ierobežojumi | | | | | |
| 1.1. Nepieciešami liela apjoma kapitālieguldījumi, investīcijas, starta kapitāls (dārgu aprīkojumu dēļ, dārgu izejvielu dēļ, augstu nodokļu dēļ, reģistrācijas, licenzēšanas izdevumu dēļ) | Barjeras ietekmes mazināšana nedos īpašu ieguldījumu konkurences vides uzlabošanai, jo viens no Latvijā vadošiem uzņēmumiem (AS „Baltijas Gumijas fabrika”) gūst priekšrocības pateicoties pilnīga ražošanas cikla organizēšanai. Citi nozares uzņēmumi ar AS „Baltijas Gumijas fabrika” konkurē tikai daļēji (piem., ar SIA „HGF Rīga”) vai vispār nekonkurē (citu nozares uzņēmumu gadījums). | | | ✓ | Gadījumā, ja potenciāla jaunienācēja mērķis būtu organizēt uzņēmumu ar pilnīgu ražošanas ciklu (no izstrādājumu un receptūru izstrādes līdz to sērijveida izlaidies) ienākšana nozarē saistāma ar lielu investīciju apjomu infrastruktūras izveidei, tehniskā aprīkojuma un nekustamā īpašuma iegādei. Tikai nepieciešamo iekārtu iegādei ir vajadzīgs ap EUR 1,5 - 2 milj. Savukārt salīdzinoši mazi uzņēmumi nodarbojas ar „nišas” produktu ražošanu un/vai auto riepu atjaunošanu un montāžu. Šajā gadījumā starta kapitālam ir jābūt krietni mazākam. Tomēr pat daži „mazie” uzņēmumi cenšas piesaistīt ES investoru līdzekļus. |
| 1.2. Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis | Barjeras ietekmes mazināšana var novest pie Latvijas lielāko uzņēmumu konkurētspējas samazināšanās ES tirgū. | | | ✓ | Tikai samērā liels uzņēmums, kam ir organizēts pilnīgs ražošanas cikls (skat. 1.1. barjeras aprakstu) var gūt papildus priekšrocības no sasniegtā minimālās efektivitātes darbības apjoma līmeņa. Tikai liels uzņēmums var atļauties iekārtot |

| | | | | | |
|---|--|--|--|---|---|
| | | | | | <p>pētniecības laboratorijas ar mērķi patstāvīgi izstrādāt oriģinālās receptūras ar to turpmāku ieviešanu ražošanā, izgatavojot produkciju pēc klienta prasībām.</p> <p>Mūsdienīgs laboratoriju aprīkojums garantē uzņēmumam arī gumijas maisījumu kvalitātes patstāvīgumu.</p> <p>Nepieciešamais jaunienācēju rentabilitātes līmenis pēc ekspertu atzinumiem tiek vērtēts 10% līmenī.</p> |
| 1.3. Absolūtais pārākums izdevumu līmenī | Barjeras ietekmes mazināšana var novest pie Latvijas lielāko uzņēmumu konkurētspējas samazināšanās ES tirgū. | | | ✓ | <p>Jau nozarē esošos uzņēmumos (“Baltijas Gumijas Fabrika”, „HGF Rīga”, „Gumi Mix Group”, SIA „Riepumeistars”) izmantotās jaunākās tehnoloģijas dod iespēju ražot savu produkciju ar mazākām izmaksām un augstāku kvalitāti.</p> <p>Šādu jaunāko un efektīvāko tehnoloģiju ieviešana rada papildus finansiālo slogu potenciālam jaunienācējam.</p> <p>Turklāt katram lielam ražotājam ir savs tirgus segments, kas palīdz uzņēmumiem izvairīties no savstarpēji asas konkurences.</p> |
| 1.4. Investīciju piesaiste un kredītu izmantošanas/ piešķiršanas nosacījumi | Varētu būt likvidējama pieaicinot ārzemju investorus un veidojot investīcijām labvēlīgu vidi, atbalstot jaunienācējus. | | | ✓ | <p>Samērā lieliem Latvijas uzņēmumiem ar gadiem veidoto reputāciju un atpazīstamību tirgū nevarētu rasties problēmas ar banku aizdevumiem.</p> <p>Eksperti uzskata, ka jauniem tirgus dalībniekiem kredītus pārsvarā izsniedz uz sliktākiem nosacījumiem (nekā jau sen</p> |

| | | | | | |
|--|---|---|---|--|---|
| | | | | | tirgū strādājošiem uzņēmumiem) vai pret ķīlu. Uzsākot biznesu, uzņēmumam bieži nav ko ieķīlāt. |
| 1.5. Ekonomiskie riski (izejvielu cenu pieaugums, finanšu riski (valūtas)) | Ir mazināma, makroekonomiskās situācijas uzlabošanas un pasaules energo krīzes pārvarēšanas rezultātā (Ekonomiskās vides nenoteiktības mazināšana). | | ✓ | | Latvijas makroekonomiskā recesija, augsti inflācijas tempi un resursu sadārdzināšanās šobrīd apgrūtina jaunu uzņēmumu rašanos. Uzņēmumiem arvien grūtāk ir izpildīt lielos valsts uzņēmumu pasūtījumus (pie., tādu kā „Latvijas dzelzceļš”), jo izejvielu nepārtrauktās sadārdzināšanās rezultātā tie nevar atļauties pacelt cenas gatavai produkcijai. Gatavu produkciju uzņēmumi pārsvarā piegādā, balstoties uz gada kontraktiem, kur produkcijas cena ir fiksēta. |
| 1.6. Muitas režīmi, cenu un tarifu noteikšana | Barjeras ietekme ir samērā nenozīmīga | ✓ | | | Eksperti atzīst, ka muitas ierobežojumi šajā nozarē nav īpaši liels šķērslis, jo pārsvarā eksports tiek vērts uz ES un NVS valstīm. |
| 2. Administratīvi ierobežojumi | | | | | |
| 2.1. Uzņēmējdarbības veidu licencēšana | Nav likvidējama, ir iespējama tikai visu tirgus dalībnieku (gan esošo, gan jaunienācēju) kontrole un nosacījumu ievērošana. | | ✓ | | Lai panāktu ievērojamus rezultātus noieta palielināšanā ES tirgū, ir svarīgi sertificēt savu ražotni atbilstoši dažādiem starptautiskiem standartiem un prasībām (dažādu veidu ISO standarti). Īpaši dažādu standartu ievērošana ir svarīga lieliem ražojošiem uzņēmumiem, kas nodrošina pilnīgu ražošanas ciklu (jaunu oriģinālo receptūru izstrādāšanas jomā). |

| | | | | | |
|--|--|---|---|--|---|
| | | | | | Savukārt tiem uzņēmumiem (pārsvārā maziem, kas ir orientēti uz Latvijas tirgu), kas nodarbojas nevis ar gumijas izstrādājumu izejvielu ražošanu, bet ir vairāk virzīti tieši uz gumijas izstrādājumu ražošanu, nav nepieciešamas kādas īpašas atļaujas un sertifikāti. |
| 2.2. Šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanai vai nomāšanai | Barjeras ietekme ir samērā nenozīmīga | ✓ | | | Lielie uzņēmumi cenšas iekārtoties industriālo parku teritorijās ar attīstītu ražošanas infrastruktūru. Maziem uzņēmumiem, kas ir orientēti uz nišas produktu ražošanu, tirgus izvietojuma stratēģija ir cieši saistīta ar klientu atrašanās vietām. Kopumā nozarē nav konstatēti kādi papildus šķēršļi/ nosacījumi zemes vai ražošanas ēku iegādei |
| 2.3. Kvalitātes prasības un ekoloģiskie ierobežojumi (aizliegums paplašināt noteikta preču tirgus darbības apjomu, celt jaunus ražošanas objektus, ierobežojumi transporta komunikāciju izveidei, dažādu vides aizsardzības institūciju noteiktie aizliegumi u.c.) | Nav likvidējama, ir iespējama tikai visu tirgus dalībnieku (gan esošo, gan jaunienācēju) kontrole un nosacījumu ievērošana | | ✓ | | Ražošanas uzsākšanai nepieciešamas atļaujas piesārņojuma veikšanai („B” vai „C” kategorijas atbilstoši ražošanas procesa specifikai), kā arī iekārtas piesārņojuma regulēšanai. Tas, pēc nozares ekspertu viedokļiem, nerada būtiskas barjeras ienākšanai nozarē. Tomēr, lai panāktu ievērojamus rezultātus noieta palielināšanā ES tirgū, lieliem uzņēmumiem ir svarīgi sertificēt savu ražotni atbilstoši dažādiem starptautiskiem standartiem un prasībām: 1. Sertifikāts ISO 9001 (apliecina |

| | | | | | |
|---|--|--|---|--|--|
| | | | | | uzņēmuma kvalitātes vadības sistēmas atbilstību starptautiskajam standartam); 2. Sertifikāts ISO/TS 16949 (apliecina kvalitātes vadības sistēmas atbilstību starptautiskajam standartam, ražojot komplektējošus gumijas tehniskos izstrādājumus automobiļu rūpniecībai). |
| 3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Brīva pieejamība resursiem un /vai realizācijas kanāliem, korporatīvo sakaru priekšrocības. | Barjeras likvidēšana vai ietekmes mazināšana diez vai uzlabos konkurences vidi nozarē, jo Latvijas lieli un mazie uzņēmumi savstarpēji veido partnerattiecības, kad lieli uzņēmumi ražo izejvielas priekš maziem uzņēmumiem. Savukārt, produkcijas realizācijas jomā viņi praktiski nekonkurē, jo mazie uzņēmumi pārsvarā orientēti uz nišas produkcijas ražošanu. | | ✓ | | <p><i>Vienošānās ar izejvielu piegādātājiem:</i> Nozares eksperti atzīst, ka lieliem gumijas maisījumu un gumijas tehnisko izstrādājumu ražotājiem ir priekšrocības sadarbojoties ar pamatveidu izejvielu piegādātājiem, jo viņiem ir iespēja izmantot tiešus līgumus ar ražotājiem-piegādātājiem.</p> <p>Savukārt, mazie uzņēmumi iegādājas izejvielas no Latvijā lielākiem ražotājiem (piem., „Baltijas Gumijas Fabrikas”), lai tālāk jau ražotu gumijas izstrādājumus (piem., SIA „Riepnieks”, „Latgumija” u.c.)</p> <p><i>Vienošānās ar realizācijas kanāliem:</i> Produkcijas realizācijas jomā „Baltijas Gumijas Fabrikai” nav reālu konkurentu pat Baltijas mērogā. Realizējot savu produkciju, Latvijas uzņēmumi, praktiski nekonkurē savā starpā, jo katrs no uzņēmumiem lielā mērā ir orientēts uz savu tirgus segmentu. Konkurence notiek</p> |

| | | | | | |
|---|---|---|---|--|---|
| | | | | | starp līdzīga lieluma uzņēmumiem, kas var atrasties vienā tirgus segmentā (piem., nodarbojoties ar riepu atjaunošanu un remontu). Tomēr arī vienā segmentā konkurējošie uzņēmumi cenšas teritoriāli sadalīt tirgu. |
| 4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība | | | | | |
| Nodrošinājums ar komunikācijām (transporta un sakaru), noliktavām, tirdzniecības platībām, informāciju, ceļiem. | Pēc ekspertu viedokļiem barjeras ietekme kopumā nav īpaši nozīmīga. | ✓ | | | Daudzi esošie uzņēmumi jau sen izmanto gadiem veidoto infrastruktūru. Lielie uzņēmumi cenšas iekārtoties industriālo parku teritorijās ar attīstītu ražošanas infrastruktūru. Maziem uzņēmumiem, kas orientēti uz nišas produktu ražošanu, tirgus izvietojuma stratēģija ir cieši saistīta ar klientu atrašanās vietām. Pēc ekspertu atzinumiem infrastruktūras neatbilstība nav uzskatāma par nozīmīgu šķērslī ienākt tirgū potenciāli jauniem tirgus dalībniekiem |
| 5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Produkcijas realizācijas apstākļu noteikšana, Valsts pasūtījumu izpilde | Barjeru nav lietderīgi likvidēt. Uzņēmumu produkcijas pārdošanas stratēģiju dažādība palīdz viņiem izvairīties no asas konkurences. Savukārt agresīvā iejaukšanās cita uzņēmuma tirgus segmentā var būtiski samazināt abu | | ✓ | | Katrs nozares uzņēmums veido un realizē savu uzvedības stratēģiju tirgū. Tomēr, kopumā var atzīmēt, ka tirgus nišas un noieta stratēģijas Latvijas uzņēmumiem būtiski atšķiras. Piem., „Baltijas gumijas fabrika” ražo izejvielas daudzu Latvijas uzņēmumu vajadzībām. Savukārt katrs izejvielu pircējs tālāk ražo produkciju |

| | | | | | |
|---|---|--|--|---|---|
| | konkurentu biznesa ienesīgumu | | | | savam specifiskam klientam. Lielie gumijas maisījumu un gumijas izstrādājumu ražotāji ir orientēti uz savu klientu loku. Piem., „Baltijas gumijas fabrika” cenšas ražot gumijas izstrādājumus lieliem ES automašīnu ražojošiem koncerniem. |
| 6. Preču pieprasījuma ierobežojumi | | | | | |
| Tirgus piesātinātība ar produktu un aizstājējproduktiem, pieprasījuma apmierināšanas līmeņa (patērētāju pirktspēja) sasniegšana, preču pieprasījuma iespējamie ierobežojumi | Barjera zināmā mērā var būt likvidējama, veicinot Latvijas ražotāju ekonomisko darbību un eksportu. | | | ✓ | Vietējā tirgus ierobežotības dēļ lielākā daļa no Latvijā ražotās produkcijas tiek eksportēta (ap 60%). Latvijas tirgū lielākie uzņēmumi cenšas, piedaloties iepirkumos, piegādāt savu produkciju lieliem valsts un privātiem uzņēmumiem (tādiem kā „Latvijas dzelzceļš”, RVR, RER u.c.). Mazie nozares uzņēmumi strādā pārsvarā Latvijas tirgū. Pasūtījumu (klientu) trūkuma dēļ tiem praktiski nav iespējas nodarboties ar produkciju eksportu |

Avots: RSEBAA apkopojums

Nobeigums

Pēc tirgū ienākšanas barjeru veiktās analīzes kopējo konkurences vidi Latvijas gumijas izstrādājumu ražošanas nozarē nevar viennozīmīgi raksturot tikai ar koncentrācijas indeksiem (CR4 un HHI).

Neskatoties uz aprēķināto četru pēc apgrozījuma lielāko nozares uzņēmumu tirgus daļas (CR4=86%) un Herfindahla-Hiršmana indeksa (HHI=2679) paaugstināto vērtību, gumijas izstrādājumus ražojošie Latvijas uzņēmumi praktiski nekonkurē savā starpā, jo pateicoties gumijas izstrādājumu plašam sortimentam, tie ražo atšķirīgus produkcijas veidus ar atšķirīgu noieta stratēģiju.

Turklāt Latvijas nozares pamatu veido viens no Baltijā lielākiem uzņēmumiem, AS „Baltijas Gumijas Fabrika”, kas nodarbojas ne tikai ar gumijas tehnisko izstrādājumu ražošanu, bet savās laboratorijās izstrādā jaunas gumijas maisījumu receptūras un piedāvā izejvielas citiem, gumijas izstrādājumu ražojošiem Latvijas uzņēmumiem.

Balstoties uz paveikto analīzi LR Ekonomikas ministrijai un LR Konkurences padomei var ieteikt:

1. Ņemt vērā faktu, ka pasūtījumi samazinās un produkcijas noiets sašaurināšanās, kā rezultātā nozares ražošanas apjomi pēdēja laikā būtiski samazinās, kas praktiski novērš jebkuru reālu iespēju ienākt nozares tirgū potenciāliem jauniem tirgus dalībniekiem.
2. Ņemot vērā ķīmijas speciālistu trūkumu, iniciēt no valsts un ES fondu līdzekļiem plašāku apmācības programmu realizāciju personālā apmācības jomā. Apsvērt iespēju jaunās paaudzes ķīmijas speciālistu sagatavošanai gumijas izstrādājumu tehnoloģijās.

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti

1. <http://www.bgfrubber.com/?|=1&m=1>
2. <http://www.scsb.gov.lv/csp/content/?cat=1713>
3. <http://www.vidm.gov.lv/ivnvb/ippc/atlauja/B8c/LBeawerhallDewelopersL.pdf>
4. <http://www.kurzemes-vards.lv/?doc=47354> (par korda lentām)
5. http://www.gumimix.lv/index.php?category_id=7
6. <http://www.hgf.se/at/default.aspx?lang=lettland&menuID=69>
7. http://katalogs.ss2.lv/index.php?option=com_mtree&task=viewlink&link_id=804&Itemid=
8. <http://news.frut.lv/lv/auto/autonews/25061> (Kurbads un KO)
9. <http://www.kurbads.lv/lv/company/vesture/>
10. <http://1188.tvnet.lv/index.php?popup=1&lang=1&fEASY=&clid=7482&high=&fmode=easy&fName=&fAddress=&fKWords=&ref=%2Findex.php%3Fsid%3D%26ltr%3D%26lang%3D1%26fmode%3Deasy%26fPage%3D1%26fEASY%3D%26reccnt%3D%26skiphd%3D%26fHeading%3D1221%26fSearch%3D2%26srt%3Dname%26serno%3D12> (Latgumija)
11. <http://www.lpa.bkc.lv/lpa/lpa.php?ID=5&date=20080124&file=20080124/11-46LV.htm> (latgumija pie infrastruktūras!)

12. <http://www.lvarhivs.gov.lv/index.php?id=90091&kods=11813&vien=4> (Latgumija un Ausma)
13. <http://www.riepumeistars.lv/produkti.html> (par riepasmeisteru)
14. http://www.csb.lv/csp/events/?mode=arh&period=07.2008&cc_cat=472&id=5671
15. <http://www.bgfrubber.com/?|=1&m=5>
16. www.lvs.lv/lv/services/utn/utnList.asp?ics=83

3.9. Stikla un stikla izstrādājumu ražošana(26.1)

3.9.1. Vispārīgs nozares apraksts

Stikls ir izstrādājums ar senu vēsturi. Stikla ražošanā izmanto smiltis, sodu, kaļķakmeni kopā ar sasmalcinātu jau lietotu stiklu jeb stikla atkritumiem. Stikla atkritumi veidojas, izgatavojot stikla izstrādājumus, rūpniecībā, celtniecībā, produkcijas transportēšanā, tirdzniecībā un sadzīvē. Daudz stikla lausku veidojas pārtikas rūpniecībā un tirdzniecībā, uzglabājot, iekraujot un realizējot produkciju. Ražošana sākas ar izejvielu iegādi, no kurām tiek sagatavota šihta. Šihta tiek transportēta uz stikla kausēšanas krāsni, tālāk notiek izstrādājumu veidošana un izstrādājumu pēcapstrāde.

Izejvielas dažādi tiek apstrādātas, piemēram, smiltis mazgā, jo tām jābūt tīrām. Izejvielas sajauc stikla kausēšanas krāsnīs noteiktās proporcijās. Lielu izejvielu, enerģētisko resursu kapitālieguldījumu ietaupījumu nodrošina stikla taras atkārtota, pat līdz 50 reizēm, lietošana.

Lielākajās Latvijas stiklinieku darbnīcās ir plašs stiklu piedāvājums, kas rosina iztēli un paver daudzveidīgas iespējas un neordinārus risinājumus gan interjerā, gan pārējos nozares produkcijas izmantošanas virzienos (Stikla tara. Iepakojumi. Aprīkojums. Stikls un stiklšķiedra būvniecībā. Logi. Durvis. Gaismas caurlaidīgās konstrukcijas. Vitražas. Furnitūra. Stikls mēbeļu ražošanā. Spoguļi. Kristālstikls. Mākslinieciskais stikls. Gaismas tehnika. Elektrotehnika utt.).

Gadu gaitā stikls pārvērtās par pierastu un uzticamu celtniecības un apdares materiālu. Tagad tā daudzveidībai tikpat kā nav robežu (šodien no stikla var veidot pat sienas, grīdas un kāpnes).

Laika gaitā mainījās ne tikai stikla izgatavošanas tehnoloģija, bet arī šihtas sastāvs. Bez visiem iepriekš minētajiem tai tiek pievienoti vēl aptuveni 20 komponenti. Tā stikls iegūst jaunas, daudzveidīgas īpašības. Turklāt tagad stiklus ražo ar dažādiem pārklājumiem [1, 2].

Saskaņā ar Saimniecisko darbību statistiskās klasifikācijas Eiropas Kopienā, NACE 1.1.red, stikla un stikla izstrādājumu ražošanai piešķirts kods 26.1.

Savukārt, stikla un stikla izstrādājumu ražošanas nozare tiek iedalīta piecās apakšgrupās, ņemot vērā produkcijas īpašības un atšķirīgus pielietojuma mērķus:

1. Lokšņu stikla ražošana (NACE 1.1- 26.11). Ietver: lokšņu stikla ražošanu, ieskaitot stiegroto, krāsaino vai ietonēto lokšņu stiklu.
2. Lokšņu stikla formēšana un apstrāde (NACE 1.1- 26.12). Ietver: rūdītā vai kārtainā lokšņu stikla ražošanu, stikla spoguļu ražošanu, daudzslāņu stikla izolācijas materiālu ražošanu.

3. Dobo stikla izstrādājumu ražošana (NACE 1.1- 26.13). Ietver: pudeļu u.c. stikla vai kristāla trauku ražošana, glāžu u.c. stikla un kristāla mājsaimniecības priekšmetu ražošana.

4. Stikla šķiedras ražošana (NACE 1.1- 26.14). Ietver: stikla šķiedras ražošana, ieskaitot no tās izgatavoto stikla vati un neaustos izstrādājumus.

5. Citu stikla izstrādājumu ražošana, ieskaitot tehniskā stikla izstrādājumu ražošana (NACE 1.1- 26.15). Ietver: laboratorijās, higiēnā un farmācijā izmantojamo stikla izstrādājumu ražošana; pulksteņu un rokas pulksteņu stiklu, optiski neapstrādātu stikla un optisko elementu ražošana; bižutērijas stikla detaļu ražošana; stikla izolācijas materiālu un izolācijas armatūras ražošana; stikla ceļu seguma ražošana; stikla stieņu un cauruļu ražošana [2].

Pēc CSP datiem saskaņā ar NACE 1.1. klasifikāciju, stikla un stikla izstrādājumu ražošanā (nozares numurs 26.1) 2006.gadā darbojas 33 uzņēmumi, 2005.gadā – 22 un 2004.gadā – 17. Nozarē strādājošo uzņēmumu skaits ir gandrīz dubultojies. 2006.gadā pēc CSP informācijas dotajā nozarē reāli tika izveidoti četri jauni uzņēmumi: 'CULIMETA BALTICS' SIA (Reģistrācijas datums 02.01.2006.g.); 'FENSTER EU' SIA (Reģistrācijas datums 31.01.2006.g.); 'SECURITY GLASS' SIA (Reģistrācijas datums 07.04.2006.g.), 'ELFU FABRIKA' SIA (Reģistrācijas datums 10.04.2006.g.) (skat. 6. pielikumu).

Pēc CSP datiem 15 lielākie uzņēmumi, kas 2006.gadā darbojās Latvijas stikla un stikla izstrādājumu ražošanas nozarē ir atspoguļoti 3.9.1. tabulā.

3.9.1. tabula. 15 lielāko Stikla un stikla izstrādājumu ražojošo uzņēmumu saraksts Latvijā 2006. gadā (alfabētiskā secībā)

| N | Uzņēmuma nosaukums |
|-----|--------------------------------------|
| 1. | 'AM STUDIO' SIA |
| 2. | 'DARTS GARD' SIA |
| 3. | 'GLĀZERI BT' SIA |
| 4. | 'GRĪZĪNKALNS' AS |
| 5. | 'INAMORA' ražošanas komercfirma, SIA |
| 6. | 'LETTGLAS' SIA |
| 7. | 'MIX' SIA |
| 8. | 'PADTEX INSULATION' SIA |
| 9. | 'RIOM' SIA |
| 10. | 'RIŠON INTER' ražošanas SIA |
| 11. | 'SD LĪNIJA' SIA |
| 12. | 'SECURITY GLASS' SIA |
| 13. | 'STIKLU CENTRS' SIA |
| 14. | 'TRANSPARENCE' SIA |
| 15. | 'VALMIERAS STIKLA ŠĶIEDRA' AS |

Avots: CSB nepublicētie dati

Nozares uzņēmumu skaita palielinājums galvenokārt saistīts ar būvniecības nozares paaugstinātu aktivitāti šajos gados. Pašlaik tirgū darbojās aptuveni 28 uzņēmumi (jo no gada sākuma līdz 2008. gada maijam daži dalībnieki pārtrauca savu darbību, tajos ietilpst pat viens no lielākajiem uzņēmumiem – 'LETTGLAS' SIA).

No 26.10 nozarē reģistrētajiem uzņēmumiem saskaņā ar informāciju, kas gūta no publiski pieejamajiem avotiem, aptuveni 17 uzņēmumu strādā 26.12. sektorā „Lokšņu stikla formēšana un apstrāde”, 9 uzņēmumi 26.15 sektorā „Citu stikla izstrādājumu ražošana, ieskaitot tehniskā stikla izstrādājumu ražošanu” un 2 uzņēmumi 26.14 sektorā „Stikla šķiedras ražošana”. Par pārējiem sektoriem (26.11, 26.13) neizdevās iegūt atsevišķu statistikas informāciju, kas var liecināt par aktīvas darbības trūkumu dotajās sfērās.

Latvijas uzņēmumi, kas darbojas sektorā „Lokšņu stikla formēšana un apstrāde” (26.12) ('STIKLU CENTRS' SIA, 'TRANSPARENCE' SIA, 'SECURITY GLASS' SIA un citi.) ražo rūdīto, krāsoto un laminēto stiklu, stikla paketes, veic māksliniecisko stikla apstrādi, strukturālo fasāžu stiklojumu un dažādus stiklinieku darbus. Šo produkciju pamatā izmanto vietējā tirgū celtniecības nozarē [13, 14, 19].

Uzņēmumi, kas darbojas sektorā „Stikla šķiedras ražošana” (26.14) ('VALMIERAS STIKLA ŠĶIEDRA' AS, 'PADTEX INSULATION' SIA) ražo stikla šķiedru un tās izstrādājumus, kas tiek izmantoti tālākai pārstrādei, termiskās un tehniskās izolācijas materiālos. Dotā produkcija tiek izmantota celtniecībā, lauksaimniecībā, medicīnas tehnikā, auto un mašīnbūvē, aviācijā un kosmosā un citās nozarēs. Ievērojama produkcijas daļa (vairāk kā 95%) tiek eksportēta [11, 12].

Uzņēmumi, kas darbojas sektorā „Citu stikla izstrādājumu ražošana, ieskaitot tehniskā stikla izstrādājumu ražošanu” (26.15) ('GRĪZIŅKALNS' AS, 'LETTGLAS' SIA, 'AM STUDIO' SIA un citi) ražo dažādu apgaismes stikla un dekoratīvā stikla produkciju (lustru kupolus, abażūrus, dizaina priekšmetus). Ievērojama produkcijas daļa (vairāk kā 90%) tiek eksportēta [5, 19]. 2006.gadā kopējais realizācijas apjoms visos nozares uzņēmumos bija 53 479,6 tūkst. latu.

Spriežot pēc nublicētiem CSP datiem, Latvijas stikla un stikla izstrādājumu ražošana varētu būt klasificēta kā augsti koncentrēta. Tā 2006.gadā četru nozares vislielāko uzņēmumu kopējais apgrozījums bija 42 914,4 tūkst. latu, tas ir 80% no kopējā nozares apgrozījuma. Turklāt arī 2006.gadam aprēķinātais Hērfindāhla – Hiršmana indekss (HHI = 4397) (Pielikums 5) liecina par augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē, jo indeksa vērtība krietni pārsniedz koncentrācijas kritisko robežu (kad HHI ir augstāks par 1800 – 2000 vērtību).

Tomēr, pēc autora domām, kopējo stikla un stikla izstrādājumu ražošanas nozares (26.10) rādītāju aprēķins neatspoguļo reālo koncentrācijas līmeni tajā. Katrs sektors specializējas savas specifiskās produkcijas ražošanā un līdz ar to arī konkurences situācija atšķiras katrā no tiem.

Tā par mazāk koncentrētu var uzskatīt 26.12. sektoru „Lokšņu stikla formēšana un apstrāde”, jo tajā darbojas vislielākais uzņēmumu skaits, turklāt starp tiem nav absolūti neviena līdera. Eksperti uzskata, ka uzņēmumu skaits dotajā sektorā nepalielināsies, jo tirgus jau ir piesātināts. Latvijas tirgū pastāv konkurence starp vietējiem uzņēmumiem, tomēr tai nepiemīt agresīvs raksturs. Tai pat laikā Latvijas tirgū samērā aktīvi ienāk Lietuvas kompānijas – lieli uzņēmumi, kas pārņem klientus, piedāvājot zemākas cenas par savu produkciju. Uzņēmumi, kas ražo produkciju vietējam tirgum un orientējas uz celtniecības nozari, plāno samazināt savus ražošanas apjomus 2008.gadā sakarā ar celtniecības apjomu kritumu.

26.14 sektorā „Stikla šķiedras ražošana” koncentrācijas līmenis varētu būt pietiekami augsts, jo tajā ir viens izteikts līderis – AS 'VALMIERAS STIKLA ŠĶIEDRA', kura pārdošanas apjoms pārsniedz 34 miljonus latu [12]. Otrā lielākā uzņēmuma, kas darbojas dotajā sektorā, 'PADTEX INSULATION' SIA pārdošanas apjomi ir ievērojami mazāki – aptuveni 1 miljons latu [20]. Tā kā dotā sektora produkcijas pieprasījums Latvijā ir ierobežots, tad ražošana jau sākotnēji orientēta uz eksportu. Dotie uzņēmumi pamatā konkurē Eiropas tirgū ar analogiskas produkcijas ražotājiem.

Citāda situācija ir 26.15 sektorā „Citu stikla izstrādājumu ražošana, ieskaitot tehniskā stikla izstrādājumu ražošanu”. Te lielākie uzņēmumi, Latvijas stikla ražošanas tradīciju nesēji 'GRĪZIŅKALNS' AS un 'LETTGLAS' SIA, nav spējuši tikt galā ar izdevumu pieaugumu un savlaicīgi reorganizēt savu darbību. Lai arī tie ietekmēja koncentrācijas rādītāju aprēķinu 2006.gadā, jau 2007.gadā 'GRĪZIŅKALNS' AS uz laiku apturēja savu darbību, bet 2008.gadā tika pasludināta 'LETTGLAS' SIA maksātnespēja [3]. Šo iemeslu dēļ var pieņemt, ka šobrīd dotajā sektorā darbojas apjoma ziņā nelieli uzņēmumi un koncentrācijas līmenis nav augsts.

Eksperti tāpat norāda, ka Latvijas uzņēmumu darbību negatīvi ietekmē lētas ķīniešu produkcijas lielais pieplūdums, kam bieži dod priekšroku vietējie iedzīvotāji [5].

3.9.2. Tirgū ienākšanas barjeru analīze

3.9.2.1. Ekonomiskie ierobežojumi

Barjeru, kas saistīta ar ievērojamām sākotnējām investīcijām darbībā (skat. 1.1. barjeras aprakstu A tabulā), nozares eksperti vērtē kā ievērojamu. Īpaši dārgs ir ražošanas aprīkojums. Piemēram, minimālās aprīkojuma izmaksas, kas nepieciešamas veiksmīgam uzņēmuma darbam „Lokšņu stikla formēšanas un apstrādes” (26.12) sektorā, pēc eksperta domām, sastāda vairāk kā 2 miljonus latu. Lielās rūpnīcas AS "VALMIERAS STIKLA ŠĶIEDRA" (26.14) ražošanas aprīkojuma izmaksas sastāda vairāk nekā 28 miljonus latu [12]. Savukārt nelielās stikla rūpnīcas SIA 'AM STUDIO' (dekoratīvo plāksņu, spoguļu, gaismas ķermeņu ražošana) (26.15) aprīkojuma vērtība sastāda ap 90 tūkstošiem latu [20]. Jaunienācējiem tāpat ir jāērēķinās ar

nepieciešamību pēc investīcijām aprīkojuma atjaunošanā, tehnoloģiju pilnveidošanā un jaunu produkcijas veidu izstrādē. Piemēram, AS "VALMIERAS STIKLA ŠĶIEDRA", kas ražo mūsdienīgus materiālus daudzām, tehniskā ziņā attīstītām nozarēm (medicīna, aviācija), ir spiesta ik gadus investēt vairākus miljonus latu savas ražošanas modernizācijā.

Tāpat ir nepieciešami lieli kapitālieguldījumi, lai iegādātos vai nomātu ražošanas prasībām atbilstošus zemes īpašumus un izveidotu piemērotu infrastruktūru (atsevišķiem ražošanas veidiem vēlams, lai ražotne tiktu izvietota līdzās izejvielu ieguves vietai). Jaunienācējam tāpat būs jāieplāno kapitālieguldījumi ražošanas ēku un būvju celtniecībai, pirkšanai vai nomāšanai. Tomēr šo kapitālieguldījumu apjomi var ievērojami atšķirties atkarībā no darbības veida un mērogiem. Jaunas ražotnes būvniecības projekta realizācijai uzņēmumam "VALMIERAS STIKLA ŠĶIEDRA" bija jāinvestē līdzekļi 24,3 miljonu latu apmērā, no kuriem jaunās ražotnes būvniecībai bija iztērēti aptuveni pieci miljoni latu. Celtnes izmantojamā platība ir aptuveni 19 000 m² [9]. Nelielam uzņēmumam kapitālieguldījumi varētu aprobežoties tikai ar nepieciešamā aprīkojuma iegādi.

Viena no vietējā uzņēmēja – jaunienācēja – iespējām pārvarēt šādu barjeru ir piesaistīt ārvalstu investīcijas. Tai pat laikā ir jābūt pietiekami piesardzīgam, nosakot dalības daļas kompānijas vadībā un nezaudējot kontroli pār to, ņemot vērā agrāk labi pazīstamā Latvijas uzņēmuma „Līvānu stikls” (pēdējais reģistrētais nosaukums 'LETTGLAS' SIA) rūgto pieredzi. 2008.gadā uzņēmums tika pasludināts par maksātnespējīgu ar parādiem 1,5 miljonu latu apmērā. Tā ārvalstu īpašnieks, izmantojot Latvijas likumdošanas nepilnības, apzināti iznīcināja uzņēmumu, izlaupīja Līvānu stikla ražotni, aizvedot stikla ražošanas iekārtas, sīko inventāru, darbgaldus, mēbeles, atstājot to bēdīgā stāvoklī [4].

Par barjeru potenciālajam konkurentam var kļūt augsts minimālo darbības apjomu līmenis, kas nodrošina tās efektivitāti. (skat. 1.2. barjeras aprakstu A tabulā)

Lai novērtētu dotās barjeras būtiskumu analizējamā nozarē, analizēsīm 26.12. un 26.15. sektorā strādājošo uzņēmumu ienesības rādītājus salīdzinājumā ar vidējiem nozares rādītājiem (sk. 3.9.2. un 3.9.3. tabulu).

3.9.2. tabula. Darbības efektivitātes (ienesīguma) rādītāji Lokšņu stikla formēšanas un apstrādes sektorā (26.12) un SIA'STIKLU CENTRS' 2006.gadā

| Rādītāji | SIA'STIKLU CENTRS' | Vidējais līmenis 26.12 sektorā (pēc NACE 1.1.red.) | Mediāna 26.12 sektorā (pēc NACE 1.1.red.) |
|----------------------------------|----------------------------|--|---|
| Bruto peļņas robeža, % | 10,1 (14. vieta nozarē) | 20,10 | 18,02 |
| Aktīvu atdeve, % | 20.56 (4.vieta nozarē) | 8,98 | 3,41 |
| Ilgtermiņa ieguldījumu atdeve, % | 97.61 (3. vieta nozarē) | 81,08 | 6,96 |

Avots: Lursoft nepublicētie dati

3.9.3. tabula. Darbības efektivitātes (ienesīguma) rādītāji Citu stikla izstrādājumu sektorā (26.15) un uzņēmumos AS 'GRĪZIŅKALNS' un SIA 'AM STUDIO' 2006.gadā

| Rādītāji | AS 'GRĪZIŅKALNS' | SIA 'AM STUDIO' | Vidējais līmenis 26.15 sektorā (pēc NACE 1.1.red.) | Mediāna 26.15 sektorā (pēc NACE 1.1.red.) |
|----------------------------------|-------------------------|------------------------|---|--|
| Bruto peļņas robeža, % | -4,20 | 53,57 | 11,98 | 3,76 |
| Aktīvu atdeve, % | -28,98 | 3,41 | -17,84 | -17,84 |
| Ilgtermiņa ieguldījumu atdeve, % | -45,60 | 4,36 | -57,47 | -42,32 |

Avots: Lursoft nepublicētie dati

Analizējot darbības efektivitātes rādītājus Lokšņu stikla formēšanas un apstrādes sektorā (26.12) (3.9.2. tabula), var norādīt, ka vidējais realizācijas rentabilitātes rādītājs sektorā 20,10% ir nedaudz augstāks par analogisko mediānas rādītāju (18,02%), no tā izriet, ka aptuveni puse uzņēmumu darbojas ar realizācijas rentabilitāti (Bruto peļņas robeža) ap 20%, kas nebūt nav slikts ienesības rādītājs salīdzinājumā ar citām nozarēm.

Saskaņā ar informāciju, kas gūta no jauna uzņēmuma ('SECURITY GLASS' SIA) vadītāja, jau pirmajā darba gadā dotajā ražošanas sektorā kompānija guva peļņu. Vidējais realizācijas rentabilitātes līmenis (Bruto peļņas robeža) sastādīja 30%. Darbības apjomu līmeni, kas nodrošina tās efektivitāti, eksperts vērtē kā ne pārāk augstu, turklāt vispārējās sagatavošanās darbībai līmeņa barjera jaunienācējam ir pārvarama.

Vidējie nozares Aktīvu atdeves (8,98%) un Ilgtermiņa ieguldījumu atdeves (81,08%) rādītāji liecina par iespējamu efektīvu darbību dotajā ražošanas sektorā. Turklāt ievērojamās atšķirības divu konkrētu uzņēmumu (SIA 'STIKLU CENTRS' un sarakstā vidējais (mediāna)) var nozīmēt, ka dotajā sektorā apvienoti dažādu veidu darbi, kas raksturojami gan ar dažādu kapitālietilpību un darbietilpību, gan ar dažādu ienesību.

Pēc finanšu rādītāju 3.9.2. un 3.9.3. tabulās salīdzinājuma redzams, ka darbība 26.15. ražošanas sektorā Citu stikla izstrādājumu ražošana ir daudz mazāk ienesīga. Tā, 26.15. sektorā vidējā realizācijas rentabilitāte (Bruto peļņas robeža) sastāda 11,98%, kas ir gandrīz divas reizes mazāk nekā 26.12. sektorā (20.10%). Tik liela no nozares apmēru viedokļa ražošanas uzņēmuma kā AS 'GRĪZIŅKALNS' darbība nav rentabla – Bruto peļņas robežas rādītājs ir negatīvs (-4,20%). Nozares uzņēmumu darbību īpaši negatīvi ietekmē resursu cenu kāpums. Tā kā Latvijas stikla ražošana (uzņēmumos AS 'GRĪZIŅKALNS' un SIA 'LETTGLAS') galvenokārt balstīta uz roku darbu (tiek izmantots stikla pūtēju darbs) un dabas gāzes izmantošanu krāšņu uzkrāšanai, tad nepieciešamība paaugstināt darba algas un gāzes cenu kāpums faktiski noveda uzņēmumus pie

finansiālā kraha. Turklāt „vecos” uzņēmumus apgrūtinā arī pārmantotie, vērtības ziņā ievērojamie pamatlīdzekļi (ēkas, būves, aprīkojums), kas netiek izmantoti ražošanā, taču to uzturēšanai nepieciešami papildus izdevumi [5]. Dotās ražošanas kapitālietilpību un neefektīvu aktīvu (jo īpaši pamatlīdzekļu) izmantošanu apstiprina arī vidējie nozares Aktīvu atdeves (-17,84) un Ilgtermiņa ieguldījumu atdeves (-57,47) rādītāji. Šo rādītāju negatīvās vērtības liecina par to, ka vairāk kā puse uzņēmumu šajā ražošanas sektorā darbojas ar zaudējumiem un savu īpašumu izmanto ārkārtīgi neefektīvi. Tomēr, jaunā, modernā uzņēmuma SIA 'AM STUDIO' finanšu rādītāji liecina par to, ka dotajā sfērā var strādāt rentabli (Bruto peļņas robežas rādītājs 53.57%).

Pēc uzņēmumu AS "VALMIERAS STIKLA ŠĶIEDRA" un SIA 'PADTEX INSULATION' (26.14. ražošanas sektors) finanšu pārskatu datiem noskaidrots, ka abi uzņēmumi strādā rentabli (tīrās peļņas rentabilitāte sastāda attiecīgi 2,06% un 8,12%). Turklāt jaunais un modernais uzņēmums SIA 'PADTEX INSULATION' salīdzinājumā ar AS "VALMIERAS STIKLA ŠĶIEDRA" daudz ātrāk palielina pārdošanas apjomus. [20] Aktīvu izmantošanas un Ilgtermiņa ieguldījumu atdeves rādītāji AS "VALMIERAS STIKLA ŠĶIEDRA" (Aktīvu atdeve (1,19%) un (1,68%)) ir samērā zemi, kas liecina par ievērojamu šīs ražošanas kapitālietilpību [12, 20].

Tādējādi var konstatēt, ka efektīvas ražošanas apjomu līmenis 26.15.sektoram ir augstāks salīdzinājumā ar 26.12 un 26.14. sektoriem, vispirms jau tā lielās darbietilpības dēļ (tiek izmantots augsti kvalificēts stikla pūtēju darbs), kā arī pietiekami augstās kapitālietilpības dēļ. Jaunienācējs var samazināt dotās barjeras ietekmi, izmantojot mūsdienīgas stikla izstrādājumu ražošanas tehnoloģijas (kā to dara attīstītajās rietumu valstīs), kā arī izstrādājot savas nākamās ražošanas darbības detālplānojumu, kurā būtu sabalansētas vajadzības pēc materiāliem un darba resursiem un pieejamība tiem, no vienas puses, un sava biznesa nodrošinātība ar finanšu resursiem, no otras puses.

Pēc nozares ekspertu viedokļa nozarē strādājošajiem uzņēmumiem ir salīdzinoši vieglāk panākt pārākumu izdevumu līmenī, pateicoties tam, ka ir izveidojušies sakari ar izejvielu piegādātājiem, izveidojies pircēju un pasūtītāju loks, sasniegtas priekšrocības darba produktivitātes ziņā (skat. 1.3. barjeras aprakstu A tabulā). Uzņēmuma darba pieredze, produkcijas augsta kvalitāte un unikalitāte nodrošina tam produkcijas atpazīstamību arī bez īpašiem mārketinga pasākumiem, līdz ar to tirgus jaunienācējiem ir lielākas izmaksas tirgus daļas iekarošanā. Dotās ražošanas īpatnība ir nepieciešamība pastāvīgi atjaunot ražojamās produkcijas sortimentu, sekojot modes tendencēm un izmantojot jaunas tehnoloģijas un jaunus materiālus. Jauna produkta izstrādes un ražošanas uzsākšanas pieredzes esamība, pēc ekspertu domām, uzskatāma par priekšrocību salīdzinājumā ar jaunienācējiem, jo tas ir samērā dārgs process, savukārt produkta atmaksāšanās laiks var būt samērā ilgstošs. Uzņēmumam „ar vārdu” tas noteikti ir vieglāk. Barjeru, kas saistīta

ar ražošanas uzņēmumu piekļuvi kredītu un investīciju resursiem (skat. 1.4. barjeras aprakstu A. tabulā), nozares eksperti atzīst par nozīmīgu. Nepastāv īpaši valsts atvieglojumi investīciju piesaistes vai kredītu piešķiršanas jomā.

Liels un veiksmīgs uzņēmums var bankā saņemt samērā lielu naudas summu. Tā, piemēram, AS "VALMIERAS STIKLA ŠĶIEDRA" saņēma kredītu "Hansabankā" 23,4 miljonu latu apmērā liela projekta finansēšanai – jaunas ražotnes būvei [9]. Šķēršļi kredītu piešķiršanas jomā var rasties absolūti jaunam uzņēmumam bez savas „kreditvēstures”. Dotā barjera ir nozīmīgāka uzņēmumiem, kuriem nepieciešams finansējums ražošanas kompleksa būvniecībai. Lai iegādātos tehnoloģisko aprīkojumu, jaunienācēji var arī veiksmīgi (pēc eksperta domām) izmantot līzinga kompāniju pakalpojumus. Protams, par iespējamo naudas resursu piesaistes avotu uzņēmēji var uzskatīt arī Eiropas fondu līdzekļus. Tomēr ES struktūrfondu līdzfinansējuma saņemšana pēc nozares eksperta viedokļa ir pārāk birokrātiska, kas ievērojami bremzē jauna uzņēmuma normālu attīstību, kas būtu iespējama, ja līdzekļi būtu pieejami ātrāk. Tādēļ drošāks finansējuma paņēmiens ir ārzemju kompāniju vai privātpersonu piesaiste par investoriem.

Ar nožēlu vecāko Latvijas stikla rūpnīcu 'LETTGLAS' un GRĪZIŅKALNS' vadītāji norāda, ka valdības atbalstu stikla rūpniecībai līdz šim nav izjutuši. Piemēram, par neatrisinātu problēmu, ar kuru nācies saskarties uzņēmumam 'LETTGLAS', kļuva pārmantoto nekustamo īpašumu pārvalde (padomju laikā būvētie cehi, kuri netiek izmantoti), to uzturēšana, īpašuma aizsargāšana un lielā nekustamā īpašuma nodokļa nomaksa. Abi uzņēmumi izjūt arī lielu speciālistu – stikla pūtēju trūkumu. Stikla pūtēju specialitāti nevar apgūt nevienā mācību iestādē, tāpēc šo profesiju var apgūt tikai praksē – pašā rūpnīcā. Pāriet apmēram pusgads, kamēr cilvēks iegūst stikla pūtēja kvalifikāciju. Un ja pēc tam rūpnīca nu jau kvalificētajam speciālistam nav spējīga nodrošināt pietiekamu darba algu, tad pēc apmācības „par darba devēja līdzekļiem” beigām, speciālisti bieži aiziet uz citu darba vietu. Vajadzētu nodrošināt valsts finansējumu stikla pūtēju apmācībai. Šo problēmu bez valsts atbalsta praktiski nav iespējams atrisināt [5].

Par būtisku barjeru darbības uzsākšanai nozarē, spriežot pēc sniegtajiem nozares ekspertu skaidrojumiem, var uzskatīt arī pastāvošos ekonomiskos riskus

Ļoti nopietns šķērslis pašreiz nozarē ir energoresursu (dabas gāzes) cenu kāpums un ekonomiskā situācija valstī (celtniecības apjomu samazināšanās, inflācija, maksātpējīgā pieprasījuma samazināšanās u.t.t.). Tāpat uzņēmuma peļņu var ietekmēt ārvalstu valūtu (piemēram, ASV dolāra, angļu mārcinas u.c.) vērtības izmaiņas pret latu.

Pie nozares riska ir jāpieskaita arī darba resursu deficīts, tai skaitā meistarību – stikla pūtēju deficīts. Jaunam uzņēmumam šī barjera var izrādīties ļoti nozīmīga, ja tas plāno izmantot tehnoloģijas, kas balstītas uz roku darbu

Saskaņā ar ekspertu vērtējumu izejvielu un ražošanas materiālu deficīta Latvijas uzņēmumiem praktiski nav. Uzņēmumi, kas strādā „Lokšņu stikla formēšanas un apstrādes” (26.12) sfērā, lokšņu stiklu importē, jo Latvijā tas netiek ražots. Eksperti norāda, ka lokšņu stikla piedāvājums tirgū ir pietiekams. Uzņēmumi, kas ražo dažādu produkciju no stikla (26.15 sektors „Citu stikla izstrādājumu ražošana”), darbības nodrošināšanai var izmantot arī vietējās izejvielas (kvarca smilts, dolomīts) un jau lietotu sasmalcinātu stiklu jeb stikla atkritumus, iepērkot nepieciešamos papildus komponentus ārzemēs. Esošajā ekonomiskajā situācijā uzņēmējam ir regulāri jāveic korekcijas savā biznesa plānā, savlaicīgi ņemot vērā ārējās vides, cenu izmaiņas un citus faktorus, nepieļaujot darbību ar zaudējumiem.

Vērtējot muitas režīma ietekmi uz potenciālajiem jaunienācējiem, varētu secināt, ka šis šķērslis nevar būt uzskatāms par nozīmīgu, jo līdz ar Latvijas iestāšanos ES tika atcelti visi ierobežojumi produkcijas vai izejvielu ieviešanai vai izvešanai vienotās Eiropas ekonomiskās telpas ietvaros. Savukārt piemērojami muitas tarifi Latvijas produkcijas eksportam uz trešajām valstīm neveido nozīmīgus šķēršļus ikgadēji augošam Latvijā ražotās produkcijas eksportam (skat. 1.6. barjeras aprakstu A tabulā).

3.9.2.2. Administratīvie/organizatoriskie ierobežojumi

Uzņēmējdarbība stikla un stikla izstrādājumu ražošanas nozarē ir pakļauta administratīvajiem ierobežojumiem, kuri ietekmē gan jau strādājošus uzņēmumus, gan jaunienācējus (skat. A tabulas 2.1.-2.4.barjeru aprakstu).

Pirmkārt, visiem uzņēmumiem ir jāievēro pamata likumu prasības, kas regulē uzņēmējdarbību: ”Komerclikums”, ”Darba likums”, ”Darba aizsardzības likums”, ”Likums par nodokļiem un nodevām” u.c. Daži administratīvie ierobežojumi var būt attiecināmi tikai uz daļu no tirgus dalībniekiem, jo saistīti ar konkrētās darbības specifiku. Piemēram, saskaņā ar Ministru kabineta 2005.gada 8.februāra noteikumiem Nr.99 uzņēmumiem, kuri darbojas „Pārējo stikla izstrādājumu ražošanas” sektorā (26.15), ņemot vērā veselībai īpaši kaitīgos ražošanas apstākļus, tiek izvirzītas paaugstinātas prasības darba aizsardzības un veselības aizsardzības jomā. Tādēļ darba aizsardzības sistēmas izveidē un uzturēšanā tiem ir jāiesaista kompetenta institūcija [8]. Uzņēmumiem – stikla ražotājiem, kuru darbība ir saistīta ar derīgo izrakteņu ieguvu un izmantošanu, ir jāsaņem licence Zemes dzīļu izmantošanai [6]. Jautājuma izskatīšana par šādas licences izsniegšanu var ieilgt (jo pieteikuma izskatīšanas termiņš nav noteikts), kas var kļūt par šķērslī biznesa uzsākšanai. Ir nepieciešams marķēt Latvijas tirgū piedāvātās noteiktas preču grupas atbilstoši Ministru kabineta 2000.gada 29.februāra noteikumiem Nr.78. (16)

Uzņēmumu darbību nozarē ietekmē arī ekoloģiskie ierobežojumi. Visiem uzņēmumiem ir jāievēro Vides aizsardzības likuma, Ūdens apsaimniekošanas likuma, Atkritumu

apsaimniekošanas likuma prasības. Ražošanas uzsākšanai ir nepieciešama atļauja piesārņojuma veikšanai. Šīs atļaujas izsniegšanu reglamentē Likums „Par piesārņojumu”. Saskaņā ar Eiropas Savienības saistībām siltumnīcefekta gāzu emisijas samazināšanas jomā un attiecīgo normatīvo aktu prasībām, energoietilpīgajām ražotnēm, pie kurām pieskaitāma arī stikla ražošana, ir jāsaņem Atļauja Siltumnīcas efekta gāzu emisijai.

Nepieciešamība ievērot dotos noteikumus nozīmē, ka jaunienācējiem tirgū ir jāsaņemas ar ierobežojumiem, jo atļauju, licenču saņemšana prasa gan laiku, gan materiālos līdzekļus. Nepieciešamais laiks nozares uzņēmumiem vajadzīgo licenču (atļauju) saņemšanai svārstās no 30 līdz 90 dienām. Tāpat kā piemēru var minēt, ka uzņēmuma AS "VALMIERAS STIKLA ŠĶIEDRA" 2007.gada licenču vidējā bilances vērtība sastādīja vairāk kā 62 tūkstošus latu..

Lai apstiprinātu uzņēmuma darbības un produkcijas kvalitāti un tādējādi veicinātu kvalitatīvas produkcijas noietu, uzņēmumi iziet ISO sertifikācijas procedūras (piem., ISO 9001:2000, kas ir kvalitātes vadības sistēmas standarts) [7].

Nozarē strādājošie uzņēmumi izmanto savā saimnieciskajā darbībā gan īpašumā esošos nekustamos īpašumus (zemi, ēkas, būves), gan arī iznomātus īpašumus. Nozares izpētes procesā netika konstatēti kādi speciāli nosacījumi zemes vai ražošanas ēku iegādei.

3.9.2.3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotas barjeras

Tā kā esošās kompānijas dotajā nozarē darbojas jau ilgu laiku, tās ieguvušas pozitīvu darba pieredzi, izveidojušas lietišķos sakarus un noslēgušas sadarbības līgumus ar piegādātājiem un pasūtītājiem, tādēļ tām ir zināmas priekšrocības salīdzinājumā ar jaunajiem tirgus dalībniekiem. (skat. A tabulas 3. barjeras aprakstu).

Visu ražošanas kompāniju darbība lielā mērā ir atkarīga no regulārām izejvielu un materiālu piegādēm, tādēļ nozares uzņēmumi cenšas strādāt, balstoties uz ilgtermiņa līgumiem ar piegādātājiem, kas ļauj nodrošināt stabilu ražošanu.

Pārliciecinātāk jūtas tie uzņēmumi, kurus atbalsta radniecīgas ārvalstu kompānijas (tādi kā AS "VALMIERAS STIKLA ŠĶIEDRA", SIA "PADTEX INSULATION"), jo tiem ir garantēti produkcijas pasūtījumi un tie saņem palīdzību visdažādāko ražošanas jautājumu risināšanā.

Uzsverot ilgtermiņa līgumu ar piegādātājiem un pircējiem lielo nozīmi ražošanas nodrošināšanā, jaunā uzņēmuma vadītājs norādīja, ka divu gadu laikā uzņēmumam ir izdevies izveidot ilgtermiņa attiecības ar 7 piegādātājiem, kā arī ir jau izveidojies pastāvīgo klientu loks, kas arī ir nodrošinājis darba ienesību. Raksturojot situāciju savā sektorā (26.12 sektors „Lokšņu stikla formēšana un apstrāde”), eksperts doto barjeru vērtēja kā nozīmīgu jaunienācējiem.

3.9.2.4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība

Tirgus infrastruktūras neatbilstība kā šķērslis jauniem tirgus dalībniekiem pēc ekspertu viedokļiem nav īpaši nozīmīgs (skat. A tabulas 4. barjeras aprakstu).

Esošie uzņēmumi jau sen izmanto gadiem veidoto infrastruktūru attiecībā uz pārvadājumu sistēmas organizāciju, informācijas kanālu lietošanu, noliktavu būvēšanu un aprīkošanu. Savukārt jaunam tirgus dalībniekiem šo problēmu risināšanai ir jāpatērē ievērojams laiks un līdzekļi. Tomēr prasības pret infrastruktūras objektiem visiem uzņēmumiem nav vienādas – tās var atšķirties atkarībā no darbības veida un ieplānotajiem ražošanas mērogiem.

Starp galvenajiem informācijas avotiem, kas tiek izmantoti darbībā, jaunā uzņēmuma vadītājs nosauca Internetu, Uzņēmumu reģistra datus, laikrakstus un žurnālus. Tā kā uzņēmums sāka eksportēt savu produkciju, tad tam bija noderīga informācija par atsevišķu ārzemju tirgu stāvokli, lai gan šo informāciju bija ārkārtīgi grūti atrast.

Statistikas dati pēc ekspertu viedokļa ir pārāk novēloti un to detalizācijas pakāpe nav pietiekama, lai varētu iegūt priekšstatus par konkrētu darbības veidu. Šobrīd Interneta vietnē publicētajā statistikas informācijā var iegūt tikai vispārējus datus par Nemetālisko minerālu izstrādājumu ražošanu (NACE 1.1.red. DI – 26). Tā kā dotajā nodaļā ir apvienotas 8 dažādas nozares (26.1-26.8), tad šādu informāciju uzņēmēji praktiski nevar nekādi izmantot.

3.9.2.5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras

Pēc eksperta domām „Lokšņu stikla formēšanas un apstrādes” sektorā (26.12) strādājošo Latvijas uzņēmumu stratēģijas galvenokārt ir virzītas uz izdzīvošanu. Sakarā ar celtniecības nozares, kura veido galvenos uzņēmumu produkcijas pasūtītājus, apjomu samazināšanos, ir notikusi arī ievērojama pasūtījumu apjomu samazināšanās. Uzņēmumi cenšas saglabāt savus pasūtītājus, piedāvājot tiem izdevīgākus realizācijas nosacījumus. Tomēr tiem ir grūti konkurēt ar lielajām Lietuvas kompānijām, kuras Latvijas tirgū piedāvā savu produkciju par zemākām cenām, tādējādi pārvilīnot pie sevis pircējus. Daudzi uzņēmumi, kas iepriekš galvenokārt strādājuši Latvijas tirgū, sākuši meklēt pircējus ārpus robežām. Eksporta apjomi (pamatā uz Igauniju un Lietuvu) pagaidām ir nenozīmīgi. Mūsu uzņēmumiem ir grūti konkurēt pat Baltijas valstu tirgū, jo tie ir mazi un nespēj izpildīt lielus pasūtījumus, turklāt tie zaudē cenu konkurencē. Pēc eksperta domām dotā biznesa palielināšanās izteikta tendence Latvijā nav novērojama.

Dotajā sektorā šķēršļus jaunu tirgus dalībnieku ieiešanai tirgū var radīt esošo tirgus dalībnieku stratēģiskā uzvedība preču cenu un realizācijas nosacījumu noteikšanā.

Uzņēmumiem, kas darbojas „Stikla šķiedras ražošanas” sektorā (26.14), ir izveidojušies cieši saimnieciskie sakari ar saviem Eiropas radniecīgajiem uzņēmumiem: vācu (AS 'VALMIERAS STIKLA ŠĶIEDRA') un itāļu (SIA 'PADTEX INSULATION') kompānijām, turklāt tie izmanto

ar Eiropas kompānijām saskaņotas stratēģijas izejvielu iepirkšanas un gatavās produkcijas realizācijas jomā. Savu produkciju pārsvarā tie eksportē, konkurējot gan Eiropas, gan pasaules tirgū. Lai nostiprinātu konkurētspēju pasaules tirgū, kompānijas iegulda ievērojamus līdzekļus jaunu tehnoloģiju ieviešanā, savas produkcijas kvalitātes paaugstināšanā, kā arī jaunu produktu izstrādē [9].

Tā kā nozares uzņēmumu pamatintereses ir galvenokārt saistītas ar savu pozīciju nostiprināšanu ārpus Latvijas robežām, tad var pieņemt, ka to stratēģiskā uzvedība nekalpos par nozīmīgu barjeru jaunienācējiem, kuri ieplānojuši izvērst savu darbību dotajā sektorā.

Uzņēmumi, kas strādā „Citu stikla izstrādājumu ražošanas, ieskaitot tehniskā stikla izstrādājumu ražošanu” sektorā (26.15), ir orientēti uz konkrētu pakalpojumu izpildi (ekskluzīvas produkcijas izgatavošana vai nelielu produkcijas partiju ražošana). Produkcijas sortiments sektorā ir ļoti daudzveidīgs un tas pastāvīgi var paplašināties, ņemot vērā pasūtītāju specifiskās prasības, modes vēsmas, jaunu tehnoloģiju ienākšanu u.t.t. Katram tirgus dalībniekam ir izveidota sava stratēģija saistībā ar klientu piesaisti, cenu un realizācijas apstākļu noteikšanu un izejvielu piegādi. Kopumā var norādīt, ka stratēģiju dažādība samazina konkurenci starp vietējiem ražotājiem un arī nerada nopietnas barjeras potenciālajiem konkurentiem.

3.9.2.6. Preču pieprasījuma ierobežojumi

Latvijas vietējā tirgus ietilpība ir ierobežota. Turklāt nozares eksperti norāda uz vietējo stikla un stikla izstrādājumu ražotāju produkcijas pieprasījuma ievērojamu samazināšanos, kas saistīta ar valsts vispārējās ekonomiskās situācijas pasliktināšanos, kura ietekmēja iedzīvotāju pirktspējas samazināšanos, un lētāku izstrādājumu ienākšanu tirgū no citām valstīm, galvenokārt no Ķīnas.

Par acīmredzamu iespēju turpināt savu biznesu Latvijas uzņēmumiem kļūst eksporta attīstīšana. Pircēju un pasūtījumu meklēšana var kļūt par nozīmīgu barjeru jauna biznesa organizēšanas posmā. Te ļoti svarīga ir valsts atbalsta un eksporta attīstīšanas sistēma. Uzņēmējiem pirmām kārtām ir nepieciešama juridiskā un informatīvā palīdzība. Tāpat ir svarīgi, kā norāda eksperti, lai šāds atbalsts būtu savlaicīgs un pieejams.

**A. tabula. Jaunienācēju draudu (tirgus barjeru) novērtēšana Latvijas stikla un stikla izstrādājumu ražošanas nozarē
(NACE 1.1 - 26.10)**

| Barjeras veids | Vai konkrētā barjera būtu likvidējama vai tās ietekme samazināma. Nepieciešamie pasākumi to īstenošanai | Barjeras ietekmes nozīmīgums | | | Īss apraksts (kāpēc, analizējot konkrēto barjeru tiek uzskatīts, ka barjeras ietekme ir nenozīmīga/nozīmīga, ļoti nozīmīga) |
|---|---|------------------------------|---------------------------|---------------|---|
| | | Nenozīmīga | Nozīmīga | Ļoti nozīmīga | |
| 1. Ekonomiskie ierobežojumi | | | | | |
| 1.1. Nepieciešamā liela apjoma kapitālieguldījumi, investīcijas, starta kapitāls (dārgu aprīkojumu dēļ, dārgu izejvielu dēļ, augstu nodokļu dēļ, reģistrācijas, licenzēšanas izdevumu. dēļ) | Barjeras esamība ir saistīta ar nozares un konkrētās ražošanas specifiku. Barjeras ietekmi var samazināt piesaistot ārvalstu investīcijas | | | ✓ | Ienākšanai nozarē ir nepieciešams liels starta kapitāls: - ražošanas iekārtu iegādei. Piemēram, tehnoloģisko iekārtu min. vērtība nelielai ražotnei ir virs 2 milj. latu, lielas rūpnīcas iekārtu kopējā vērtība pārsniedz 28 milj. latu; - ražošanas ēku un būvju celtniecībai; - piemērotās infrastruktūras izveidei - pastāvīgai ražošanas pilnveidei. |
| 1.2. Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis | Barjeras ietekmi var samazināt pats uzņēmējs (potenciālais konkurents), optimizējot produkcijas sortimentu un izmantojot ražošanā modernas tehnoloģijas, kas balstītas uz ražošanas procesa automatizāciju. | | ✓ 26.12 un 26.14 | ✓ 26.15 | Darbība 26.12 un 26.14 sektorā ir samērā efektīva un jaunienācēji jau pirmajā darbības gadā spēj pārvarēt rentabilitātes sliekšni un gūt peļņu. Zemi vidējie nozares finanšu rādītāji 26.15 sektorā liecina par to, ka efektīvu ražošanas apjomu līmenis dotajam sektoram ir augsts, kas vispirms jau saistīts ar tā augsto darbietilpību (tiek izmantots augsti kvalificēts roku darbs), kā arī ar pietiekami lielo kapitālietilpību. |
| 1.3. Absolūtais pārākums izdevumu līmenī | Nevar būt likvidējama, jo tiks novērstas priekšrocības, kas iegūtas lielo uzņēmumu vidū, konkurējot vienotā ES tirgū. | | ✓ | | Nozarē strādājošajiem uzņēmumiem ir salīdzinoši vieglāk panākt pārākumu izdevumu līmenī, pateicoties tam, ka ir izveidojušies sakari ar materiālu un izejvielu |

| | | | | | |
|---|---|--|---|---|---|
| | Dotās barjeras ietekmi uzņēmējs (potenciālais konkurents) var samazināt, ražojot ekskluzīvus, unikālus stikla izstrādājumus konkrētiem pasūtījumiem (mākslinieciskais virziens). | | | | piegādātājiem, izveidojies pircēju un pasūtītāju loks, izveidota ražošanas materiāli tehniskā bāze, ir pieredze jaunu produktu izstrādē un ražošanas uzsākšanā, to produkcija ir atpazīstama tirgū bez īpašiem mārketinga pasākumiem, līdz ar to tirgus jaunienācējiem ir būtiski lielākas izmaksas tirgus daļas iekarošanā. |
| 1.4. Investīciju piesaiste un kredītu izmantošanas/ piešķiršanas nosacījumi | Barjeras ietekme būtu samazināma, vienkāršojot ES struktūrfondu līdzfinansējuma saņemšanu. Uzņēmējs (potenciālais konkurents) var samazināt barjeras ietekmi, pieaicinot ārzemju investorus. | | ✓ | | Nozares eksperti ar nožēlu norāda, ka valdības atbalstu stikla rūpniecībā strādājošie līdz šim nav izjutuši. Nepastāv īpaši valsts atvieglojumi investīciju piesaistes vai kredītu piešķiršanas jomā. Šķēršļi kredītu piešķiršanas jomā var rasties jaunam uzņēmumam bez savas „kreditvēstures”. Dotā barjera ir nozīmīgāka uzņēmumiem, kuriem nepieciešams finansējums ražošanas kompleksa būvniecībai. Lai iegādātos tehnoloģisko aprīkojumu, jaunienācēji var izmantot līzinga kompāniju pakalpojumus. |
| 1.5. Ekonomiskie riski (izejvielu cenu pieaugums, finanšu riski (valūtas)) | Barjeras ietekme būtu samazināma, nodrošinot uzņēmējdarbību ar tai nepieciešamā profila speciālistiem (speciālistu sagatavošana Latvijā, to uzaicināšana no citām valstīm). Barjeras ietekme var būtiski tikt samazināta makroekonomiskās situācijas uzlabošanās un pasaules energokrīzes pārvarēšanas rezultātā. | | | ✓ | Ļoti nopietns šķērslis pašreiz nozarē ir energoresursu (dabas gāzes) cenu pieaugums un ekonomiskā situācija valstī (apjomu samazināšanās celtniecības nozarē, inflācija, maksātspējīgā pieprasījuma samazināšanās). Uzņēmuma peļņu var ietekmēt ārvalstu valūtu (piemēram, ASV dolāra, angļu mārciņas u.c.) vērtības izmaiņas pret latu (valūtas risks). Pie nozares riska jāpieskaita <i>darba resursu deficītu</i> , tai skaitā – stikla pūtēju deficītu. Jaunam uzņēmumam šī barjera var izrādīties |

| | | | | | |
|--|---|---|---|--|---|
| | | | | | ļoti nozīmīga, ja tas plāno izmantot tehnoloģijas, kas balstītas uz roku darbu. |
| 1.6. Muitas režīmi, cenu un tarifu noteikšana | Barjera praktiski nav likvidējama, izņemot gadījumus, kad starpvalstu vienošanās rezultātā tiek atviegloti ārējās tirdzniecības nosacījumi (mainās tirdzniecības režīms, palielinās vai tiek atcelts kvotu apjoms, samazinās tarifi). | ✓ | | | Eksperti atzīst, ka muitas ierobežojumi šajā nozarē nav īpaši liels šķērslis. |
| 2. Administratīvi ierobežojumi | | | | | |
| 2.1. Uzņēmējdarbības veidu licencēšana | - | ✓ | | | Darbības uzsākšanai nav nepieciešamas kādas speciālas atļaujas. Par izņēmumu var kļūt uzņēmumi, kas darbojas 26.15 sektorā un kas saistīti ar derīgo izrakteņu ieguvu un izmantošanu. Šiem uzņēmumiem ir jāņem licence Zemes dziļu izmantošanai. |
| 2.2. Preču ieviešanas un izvešanas aizliegumi vai ierobežojumi noteiktā teritorijā | - | ✓ | | | Nav konstatēti |
| 2.3. Šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanai vai nomāšanai | - | ✓ | | | Nav konstatēti |
| 2.4. Kvalitātes prasības un ekoloģiskie ierobežojumi (aizliegums paplašināt noteikta preču tirgus darbības apjomu, celt jaunus ražošanas objektus, ierobežojumi transporta komunikāciju izveidei, dažādu vides aizsardzības institūciju noteiktie aizliegumi u.c.) | - | | ✓ | | Visiem uzņēmumiem ir jāievēro Vides aizsardzības likuma, Ūdens apsaimniekošanas likuma, Atkritumu apsaimniekošanas likuma prasības. Ražošanas uzsākšanai ir nepieciešama atļauja piesārņojuma veikšanai. Energoietilpīgās ražošanas, pie kādām pieskaitāma arī stikla ražošana, obligāti ir jāsaņem Atļauja Siltumnīcas efekta gāzu emisijai Lai apstiprinātu uzņēmuma darbības un produkcijas kvalitāti, uzņēmumi iziet ISO |

| | | | | | |
|---|--|--|---|--|--|
| | | | | | sertifikācijas procedūras (piem., ISO 9001:2000, kas ir kvalitātes vadības sistēmas standarts). |
| 3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Brīva pieejamība resursiem un /vai realizācijas kanāliem, korporatīvo sakaru priekšrocības. | Barjeras ietekme varētu būt mazināma pateicoties dažādu komunikāciju veidu attīstībai un dažādošanai(caur internetu, starptautiskām izstādēm utt.) | | ✓ | | <p>Ražošanas kompāniju darbība ir atkarīga no regulārām izejvielu un materiālu piegādēm, tādēļ nozares uzņēmumi galvenokārt strādā pēc ilgtermiņa līgumiem, kas varētu nodrošināt stabilu ražošanu.</p> <p>Pārliecinošāk jūtas tie uzņēmumi, kurus atbalsta radnieciskas ārzemju kompānijas, jo tiem ir garantēti produkcijas pasūtījumi, turklāt tie saņem arī palīdzību jebkuru ražošanas jautājumu risināšanā.</p> <p>Jaunā uzņēmuma vadītājs norādīja, ka divu darbības gadu laikā uzņēmumam ir izdevies izveidot ilgtermiņa attiecības ar 7 piegādātājiem, kā arī izveidot pastāvīgo klientu loku, kas arī spējis nodrošināt ienesīgu darbību. Eksperts doto barjeru novērtēja kā nozīmīgu jaunienācējam.</p> |
| 4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība | | | | | |
| Nodrošinājums ar komunikācijām (transporta un sakaru), noliktavām, tirdzniecības platībām, informāciju, ceļiem. | Pēc ekspertu viedokļiem barjeras ietekme kopumā nav īpaši nozīmīga | | ✓ | | <p>Esošie uzņēmumi jau sen izmanto gadiem veidoto infrastruktūru un tas rada tiem noteiktas priekšrocības salīdzinājumā ar jaunienācējiem. Jaunienācējiem var atšķirties prasības, kas izvirzāmas pret infrastruktūras objektiem, atkarībā no ražošanas veida un iepļānotajiem mērogiem.</p> <p>Pēc ekspertu viedokļa uzņēmējiem trūkst aktuālās informācijas par dažādiem ārzemju tirgiem. Tāpat būtu nepieciešams uzlabot statistisko datu pieejamību un detalizācijas</p> |

| | | | | | |
|--|---|--|---|--|--|
| | | | | | pakāpi. |
| 5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Produkcijas realizācijas apstākļu noteikšana, Valsts pasūtījumu izpilde | Barjeras ietekme varētu būt mazināma ar valsts atbalsta pasākumiem eksporta veicināšanas jomā (piemēram, biežāk rīkojot izstādes ārzemēs, kurās uzņēmumiem ir iespēja atrast sadarbības partnerus) | | ✓ | | Lokšņu stikla formēšanas un apstrādes sektorā (26.12) šķēršļus jaunu tirgus dalībnieku ieiešanai tirgū var radīt esošo tirgus dalībnieku (Latvijas un Lietuvas uzņēmumu) stratēģiskā uzvedība preču cenu un realizācijas apstākļu noteikšanā. Stikla šķiedras ražošanas sektorā (26.14) strādājošie uzņēmumi attiecībā uz produkcijas ražošanu un realizāciju savu darbību saskaņo ar saviem Eiropas radniecīgajiem uzņēmumiem. Tā kā uzņēmumu galvenās intereses ir virzītas uz savu pozīciju nostiprināšanu Eiropas un pasaules tirgū, tad var pieņemt, ka to stratēģiskā uzvedība nekļūs par nozīmīgu barjeru jaunienācējiem. Citu stikla izstrādājumu ražošanas sektorā (26.15) katram tirgus dalībniekam ir izveidota sava stratēģija attiecībā uz klientu piesaisti, cenu un realizācijas apstākļu noteikšanu un izejvielu piegādi, kas kopumā samazina konkurenci starp vietējiem ražotājiem un arī nerada nopietnas barjeras potenciālajiem konkurentiem |
| 6. Preču pieprasījuma ierobežojumi | | | | | |
| Tirgus piesātinātība ar produktu un aizstājējproduktiem, pieprasījuma apmierināšanas līmenis (patērētāju pirktspēja) sasniegšana, preču pieprasījuma iespējamie ierobežojumi | Barjera nevar būt likvidējama vietējā tirgus ierobežotības dēļ, tādēļ ir jāmeklē papildus iespējas palielināt noietu, eksportējot produkciju ārpus Latvijas. Nepieciešama reāla valsts palīdzība (informatīvā, juridiskā) | | ✓ | | Latvijas vietējā tirgus ietilpība ir ierobežota. Turklāt nozares eksperti norāda, ka ir ievērojami samazinājies vietējo stikla un stikla izstrādājumu ražotāju produkcijas pieprasījums, kas saistīts ar vispārējās ekonomiskās situācijas pasliktināšanos valstī |

| | | | | | |
|--|-----------------------------------|--|--|--|---|
| | produkcijas virzīšanā uz eksportu | | | | un līdz ar to iedzīvotāju pirktspējas samazināšanos, kā arī tirgū ienākušie lētākie izstrādājumi, galvenokārt no Ķīnas. Par acīmredzamu iespēju turpināt biznesu Latvijas uzņēmumam kļūst eksporta attīstīšana. |
|--|-----------------------------------|--|--|--|---|

Avots: RSEBAA apkopojums

Nobeigums

Pēc tirgū ienākšanas barjeru veiktās analīzes konkurences vidi Latvijas stikla un stikla izstrādājumu ražošanas nozarē būtu nekorekti raksturot ar kopējiem koncentrācijas indeksiem (CR4 un HHI). Doto nozari Latvijā pārstāv trīs ražošanas sektori, kuros aktīvi notiek darbība. Tā kā šīs ražotnes atšķiras gan pēc attiecīgās gatavās produkcijas izejvielām, gan arī pēc produkcijas pielietojuma jomas, tad konkrēto situāciju pareizāk būtu aplūkot katrā sektorā atsevišķi.

Tā, par mazāk koncentrētu var uzskatīt 26.12. sektoru „Lokšņu stikla formēšana un apstrāde”, jo tajā darbojas vislielākais uzņēmumu skaits (~17), starp kuriem nav neviena absolūta līdera. Eksperti uzskata, ka uzņēmumu skaits dotajā sektorā nepalielināsies, jo ražošana galvenokārt orientēta uz celtniecības nozari, savukārt celtniecības apjomu samazināšanās jau ir izraisījusi produkcijas pieprasījuma kritumu nozarē. Konkurence starp Latvijas uzņēmumiem pastāv, tomēr tai pagaidām nav agresīvs raksturs. Taču samērā aktīvi Latvijā ienāk Lietuvas kompānijas – lielāki uzņēmumi, kuri pārņem klientus, piedāvājot zemākas cenas savai produkcijai.

26.14 sektorā „Stikla šķiedras ražošana” koncentrācijas līmenis ir samērā augsts, jo tajā ir viens izteikts līderis AS 'VALMIERAS STIKLA ŠĶIEDRA' ar gada pārdošanas apjomiem virs 34 miljoniem latu (2007.g.). Otrs lielākais uzņēmums, kas darbojas dotajā sektorā, ir 'PADTEX INSULATION' SIA. Tā pārdošanas apjomi ir ievērojami mazāki – aptuveni 1 miljons latu. Tā kā Latvijā dotā sektora produkcijas pieprasījums ir ierobežots, tad ražošana jau no pašiem sākumiem bija orientēta uz eksportu (> 95%). Dotie uzņēmumi konkurē Eiropas un pasaules tirgū ar analogiskas produkcijas ražotājiem.

26.15 sektorā „Citu stikla izstrādājumu ražošana, ieskaitot tehniskā stikla izstrādājumu ražošanu” konkurences situācija pēdējo divu gadu laikā ir būtiski spēcīgi mainījies. Lielie uzņēmumi, Latvijas stikla ražošanas tradīciju nesēji AS 'GRĪZIŅKALNS' un SIA 'LETTGLAS', nespēja tikt galā ar izdevumu palielināšanos un savlaicīgi reorganizēt savu darbību. Lai arī tie ietekmēja koncentrācijas rādītāju aprēķinus, kas veikti pēc pārskata datiem par 2006. gadu, jau 2007.gadā uz laiku tika apturēta AS 'GRĪZIŅKALNS' darbība, bet 2008. gadā tika pasludināta SIA 'LETTGLAS' maksātnespēja. Tādēļ var pieņemt, ka šobrīd dotajā sektorā strādā tikai apjoma ziņā nelieli uzņēmumi (~9), bet koncentrācijas līmenis tajā nav augsts.

Visievērojamākās barjeras ienākšanai dotajā nozarē ir nepieciešamība pēc nozīmīga starta kapitāla, resursu cenu kāpums, speciālistu (stikla pūtēju) trūkums un vietējā tirgus ierobežotība.

Balstoties uz paveikto analīzi LR Ekonomikas ministrijai un LR Konkurences padomei var ieteikt:

1. Sniegt uzņēmējiem aktīvu informatīvo atbalstu. Piemēram, nozarēm, kas attīsta eksporta virzienu, nepieciešams regulāri veikt Eiropas un citu atsevišķu tirgu analīzi, iepazīstinot ar pētījumu rezultātiem uzņēmējus (piemēram, ar asociāciju, speciālu informatīvu izdevumu starpniecību).

Šai sakarā tāpat būtu vēlams paaugstināt statistiskās informācijas lietderību uzņēmējiem, kas strādā „Stikla un stikla izstrādājumu ražošanas” nozarē (26.1), diferencējot to pa katru, klasifikācijā iedalīto sektoru (26.11, 26.12, 26.13, 26.14, 26.15).

2. Sniegt atbalstu uzņēmējiem, kas saglabā un attīsta tradicionālās ražošanas tehnoloģijas (stikla izstrādājumu ražošana, izmantojot stikla pūtēju darbu). Šāda palīdzība vispirms jau nepieciešama, lai nodrošinātu stikla ražošanu ar attiecīgā profila speciālistiem (sagatavojot speciālistus – stikla pūtējus mācību iestādēs vai uzaicinot attiecīgas kvalifikācijas darbaspēku no citām valstīm).

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti:

1. http://www.lzj.lv/lat/vides_izglitiba/materiali/macibu_gramata/stikls
2. http://www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=4469&cl_cat=0&p_cid=76&p_vid=1063&p_action=2
3. http://www.diena.lv/lat/business/hotnews/industry/tiesa-pasludina-livanu-stikla-razotaju-lettglas-par-maksatnespejigu?comments=-pos_value-
4. <http://www.financenet.lv/zinas/kompanijas/article.php?id=185968>
5. <http://www.tvnet.lv/zinas/printArticle.php?id=525102>
6. <http://www.google.lv/search?hl=lv&q=LR+MK+noteikumi+Nr.400%2C+22.04.04.&btnG=Me kl%C4%93t&meta=>
7. http://www.omvua.lv/php/_ka_uzsakt.htm#_Toc82845170
8. [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:42006A1117\(01\):LV:HTML](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:42006A1117(01):LV:HTML)
9. <http://www.multiprese.eu/main.php?lang=lv&p=2&n=463&a=2919>
10. <http://www.db.lv/Default2.aspx?ArticleID=288b5f8a-4790-4c75-bd3c-02a952495167&=pluss>
11. <http://www.padtex.lv/>
12. <http://www.vss.lv/lat/>
13. <http://www.inamora.lv/>
14. www.transparence.lv
15. <http://www.productpilot.de/en/suppliers/sia-am-studio/home-house-garden/table/plates/>
16. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=2092>
17. http://www.ogreszinas.lv/portals/Atputa/raksts.html?xml_id=2227
18. <http://lv.wikipedia.org/wiki/Stikls>
19. <http://www.zl.lv/portal/industries.php?ind=23724&prod=Stikls+un+stikla+izstr%E2d%E2ju+mu+ra%FEo%F0ana>
20. <http://www.lursoft.lv/>
21. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=6075>
22. Intervija ar ekspertu no 'SECURITY GLASS' SIA

3.10. Biroja tehnikas un datoru ražošana (30)

3.10.1. Vispārīgs nozares apraksts

Biroja tehnikas un datoru ražošana ietver sevī ne tikai biroja tehnikas un datoru iekārtu ražošanu, bet arī šās tehnikas instalēšanu un uzstādīšanu. Saskaņā ar Ekonomiskās darbības statistisko klasifikāciju Eiropas Savienībā, (NACE 1.1. red.- kods 30.), Biroja tehnikas un datoru ražošanas nozare ir sadalīta divās apakšnozarēs [1]:

30.01 Biroja tehnikas ražošana

30.02 Datoru un citu informācijas apstrādes iekārtu ražošana

Biroja tehnikas ražošana (NACE 30.01) ietver mehānisko vai elektrisko rakstāmmašīnu ražošanu, elektronisko fotokopētāju, gaismas kopiju aparātu, fotokopētāju, termokopētāju, hektogrāfu, biroja tipa iespiedmašīnu ražošanu, galda un kabatas formāta kalkulatoru ražošanu, kases aparātu ražošanu, dažādu biroja mašīnu vai iekārtu ražošanu (monētu šķirošanas, skaitīšanas vai iesaiņošanas mašīnas, banknošu skaitīšanas mašīnas, adresēšanas mašīnas, pasta sūtījumu saiņošanas, aploksnēšanas, zīmogošanas, šķirošanas mašīnas, papīra smalcinātāji). Papildus zem šīs nozares tiek ražoti bankomāti, biroja mašīnas un to daļas. Biroja mašīnu uzstādīšana arī ietilpst šajā klasē.[2]

Datoru ražošana (NACE 30.02) ietver sevī ne tikai datoru ražošanu, bet arī automātisko datu apstrādes mašīnu ražošanu un datoru perifērisko iekārtu ražošanu (printeri, klaviatūras, monitori, datorpeles, ievades vai izvades iekārtas, centrālās atmiņas iekārtas, diskziņi u.c. atmiņas iekārtas, magnētiskās vai optiskās lasītājiem iekārtas), kā arī citas neklasificētas datu apstrādes mašīnas. Papildus var minēt datoru un citu informācijas apstrādes iekārtu daļu un piederumu ražošanu un datoru un citu informācijas apstrādes iekārtu instalēšanu un uzstādīšanu.[3]

Pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) nepublicētiem datiem, Latvijas biroja tehnikas un datoru ražošanas nozarē 2006.gadā darbojās 21 uzņēmums, kas ir par 3 uzņēmumiem vairāk nekā 2004.gadā, to kopējais realizācijas apjoms veidoja ap Ls 19 milj. Pēc CSP datiem 2006.gadā 15 lielākie uzņēmumi dotajā nozarē tiek atspoguļoti 3.10.1. tabulā alfabētiskā secībā.

Spriežot pēc nepublicētiem CSP datiem, Latvijas biroja tehnikas un datoru ražošana varētu būt klasificēta kā augsti koncentrēta. Tā, 2006.gadā četru nozares lielāko uzņēmumu īpatsvars kopējā nozares apgrozījumā veidoja 95%, pārējie 17 uzņēmumi bija samērā nelieli un viņiem piederēja tikai 5% no nozares kopējā realizācijas apjoma.

Turklāt arī 2006.gadam aprēķinātais Hērfindāhla – Hiršmana indekss (HHI = 4480) liecina par augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē, jo indeksa vērtība krietni pārsniedz koncentrācijas kritisko robežu (kad HHI ir augstāks par 1800 – 2000 vērtību).

3.10.1. tabula. 15 lielāko biroja tehnikas un datoru ražojšo uzņēmumu saraksts Latvijā 2006.gadā (alfabētiskā secībā)

| Nr. | Nosaukums |
|-----|--|
| 1. | SIA 'AP SYSTEM' |
| 2. | SIA 'BALTIJAS INFORMĀCIJAS TEHNOLOĢIJAS' (BIT) |
| 3. | SIA 'COMPUTER HARDWARE DESIGN' |
| 4. | SIA 'DIR' viena īpašnieka |
| 5. | SIA 'ECS BALTIKA' |
| 6. | SIA 'EDONETS' |
| 7. | SIA 'ES DATA' |
| 8. | SIA 'GERMES PLUS' |
| 9. | SIA 'GUSTS SKAITĻOŠANAS TEHNIKAS SERVISS' |
| 10. | SIA 'IT EKSPERTS' |
| 11. | SIA 'KN DATI' |
| 12. | SIA 'MIKROTĪKLS' |
| 13. | SIA 'SB ELDI' |
| 14. | SIA 'SERTEX' |
| 15. | SIA 'UNIDATA' |

Avots: CSP nepublicētie dati

Jāatzīmē, ka daudzi no nozarē identificētiem uzņēmumiem (pamatojoties uz CSP nepublicēto informāciju), nodarbojas tikai ar biroja tehnikas vai datoru piegādi, uzstādīšanu un pēc piegādes šīs tehnikas apkalpošanu.

Tā, SIA „BALTIJAS INFORMĀCIJAS TEHNOLOĢIJAS” (BIT) sadarbojas ar ārvalstu firmām (lielākajiem datortehnikas, programmatūras un datortehnikas aksesuāru piegādātājiem), veic to produktu tirdzniecību, sniedz servisa pakalpojumus, komplektē un uzstāda serverus. [4]

SIA „COMPUTER HARDWARE DESIGN” ir Latvijā lielākais tirdzniecības aprīkojuma piegādātājs lielveikalu ķēdēm un mazumtirgotājiem, nodarbojas ar konsultēšanu programmatūras jautājumos, programmēšanu, sniedz servisa pakalpojumus.

SIA „DIR” un SIA „ECS BALTIKA” [5] arī ir datortehnikas tirgotāji.

Ir uzņēmumi, kuri papildus datoru vai citas produkcijas tirdzniecībai piedāvā saviem klientam dažādus pakalpojumus.

Piemēram, SIA „EDONETS” nodarbojas ar datoru tirdzniecību, datoru remontu, datorprogrammatūras licencēšanu, veic uzņēmumu grāmatvedības apkalpošanu, piedāvā konsultācijas biznesa jautājumos (biznesa plāna sastādīšana, finansēšanas piesaistīšana u.c.), veic komercdarbības reģistrēšanu. [6]

SIA „KN DATI” savu darbību vairāk orientē uz datoru un citas biroja tehnikas uzstādīšanu, remontu un servisa pakalpojumu sniegšanu, kā arī serveru un ugunsdmuru (firewall) uzstādīšanu un apkalpošanu. [7]

SIA „MIKROTĪKLS” – specializējas maršrutēšanas sistēmu un bezvadu datortīklu izveidē un ir kļuvis ne tikai atzīts līderis Latvijas tirgū, bet arī ieņem nozīmīgu vietu pasaules tirgū (komplektē

un realizē maršrutēšanas ierīces, veido datortīklus, izstrādā programmatūru maršrutētājiem un operētājsistēmām. Detaļas pasūta ārvalstīs: Ķīnā, Taivānā) [8].

SIA „SB ELDI” un SIA „GERMES PLUS” darbība saistīta ar informācijas apstrādes iekārtu ražošanu.

Tā, SIA „SB ELDI” piedāvā transporta kontroles, vadības un apsardzes sistēmas, personas mobilo monitoringu, automobiļu navigācijas sistēmas u.c. [9]

SIA „GERMES PLUS” komplektē daudzkanālu skaņas sistēmas (bankām, lidostām, ātrās palīdzības transportam, glābšanas dienestam). Sistēmas komplektē no detaļām, kuras iepērk Krievijā un Izraēlā.

SIA „GUSTS SKAITĻOŠANAS TEHNIKAS SERVISS”- piedāvā interneta pieslēgšanas pakalpojumus, datoru un biroja tehnikas apkalpošanu.

Neskatoties uz to, ka pēc CSP datiem SIA „AP SYSTEM”, SIA „IT EKSPERTS” klasificēti kā biroja tehnikas un datoru ražotāji, reāli šo uzņēmumu darbības veids ir pavisam cits.

Tā, SIA „AP SYSTEMS” tika izveidota 2004. gadā ar mērķi sniegt pakalpojumus visa veida auto stāvvietu ierīkošanā, veic to plānošanu, projektēšanu, iekārtu piegādi, uzstādīšanu un apkalpošanu. [10]

Bet SIA „IT EKSPERTS” nodarbojas ar IT projektu vadību, publisko iepirkumu veikšanu, IT koncepcijas risinājumu (biznesa procesa aprakstu) izstrādi.

Pētījuma gaitā, konsultējoties ar ekspertiem, tika konstatēts, ka Latvijā ir uzņēmumi, kuri pozicionē sevi kā datorražotāji, bet pēc CSP datiem tie nebija identificēti: SIA „SONEX Tehnologies Latvija”[11], AS „CAPITAL”[12], SIA „EET RĪGA”[13], SIA „MA-1 Datori”[14], SIA „Pro Line”[15]. Datoru detaļas šie uzņēmumi neražo, bet, sadarbojoties ar vairākiem piegādātājiem, veic datoru komplektāciju. Iesākumā datoru ražošanu minētie uzņēmumi veica pēc individuāliem pasūtījumiem, tālāk veidojot sērijveida datoru modeļu ražošanu, kas nosedza lielāko daļu pieprasījuma. [16].

Pēc nozares ekspertu viedokļa, ar datoru komplektāciju nodarbojas ap 500 uzņēmumiem Latvijā, tie ir gan mazi uzņēmumi, kuri komplektē datorus pēc individuāla pasūtījuma, gan uzņēmumi, kuri strādā ar korporatīviem klientiem un valsts iestādēm, arī datortehnikas mazumtirgotāji un vairumtirgotāji nodarbojas ar datoru komplektāciju.

Apkopojot augšminēto, balstoties uz CSP un citu informācijas avotu pieejamiem datiem, var secināt, ka CSP informācija par konkrētā nozarē identificētiem tirgus dalībniekiem var būt izmantojama tikai daļēji, jo bieži uzņēmumu statūtos norādītie darbības veidi neatbilst uzņēmuma reālai darbībai. Savukārt uzņēmumi, kas reāli nodarbojas ar datoru ražošanu, varētu neiekļūt konkrētās nozares uzņēmumu sarakstā. Tāpēc, identificējot reālus tirgus dalībniekus

noteiktas tautsaimniecības nozares ietvaros, ir jāizmanto arī citu avotu informāciju (piem., Internets, nozares uzņēmumu pārstāvju aptauja).

3.10.2. Tirgū ienākšanas barjeru analīze

3.10.2.1. Ekonomiskie ierobežojumi

Nepieciešamais investīciju apjoms nevar būt vērtējams kā nozīmīgs šķērslis jaunu tirgus dalībnieku ienākšanai tirgū. Pēc dažu nozares ekspertu atzinumiem, ienākšanai tirgū nepieciešamais naudas līdzekļu daudzums var svārstīties no 3 000 līdz 15 000 Ls (skat. A tabulā 1.1. barjeras aprakstu). Uzņēmumi ar tādu starta kapitālu savu darbību parasti uzsāk ar datoru komplektēšanu un turpmāko privātpersonu datoru apkalpošanu. Tādu uzņēmumu ražotspēja ir ne vairāk kā 30 datori mēnesī. Pēc eksperta domām, datortehnikas montēšanu var saukt par ražošanu tikai tad, ja datoru ražošanas apjoms pārsniedz 100 datori mēnesī. Tāda mēroga uzņēmuma veidošana prasīs nozīmīgus naudas resursus.

Pie realizācijas apjoma palielināšanas, nelieliem uzņēmumiem parādās papildus finansējuma nepieciešamība komplektējošo detaļu iepirkšanai.

Pēc nozares eksperta atzinuma, kredītlīnijas atvēršanai ir nepieciešams stabils apgrozījums ap 20 000 - 30 000 Ls/mēnesī, ko jaunienācējam nodrošināt ir diezgan grūti (skat. A tabulā 1.4. barjeras aprakstu). Pie tam, datora komplektācijas un pārdošanas īstenošanas darījuma ienesīgums ir ļoti zems ap 3 - 4%. Daudz lielākus ienākumus ir iespējams saņemt, sniedzot papildus pakalpojumus, tādus, kā datortehnikas apkalpošana, šajā gadījumā ienesīgums paaugstinās līdz 15 %.

Tātad visas kompānijas, kuru darbība ir balstīta uz datoru komplektāciju ir daudzfunkcionālas, to papildnodarbošanās ir datoru modernizēšana, apkalpošana, programmatūras piegāde utt. Tomēr, kā norādīja nozares eksperts, jo daudzfunkcionālāks ir uzņēmums, jo augstākas prasības pret darbā izmantojamo tehniku, bet tas savukārt atkal prasa papildus līdzekļus ne tikai tehnikas, bet arī programmatūras atjaunināšanai.

Datoru ražošanai komplektējošo detaļu iegāde tiek veikta pārsvarā no lieliem vairumtirgotājiem, kā, GNT, ELKO, ACME PLUS, TD BALTIC, tie ir multinacionālo kompāniju meitas uzņēmumi, kas nodarbojas ar IT produkcijas piegādi ne tikai Latvijā, bet arī citās valstīs. Nozares tirgū eksistē arī uzņēmumi, kas pārdod detaļas mazumtirdzniecībā vai nelielās partijās (SIA „Pro Line”).

Pērkot datora komplektējošās detaļas no piegādātājiem, iepirkumu apjomi ietekmē detaļu cenu. Nelieli uzņēmumi komplektē datorus pēc individuāla pasūtījuma, kas prasa dažāda veida komplektācijas detaļas, tas padara neizdevīgu vienāda veida detaļu iegādes apjomu. Tādējādi mazam uzņēmumam, tai skaitā jaunienācējam, kuru darbs ir saistīts ar privātpersonām, ir grūti

saņemt izdevīgu cenu. Kā atzīmēja nozares eksperts, tās kompānijas, kuras centās unificēt pasūtījumu, piedzīvoja neveiksmi.

Tomēr ir vērts atzīmēt, ka vesela virkne kompāniju (AS „CAPITAL”, SIA „MA-1 Datori”, SIA „EET-Rīga”) patlaban ražo sērijveida datorus, šie uzņēmumi jau sen (vairāk nekā 15 gadus) darbojas dotajā tirgū, ir izveidojuši savu zīmolu un ieguvuši klientu lojalitāti. Pārsvarā šie uzņēmumi strādā ar korporatīviem klientiem, kā arī ar valsts iestādēm un tiem ir salīdzinoši vieglāk sasniegt minimālās efektivitātes darbības apjomu vai panākt pārākumu izdevumu līmenī. Jaunienācējiem, kas darbojas ar privātpersonām, strauja pārdošanas apjomu palielināšana ir maz ticama ciešas konkurences un iedzīvotāju pirktspējas samazināšanās dēļ.

Turklāt, lielie datoru ražotāji: (AS „CAPITAL”, SIA „PRO LINE”, SIA „MA-1” u.c.) ir Microsoft kompānijas partneri [17], kas dod iespēju Programmatūras produktus iegādāties par speciālām cenām. Tas arī dod iespēju ražot datorus ar zemākām, salīdzinoši ar jaunienācējiem, izmaksām (skat. A tabulā 1.2. un 1.3. barjeru aprakstu).

Par nopietnu šķērslī potenciāliem tirgus dalībniekiem Latvijas biroja tehnikas un datoru ražošanas nozarē kļūst arī ekonomiskā situācija valstī, saistīta ar 2007.gada beigās sākušos makroekonomisko recesiju, kas izpaužas augošās inflācijas tempos, ekonomiskās attīstības tempu palēnināšanā, bezdarba pieaugumā un iedzīvotāju maksātspējas pazemināšanā. (skat. A tabulā 1.5. barjeras aprakstu).

3.10.2.2. Administratīvie/organizatoriskie ierobežojumi

Pēc nozares ekspertu atzinumiem, lai uzsāktu darbību Latvijas biroja tehnikas un datoru ražošanā, uzņēmējdarbības veikšanai nav nepieciešams saņemt speciālu atļauju (licenci). Nozares jauniešiem nav konstatēti arī šķēršļi, kas saistīti ar speciāliem nosacījumiem zemes vai ēku iznomāšanā (skat. A tabulā 2.1. un 2.2. barjeras aprakstu).

Ja uzņēmums veic datoru komplektēšanu privātpersonām, produkcijas realizācijas kontroles sistēma neeksistē, tomēr, lai realizētu datorus lieliem korporatīviem klientiem, valsts iestādēm vai valsts un pašvaldību iepirkumos, jābūt kvalitātes vadības starptautiskam sertifikātam ISO 9001:2000. Sertifikāts ISO 9001:2000 apliecina, ka uzņēmums garantē augstu kvalitātes vadības sistēmu, atbilstošu starptautiskajām prasībām. Sertifikātu var iegūt pēc akreditētas sertifikācijas iestādes veiktās pārbaudes (piem., Det Norske Veritas). Tomēr nozares eksperts atzīmē, ka pat nelielam uzņēmumam sertifikāta piešķiršana izmaksās ap 10 000 Ls un tas ir laikietilpīgs process. Tā, AS „CAPITAL” starptautiski atzītā sertifikāta saņemšanai bija nepieciešams vesels gads intensīva darba pie kvalitātes vadības sistēmas izveidošanas un ieviešanas, lai, sakārtojot uzņēmumā notiekošos procesus, pilnveidotu ražoto datoru un sniegto pakalpojumu kvalitāti [18].

Jaunienācējiem ISO 9001:2000 sertifikāta neesamība rada šķērslī piedalīties valsts un pašvaldību iepirkuma konkursos (skat. A tabulā 2.3. barjeras aprakstu).

Lai saražotais dators būtu piemērots darbam, ir nepieciešams uzstādīt un darbam piemēroti konfigurēt operētājsistēmu un citas programmas, kurām arī jābūt licencētām. Latvijā datorprogrammu licencēšanu veic vairumtirgotāji, kas ir populārākās kompānijas Microsoft partneri.

Uzņēmumiem, kuri izmanto "Microsoft Windows" vidē darbojošās programmas, tiek izvirzītas attiecīgas prasības arī saražotiem datoriem – tiem ir jābūt sertificētiem WHQL (Windows Hardware Quality Laboratory) darbam ar "Windows" operētājsistēmu.

Lielākie datoru ražotāji (SIA „SONEX”, SIA „PRO LINE” u.c.) ieguvuši "Microsoft" oriģinālo iekārtu ražotāju OEM aparatūras risinājumu kompetenci (OEM Hardware Solutions Competency), šī kompetence dod iespēju uzņēmumam izmantot vēl vairāk "Microsoft" tehniskos, tirgvedības un citus resursus, kā arī modernizēt darbības procesus, kas kopumā veido šo uzņēmumu priekšrocības salīdzinot ar konkurentiem.

Panākt šīs priekšrocības ir grūti ne tikai jaunienācējiem, bet arī jau strādājošiem uzņēmumiem. Lai iegūtu OEM aparatūras risinājumu kompetenci, ir jāatbilst noteiktām kvalifikācijas prasībām – jāsasniedz pieprasītais pārdošanas apjomu līmenis, jābūt nepieciešamajam skaitam "Microsoft" sertificēto speciālistu, "Microsoft" kvalitātes laboratorijā (WHQL -Windows Hardware Quality Laboratory) sertificētai datortehnikai un jāiesniedz atbilstošs skaits pozitīvu klientu atsauksmju, kas apstiprina sniegto risinājumu un pakalpojumu kvalitāti.[19] (skat. A tabulā 2.3. barjeras aprakstu).

3.10.2.3. Tirgus vertikālās vienošanās rezultātā izveidotas barjeras

Nozares eksperti uzsaka, ka lielie datorražotāji izmanto sadarbību gan ar izejvielu piegādātājiem, gan ar uzņēmumiem, kas realizē produkciju, tas veido šķērslī jaunu uzņēmumu ienākšanai tirgū (skat. A tabulā 3. barjeras aprakstu).

Kā ziņoja nozares eksperts, jaunienācējiem nav iespējams saņemt izdevīgāku cenu, pērkot datoru detaļas, jo jauns uzņēmums savas darbības uzsākšanas brīdī nevar nodrošināt nepieciešamo iepirkumu apjomu. Bet datorražotājiem, kas ilgu laiku darbojas tirgū ir nodibināti personīgie kontakti, veidojas vidējais mēneša iepirkumu apjoms, kas dod iespēju izdevīgas cenas saņemšanai.

Lielo uzņēmumu, tādu kā, SIA „PRO LINE”, AS „CAPITAL”, SIA „EET RĪGA” produkcija ir piedāvāta visos lielos tirdzniecības centros (Alfa Centrs, ELCOR CENTRS, RD Centrs), tie realizē produkciju arī savos specializētajos veikalos, kā arī internetveikalos.

Kā norādīja nozares eksperts, internetveikala izveidošana prasa Ls 1 000 - 5 000, to jaunienācējam grūti atļauties. Vēl nozares eksperts atzīmēja, ka pārdošanas stratēģija interneta veikalos – zems uzcenojums. Jaunienācēja saražotā produkcija augstākas cenas dēļ ir nekonkurētspējīga nozares tirgū.

3.10.2.4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība

Tirgus infrastruktūras neatbilstība var būt klasificēta kā nenozīmīgs šķērslis jaunajiem tirgus dalībniekiem, jo uzņēmumi, lai piegādātu komplektējošās detaļas izmanto savu transportu un tie vairs nav atkarīgi no transportkompāniju pakalpojumiem.

Datorražotāji rezerves daļu glabāšanai parasti izmanto savas noliktavu telpas un to iekārtošanai nav vajadzīgas sarežģītas un dārgas iekārtas, tāpēc tas nevarētu veidot šķērslī jaunu dalībnieku ienākšanai tirgū.

Raksturojot informācijas kanālu izmantošanu, eksperti minēja, ka lēmumu pieņemšanai izmanto dažādus informācijas avotus. Vairāki eksperti norādīja uz to, ka statistisko atskaišu sagatavošana ir apgrūtināta, tā ir ļoti apjomīga, ne vienmēr viss attiecas uz uzņēmuma darbības veidu un satur daudz vispārīgu jautājumu (skat. A tabulā 4. barjeras aprakstu).

3.10.2.5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras

Pēc nozares ekspertu viedokļa nozares uzņēmumi ir samērā neatkarīgi viens no otra uzvedības stratēģijas tirgū, jo tie pārsvarā izpilda pircēju pasūtījumus (individuāla datora konfigurācija, konkrētais daudzums) (skat. 5. barjeras aprakstu A tabulā).

Pēc ekspertu vērtējuma, datorpreču cena arī nav spēcīgs faktors, kas varētu ietekmēt konkurentus, cenu līmenis konkrētā datoru klasē aptuveni vienāds, turklāt uzņēmumi strādā ar ļoti nelielu uzcenojumu, tādēļ panākt gatavās produkcijas ievērojamu cenas samazināšanu nevar. Jāatzīmē, ka vietējie ražotāji, kas realizē savu produkciju ar savu zīmolu (sērijveida modeļi, individuālie modeļi) ir spiesti konkurēt ar datorražotājiem, kas piegādā pasaulē plaši pazīstamo ražotāju datorus (brandname datori).

Tomēr klientiem, kam datora iegādē ļoti būtisks nosacījums papildus kvalitātei ir cena, parasti tiek piedāvāti Latvijā izgatavotie datori. Kā komplektējošās detaļas tiek izmantotas dažādās pasaules firmās izgatavotā produkcija. Bet klientiem, kuriem ir svarīgi, lai dators būtu no pasaulē pazīstama ražotāja, tiek piedāvāti datori ar tādu pazīstamu zīmolu, kā IBM— tagad BenQ, Compaq, Hewllet Packard, Everex, Dell, Le-novo u.c. Šie datori no Latvijā ražotiem datoriem atšķiras ar to, ka tiem ir savs, atšķirīgs un oriģināls dizains, datoru konstrukcijā ir pielietotas unikālas tehnoloģiskās izstrādes, kas radušās zinātnisko pētījumu centros. Visi datori, ko

izgatavo šīs firmas atbilst vairākiem starptautisko standartu: TUV, UL, CSA, ISO-9001, ISO-9002, MPR II, Low Radiation, FCC Class A, FCC Class B, Novell u.c.[22].

Kas attiecas uz iespēju piegādāt savu produkciju valsts iestādēm, to īstenošana ir iespējama tikai lieliem datorražotājiem, tas rada šķēršļus jaunienācējiem vietējā tirgus apgūšanā.

3.10.2.6. Preču pieprasījuma ierobežojumi

Pēc nozares ekspertu atzinumiem, visa saražotā produkcija tiek realizēta vietējā tirgū. Uzņēmēji, kuri strādā ar privātpersonām, norādīja, ka pieprasījuma apmierināšanas augstais līmenis un tirgus ierobežotība rada nozīmīgu ienākšanas šķērslī jauniem uzņēmumiem. Pie tam valsts ekonomiskās situācijas dēļ strauji krīt iedzīvotāju pirktspēja, kas samazina jau funkcionējošo uzņēmumu naudas apgrozījumu, tas savukārt apdraud uzņēmumu tālāko darbību vai noved pie darbības profila maiņas.

Uzņēmēji, kuri paspēja nodrošināt sevi ar plašu korporatīvo klientu loku vai ar klientiem no valsts institūcijām, norāda, ka IT tehnoloģiju straujās attīstības un datortehnikas ātras novecošanās dēļ pieprasījuma samazinājumu nejut.

Lielākie pircēji, pēc uzņēmēju ieskata, arī tuvākajā nākotnē būs valsts un pašvaldību iestādes — vēl nav pilnībā nodrošināta tiesībsargājošo iestāžu datu bāzu glabāšana, datoru trūkst bibliotēkās, skolās. [23]

Bet, kā atzīst nozares eksperts, jaunienācējam saņemt valsts pasūtījumu nav iespējams izvirzīto stingro prasību dēļ, tādu kā, iepriekšējā gada pietiekami augsts apgrozījums, ISO 9001:2000 sertifikāta esamība, darba pieredze dotajā sfērā, u.c. Bez tam, darbu parasti apmaksā pēc pasūtījuma izpildīšanas, ko jaunienācējs savu ierobežoto finansiālo iespēju dēļ nevar atļauties. (skat. 6. barjeras aprakstu A tabulā).

A tabula. Jaunienācēju draudu (tirgus barjeru) novērtēšana Latvijas biroja tehnikas un datoru ražošanas nozarē (NACE 30.0)

| Barjeras veids | Vai konkrētā barjera būtu likvidējama vai tās ietekme samazināma. Nepieciešamie pasākumi to īstenošanai | Barjeras ietekmes nozīmīgums | | | Īss apraksts (kāpēc, analizējot konkrēto barjeru tiek uzskatīts, ka barjeras ietekme ir nenozīmīga/nozīmīga, ļoti nozīmīga) |
|--|---|--|--|----------------------|--|
| | | Neno zīmī ga | Nozī mīga | Ļoti nozī mīga | |
| 1. Ekonomiskie ierobežojumi | | | | | |
| 1.1. Nepieciešamā liela apjoma kapitālieguldījumi, investīcijas, starta kapitāls (dārgu aprīkojumu dēļ, dārgu izejvielu dēļ, augstu nodokļu dēļ, reģistrācijas, licenzēšanas izdevumu dēļ) | Barjeras nav iespējams likvidēt, jo darbības uzsākšanai ir nepieciešamas investīcijas. Jaunos uzņēmējus jāinformē par iespēju izmantot tehnoloģiskos un biznesa inkubatorus, kas nodrošinātu visus nepieciešamos apstākļus, lai jauni, inovatīvi uzņēmumi varētu attīstīties un nostabilizēt savu darbību. | ✓ <small>Darbība ar privātiem klientiem</small> | ✓ <small>Darbība ar korporatīviem klientiem</small> | | Ienākšana nozarē nav saistāma ar lielu investīciju apjomu, bet atkarīga no tā, kādā tirgus segmentā plāno strādāt jaunienācējs. Pēc nozares ekspertu atzinumiem, lai uzsāktu darbību datoru komplektēšanā privātpersonām, jāiegulda no 3000 līdz 15000 Ls. |
| 1.2. Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis | Barjeru nav iespējams likvidēt, bet barjera var būt mazināma tikai speciālo valsts atbalsta programmu jaunienācējiem īstenošanas gadījumā. | | ✓ | | Tikai lieli, ilgi nozarē strādājoši datoru vai citu informācijas apstrādes iekārtu ražotāji spēj nodrošināt (piem. uzvarēt valsts iepirkumā) un saņemt liela apjoma pasūtījumu, vai organizēt sērijveida ražošanu. Jaunienācējiem grūti konkurēt ar lielām ražotājkompanijām gan apjomu, gan cenas ziņā. |
| 1.3. Absolūtais pārākums izdevumu līmenī | Nav iespējams likvidēt, jo iegādājamais datoru komponentu (detaļu) apjoms jaunienācējiem nav tik liels, lai izmantotu izdevīgas vairumtirdzniecības cenas. | | ✓ | | Nozarē esošiem lieliem uzņēmumiem ir iespēja iegādāties datoru komponentus par izdevīgām cenām. Lielie datoru ražotāji (CAPITAL, PRO LINE, MA-1 u.c.) ir kompānijas Microsoft partneri [5], tas dod |

| | | | | | |
|--|--|--|---|---|--|
| | | | | | iespēju Programmatūras produktus iegādāties par speciālām, zemākām cenām. Tādā veidā rodas iespēja ražot datorus ar zemākām izmaksām un augstāku kvalitāti, jaunienācējiem tādu iespēju nav. |
| 1.4. Investīciju piesaiste un kredītu izmantošanas/ piešķiršanas nosacījumi | Barjeru ir grūti likvidēt, jo kredītu izsniegšanas nosacījumi pārsvarā ir atkarīgi no projekta ienesīguma līmeņa un riska pakāpes. | | ✓ | | Nozares eksperti uzskata, ka jauniem uzņēmumiem nav iespējas saņemt kredītu datoru ražošanā zema ienesīguma dēļ, kā arī neviens datoru komponentu vairumtirgotājs neatvērs kredītlīniju, vai atmaksas atlikšanu nepazīstamam, absolūti jaunam uzņēmumam. |
| 1.5. Ekonomiskie riski (izejvielu cenu pieaugums, finanšu riski (valūtas)) | Ir mazināma, makroekonomiskās situācijas uzlabošanas rezultātā (Ekonomiskās vides nenoteiktības mazināšana) | | | ✓ | Ekonomiskā situācija valstī (inflācijas līmenis) un ar to saistītais iedzīvotāju maksātspējas kritums ir nopietns šķērslis ienākšanai tirgū. |
| 2. Administratīvi ierobežojumi | | | | | |
| 2.1. Uzņēmējdarbības veidu licencēšana | - | | ✓ | | Uzņēmējdarbības veidu speciāla licencēšana nav paredzēta |
| 2.2. Šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanai vai nomāšanai | - | | ✓ | | Nozarē nav konstatēti kādi speciāli nosacījumi zemes vai ražošanas ēku iegādei vai nomai |
| 2.3. Kvalitātes prasības un ekoloģiskie ierobežojumi (aizliegums paplašināt noteikta preču tirgus darbības apjomu, celt jaunus ražošanas objektus, ierobežojumi transporta komunikāciju izveidei, dažādu vides aizsardzības institūciju noteiktie aizliegumi u.c.) | Barjera nav likvidējama ir iespējama tikai vēl stingrāka kontrole | | ✓ | ✓ | Pēc nozares ekspertu atzinumiem, ja uzņēmums darbojas privātsektorā, speciālas kvalitātes prasības nav paredzētas. Bet, ja uzņēmums plāno sadarboties ar lieliem korporatīviem klientiem, valsts institūcijām un piedalīties iepirkuma konkursos, ir nepieciešams kvalitātes vadības sistēmas apraksts vai neatkarīgas kvalitātes kontroles standartu apliecināšs sertifikāts (piemēram, ISO 9001 vai tā ekvivalents). |

| 3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
|---|--|---|---|--|--|
| Brīva pieejamība resursiem un /vai realizācijas kanāliem, korporatīvo sakaru priekšrocības. | Barjera ir grūti likvidējama, jo partneru finansiālā uzticība dod priekšrocības jau strādājošiem uzņēmumiem iegādes noteikumos. Piegādātāju biežā maiņa arī var nozīmēt papildus draudus produkcijas kvalitātes garantijai. | | ✓ | | <p><i>Vienošānās ar izejvielu piegādātājiem:</i> Uzņēmumiem, kas sen strādā nozarē, ir nodibināti personīgie kontakti un partneru finansiāla uzticība. Lieliem uzņēmumiem (SONEX, CAPITAL, PRO LINE u.c.) ar datorprogrammu (operētājsistēmu u.c.) un datoru detaļu piegādātājiem visbiežāk ir noslēgti ilgtermiņa kontrakti un tie ir uzņēmumu partneri.</p> <p><i>Vienošānās par realizācijas kanāliem:</i> Lielie datoru ražotāju uzņēmumi piedāvā savu produkciju gan lielos tirdzniecības centros, gan ver savus veikalus, tai skaitā internet – veikalus. Jaunienācējiem tirgū tādu iespēju nav.</p> |
| 4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība | | | | | |
| Nodrošinājums ar komunikācijām (transporta un sakaru), noliktavām, tirdzniecības platībām, informāciju, ceļiem. | Barjeru nevajag likvidēt, jo barjeras ietekme nav nozīmīga. Uzņēmēji uzskata, ka statistikas atskaišu sagatavošana ir apgrūtināta, ļoti apjomīga, ne vienmēr attiecas uz uzņēmuma darbības veidu un satur daudz vispārīgu jautājumu. | ✓ | | | Esošie uzņēmumi izmanto savu transportu un savas noliktavu telpas, noliktavu iekārtošanai dārgu iekārtu nevajag. Jaunu dalībnieku ienākšanai tirgū tas nevarētu veidot šķērslī. |
| 5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Produkcijas realizācijas apstākļu noteikšana, Valsts pasūtījumu izpilde | Barjeru nevajag likvidēt, jo tas nedos guvumu konkurences veicināšanai. | ✓ | | | Nozares uzņēmumi pārsvarā izpilda pircēju pasūtījumus (individuāls datora tehniskais raksturojums, konkrētā pasūtījuma daudzums), tāpēc tie ir samērā neatkarīgi no citu uzņēmumu uzvedības stratēģijas tirgū. |
| 6. Preču pieprasījuma ierobežojumi | | | | | |
| Tirgus piesātinātība ar produktu un aizstājējproduktiem, pieprasījuma | Barjera nav likvidējama, jo jaunienācējiem vietējā tirgus | | ✓ | | Latvijas vietējā tirgus ietilpība ir ierobežota, kas būtiski apgrūtina jaunu dalībnieku (mazo) |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| <p>apmierināšanas līmeņa(patērētāju pirktspēja) sasniegšana, preču pieprasījuma iespējamie ierobežojumi.</p> | <p>apgūšana, kura varētu būt saistīta ar iespēju saņemt valsts pasūtījumu, nav iespējama, jo valsts pasūtījumu saņemšanai uzstādītas ļoti stingras prasības. Barjera būs mazināma makroekonomiskās situācijas uzlabošanas rezultātā.</p> | | | | <p>uzņēmumu) ienākšanu tirgū. Uzņēmēji, kuri nodrošina sevi ar plašu korporatīvo klientu grupu vai ar klientiem no valsts institūcijām, norāda, ka IT tehnoloģiju straujā attīstība un datortehnika ātrā novecošanās, veido (podderwivaet) datortehnikas pieprasījumu.</p> |
|--|--|--|--|--|--|

Avots: RSEBAA apkopojums

Nobeigums

Pēc tirgū ienākšanas barjeru veiktās analīzes kopējo konkurences vidi Latvijas Biroja tehnikas un datoru ražošanas nozarē nevar viennozīmīgi raksturot tikai ar koncentrācijas indeksiem (CR4 un HHI).

Saskaņā ar Ekonomiskās darbības statistisko klasifikāciju Eiropas Savienībā, Biroja tehnikas un datoru ražošanas nozare (NACE 1.1. red.- kods 30.0) ietver plašu darbības veidu klāstu, bet no visa tā uz uzņēmumiem Latvijā var attiecināt tikai biroja tehnikas vai datoru uzstādīšanu un iekārtu instalēšanu. Neviena no Latvijas uzņēmumiem neražo biroja tehnikas vai datoru detaļas, uzņēmumi tikai komplektē datorus no detaļām, kas ievestas pamatā (90%) no Āzijas valstīm.

Visi uzņēmumi, kuri veic datoru komplektāciju, papildus nodrošina arī datoru modernizāciju, apkalpošanu, programmatūras piegādi utt, jo tikai datoru komplektācijas un pārdošanas īstenošanas darījuma ienesīgums ir ļoti zems ap 3 - 4%.

Pēc nozares ekspertu viedokļa, ar datora komplektāciju nodarbojas ap 500 uzņēmumu Latvijā. Mazie uzņēmumi ir orientēti vairāk uz privātpersonu apkalpošanu, tie komplektē datorus pēc individuāliem pasūtījumiem un konkurē savā starpā. Lielie uzņēmumi pārsvarā strādā ar korporatīviem klientiem un valsts iestādēm un konkurē savukārt lielo uzņēmumu starpā, vietējā tirgus apgūšanā.

Balstoties uz paveikto analīzi LR Ekonomikas ministrijai un LR Konkurences padomei var ieteikt:

1. Apsvērt iespēju ierosināt precizēt nozares 30.0 aprakstu, tajā skaitā arī NACE red.1.1. un NACE red.2, jo pēc visu nozares ekspertu atzinumiem, šajā nozarē uzskaitītie uzņēmumi nodarbojas ar datoru komplektāciju, bet ne ar datoru un citu informācijas apstrādes iekārtu vai biroja tehnikas ražošanu.
2. Pretendentu atlasē un prasību izstrādā valsts iepirkumu konkursos ir vēlams obligāti pieaicināt nozares neatkarīgos speciālistus (piem., no augstākām mācību iestādēm).
3. Kā uzņēmējdarbību veicinošs faktors nozarē, kas saistīts ar privātpersonu pirktspējas paaugstināšanu, būtu ieteicams izdevumus par datoru iegādi, iekļaut attaisnotos izdevumos, lai saņemtu ienākuma nodokļa noteikta procenta atmaksu (kā par izglītību un ārstnieciskiem pakalpojumiem).
4. Sekmēt jaunienācēju ienākšanu tirgū, lai samazinātu cenas par datoru komplektējošām detaļām, kuras tiek ievestas Latvijā, veikt grozījumus likumā „Par pievienotās vērtības nodokli”, atceļot pievienotās vērtības nodokļa priekšapmaksu.

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti:

1. http://www.csb.gov.lv/csp/classifier_code/?code_id=60780

2. http://www.csb.gov.lv/csp/classifier_code/?code_id=60782
3. http://www.csb.gov.lv/csp/classifier_code/?code_id=60783
4. www.bit.lv
5. www.ecs.lv
6. www.edonet.lv
7. <http://www.kndati.lv>
8. <http://www.mikrotik.lv/>
9. <http://www.guardmagic.lv>
10. http://www.autoparking.lv/lv/index_lv.htm
11. www.sonex.lv
12. www.capital.lv
13. www.eetriga.lv
14. www.ma-1.lv
15. www.proline.lv
16. <http://www.eetriga.lv/?who=p&asec=1>
17. http://www.microsoft.com/latvija/partners/overview/mgcp_partners.mspix
18. <http://www.capital.lv/index.php?id=55&stp=22>
19. <http://www.sonex.lv/Pakalpojumi/IT-TECHNINE-IRANGA/Datortehnikas-konfiguresana/>
20. http://www.microsoft.com/latvija/partners/overview/mdoemp_partners.mspix
21. http://64.233.183.104/search?q=cache:wa1Y8c8OuOMJ:www.zalais.lv/files/2007_02_07_seminars_i_donina.ppt+elektrisko+un+elektronisko+pre%C4%8Du+atkritumu+direkt%C4%ABva&hl=lv&ct=clnk&cd=1&gl=lv
22. <http://www.infoservs.lv/lv/index.php?opt=pakalpojumi>
23. <http://www.ldiena.lv> Lietišķā Diena, 2007.gada 14.maijs, 26.-28.lpp.
24. [Intervija ar nozares ekspertu SIA „IT EKSPERTS”](#)
25. [Intervija ar nozares ekspertu SIA „EDONETS”](#)
26. [Intervija ar nozares ekspertu SIA „Pro Line” valdes loceklis Sergejs Šarkovs](#)

3.11. Elektrosadales un kontroles aparātu ražošana (31.2)

3.11.1. Vispārīgs nozares apraksts

Latvijas elektrosadales un kontroles aparātu ražošanas nozare pēc piedāvāto produktu klāsta ir ļoti plaša, jo pārsvarā uzņēmumi, kas darbojas analizētajā nozarē, ir orientēti uz dažādu pasūtījumu izpildi gan vietējiem klientiem, gan klientiem ārpus Latvijas.

Saskaņā ar Saimniecisko darbību statistiskās klasifikācijas Eiropas Kopienā (NACE 1.1.red.) nozares darbībā ietilpst dažādu elektrisko aparātu (elektrisko ķēžu pārslēgšanai, aizsardzībai vai savienojumu veidošanai elektriskajās ķēdēs), slēdžu, drošinātāju, zibensnovedēju, sprieguma ierobežotāju, triecienslāpētāju, kontaktdakšu, savienojuma kārbu, releju, spuldžu ligzdu, spuldžu ietveru ražošana, kā arī elektriskās kontroles vai sadales paneļu, konsoļu, galdu, skapju un citu pamatņu izgatavošana.

Pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) nepublicētiem datiem Latvijas 31.20 nozarē, uzņēmumu skaits, kas nodarbojas ar elektrosadales un kontroles aparātu ražošanu, 2006. gadā bija 13 (skat. 1.1.tabulas 2.aili), kas attiecībā pret 2005.gadu ir pieaudzis par 3 uzņēmumiem, bet attiecībā pret 2004.gadu – par 4 uzņēmumiem.

Pēc nepublicētiem CSP datiem 2006.gadā nozares kopējais apgrozījums ir sasniedzis ap Ls 35,9 milj.

Analizējot nozares koncentrācijas līmeni var secināt, ka starp 13 uzņēmumiem koncentrācijas indekss četriem pēc apgrozījuma lielākiem uzņēmumiem nozarē 2006 gadā bija 93%, kas varētu liecināt par spēcīgu konkurenci, kad uzņēmumu skaits Latvijas elektrosadales un kontroles aparātu ražošanas nozarē ir sasniedzis ekonomiskās lietderības robežu. To pašu apliecina arī nozarei aprēķinātā Herfindāhla-Hiršmana indeksa vērtība (3080), kas raksturo tirgus varas sadalījumu starp tirgus subjektiem un norāda uz samērā augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē, jo HHI indeksa vērtība krietni pārsniedza pieņemamo kritisko robežu, kas parasti ir 1800 – 2000 līmenī.

Tomēr pēc nozares ekspertu atzinumiem lielākā uzņēmumu daļa, kas ir atspoguļota 3.11.1. tabulas 2.ailē, praktiski nekonkurē savā starpā pateicoties striktai novirzei uz savu stabilo klientu pasūtījumu izpildi un gatavās produkcijas dažādībai, kad katrs no Latvijā ražojošiem uzņēmumiem ir novirzīts arī uz konkrēto preču klāsta ražošanu, ko, savukārt, neražo citi Latvijas uzņēmumi.

3.11.1. tabula. Saskaņā ar CSP un Mašīnbūves un Metālapstrādes Rūpniecības Uzņēmēju asociācijas (MASOC) datiem Elektrosadales un kontroles aparātu ražojošo uzņēmumu saraksts Latvijā

| N | Uzņēmuma nosaukums | |
|-----|--|---------------------------------------|
| | Pēc CSP datiem 2006.gadā | Pēc MASOC datiem 2008.gadā |
| 1. | 2. | 3. |
| 1. | AS, energofirma 'JAUDA' | AS, energofirma 'JAUDA' |
| 2. | SIA 'REML RŪPNĪCA' | SIA 'REML RŪPNĪCA' |
| 3. | AS 'RĪGAS AUTOELEKTROAPARĀTU RŪPNĪCA' | AS 'RĪGAS AUTOELEKTROAPARĀTU RŪPNĪCA' |
| 4. | SIA 'ELVEST' | AS 'REBIR' |
| 5. | SIA 'AE PARTNER' | AS 'RĪGAS ELEKTROMAŠĪNBŪVES RŪPNĪCA' |
| 6. | SIA 'LEXEL FABRIKA' | AS 'DAMBIS' |
| 7. | SIA 'RELKOMS' | SIA 'RĪGAS DĪZELIS DG' |
| 8. | SIA 'ELEKTROKONSTRUKCIJA' | |
| 9. | SIA 'ELSAKO' | |
| 10. | SIA 'SATEMA BALTIC' | |
| 11. | Ražošanas un komerciālā firma 'TELNET' | |
| 12. | SIA 'UPS SERVISS CENTRS' | |
| 13. | SIA 'VIKNER D' | |

Avots: CSP nepublicētie dati, [21]

Katrs no nozares uzņēmumiem pārsvarā cenšas atrast savu konkrēto tirgus nišu Latvijas tirgū, vai arī ārpus Latvijas. Piemēram, daļa no nozares uzņēmumiem ir lielo multinacionālo grupu “meitas” uzņēmumi (SIA “Satema Baltic”, SIA “Lexel Fabrika”, SIA “AE Partner”), kas pārsvarā izpilda “mātes” uzņēmuma pasūtījumus un/vai ir novirzīti uz ļoti specifisko produktu ražošanu gandrīz simtprocentīgi eksportējot to ārpus Latvijas.

Daži uzņēmumi (piem., AS „Rīgas autoelektroaparātu rūpnīca”) cieši saistīti ar saviem pasūtītājiem Krievijā, Baltkrievijā un citās NVS valstīs, kam eksportē 80% no savas ražotās produkcijas. Latvijas tirgus vajadzībām viņi piegādā tikai līdz 10% no savas ražotās produkcijas. Daudzu 3.11.1.tabulas 2.ailē minēto uzņēmumu darbība ir vērsta uz vietējā tirgus pieprasījuma apmierināšanu, kā arī sadarbību ar saviem tuvākiem partneriem Igaunijā un Lietuvā (AS „Jauda”, SIA „REML rūpnīca”, SIA „Relkoms”, SIA „UPS Serviss Centrs”, SIA „Telnet” u.c.). Vairākums minēto uzņēmumu piedalās dažādos iepirkuma konkursos/tenderos, konkursa kārtībā piegādājot elektromateriālus un elektroierīces dažām Latvijas kompānijām (piem., AS „Latvenergo”, VSAA, CSP, SIA „Latttelecom” u.c.).

Piemēram, AS Energofirma „Jauda”, kas apgrozījuma ziņā veido gandrīz pusi no Latvijas elektrosadales un kontroles aparātu ražošanas nozares (2006.gadā kopējais uzņēmuma apgrozījums sasniedza Ls 16,2 milj.), pamatā ražo produkciju vietējam tirgum, plaši nodarbojas ar elektroprodukcijas vairumtirdzniecību, kā arī eksportē daļu no savas produkcijas, pārsvarā uz Baltkrieviju, Vāciju, Krieviju, Igauniju un Lietuvu [20]. Savas ražošanas jaudas, izveidotais elektromateriālu vairumtirdzniecības tīkls (ar centrālo biroju Rīgā un filiālēm Daugavpilī, Aiviekstē, Liepājā un Kuldīgā), ka arī 28 vairumtirdzniecības partneri nodrošina uzņēmumam iespēju sekmīgi piedalīties dažāda veida tenderos un lielos projektos, konkursa kārtībā piegādājot

elektromateriālus būvniecības kompānijām un AS „Latvenergo”, kas ir viens no lielākajiem elektrprodukcijas pasūtītājiem Latvijā.

SIA „Relkoms” nodarbojas ar elektroietaišu projektēšanu (ar spriegumu līdz 330 kV), ekspluatāciju, remontu apkopi, kā arī ar tehnisko parametru pārbaudi, mērīšanu un regulēšanu elektroietaisēs.

SIA „Telnet” vairāk nekā 12 gadus nodarbojas ar sakaru, datoru un signalizācijas tīklu elementu projektēšanu un to izgatavošanu, kā arī ražo elektriska tīkla slēdžus, dimmerus, laika slēdžus, elektrības rozetes.

Turklāt nozares eksperti iesaka potenciālus konkurentus/tirgus dalībniekus Elektrosadales un kontroles aparātu ražošanā identificēt izmantojot arī Mašīnbūves un Metālapstrādes Rūpniecības Uzņēmēju asociācijas (MASOC) datus. MASOC apvieno daudzus uzņēmumus, kas darbojas mašīnbūves un metālapstrādes jomā. Pēc pašas MASOC veiktās klasifikācijas 2006.- 2007.gadā no 189 Asociācijā reģistrētiem Latvijas uzņēmumiem 31. nozares jomā strādā septiņi uzņēmumi (skat.3.11.1.tabulas 3.aili) [21].

3.11.2. Tirgū ienākšanas barjeru analīze

3.11.2.1. Ekonomiskie ierobežojumi

Ļoti nozīmīgs šķērslis jaunu tirgus dalībnieku ienākšanai nozares tirgū varētu būt liels investīciju apjoms, kas pārsvarā nepieciešams specifisko ražošanas iekārtu iegādei. Nozares eksperti min, ka pie pieņēmuma organizēt samērā lielu ražotni ar modernām iekārtām un stabilu noieta ir nepieciešams starta kapitāls līdz pat Ls 3 milj. (skat. 1.1. barjeras aprakstu A tabulā). Tas varētu būt viens no būtiskākajiem šķēršļiem, ar ko varētu sastapties no lielām multinacionālām ES kompānijām neatkarīgi jaunienācēji Latvijas tirgū.

Savukārt salīdzinoši maza apjoma uzņēmumam varētu pietikt ar starta kapitālu ap Ls 5 tūkst. Tomēr ir svarīgi atzīmēt, ka šāda veida uzņēmums varētu pastāvēt Latvijā tikai un vienīgi pie nosacījuma, ka tiks atrisināts jautājums par produkcijas noieta, kad neliela apjoma uzņēmums būs orientēts uz konkrēta pasūtījuma izpildi pietiekoši ilgu laiku.

Turklāt nozares jaunajiem uzņēmumiem papildus ir jārēķinās ar lieliem izdevumiem sava uzņēmuma tehnoloģiskajā modernizācijā, jo nozares attīstība ir cieši saistīta ar jaunu tehnoloģisku risinājumu ieviešanu un inovācijām. Tā, piemēram, AS “ Jauda” lielāko daļu no peļņas ik gadu novirza uzņēmuma paplašināšanai un tehniskajam nodrošinājumam [2].

Ir jāpiebilst, ka finansu institūcijas nelabprāt izsniedz kredītus jaundibinātiem uzņēmumiem bez savas „kredītvēstures” un tirgū nostabilizējušās reputācijas. Turklāt daudziem jaunienācējiem pēc iespējamā kredīta saņemšanas varētu nākties saskarties ar pasūtījumu trūkumu vai ar savas produkcijas apgrūtinātu realizāciju, kas papildus varētu kavēt arī kredītu atmaksu un uzņēmuma

ienesīgumu nākotnē. Tāpēc Bankas un citas finanšu institūcijas uzskata jaundibināto uzņēmumu kreditēšanu par samērā riskantu projektu, kas varētu būt īstenojams uz aizņēmējam mazāk pievilcīgiem nosacījumiem (augstāki kredītprocenti un striktāki atmaksāšanas nosacījumi) (skat. 1.4. barjeras aprakstu A tabulā).

Pēc nozares ekspertu viedokļa tikai lielie un jau sen strādājošie uzņēmumi ir gatavi izpildīt liela apjoma pasūtījumus. Turklāt šie pasūtījumi varētu būt diezgan atšķirīgi pēc produkcijas veida. Katrs ražotājs ir orientēts uz savu klientu loku (tirgus segmentu) kā Latvijā, tā arī ārpus Latvijas. Piemēram, AS „Rīgas autoelektroaparātu rūpnīca” ražo autopaneļus un cita veida elektroierīces lieliem Baltkrievijas smago automašīnu ražojošiem uzņēmumiem, tādiem, kā MAZ un MTZ. Savukārt SIA „Satema Baltic” ražo pārnesamās elektrostacijas būvniecības darbu veikšanai, kas praktiski simtprocentīgi tiek eksportētas uz Norvēģiju. Bet AS „Jauda” pamatā ražo elektroiekārtas vietējam tirgum un savam galvenajam pasūtītājam AS „Latvenergo”. Turklāt neskatoties uz nozares uzņēmumu plašu loku visi pārējie 1.1.tabulā atspoguļotie uzņēmumi 2008.gadā netika identificēti starp tiem, kas uz konkursa pamata (tendera) piegādātu savu produkciju AS „Latvenergo”, vienam no lielākajiem Latvijas elektroiekārtu patērētājiem. Šis apstāklis tikai papildus apliecina faktu par Latvijas uzņēmumu striktu orientāciju uz savu tirgus segmentu, kas nodrošina viņiem arī iespēju nekonkurēt savā starpā.

Tādējādi bez savas specifiskas tirgus nišas atrašanas potenciālam jaunienācējam būs grūti konkurēt ar tirgū esošiem uzņēmumiem. Jaunienācēji diez vai būs spējīgi piedāvāt produkciju lielā apjomā pie krietni izdevīgākiem nosacījumiem, nekā to dara jau esošie uzņēmumi, izmantojot gadiem veidotus kontaktus un ražošanas pieredzi (skat. 1.2.barjeras aprakstu A tabulā). Tāpēc, analizējot CSP nepublicētus datus, ir redzams, ka 2006.gadā Latvijas elektrosadales un kontroles aparātu ražošanas nozarē bija identificēts tikai viens jaunienācējs (skat. 6.pielikumu), kas ir lielas Norvēģu kompānijas meitas uzņēmums (SIA „Satema Baltic”). Šis uzņēmums tika dibināts ar mātes kompānijas finansiālo palīdzību un visu savu produkciju eksportē.

Tieši pateicoties uzņēmumu striktai specializācijai nozarē ir grūti sasniegt absolūto pārākumu izdevumu līmenī (skat. 1.3. barjeras aprakstu A tabulā). Tā kā praktiski katrs no ražojošiem uzņēmumiem apgādā pircēju ar specifisku un unikālu produkciju, viņš lielā mērā ir atkarīgs no sava pircēja maksātspējas un lojalitātes, kā arī pasūtījumu apjomiem un biežuma. Bieži pircēja pasūtījumu grafiks ir saskaņots ar ražotāju gadu uz priekšu. Tāpēc daudzi uzņēmumi atzīst, ka tikai 1- 2% no savas gatavās produkcijas viņi realizē vietējā tirgus veikalos.

Turklāt eksperti arī apgalvo, ka lielākā daļa no nepieciešamo izejvielu iepirkumiem tiek veikti caur starpniekiem (jo Latvijā iepērkamie izejvielu daudzumi pēc ES mēroga tiek uzskatīti par

samērā maziem), kas izslēdz jebkādas īpašus nosacījumus vai atvieglojumus Latvijas uzņēmumiem iegādājoties izejvielas.

Pēc nozares ekspertu viedokļa būtisku ietekmi uz uzņēmumu darbību un biznesa ienesīgumu atstāj pašreizējā makroekonomiskā situācija valstī (skat. 1.5.barjeras aprakstu A tabulā). Energoresursu sadārdzināšanās, ko pavada darbaspēka izdevumu būtisks paaugstinājums Latvijā pēc iestāšanās ES, ietekmē kopējā izdevumu līmeņa celšanos ne tikai elektrosadales un kontroles aparātu ražošanas nozarē, bet arī citās Latvijas tautsaimniecības nozarēs. Rezultātā tie uzņēmumi, kas ražoja produkciju realizācijai NVS valstīs, paliek ar vien mazāk konkurētspējīgi, apstākļos, kad ražošanas izdevumi nemitīgi pieaug pie salīdzinoši stabilām produkcijas realizācijas cenām. Kā redzams 3.11.2. tabulā rentabilitātes līmenis vienam no nozarē lielākajiem uzņēmumiem – AS „Rīgas autoelektroaparātu rūpnīcai”, kas ilgus gadus nodarbojās ar auto un elektroiekārtu ražošanu un realizāciju NVS valstīs, ir samēra zems, un nodrošina uzņēmumam tikai 11. vietu no visiem nozarē strādājošiem uzņēmējiem. Arī aktīvu atdeve šim uzņēmumam ir samērā zema, kas liecina par uzņēmuma apgrūtinātu ekonomisko stāvokli. Patreiz uzņēmums apsver alternatīvas iespējas klientu piesaistīšanai un produktu klāsta dažādošanai.

Arī tie uzņēmumi, kas eksportē savu produkciju uz ES valstīm, izjūt pakāpenisku izmaksu līmeņu izlīdzināšanos ar parējām ES valstīm, kas viennozīmīgi vājina Latvijas ražotāju priekšrocības vienotā ES tirgū.

3.11.2. tabula. Bruto peļņas robežas un aktīvu atdeves rādītāji elektrosadales un kontroles aparātu ražošanas nozarē (31.2) un AS „Rīgas autoelektroaparātu rūpnīca” 2006.gadā

| Rādītāji | AS „Rīgas autoelektroaparātu rūpnīca” | Vidējais līmenis 31.2. nozarē (pēc NACE 1.1.red.) | Mediāna 31.2. nozarē (pēc NACE 1.1.red.) |
|------------------------|--|--|---|
| Bruto peļņas robeža, % | 0,10 (11 vieta nozarē) | 9,46 | 15,27 (no 13 uzņēmumiem nozarē) |
| Aktīvu atdeve,% | 1,79 (10 vieta nozarē) | 3,49 | 4,71 (no 13 uzņēmumiem nozarē) |

Avots: Lursoft nepublicētie dati

Savukārt noieta palielināšana vietējā tirgus apstākļos iespējama tikai piedaloties dažādos tenderos (konkursos) uz noteiktā produkcijas daudzuma piegādi konkrēta pasūtījuma ietvaros un ir apgrūtināta ar vietējā tirgus ierobežotību un striktu ražošanas specializāciju.

Ierobežojumi, kas varētu būt saistīti par muitas režīmu un tarifu piemērošanu, pēc ekspertu viedokļa nav uzskatāmi par nozīmīgiem šķēršļiem jaunienācēju ienākšanai un produkcijas eksportēšanai uz ES vai NVS valstīm.

3.11.2.2. Administratīvie/organizatoriskie ierobežojumi

Nozarē pastāv daudzi administratīvie ierobežojumi (pārsvarā licences un sertifikācijas procedūras), kas neatkarīgi no uzņēmuma statusa ir jāievēro veicot konkrētas procedūras, lai

saskaņotu savu ekonomisko darbību ar ES un LR likumdošanas ietvaros noteiktiem nosacījumiem par mašīnu drošību, bīstamo iekārtu tehnisko uzraudzību, kā arī uzliesmojošu, sprādzienbīstamu un kaitīgu vielu uzglabāšanas rezervuāru tehnisko uzraudzību.

Licences Elektrosadales un kontroles aparātu ražošanas nozarei piešķir Latvijas Elektrotehniskās Komisijas (LEK) Licencēšanas Birojs. Savukārt Latvijas Elektriķu Brālības sertifikācijas departaments veic pretendentu sertifikāciju atbilstoši standarta LVS NE ISO/IEC17024 prasībām un sertificē elektrotehnisko personālu, nodrošina papildapmācību un sertificēta personāla uzraudzību.

LEK Licencēšanas Birojs izsniedz licences un izstrādā noteikumus uzņēmējdarbības veikšanai elektroietaišu projektēšanai, montāžai, ekspluatācijai, tehnisko parametru pārbaudei, mērīšanai, ieregulēšanai, ekspertīzei, izgatavošanai un apkalpojošā personāla apmācībai. Licences tiek izsniegtas atsevišķi katram darba veidam, norādot sprieguma grupu, elektroietaisies vai elektroiekārtu veidu [15]. Uzņēmumam jāiegādājas pat vairākas licences. Katra darba veida izpildei ir jāsaņem sava licence, kuru izsniedz uz laiku ne mazāku kā gadu, bet ne ilgāku par piecu gadu periodu. Uzņēmumiem ir jāseko līdzi dažādiem ar ražošanas darbību saistītiem standartiem, ko izsniedz LEK [16].

Latvijas Elektriķu Brālības (LEB) Sertifikācijas Departaments (SD) ir pirmā profesionālā organizācija Latvijā, kas izsniedz elektrospeciālistu un elektroprakses sertifikātus elektroietaišu projektēšanai, projektu ekspertīzei, darbu vadīšanai un uzraudzībai, ierīkošanai un remontam, mērīšanai un pārbaudēm, kā arī ekspluatācijai 12 darbības sfērās un 6 profesionālajos novirzienos, atkarībā no pretendenta izglītības un prakses ilguma. Šie sertifikāti dod tiesības fiziskām personām izpildīt darbus licencētos, amatniecības un individuālajos uzņēmumos, vai veikt privātpraktisi. Savukārt kompetences dokuments apliecina elektrospeciālista profesionālo sagatavotību kvalitatīvi izpildīt pakalpojumus sertifikātā norādītajās darbības sfērās un profesionālajos novirzienos [17].

Pēc uzņēmuma-jaunienācēja (kas nodarbojas ar elektrotehnisko iekārtu ražošanu) atziņām, lai nodarbotos ar visām LEB SD norādītām darbības sfērām un profesionāliem novirzieniem ir jāsaņem ap 60 dažādiem sertifikātiem, kas pēc mātes uzņēmuma pārstāvju viedokļa ir ārkārtīgi apgrūtināta birokrātiska procedūra. Pašam jaunienācējam vajadzēja iegūt sertifikātus par elektroiekārtu, ar spriegumu līdz 1000 V, izgatavošanu, remontu (pēc elektroiekārtu veida), kā arī līdz 1 kV automātikas un elektroiekārtu vadību, kas ļautu šim uzņēmumam nodarboties ar konkrēto elektroietaišu ekspertīzi, mērīšanu un pārbaudi attiecīgā elektroinženiera, elektrotehniķa un elektromontiera kvalifikācijas līmenī (skat. 2.1.barjeras aprakstu A tabulā).

Svarīgi piebilst, ka LEB veic ne tikai sertifikācijas institūcijas pienākumus, bet arī sabiedriskas organizācijas funkcijas, kura apvieno un pārstāv elektrospeciālistu profesionālās intereses un sniedz citu atbalstu speciālistiem [13].

Ja uzņēmums vēlas palielināt savas darbības un pasūtītāju loku, kā arī starptautiski apliecināt savu darbību, viņam būtu lietderīgi iegūt ISO 9001 sertifikātu, ko daudzi no Latvijas uzņēmumiem jau ir ieguvuši. Šis sertifikāts apliecina, ka uzņēmums uztur savu kvalitātes vadības sistēmu un atbilst vienotiem kvalitātes standartiem.

Lai arī šīs nozares ražošana nav īpaši kaitējoša videi, tomēr pastāv daži ierobežojumi saistīti ar vides prasībām. Pārsvārā visiem uzņēmumiem, kas nodarbojas ar ražošanu ir jāiegūst kāda no atļaujām (A, B, C) piesārņojošo darbību veikšanai, ko izsniedz Ministru kabinets (MK noteikumi Nr. 294). Analizējamās nozares uzņēmumiem parasti piešķir “B” kategorijas atļauju piesārņošanas veikšanai (skat. 2.3.barjeras aprakstu A tabulā).

Saskaņā ar LR Likumdošanu jebkuram uzņēmumam, ne tikai elektrosadales un kontroles aparātu ražotājiem bet visiem citiem ražošanas uzņēmumiem, ir jāievēro likums „Par piesārņojumu”. Nozares uzņēmumiem jāņem vērā arī ES regulas un citi noteikumi attiecībā uz atkritumu apsaimniekošanu un ražošanas procesu.

Savukārt uzņēmumiem-jaunienācējiem (kā arī jau tirgū esošiem uzņēmumiem), kas plāno dibināt (vai jau dibināja) savu uzņēmumu akciju sabiedrības formā un piesaistīt (vai jau piesaistīja) papildus finanšu resursus pateicoties savu akciju brīvai kotēšanai (piem. Rīgas fondu biržā) ir jāievēro papildus nosacījumi par savu datu publiskošanu un saistību ievērošanu saskaņā ar „Finanšu instrumentu tirgus likumu”. Piemēram, vidēja lieluma uzņēmumi, pie kuriem varētu pieskaitīt vairumu no 31.2 nozares Latvijas lielākiem uzņēmumiem, veido „Baltijas uzņēmumu otro sarakstu”, kam netiek izvirzītas kvantitatīvas prasības attiecībā uz kapitalizāciju vai akciju skaitu brīvā apgrozībā, bet ir saistošās informācijas atklāšanas prasības, kas noteiktas gan Biržas noteikumos, gan Finanšu instrumentu tirgus likumā [22]. Tomēr pat Baltijas otrā saraksta uzņēmumu pārstāvji atzīmē viņiem apgrūtinātās prasības attiecībā uz revīzijas komitejas izveidi (saskaņā ar „Finanšu instrumentu tirgus likuma” 54¹.pantu). Pēc ekspertu atzinumiem papildus pienākumi un izdevumi, kas izveidojas veidojot vēl vienu uzraugošu struktūru (revīzijas komisiju) ir grūti izpildāmi un samērā dārgi, it īpaši uzņēmumam ar salīdzinoši zemu ienesīguma līmeni. Piemēram, atlasīt kandidātus pēc visām likumā atrunātām prasībām nav vienkārši, jo par revīzijas komisijas locekli nevar būt kapitālsabiedrības valdes loceklis, prokūrists vai komercpilnvarnieks un viņam ir jābūt ar augstāko izglītību ekonomikas, vadības vai finanšu jomā, vai arī zvērinātam revidentam. Turklāt, vismaz vienam revīzijas komitejas loceklim ir jābūt neatkarīgam loceklim 1) ar nepieciešamo izglītību; 2) ar ne mazāk kā trīs gadu atbilstošu darba pieredzi grāmatvedības vai revīzijas jomā, 3) kam nav tiešās vai netiešās finansiālās

saistības ar kapitālsabiedrību pēdējo trīs gadu laikā, 4) kam nav pastāvējušas darba tiesiskās attiecības ar kapitālsabiedrību, 5) kas nepilda valdes locekļa funkcijas, 6) kam nav radniecības līdz otrajai pakāpei ar kapitālsabiedrības valdes locekli, akcionāru vai dalībnieku, 7) kas nav apgrūtināts ar citiem neatkarību apdraudētiem apstākļiem [23]. Ievērojot visu iepriekšminēto, nozares eksperti izsaka neizpratni par iespēju vispār sameklēt kandidātus revīzijas komisijas locekļiem, kā arī atzīmē nepieciešamību maksāt atalgojumu vismaz 3 valdes locekļiem, 5 padomes locekļiem un vēl papildus revīzijas komisijas locekļiem.

Svarīgi atzīmēt, ka tiem uzņēmumiem (gan esošām, gan jaunienācējiem), kas nolems (vai nolēma) piesaistīt papildus finanšu resursus pateicoties savu akciju brīvai kotēšanai, ir jārēķinās ar papildus izdevumiem, kas tiks saistīti ar revīzijas komisijas, valdes un padomes darbību, nodrošinot pilnīgu caurspīdīgumu un lietu pārskatāmību visiem uzņēmuma akcionāriem.

3.11.2.3. Tirgus dalībnieku vertikālas vienošanās rezultātā izveidotās barjeras

Ievērojot faktu, ka daudzi 31.2 nozares uzņēmumi jau sen strādā vietējā tirgū, kā arī eksportē savu produkciju ārpus Latvijas, varētu pastāvēt risks, ka samērā lieli un pieredzējuši uzņēmumi salīdzinājumā ar pārējiem nozares subjektiem gūst zināmas priekšrocības izejvielu iegādes un produkcijas realizācijas jomā.

Neskatoties uz to, ka atkarībā no pasūtījuma veida var būtiski mainīties izejvielu piegādātāju loks, Latvijas uzņēmumiem kopumā veidojas cieši kontakti ar izejvielu piegādātājiem: gan vietējiem, gan ārzemju. Tomēr samērā cieši kontakti ar izejvielu piegādātājiem nevar nodrošināt īpašus nosacījumus un jūtamus atvieglojumus lieliem uzņēmumiem Latvijas mērogā. Salīdzinot uzņēmumu lielumus vienotā ES vai Krievijas tirgū, šis „lielais mērogs” ir ļoti nosacīts. Tāpēc arī vairums Latvijas uzņēmumu strādā nevis ar izejvielu ražotājiem, bet ar viņu pārstāvjiem, kas nevar nodrošināt īpaši izdevīgus nosacījumus izejvielu iepirkšanas jomā. Arī paši uzņēmumu pārstāvji atzīst, ka pie brīvā tirgus nosacījumiem ES vienotajā ekonomiskā telpā nav īpašu problēmu arī jaunienācējiem iegādāties resursus uz tiem pašiem nosacījumiem, kā to dara sen tirgū strādājoši uzņēmumi.

Savukārt saražotās produkcijas lielās diferenciacijas un specifiskuma dēļ Latvijā ražojošiem uzņēmumiem veidojas cieši kontakti ar produkcijas pasūtītājiem. Līdz ar to gadījumā, ja potenciālais jaunienācējs nolems iekļauties kādā uzņēmuma jau izveidotā tirgus nišā (kas ir maz ticams), tad viņš var sastapties ar papildus šķēršļiem, mēģinot pārorientēt potenciālo pasūtītāju no sen pazīstama produkcijas piegādātāja uz savu kompāniju (skat. 3. barjeras aprakstu A tabulā).

Piemēram, Latvijā viens no lielākajiem elektroierīču iepirkšanas klientiem ir AS „Latvenergo”, kam produkciju piegādā AS „Jauda”. Toties visu pārējo nozares uzņēmumu vidū 2008.gadā konkursa kārtībā nebija ne viena, kas piegādāja AS „Latvenergo” savu produkciju [19].

3.11.2.4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība

Nozarē joprojām vērojama tehnoloģiskā atpalicība, jaunās tehnoloģijas netiek ieviestas pietiekoši ātri, kas savukārt rada zemu produktivitāti. Arī lielās ES uzņēmumu grupas un multinacionālās korporācijas ir ieinteresētas atvērt Latvijā darbaspēka ietilpīgās (nevis kapitālietilpīgās) ražotnes, ar mērķi pazemināt kompānijas kopējo izdevumu līmeni, pamatojoties uz joprojām atšķirīgiem darbaspēka izmaksu līmeņiem Latvijā un ES. Piemēram AS “Rīgas autoelektroaparātu rūpnīca” vai AS „Jauda”, kas jau kopš dibināšanas sākuma nav mainījušas savas atrašanās vietas. Pēc ekspertu domām, izveidojusies infrastruktūra atbilst uzņēmumu vajadzībām (skat. 4.barjeras aprakstu A tabulā).

Katram tirgus subjektam ir izveidota sava stratēģija transporta un informācijas sistēmas izmantošanai. Pārsvārā visi nozares uzņēmumi izmanto citu transporta kompāniju pakalpojumus un savas noliktavas. Savukārt, raksturojot informācijas kanālu izmantošanu un datu iegūšanas problēmas, daudzi eksperti minēja, ka netic masu medijos izplatāmai informācijai, un nevar to izmantot lēmumu pieņemšanas procesā. Arī prasības statistisko atskaišu sagatavošanai ir pārāk stingras, bieži ir grūti izpildāmas un nesaprotamas.

3.11.2.5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras

Tā kā 31.2. nozares uzņēmumi pārsvārā ir orientēti uz sava pircēja/klienta pasūtījuma izpildi (konkrētas preces konkrētā daudzumā), viņi ir samērā neatkarīgi no citu nozares uzņēmumu stratēģiskās uzvedības tirgū (skat. 5. barjeras aprakstu A tabulā). Kopumā uzņēmumu pārstāvji neizrāda nekādu īpašu interesi par savu potenciālo konkurentu uzvedību tirgū. Kamēr savs uzņēmums ir nodrošināts ar pasūtījumiem, (vai vēl labāk, kam ir stabili eksporta apjomi), tikmēr tam ir iespējas pastāvēt, attīstīties un nedomāt par potenciāliem konkurentiem.

Turklāt daži uzņēmēji, kas pārsvārā orientē savu darbību uz eksportu, plāno attīstīt darbības virzienus, kas būtu vērsti uz Latvijas tirgus apgūšanu. Bet vietējā tirgus apgūšana saistīta ar iespēju piedalīties Latvijas uzņēmumu-pasūtītāju rīkotajos konkursos (tenderos) atbilstoši ražojošā uzņēmuma profilam. Eksperti atzīst, ka uzvarēt šāda veida konkursos jaunienācējiem praktiski nav iespējams, pateicoties ciešai sadarbībai starp uzņēmumiem – konkursa rīkotājiem un uzņēmumiem – produkcijas piegādātājiem.

3.11.2.6. Preču pieprasījuma ierobežojumi

Latvijas tirgus 31.2 nozares produkcijas realizācijai ir samērā ierobežots. Tāpēc daudzi nozares uzņēmumi savu produkciju eksportē. Pēc ekspertu izteiktiem viedokļiem, vairāk kā puse no saražotās produkcijas tiek realizēta NVS valstīs, kas liecina, ka Latvijai šāda produkcija nepieciešama samērā nelielos daudzumos, kas veido 10% no visa saražotā produkcijas apjoma.

Pēdējos gados, pateicoties būvniecības nozares attīstībai, Latvijas pieprasījums pēc nozares produkcijas ir cēlies, un daudzi uzņēmumi varēja būtiski palielināt savus ražošanas apjomus. Tomēr, līdz ar būvniecības nozares sašaurināšanos Latvijas elektrosadales un kontroles aparātu ražošanas attīstības perspektīvas vietējā tirgū ir stipri ierobežotas. Viens no lielākajiem elektroiekārtu klientiem AS “Latvenergo” sadarbojas ar vietējiem uzņēmumiem, kas pārsvarā ražo un piegādā tai savu produkciju. Kaut gan AS “Latvenergo” izsludina iepirkumu konkursus, kuros var piedalīties daudzi nozares uzņēmumi, ir jāreķinās, ka AS “Jauda” ir ieguvusi dažus ilgtermiņa un beztermiņa līgumus. Tas stipri samazina iespējas iegūt pasūtījumu konkursa kārtībā [19]. Līdz ar to jaunienācējiem ir jāreķinās, ka vietējais tirgus ir strikti segmentēts un jāmeklē sava papildus tirgus niša, kur produkciju piedāvāt: vai samērā specifisku produkciju īpašām vajadzībām vietējā tirgū, vai arī eksportējot savu produkciju ārpus Latvijas.

Turklāt ir svarīgi atzīmēt, ka šobrīd īpašas grūtības izjūt uzņēmumi, kas orientēti uz eksportu NVS valstīs, jo izejvielu sadārdzināšanās rezultātā tie nevar atļauties pacelt cenas savai gatavai produkcijai. Šis nozares eksports uz ES valstīm arī sašaurinās.

A tabula. Jaunienācēju draudu (tirgus barjeru) novērtēšana Latvijas elektrosadales un kontroles aparātu ražošanas nozarē (31.2)

| Barjeras veids | Vai konkrētā barjera būtu likvidējama vai tās ietekme samazināma. Nepieciešamie pasākumi to īstenošanai | Barjeras ietekmes nozīmīgums | | | Īss apraksts (kāpēc, analizējot konkrēto barjeru tiek uzskatīts, ka barjeras ietekme ir nenozīmīga/nozīmīga, ļoti nozīmīga) |
|---|---|------------------------------|----------|---------------|--|
| | | Nenozīmīga | Nozīmīga | Ļoti nozīmīga | |
| 1. Ekonomiskie ierobežojumi | | | | | |
| 1.1. Nepieciešami liela apjoma kapitālieguldījumi, investīcijas, starta kapitāls (dārgu aprīkojumu dēļ, dārgu izejvielu dēļ, augstu nodokļu dēļ, reģistrācijas, licenzēšanas izdevumu. dēļ) | Barjeras ietekme praktiski nevar būt mazināma, jo tikai samērā lieli ražošanas apjomi var nodrošināt pietiekošu biznesa ienesīgumu (ekonomisko lietderību ieejot tirgū) | | | ✓ | Ir nepieciešams liels starta kapitāls ražošanas, darbagaldu un cita aprīkojuma iekārtu iegādei, kas pēc ekspertu domām varētu būt līdz pat Ls 2 -3 milj. Lai potenciālie jaunienācēji varētu ieiet tirgū, tiem ir jāorientējas uz klientu pasūtījumiem. |
| 1.2. Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis | Barjeras ietekme ir mazināma, izmantojot ES atbalstu ražošanas modernizācijai un tehniskā aprīkojuma pilnveidošanai. Tomēr, ir jāievēro, ka potenciāli jauniem tirgus dalībniekiem gūt šo atbalstu un nodrošināt līdzfinansējumu varētu būt samērā sarežģīti. | | ✓ | | Nozares eksperti atzīst, ka tikai lieliem uzņēmumiem Latvijā ir iespēja nodrošināt liela apjoma pasūtījumu izpildi (piem., ražot lieliem klientiem – MAZ, MTZ no Baltkrievijas, Krievijas). Turklāt šīs nozares ražotie produkti ir pārāk specifiski, lai potenciālie jaunienācēji uzreiz varētu tos ražot lielos apjomos. |
| 1.3. Absolūtais pārākums izdevumu līmenī | Barjeras ietekme ir mazināma, ja katrs no uzņēmumiem ražo unikālu un kādam konkrētam pasūtījumam domātu produkciju. Tādā veidā katrs | ✓ | | | Katra nozares uzņēmuma produkcija ir unikāla (specifiska). Tāpēc praktiski nav iespējams sasniegt absolūto pārākumu izdevumu līmenī starp Latvijā ražojošiem uzņēmumiem. Savukārt priekšrocības tirgū |

| | | | | | |
|---|--|--|---|---|--|
| | nozares ražotājs aizņem savu konkrētu tirgus nišu. | | | | var gūt tikai tie uzņēmumi, kas ražo savu produkciju lielos apjomos, kas lielā mērā ir atkarīgs no pasūtījumiem (klientiem). Izejvielu iepirkumi bieži notiek izmantojot starpnieku (izplatītāju) pakalpojumus, nevis caur tiešajiem izejvielu ražotājiem. Līdz ar to atvieglojumus vai īpašus nosacījumus izejvielu iegādē iegūt ir samērā sarežģīti. |
| 1.4. Investīciju piesaiste un kredītu izmantošanas/ piešķiršanas nosacījumi | Varētu būt likvidējama pieaicinot ārzemju investorus un veidojot investīcijām labvēlīgu vidi, atbalstot jaunienācējus. | | ✓ | | Tiem uzņēmumiem, kas strādā nozarē jau ilgus gadus, nav grūti saņemt bankas kredītus investīcijām. Grūtāk ir šo naudu atpelnīt un pareizi izmantot, lai uzņēmuma darbība būtu ekonomiski izdevīga un pietiekoši ienesīga. Savukārt jaunienācēji, kas tirgū strādā 1-2 gadus, ir lielo ES uzņēmumu grupu pārstāvji, kas izmanto savu partneru atbalstu un aizdotos finansu līdzekļus. Valsts nepiešķir nekādus īpašus atvieglojumus, lai palīdzētu uzņēmumiem finanšu jomā. Eksperti uzskata, ka jauniem uzņēmumiem varētu rasties problēmas ar kredītu saņemšanu un arī investori nelabprāt iegulda kapitālu Latvijas ražošanā (liela riska un zema ienesīguma dēļ). |
| 1.5. Ekonomiskie riski (izejvielu cenu pieaugums, finanšu riski (valūtas)) | Ir mazināma, makroekonomiskās situācijas uzlabošanas un pasaules | | | ✓ | Latvijas makroekonomiskā recesija, augsti inflācijas tempi un resursu sadārdzināšanās šobrīd apgrūtina jaunu uzņēmumu rašanos, |

| | | | | | |
|---|--|---|--|---|--|
| | energo krīzes pārvarēšanas rezultātā (Ekonomiskās vides nenoteiktības mazināšana). | | | | it īpaši tādu, kam ir garš ražošanas cikls un ir nepieciešamas lielas investīcijas. |
| 1.6. Muitas režīmi, cenu un tarifu noteikšana | Barjera ir likvidējama gadījumos, ja tiek slēgta starpvalstu vienošanās muitas tarifu mazināšanas vai tarifu kvotu atcelšanas jomā, vai arī, ja partnervalsts iestājas kādā no Starptautiskajām organizācijām (piemēram, Ukrainas iestāšanās PTO). | ✓ | | | Eksperti atzīst, ka muitas ierobežojumi šajā nozarē nav īpaši liels šķērslis, jo pārsvarā eksports tiek vērsts uz ES un NVS valstīm. |
| 2. Administratīvi ierobežojumi | | | | | |
| 2.1. Uzņēmējdarbības veidu licencēšana | Varētu būt mazināma, ja visas sīkās prasības dažādu sertifikātu iegūšanai varētu būt aizvietotas ar vienu licenci uz katru darbības veidu, piem., atļauju uz elektrosadales aparātu ražošanu, kā notiek Norvēģijā. | | | ✓ | Ļoti birokrātisks un komplicēts process, kuram ir jāpakļaujas visiem uzņēmumiem. Lai šīs nozares uzņēmums-jaunienācējs varētu sākt ražot elektrosadales aparātus ir jādabū ap 60 (!) dažādām licencēm un sertifikātiem. Piemēram, ir jāsaņem atsevišķus kompetences sertifikātus uz tehnisko ekspertīzi un elektroiestāžu izbūvi dažādām darbības sfērām (atkarībā no uzņēmumu ražotnes specifikas): elektroiekārtām ar spriegumu līdz 1000V, izgatavošanu, remontu un vēl līdz 1 kV automātikai un elektroiekārtu vadībai. Papildus tam Latvijas elektriķu brālības sertifikācijas departaments (SD) veic pretendentu sertifikāciju atbilstīgi standarta LVS NE ISO/IEC 17024 |

| | | | | | |
|--|---|---|---|--|---|
| | | | | | prasībām. |
| 2.2. Šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanai vai nomāšanai | Nav likvidējama, pārsvarā atkarīga no pašvaldības vai valsts noteikumiem. Tomēr daudzie jaunienācēji labprāt irē ražošanas ēkas, noliktavas vai citus ražošanai nepieciešamus infrastruktūras objektus. Daži pat cenšas ierīkoties industriālo parku teritorijās, kaut gan atzīst, ka īpašas priekšrocības tās viņiem nesagādā. | ✓ | | | Nozarē nav konstatēti kādi speciāli nosacījumi zemes vai ražošanas ēku iegādei, īpaši tiem uzņēmumiem, kam nepieciešamā teritorija un ēkas jau ilgu laiku ir īpašumā. |
| 2.3. Kvalitātes prasības un ekoloģiskie ierobežojumi (aizliegums paplašināt noteikta preču tirgus darbības apjomu, celt jaunus ražošanas objektus, ierobežojumi transporta komunikāciju izveidei, dažādu vides aizsardzības institūciju noteiktie aizliegumi u.c.) | Nav likvidējama, ir iespējama tikai visu tirgus dalībnieku (gan esošo, gan jaunienācēju) kontrole un nosacījumu ievērošana | ✓ | | | Nozares darbību reglamentē kvalitātes prasības un ekoloģiskie ierobežojumi. Elektrosadales un kontroles aparātu ražošanas nozares uzņēmumi pārsvarā saskaras ar standarta noteikumiem šajā jomā (piem. praktiski visiem uzņēmumiem tiek piešķirta „B” kategorijas atļauja piesārņojošai darbībai). Nekādas īpašas papildus prasības uzņēmumiem netiek uzstādītas. |
| 3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Brīva pieejamība resursiem un /vai realizācijas kanāliem, korporatīvo sakaru priekšrocības. | Barjera varētu būt mazināma pateicoties dažādu komunikāciju veidu attīstībai un dažādošanai (caur internetu, dažādām valsts un | | ✓ | | Daži nozares uzņēmumi piegādātāju maina samērā bieži, jo katra specifiska pasūtījuma izpildei neieciešama dažādu izejmateriālu izmantošana un, līdz ar to, piegādātāju maiņa. |

| | | | | | |
|---|--|---|--|--|--|
| | ES atbalsta institūcijām, starptautiskām izstādēm utt.). | | | | <p>Savukārt citiem uzņēmumiem, kas ir orientēti tikai uz konkrēta veida produkcijas ražošanu, veidojas diezgan cieši kontakti ar izejvielu piegādātājiem gan Latvijā, gan ārpus Latvijas.</p> <p>Latvijas uzņēmumi, kas ir lielo ES ražojošo kompāniju pārstāvji, izmanto mātes kompāniju priekšrocības izejvielu iegādē.</p> <p>Ražotās produkcijas lielas diferenciācijas dēļ Latvijā ražojošiem uzņēmumiem veidojas cieši kontakti ar produkcijas pasūtītājiem. Savukārt jaunam tirgus dalībniekam papildus šķērslis var rasties nevis pateicoties ciešai sadarbībai starp produkcijas ražotāju un piegādātāju, bet meklējot savu ražošanas nišu (tirgus segmentu), lai varētu ražot produkciju konkrētam pasūtītājam (klientam).</p> |
| 4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība | | | | | |
| Nodrošinājums ar komunikācijām (transporta un sakaru), noliktavām, tirdzniecības platībām, informāciju, ceļiem. | <p>Pēc ekspertu viedokļiem barjeras ietekme kopumā nav īpaši nozīmīga.</p> <p>Uzņēmēji uzskata, ka prasības statistisko atskaišu sagatavošanai ir pārāk stingras, bieži ir grūti izpildāmas un nesaprotamas.</p> | ✓ | | | <p>Daudzi esošie uzņēmumi jau sen izmanto gadiem veidoto infrastruktūru. Katram tirgus subjektam ir izveidota sava stratēģija transporta un informācijas sistēmas izmantošanai. Pārsvārā visi nozares uzņēmumi izmanto citu transporta firmu pakalpojumus un savas noliktavas.</p> |
| 5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |

| | | | | |
|--|--|--|---|---|
| <p>Produkcijas realizācijas apstākļu noteikšana, Valsts pasūtījumu izpilde</p> | <p>Barjera ir grūti likvidējama, jo Latvijas tirgū šāda produkcija praktiski nav nepieciešama, vai arī tiek ražota pēc speciāliem pasūtījumiem (piem. uzņēmums AS „Jauda” ražo produkciju AS „Latvenergo” vajadzībām).</p> | | ✓ | <p>Tā kā šīs nozares uzņēmumi pārsvarā izpilda pircēja pasūtījumus (konkrētas preces konkrētā daudzumā), tie samērā neatkarīgi no citu nozares uzņēmumu stratēģiskās uzvedības tirgū. Kamēr uzņēmums ir nodrošināts ar pasūtījumiem, (vai vēl labāk, kam ir stabili eksporta apjomi), tikmēr tam ir iespējas pastāvēt un attīstīties.</p> |
| <p>6. Preču pieprasījuma ierobežojumi</p> | | | | |
| <p>Tirgus piesātinātība ar produktu un aizstājējproduktiem, pieprasījuma apmierināšanas līmeņa (patērētāju pirktspēja) sasniegšana, preču pieprasījuma iespējamie ierobežojumi</p> | <p>Gandrīz nav likvidējama, jo nozare ražo specifisku produkciju, kurai šobrīd Latvijas tirgū nav īpaši liela noieta, tāpēc produkcijas lielākā daļa tiek eksportēta (uz ES un NVS valstīm).</p> | | ✓ | <p>Lai uzņēmumi varētu sekmīgi darboties nozarē (attīstīties un sasniegt nepieciešamo ienesīguma līmeni: ap 10-20%- pēc ekspertu viedokļa) tiem ir jāpakļaujas pircēja nosacījumiem, ražojot vietējam vai ārējam tirgum.</p> <p>Īpašas grūtības tagad izjūt uzņēmumi, kas orientēti uz NVS valstu eksportu, jo izejvielu sadārdzināšanās rezultātā tie nevar atļauties pacelt cenas gatavai produkcijai.</p> <p>Pārējie uzņēmumi piegādā produkciju pēc vietējo uzņēmumu pasūtījuma (piem. AS „Jauda”, kas ražo produkciju AS „Latvenergo” vajadzībām) vai eksportē.</p> <p>Katrs uzņēmums specializējas uz konkrētu produkcijas veidu ražošanu (savu tirgus nišu), kas palīdz viņiem izvairīties no asas konkurences vietējā tirgū. Turklāt, Latvijas uzņēmumi, kas orientēti uz eksportu,</p> |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | vietējā tirgū realizē samērā nelielu daļu no savas gatavās produkcijas (tikai ap 4 - 10%). |
|--|--|--|--|--|--|

Avots: RSEBAA apkopojums

Nobeigums

Pēc tirgū ienākšanas barjeru veiktās analīzes kopējo konkurences vidi Latvijas elektrosadales un kontroles aparātu ražošanas nozarē nevar viennozīmīgi raksturot tikai ar koncentrācijas indeksiem (CR4 un HHI).

Analizējamās nozares specifika ir saistāma ar ārkārtīgi plašu ražotās produkcijas klāstu. Nozares uzņēmumi pārsvarā ir orientēti uz dažādu pasūtījumu izpildi gan vietējiem klientiem, gan klientiem ārpus Latvijas. Tāpēc lielākā nozares uzņēmumu daļa praktiski nekonkurē savā starpā pateicoties striktai specializācijai uz savu stabilo klientu pasūtījumu izpildi un gatavās produkcijas dažādībai, kad katrs no Latvijā ražojošiem uzņēmumiem ir virzīts uz konkrēto preču klāsta ražošanu, ko, savukārt, neražo citi Latvijas uzņēmumi.

Savā starpā uzņēmumi neizrāda nekādu īpašu interesi par savu potenciālo konkurentu uzvedību tirgū. Kamēr uzņēmums ir nodrošināts ar pasūtījumiem, (vai vēl labāk, kam ir stabili eksporta apjomi), tikmēr tam ir iespējas pastāvēt, attīstīties un nedomāt par potenciāliem konkurentiem.

Balstoties uz paveikto analīzi LR Ekonomikas ministrijai un LR Konkurences padomei var ieteikt:

1. Atbalstīt iespēju aizvietot visu ārkārtīgi lielo dažādu kompetences sertifikātu skaitu (kuru kopskaits gandrīz 60) ar vienu licenci/sertifikātu, kas būtu izsniedzams uz katru darbības veidu, piemēram, atļauju uz elektrosadales aparātu ražošanu (pēc Norvēģijā izmantotās prakses piemēra).
2. Apsvērt iespēju atvieglot vai atcelt pārāk sarežģītās prasības revīzijas komitejas izveidei (saskaņā ar „Finanšu instrumenta tirgus likuma” 54¹. pantu) tiem uzņēmumiem, kas piesaista papildus finanšu resursus pateicoties savu akciju brīvai kotēšanai. Pēc nozaru ekspertu atzinumiem papildus pienākumi un izdevumi, kas izveidojas veidojot vēl vienu uzraugošu struktūru (revīzijas komisiju) ir grūti izpildāmi un samēra dārgi, it īpaši uzņēmumam ar salīdzinoši zemu ienesīguma līmeni.

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti:

1. http://mod.la.lv/pg_contents.php?id=3290900&PHPSESSID=9513a6b32f0b0e2c8d712ec35cb25da8
2. http://www.jauda.com/upload_file/Katalogi/2007/gada_parskats_2006.pdf
3. [3. http://64.233.183.104/search?q=cache:H40SKGw96cAJ:www.izmpic.gov.lv/ESF/Rezultati/Approbacija/1-NO/1-NO-MetalapstradesNozare/1-NO-M-NozaresApraksts.pdf+elektrosadales+ra%C5%BEo%C5%A1ana+nozare&hl=lv&ct=clnk&cd=30&gl=lv](http://64.233.183.104/search?q=cache:H40SKGw96cAJ:www.izmpic.gov.lv/ESF/Rezultati/Approbacija/1-NO/1-NO-MetalapstradesNozare/1-NO-M-NozaresApraksts.pdf+elektrosadales+ra%C5%BEo%C5%A1ana+nozare&hl=lv&ct=clnk&cd=30&gl=lv)
4. <http://www.lursoft.lv/oldweb/nace/31.2.html>
5. http://www.lawin.lv/html/likumdosana/situacijas/licence.php?doc_print=1
6. http://www.kp.gov.lv/uploaded_files/2007/A107_0409.pdf
7. [Lursoft Datu Bāzes sniegtie dati](#)
8. <http://www.sprk.gov.lv/index.php?id=5766&sadala=387>

9. http://www.turiba.lv/index.php?object_id=5667
10. [10.http://www.likumi.lv/meklet.php?poga=on&in_title=azbesta&in_text=&veids_id=NU&LL&poga=Mekl%C4%93t](http://www.likumi.lv/meklet.php?poga=on&in_title=azbesta&in_text=&veids_id=NU&LL&poga=Mekl%C4%93t)
11. <http://www.financenet.lv/zinas/latvija/article.php?id=184860>
12. http://www.lekenergo.lv/licenzija/lic_not.htm
13. http://www.leb.lv/par_leb.asp
14. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=150404&from=off>
15. http://www.lekenergo.lv/MK_noteikumi/mk348.htm
16. http://www.lekenergo.lv/standart/print_stn.php?nr_kod=187&lang=lat
17. http://www.leb.lv/darb_sf.asp
18. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=81995&from=off>
19. http://www.latvenergo.lv/portal/page?_pageid=73,56588&_dad=portal&_schema=PORTAL&page=2&term=Jauda
20. www.jauda.com/upload_file/Katalogi/2007/gada_parskats_2006.pdf
21. www.masoc.lv/files/Image/LMI2008.pdf
22. www.baltic.omxnordicexchange.com/?id=1700267
23. www.likumi.lv/doc.php?id=81995

3.12. Izolēto vadu un kabeļu ražošana (31.3)

3.12.1. Vispārīgs nozares apraksts

Izolēto vadu un kabeļu ražošanas rūpniecības nozare pieder pie Informācijas un komunikāciju tehnoloģiju (IKT) sektora un ieņem nozīmīgu vietu Latvijas tautsaimniecībā un tās attīstībā. Informācijas un komunikāciju tehnoloģiju (IKT) sektors noteikts atbilstoši starptautiskajai Ekonomiskās Sadarbības un Attīstības Organizācijas (angl. - OECD) definīcijai, kura nosaka, ka izolēto vadu un kabeļu ražošanas (NACE 1.1 - 31.30) nozare atrodas IKT ražošanas sadaļā [1].

2006. gadā IKT sektora uzņēmumu kopējais apgrozījums bija Ls 2209 milj., no kuriem Ls 78 milj. veidoja tieši IKT ražošana, pie kā pieder arī izolēto kabeļu un vadu ražošana [2]. IKT sektora produkcijas vērtība 2006. gadā bija Ls 40,9 milj [3]. Īpaši nozīmīga loma tautsaimniecībā ir elektronisko vadu un kabeļu eksportam uz tādām valstīm kā Vācija, Francija, Zviedrija, Lielbritānija, kā arī ASV u.c.

Izolēto vadu un kabeļu ražošanas nozare (pēc NACE 1.1. red. Klasifikācijas) sevī ietver izolēto vadu, kabeļu, lenšu un citu izolētu vadu ražošanu ar vai bez savienotājiem, kā arī optisko šķiedru kabeļu ražošanu kodēto datu pārraidei: telekomunikācijai, video, tālrunim. Izolētie vadi un kabeļi ir starppatēriņa preces, kuras tālāk tiek izmantotas citu produktu ražošanā.

Sprīžot pēc CSP npublicētiem datiem 2006.gadā Latvijas izolēto vadu un kabeļu ražošanas nozares kopējais apgrozījums veidoja Ls 10,3 milj. Reāli strādājošo uzņēmumu skaits šajā nozarē nav liels. Tā 2004.gadā šajā nozarē bija tikai 3 uzņēmumi¹⁰, 2005. gadā- 5 uzņēmumi, bet 2006. gadā- 6 uzņēmumi (skat. 3.12.1.tabulas 2.aili).

3.12.1. tabula. Saskaņā ar CSP un Latvijas elektrotehnikas un elektronikas rūpniecības asociācijas (LETERA) datiem Izolēto vadu un kabeļu ražojošo uzņēmumu saraksts Latvijā 2006. gadā

| N | Uzņēmuma nosaukums | |
|----|--------------------------|--------------------------|
| | Pēc CSP datiem | Pēc LETERA datiem |
| 1. | 2. | 3. |
| 1. | SIA 'AXON CABLE' | AS 'ALTON' |
| 2. | SIA 'ELMETA' | SIA 'HANZAS ELEKTRONIKA' |
| 3. | SIA 'GARGNAS LATVIJA' | SIA 'STE-VIKAN' |
| 4. | SIA 'HABIA CABLE LATVIA' | |
| 5. | SIA 'RAK & CO' | |
| 6. | SIA 'VIKAN MARKETING' | |

Avots: CSP npublicētie dati, [6]

Lielākā daļa nozarē identificēto uzņēmumu ir lielo ārvalstu ražojošo kompāniju meitas uzņēmumi. Piemēram, franču "The Axon Group" meitas uzņēmums SIA "Axon Cable" darbojas

¹⁰ uzņēmumu skaitā iekļauti tikai tie uzņēmumi, kuriem ir bijis neto apgrozījums

Latvijā jau no 2000.gada un ražo elektriskus kabeļus pēc klientu pasūtījumiem telekomunikāciju un informātikas jomā [4].

Zviedru meitas uzņēmums SIA "Habia Cable Latvia", kurš Latvijā darbojas jau no 2005. gada bija izveidots ar mērķi paplašināt mātes uzņēmuma „Habia Cable Production AB” ražošanas jaudas. SIA ”Gargnas Latvija” ir zviedru kompānijas „Gargans Production Link AB”, kas nodarbojas ar kabeļu un mehatronisko izstrādājumu ražošanu apstrādes rūpniecībai un piedāvā saviem klientiem visu pakalpojumu spektru no produkcijas dizaina līdz loģistikas risinājumiem [5]. SIA ”Vikan Marketing” ir ar amerikāņu un zviedru izcelsmes kapitāla palīdzību izveidotais uzņēmums, kas nodarbojas ar SIA „STE-Vikan” ražotas produkcijas izplatīšanu un realizāciju.

Analizējot izolēto vadu un kabeļu ražošanas nozares uzņēmumu teritoriālo izvietojumu, skaidri atspoguļojas trīs lielāko Latvijas pilsētu dominānce ražošanas uzņēmumu atrašanās vietu ziņā. 4 no 6 tirgū esošajiem uzņēmumiem darbojas Rīgā (SIA ”Elmeta”, SIA ”Vikan Marketing”, SIA”Gargnas Latvija” un SIA ” Rak & Co”), 1 - Daugavpilī (SIA ”Axon Cable”), 1 - Liepājā (SIA " Habia Cable Latvia").

Pēc nozares eksperta atzinumiem pārsvarā visi 3.12.1. tabulas 2.ailē atspoguļotie uzņēmumi nekonkurē savā starpā Latvijas tirgū, jo ražo stipri atšķirīgus produkcijas veidus (atbilstoši savai uzņēmumu grupas ražošanas izvietojuma un specializācijas stratēģijai) un ir orientēti uz savu klientu pasūtījumu izpildi ārpus Latvijas (pārsvarā ES valstīs). Kā rezultātā publiskā informācija par visiem CSP uzskaitītiem uzņēmumiem Latvijā nav plaši izplatīta, pateicoties uzņēmumu ražošanas specializācijai uz eksportu. Šis apstāklis tikai vēl papildus apliecina faktu, ka šiem uzņēmumiem nav vajadzības reklamēt sevi vietējā tirgū pie gandrīz simtprocentīga produkcijas eksporta. Tā SIA ”Axon Cable” eksportē savu produkciju 100% apmērā, SIA ”Habia Cable Latvia”- vairāk kā 80% apmērā, un SIA ”Vikan Marketing” -100% apmērā. Turklāt produkcija pārsvarā tiek realizēta patstāvīgajiem klientiem ārzemēs (ES valstīs). Šie uzņēmumi klientus meklē paši, piemēram, caur starptautiskām izstādēm vai LIAA informatīvo palīdzību mērķtiecīgi nodibinot pastāvīgus kontaktus ar saviem klientiem, kā arī piesaista jaunus klientus ar savas uzņēmumu grupas (mātes uzņēmuma) palīdzību.

Latvijas izolēto vadu un kabeļu nozare formāli varētu tikt uzskatīta par augsti koncentrētu, par ko var liecināt pamatojoties uz CSP datiem aprēķinātie koncentrācijas rādītāji. Tā 2006. gadā nozarei aprēķinātais četru lielāko uzņēmumu īpatsvars kopējā nozares apgrozījumā (CR4) veidoja 98%. Arī aprēķinātā Herfindāhla – Hiršmana indeksa vērtība (6603) krietni pārsniedza koncentrācijas kritisko robežu (kad HHI ir augstāks var 1800 – 2000 vērtību). Līdz ar to, vērtējot konkurences pakāpi tikai pēc šim diviem rādītājiem, var nonākt pie maldinoša apgalvojuma par sīvas konkurences esamību starp tirgū esošajiem dalībniekiem.

Toties, pamatojoties uz nozares ekspertu viedokļiem, nozares esošie dalībnieki nekonkurē savā starpā un pat īpaši neizrāda interesi par saviem „potenciāliem” konkurentiem, ne informācijas apmaiņas, ne arī sadarbības jomā.

Turklāt nozares eksperti iesaka potenciālus konkurentus/tirgus dalībniekus izolēto vadu un kabeļu ražošanā identificēt pamatojoties uz Latvijas Elektrotehnikas un Elektronikas Rūpniecības Asociācijas (LETERA) datiem. LETERA apvieno ražojošus uzņēmumus, pētniecības un izglītības iestādes, kas ir reģistrēti un darbojas Latvijā un kuru darbība saistīta ar elektronikas un elektrotehnikas, informācijas tehnoloģijas un telekomunikācijas nozari [6]. Pēc pašas LETERA veiktās klasifikācijas 2005.- 2006.gadā no 43 Asociācijā reģistrētiem Latvijas uzņēmumiem 31.3 nozares jomā strādāja tikai divi uzņēmumi: AS 'ALTON' un SIA 'HANZAS ELEKTRONIKA' (skat.3.12.1.tabulas 3.aili) [7]. SIA „ALTON” dibināts 1993.gadā un ražo elektroniskās sastāvdaļas auto un telekomunikācijas ierīču rūpniecībai, elektroniskus ātruma regulatorus, kā arī dažāda veida kabeļus un vadus saviem klientiem Latvijā un Zviedrijā.

Savukārt SIA 'HANZAS ELEKTRONIKA' kopā ar SIA „Ventspils Elektronikas Fabriku” ir lielas zviedru kompānijas „Arjang AB” meitas uzņēmums, kas nodrošina elektroniskās ražošanas pakalpojumus daudziem saviem klientiem pārsvarā no Centrālas un Ziemeļeiropas valstīm.

Atbilstoši 31.3. nozares darbības virzienam ražo savu produkciju arī uzņēmums SIA „STE-Vikan”. Šis uzņēmums nodarbojas ar maza un vidēja izmēra elektronikas un elektromehānikas detaļu ražošanu (kabeļus, sensorus, sildītājus, kontaktus u.c.) un ar uzņēmuma SIA 'VIKAN MARKETING' sarpniecību piegādā savu produkciju lieliem automašīnu ražojošiem koncerniem un telekomunikācijas rūpniecības uzņēmumiem ES valstīs (pārsvarā Zviedrijā, Vācijā, Francijā un Lielbritānijā) [7].

3.12.2. Tirgū ienākšanas barjeru analīze

3.12.2.1. Ekonomiskie ierobežojumi

Ienākšanai tirgū grūti pārvarams šķērslis var būt nepieciešamie liela apjoma kapitālieguldījumi vai investīcijas, piemēram, līdzekļi jaunu ražošanas objektu celtniecībai vai esošo ražošanas jaudu rekonstrukcijai, tehniskai pārveidošanai un pielāgošanai kabeļu un vadu ražošanai u.c. (skat. A tabulas 1.1. barjeras aprakstu). Šī barjera skar visus uzņēmumus nozarē, jo jebkuram uzņēmumam, lai ienāktu šīs nozares tirgū, ir nepieciešams kapitāls. Kapitālieguldījumu un citu investīciju ietekme uz potenciālo dalībnieku tirgū ienākšanas procesu ir izvērtējama, analizējot, kāda ir šo izdevumu segšanas iespēja noteiktā laika periodā.

Pēc 3.12.2.tabulas datiem, analizējot 31.3. nozares aktīvu apgrozījumu varam redzēt, ka vienam no nozarē lielākiem uzņēmumiem SIA ”Habia Cable Latvia” šis rādītājs ir vairāk kā 3 reizes lielāks (9,65) nekā vidējais kopējo aktīvu apgrozījums visā izolēto vadu un kabeļu ražošanas

nozarē (3,04). Taču salīdzinot šo rādītāju ar vidējo kopējo aktīvu apgrozījumu visā Latvijas tautsaimniecībā (14,32), situācija izolēto vadu un kabeļu ražošanas nozarē nemaz nešķiet tik pievilcīga (3,04), jo šīs konkrētās nozares rādītājs ir gandrīz 5 reizes mazāks, kas liecina, ka citas nozares spēj atgūt līdzekļus daudz ātrāk.

3.12.2. tabula. Ilgtermiņa ieguldījumu atdeves un kopējo aktīvu apgrozījuma rādītāji Latvijas izolēto vadu un kabeļu ražošanas nozarē (31.2) un SIA „Habia Cable Latvia” 2006.gadā

| Rādītāji | SIA „Habia Cable Latvia” | Vidējais līmenis 31.3. nozarē (pēc NACE 1.1.red.) | Mediāna 31.3. nozarē (pēc NACE 1.1.red.) |
|---|---------------------------------|--|---|
| Ilgtermiņa ieguldījuma atdeve, % | Nav datu | 2,36 | 6,74 |
| Kopējo aktīvu apgrozījums (koeficients) | 9,65 (1 vieta nozarē) | 3,04 | 1,68 (no 5 uzņēmumiem nozarē) |

Avots: Lursoft nepublicētie dati

Diemžēl, nav pieejami dati par SIA ”Habia Cable Latvia” ilgtermiņa ieguldījumu atdevi, taču salīdzinot izolēto vadu un kabeļu nozares vidējo ilgtermiņa ieguldījumu atdevi (2,36) ar vidējo ilgtermiņa ieguldījumā atdevi visās Latvijas nozarēs kopumā (5,82), redzam, ka šī konkrētā nozare ilgtermiņā var nelikties jaunienācējiem tik ienesīga kā citas nozares. Turklāt, nozares eksperti atzīst, ka bieži strādā ar rentabilitātes līmeni ap 4%, kas ir samērā zems rādītājs, kas diez vai var vecināt jaunienācēju ienākšanu analizējamā tirgū.

Šī ražošanas nozarespieprasa samērā lielus kapitālieguldījumus, kas padara tirgu nepieejamāku mazām kompānijām – iesācējām, turklāt ieguldījumi nenes peļņu ātri. Piemēram, SIA ”Habia Cable Latvia” uzņēmumā ieguldītās investīcijas, lai sāktu uzņēmuma darbību, bija aptuveni Ls 200 tūkst. apmērā. Līdz šim lielākās SIA "Axon Cable" investīcijas bija ieguldījumi uzņēmuma ēkas un iekārtu atjaunošanā. Nepilnos piecos gados šīm vajadzībām izlietoti nepilni trīs miljoni latu. Līdzekļus SIA "Axon Cable" ražotnes attīstībā investējusi galvenokārt "Axon" uzņēmumu grupa. Savukār lielāko daļu iekārtu "Axon" Daugavpils ražotne nomā tieši no sava mātes uzņēmuma.

Tā kā nozares uzņēmumiem ir nepieciešamas augsti specializētas tehnoloģiskās iekārtas, tas rada papildus barjeru ienākt tirgū, jo uzņēmēji apzinās, ka šīs iekārtas būs vēlāk grūti pielāgot citām specializētām darbībām, ražošanas procesam vai arī pārdot.

Jebkurā nozarē lielajiem uzņēmumiem ir vienkāršāk sasniegt priekšrocības minimālas efektīvas darbības apjoma līmenī. Savukārt tirgū ienākošiem konkurentiem varētu būt daudz lielāki izdevumi vienas preču vienības ražošanai nekā jau esošajiem tirgus dalībniekiem. Tomēr izolēto vadu un kabeļu ražošanas nozarē ražošanas mēroga efekts nevar būt uzskatāms par ļoti būtisku barjeru maziem jaunienācējiem, jo katrs no nozares uzņēmumiem ir orientēts uz savu specifisku tirgus segmentu (nišu). Maziem uzņēmumiem ir vienkāršāk pielāgoties produkcijas sortimenta

dažādībai, kad pēc dažādu klientu pasūtījumiem viņi nodrošina maza apjoma pasūtījumu izpildi (skat. A tabulas 1.2. barjeras aprakstu). Izpildot nelielus pasūtījumus šāda tipa uzņēmumi veido savu stratēģiju ES tirgū, būdamas salīdzinoši maza apjoma ražotnes, tās ir elastīgākas un spējīgas piedāvāt savu produkciju par izdevīgām cenām.

Savukārt mazie ražošanas apjomi nedod iespēju uzņēmumiem attīstīties, jo tas ir saistīts ar lieliem kapitālieguldījumiem ražošanas iekārtu iegādē, ražošanas procesu modernizācijā un darbinieku apmācībā.

Absolūtais pārākums izdevumu līmenī nevar būt uzskatāms par ļoti nozīmīgu barjeru jaunienācējiem, jo kā jau bija minēts, katrs nozares uzņēmums, kas darbojas Latvijā ir orientēts uz savu tirgus segmentu - konkrētā produkcijas klāsta ražošanu saviem klientiem/partneriem pārsvarā ārpus Latvijas. Tāpēc katra uzņēmuma izveidotā individuālā stratēģija, realizācijas kanāli, produktu klāsts neļauj kādam uzņēmumam nozarē iegūt dominējošo stāvokli izdevumu līmeņa ziņā (skat. A tabulas 1.3. barjeras aprakstu).

Tajā pašā laikā lielo ES uzņēmumu grupu pārstāvniecības un ražošanas filiāles tiek atvērtas Latvijā ar mērķi paplašināt jau esošās uzņēmumu grupu ražošanas jaudas, kā arī gūt papildus priekšrocības ražojot produkciju ar zemākiem izdevumiem, pateicoties bieži lētākam darbaspēkam, energoresursiem, būvniecības un nomāšanas izmaksām. Līdz ar to lielas multinacionālas kompānijas absolūto pārākumu izdevumu līmenī cenšas iegūt nevis Latvijas, bet ES mēroga tirgū.

Tomēr ir svarīgi piebilst, ka 2007.gada beigās sākusies makroekonomiskā recesija, ko pavada strauji augoša inflācija, ekonomiskās attīstības tempu palēnināšanās, ātra izejvielu un nepieciešamo ražošanas resursu sadārdzināšanās, kas būtiski ietekmē arī Latvijas izolēto vadu un kabeļu ražošanas nozares ienesīgumu. Šis apstāklis varētu būt vērtējams kā papildus barjera īpaši tiem jaunienācējiem, kas plāno attīstīt savu darbību vienotā ES tirgū, jo izdevumu paaugstināšanās apstākļos ES klientu/pasūtītāju spiediens uz gala cenas nepaaugstināšanu var būtiski ietekmēt mūsu vietējo uzņēmēju ražošanas stratēģiju un jaunienācēju iespēju ienākt tirgū. Tādējādi, ja vietējā tirgū absolūtais pārākums izdevumu līmenī nav uzskatāms par ļoti nopietnu šķērslī Latvijas jaunienācēju ienākšanai tirgū, tad kopējā ES tirgū tādi faktori, kā pasaules energokrīze un strauja inflācija var ietekmēt šī pārākuma/priekšrocības pakāpenisku zaudējumu, kas negatīvi ietekmēs tās Latvijas rūpniecības daļas attīstību, kas specializējas uz produkcijas eksportu (skat. A tabulas 1.3. un 1.5. barjeras aprakstu).

Piemēram, SIA "Axon Cable" mātes uzņēmums Francijā atzīst, ka kļūst ražot lētāk un izdevīgāk ASV nekā Latvijā vai citās Eiropas valstīs. Šis fakts rada pamatotas bažas Latvijas uzņēmumiem šai nozarē.

Spriežot pēc aptaujas gaitā sniegtajiem nozares ekspertu skaidrojumiem, investīciju piesaistes un kredītu piešķiršanas nosacījumi nav uzskatāmi par nopietniem šķēršļiem tiem jauniem tirgus dalībniekiem, kas pārstāv lielas ES ražojošās uzņēmumu grupas (skat. 1.4. barjeras aprakstu A tabulā). Tomēr grūtības var rasties neatkarīgiem Latvijas uzņēmumiem, kas tikai plāno uzsākt savu darbību izolēto vadu un kabeļu ražošanas jomā. Pirmkārt, grūtības jaunienācējam var rasties jau saistībā ar savas „kredītvēstures” neesamību, kas varētu būt nopietns šķērslis kredīta iegūšanai. Savukārt ES atbalsta fondu apguve ir apgrūtināta maziem uzņēmējiem, kas aptaujas gaitā atzīmēja būtisku birokrātisko šķēršļu esamību projektu izstrādāšanas un dokumentācijas sagatavošanas posmā.

Neskatoties uz to, ka Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra (LIAA) nodarbojas ar ES struktūrfondu sadali Latvijā un uzņēmējiem sniedz palīdzību un pakalpojumus trīs galvenajos virzienos[8]:

- potenciālo investīciju un eksporta projektu identificēšanā un virzīšanā,
- pakalpojumu nodrošināšanā Latvijas uzņēmumiem,
- informācijas izplatīšanā ārvalstu kompānijām par Latvijas ekonomisko stāvokli, biznesa vidi,

pēc daudzu nozares ekspertu atziņām, maziem nozares uzņēmumiem (vai neatkarīgiem potenciāliem jaunienācējiem) reāli ir iespējams pretendēt tikai uz personāla apmācības programmu atbalstu.

Savukārt lielo ES ražojošo uzņēmumu grupu pārstāvji nepieciešamās investīcijas galvenokārt ieguvuši no mātes uzņēmumiem ārvalstīs. Tā 2000. gadā franču mātes uzņēmums ”The Axon Group” ieguldījis vairāk kā EUR 142 tūkst. SIA ”Axon Cable” izveidē, bet zviedru ” Habia Cable Production AB” ieguldījis SIA ”Habia Cable Latvia” vairāk kā Ls 200 tūkst. [10].

3.12.2.2. Administratīvie/organizatoriskie ierobežojumi

Uzņēmējdarbības uzsākšanas iespējas izolēto vadu un kabeļu ražošanas nozarē ir pakļautas administratīvajiem ierobežojumiem. Administratīvie ierobežojumi ietekmē pilnīgi visus tirgus dalībniekus. Gan uzņēmumam, kurš jau darbojas konkrētā nozarē, gan jaunienācējam jāievēro valsts iestāžu noteikumi par dažādiem posmiem ne tikai uzņēmuma izveidē, bet arī tā darbības gaitā. Šo normu un ierobežojumu izpilde prasa kā laiku, tā papildus līdzekļus, līdz ar to uzņēmuma dibināšanas process tiek sarežģīts un vajadzīgs laiks, lai uzņēmums varētu sākt darboties tirgū.

Daļa administratīvo ierobežojumu ir vienādi visiem uzņēmumiem. Piemēram, ir jāievēro daudzas likumdošanā reglamentējošas prasības:

- ”Komerclikums”, nosakot, kas ir komersants un kāda ir ierakstīšanas kārtība komercreģistrā,
- ”Darba likums”, nosakot darbinieka un darba devēja darba tiesiskās attiecības,

- "Darba aizsardzības likums", nosakot garantijas un uzlabojumus nodarbināto drošības un veselības aizsardzības jomā,
- "Likums par nodokļiem un nodevām", nosakot nodokļu un nodevu veidus un reglamentējot nodokļu un nodevu noteikšanas kārtību, to iekasēšanu un piedziņu,
- "Komercedarbības atbalsta kontroles likums", nosakot pieļaujamās atbalsta mērķus, atbalstāmās izmaksas un maksimāli pieļaujamo atbalsta intensitāti, kā arī komercedarbībai sniegtā atbalsta nacionālās kontroles procedūras, lai mazinātu atbalsta negatīvo ietekmi uz konkurenci un nepieļautu iespēju gūt ekonomiskas priekšrocības, saņemot nelikumīgu atbalstu,
- "Preču un pakalpojumu drošuma likums", nosakot pienākumus ražotājam, izplatītājam un pakalpojuma sniedzējam ražot, laist apgrozībā, pārdot vai piedāvāt tikai drošu, cilvēka dzīvībai, veselībai un personas mantai, kā arī videi nekaitīgu preci vai pakalpojumu.

Daži administratīvie ierobežojumi var būt attiecināmi tikai uz daļu no tirgus dalībniekiem, jo saistīti ar konkrētā uzņēmuma specifiku. Piemēram, tā kā lielāko daļu izolēto vadu un kabeļu ražošanas uzņēmumu darbība ir saistīta ar eksportu, tad uzņēmumiem papildus jāievēro "Muitas likumā" atrunātos tirdzniecības režīmu nosacījumus ar trešajām valstīm, kā arī eksporta kvotas un muitas tarifu lielumus.

Turklāt, nozarē jau esošo uzņēmumu pārstāvji atzīst, ka nesaskata būtisks šķēršļus savas produkcijas eksportam (skat. A tabulas 1.5., 2.1. un 2.2. barjeras aprakstu).

Savukārt ekoloģiskie ierobežojumi nozarē vienādā mērā ietekmē visus dalībniekus, jo, neievērojot šos noteikumus, uzņēmums legāli nav spējīgs darboties, kaut arī īpašas grūtības šo ierobežojumu ievērošana (pārsvarā saskaņā ar "Vides aizsardzības likumu", "Ūdens apsaimniekošanas likumu", "Atkritumu apsaimniekošanas likumu" un MK noteikumiem par A, B, un C kategoriju piesārņojošo darbību atļaujām) Latvijas izolēto vadu un kabeļu nozares uzņēmumiem nesagādā.

Turklāt, lai uzņēmumi-jaunienācēji varētu sekmīgi darboties izolēto kabeļu un vadu nozarē, eksportējot savu produkciju ārpus Latvijas, tiem jārēķinās ar nepieciešamību nodrošināt simtprocentīgu produkcijas kvalitātes kontroli, kā arī iziet ISO sertifikācijas procedūras (piem., ISO 9001:2000, kas ir kvalitātes vadības sistēmas standarts vai ISO 14001, kas ir vides pārvaldes sistēmas sertifikāts).

3.12.2.3. Tirgus dalībnieku vertikālas vienošanās rezultātā izveidotās barjeras

Lielie nozares uzņēmumi, kas ir ES uzņēmumu grupu locekļi, viennozīmīgi izmanto priekšrocības izejvielu iegādē, pasūtījumu nodrošinājumā un ārpakalpojumu sniegšanā (piemēram, piegāžu optimizācija, labvēlīgi kreditēšanas nosacījumi, finansiāls atbalsts utt.) (skat. A tabulā 3. barjeras aprakstu). Līgumi par izejvielu piegādi bieži tiek slēgti visas uzņēmumu grupas līmenī, kad meitas uzņēmumi tiek nodrošināti ar izejvielām par samērā zemām cenām, pateicoties visas uzņēmumu grupas apjomīgai izejvielu iegādei un jau iepriekš izveidotiem

ilglaicīgiem kontaktiem starp izejvielu piegādes un apstrādes kompānijām. Piemēram, SIA "Axon Cable" izejvielas pārsvarā saņem no mātes uzņēmuma Francijā uz ilgtermiņa sadarbības līguma pamata. Izejvielu piegādāšanas nosacījumi būtiski ietekmē gatavās produkcijas izmaksu līmeni un noieta iespējas. Lielie nozares uzņēmumi, tādi kā "Axon Cable" vai SIA "Habia Cable Latvia" viennozīmīgi iegūst priekšrocības no savas sadarbības ar izejvielu piegādātājiem, savu mātes uzņēmumu partneriem.

Savukārt maziem uzņēmumiem piegādātāju skaits nav īpaši liels (ap 3 piegādātājiem viena pasūtījuma izpildei). Toties samērā neliela izejvielu daudzuma iegāde neveido kaut kādas papildus priekšrocības no sadarbības ar izejvielu piegādātājiem.

Piekļuve izplatītāju tīklam izolēto vadu un kabeļu ražošanas nozarē ir īpaši nozīmīgs faktors, kas ļauj iegūt priekšrocības pār konkurentiem, gadījumā ja uzņēmumam ir daudz klientu, kas atrodas ārpus Latvijas. Uzņēmumi izolēto vadu un kabeļu ražošanas nozarē tendēti uz ciešu sadarbību ar gatavās produkcijas realizācijas uzņēmumiem- klientiem. Turklāt, bieži vien mātes uzņēmums ir gan Latvijas uzņēmuma klients, gan resursu piegādātājs.

Lai pārvarētu šo barjeru, jaunienācējiem un maziem uzņēmumiem cītīgi jāmeklē klientus ārpus Latvijas. Latvijas investīciju un attīstības aģentūras (LIAA) atbalsts šajā jautājumā varētu būt ļoti noderīgs.

3.12.2.4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība

Jaunienācēju ienākšanai tirgū var traucēt arī tirgus infrastruktūras neatbilstība, taču izolēto vadu un kabeļu nozarē šī barjera ir vērtējama kā nenozīmīga.

Uzņēmējdarbības uzsākšanai sevišķi svarīga ir transporta pieejamība, lai piegādātu ražošanas izejvielas, kā arī nogādātu produkciju pie klientiem/pasūtītājiem. Ir jābūt arī brīvai pieejai dzelzceļam, ostai, ES nozīmīguma ceļiem un tiltiem.

Tā kā vismaz četri no samērā nelieliem Izolēto vadu un kabeļu ražošanas nozares uzņēmumiem atrodas Rīgas pilsētā, kur salīdzinājumā ar citām Latvijas teritorijām ražošanas infrastruktūra ir labi attīstīta, neveidojas arī būtiski šķēršļi tās izmantošanā. Nepieciešamās komunikācijas ir pieejamas visiem uzņēmumiem un nerada īpašas problēmas. Savukārt pārējie divi un nozarē lielākie uzņēmumi atrodas citos Latvijas rūpnieciskajos centros – Liepājā un Daugavpilī, arī neizjūt īpašas problēmas ar infrastruktūras neatbilstību. Piemēram, SIA „Habia Cable Latvia” izmanto papildus priekšrocības darbojoties Liepājas Speciālās ekonomiskās zonas uzņēmējdarbības statusā [12].

Latvijas iestāšanās ES būtiski atvieglojusi izejvielu piegādes un gatavās produkcijas realizācijas procedūras vienotajā ES telpā. Līdz šim kravas automašīnas dažādu iemeslu dēļ bieži vien iestrēga garajās rindās uz valstu robežām. Tagad kravu transportēšanas laiks būtiski

samazinājies, piemēram, uzņēmumam SIA "Axon Cable" un SIA "Habia Cable Latvia" šis laiks saīsinājies vidēji par vienu diennakti.

Kopumā katram tirgus dalībniekam ir izveidota sava stratēģija transporta, noliktavu un informācijas sistēmas izmantošanā.

Pēc ekspertu atziņām informācijas iegūšanas un pieejamības jomā CSP dati sniedz ārkārtīgi maz informācijas biznesa lēmumu pieņemšanai, jo šie dati bieži ir pārāk novecojuši, nav precīzi un neatspoguļo reālo situāciju. Savukārt, uzņēmēji uzskata, ka prasības statistisko atskaišu sagatavošanai ir pārāk stingras, bieži ir grūti izpildāmas un nesaprotamas. Rezultātā uzņēmējiem veidojas neizpratne par CSP atskaišu sagatavošanas nepieciešamību un apkopotās informācijas praktiskās izmantošanas lietderību.

Daudzi nozares pārstāvji vairāk var paļauties uz Latvijas Elektrotehnikas un Elektronikas Rūpniecības Asociācijas (LETERA) informāciju un materiāliem. Bieži LETERA palīdz dibināt biznesa kontaktus, atrast resursu piegādātājus un produkcijas pircējus, sniedz konsultatīvus pakalpojumus nozares uzņēmumiem - asociācijas biedriem, kā arī pauž Latvijas uzņēmēju viedokli sadarbojoties ar dažādām valsts institūcijām ekonomiskās politikas veidošanas un likumu pieņemšanas jomā. Arī nozares ekonomiskai analīzei un tirgus dalībnieku noteikšanai ir parocīgāk un drošāk papildus izmantot LETERA datus.

3.12.2.5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras

Šķēršļus jaunu tirgus dalībnieku ieiešanai tirgū var radīt vadošo tirgus dalībnieku stratēģiskā uzvedība preču cenu un realizācijas apstākļu noteikšanā. Bez tam, jāņem vērā, ka konkrētā preču tirgus dalībniekiem – tirgus līderiem parasti ir izveidojušies cieši saimnieciskie sakari ar materiāli tehnisko resursu piegādātājiem (piemēram, ilgtermiņa līgumi par izejvielu piegādi) un saražoto preču realizācijas uzņēmumiem. Šādu stratēģiju izmanto galvenie izolēto vadu un kabeļu ražošanas uzņēmumi. Piemēram, SIA "Axon Cable" izejvielas pārsvarā saņem no mātes uzņēmuma Francijā, taču uzņēmums šogad plāno paplašināt arī sadarbību ar vietējiem izejvielu piegādātājiem.

Tomēr, ir jāatzīmē, ka nozares uzņēmumu stratēģiju dažādība attiecībā uz darbu ar klientiem, realizācijas kanālu izmantošanu, izejvielu piegādi praktiski novērš ciešu konkurenci starp vietējiem ražotājiem (skat. A tabulā 5. barjeras aprakstu).

Ja lielle uzņēmumi ir vērsti uz ciešu sadarbību un atbalstu ar saviem mātes uzņēmumiem ārpus Latvijas, tad mazie un no lielo multinacionālo kompāniju samērā neatkarīgie uzņēmumi savu uzņēmējdarbības stratēģiju balsta uz mazo apjomu pasūtījumu izpildi, ražošanas elastīgumu un labas (izdevīgas) cenas piedāvājumu.

Lai iegūtu papildus priekšrocības, samērā maziem jaunienācējiem varētu rekomendēt izmantot ārpalpojumus (*outsourcing*) grāmatvedības uzskaites, datortīkla apkalpošanas, produkcijas realizācijas jomā.

3.12.2.6. Preču pieprasījuma ierobežojumi

Vietējā pieprasījuma elastīgums izolēto vadu un kabeļu ražojošus uzņēmumus praktiski neskar, jo absolūtais vairākums nozares uzņēmumu savu produkciju realizē ārvalstīs, kur atrodas to lielākie pasūtītāji. Vietēja tirgus ierobežotības dēļ Latvijā tiek realizēta salīdzinoši niecīga saražotas produkcijas daļa. Tā, piemēram, SIA "Axon Cable" un SIA "Vikan Marketing" eksportē 100% saražotās produkcijas [11], bet "Habia Cable Latvia" - vairāk kā 80% produkcijas [12].

Šobrīd, 2008. gadā, jaunu dalībnieku ienākšanu izolēto vadu un kabeļu ražošanas tirgū apgrūtina preču pieprasījuma ierobežojums. Kā liecina biznesa portāla db.lv dati [12], vienam no lielākajiem ražošanas uzņēmumiem Daugavpilī SIA "Axon Cable" sarucis pasūtījumu skaits sakarā ar izmaksu pieaugumu. Šī situācija būtiski ietekmē stabila uzņēmuma darbību, tādēļ arī potenciālajos uzņēmējos rada pamatotas bažas un šķēršļus jaunu uzņēmumu izveidei šajā nozarē.

Pasūtījumu skaita samazināšanās ietekmē visa uzņēmuma darbību, kā rezultātā SIA "Axon Cable" 2008.gadā nācies atlaist 70 darbiniekus no 500 uzņēmumā strādājošajiem. Tiek paredzēts, ka gada laikā atlaidīs vēl vismaz 30 cilvēkus. Pēc SIA "Axon Cable" vadības viedokļa [12] situācija ir tāda, ka no pāris klientu puses ir spiediens samazināt produkcijas cenas. Darbinieku skaita samazināšana uzņēmumā tika uzsākta šī gada sākumā un tas galvenokārt saistīts ar vispārējo situāciju pasaules ekonomikā. Otrkārt, divi lieli klienti ir samazinājuši pasūtījumu skaitu šim gadam par 50%, kā tika iepriekš paredzēts - plānoto EUR 4 milj. vietā viņiem jāizgatavo produkcija tikai par Eiro 2 milj. Tam par iemeslu ir dolāra kursa attiecība pret eiro, tāpēc kompānijām ir izdevīgāk ražot ASV, nevis Eiropā. Sakarā ar to uzņēmums jūt spiedienu samazināt produkcijas izmaksas, bet to ir grūti izdarīt sakarā ar inflācijas rādītāju Latvijā, kas ir augstākais Eiropā. Tā kā SIA "Axon Cable" produkciju realizē caur Axon grupas uzņēmumiem ASV, Francijā un Skotijā, ASV pašreizējā ekonomiskā situācija to ļoti ietekmējusi. Ražošanas apjomi ir sarukuši. Pasūtījumu skaita samazinājums visvairāk ir no ASV puses. Šo iemeslu dēļ šogad tiek prognozēts, ka uzņēmuma apgrozījums samazināsies.

Kopumā šī tendence būtiski ietekmē nozari kopumā, jo preču pieprasījuma skaita samazināšanās tendence iezīmējas arī citos izolēto vadu un kabeļu ražošanas uzņēmumos, kas rada bažas arī jaunienācēju uzņēmumos.

Tā kā preču pieprasījums ārpus Latvijas arī samazinās, uzņēmumiem ir jādomā jauni veidi, kā piesaistīt klientus un gūt peļņu. Arī SIA "Axon Cable" meklē jaunus virzienus, kuros varētu

turpināt augt, piemēram, jauns produkts būs preču marķēšanas kabelis. Arī citiem uzņēmumiem nozarē jāmeģina saglabāt pozīcijas tirgū. Tas varētu būt risinājums, kas stabilizētu pašreizējo situāciju izolēto vadu un kabeļu ražošanas jomā. Taču šis risinājums vairāk derīgs lielražošanas uzņēmumiem. Mazie uzņēmumi ir elastīgāki, kaut kopumā arī ir atkarīgi no ārvalstu kompāniju pasūtījumiem.

A tabula. Jaunienācēju draudu (tirgus barjeru) novērtēšana Latvijas Izolēto vadu un kabeļu ražošanas nozarē (NACE kods 31.3)

| Barjeras veids | Vai konkrētā barjera būtu likvidējama vai tās ietekme samazināma. Nepieciešamie pasākumi to īstenošanai | Barjeras ietekmes nozīmīgums | | | Īss apraksts (kāpēc, analizējot konkrēto barjeru tiek uzskatīts, ka barjeras ietekme ir nenozīmīga/nozīmīga, ļoti nozīmīga) |
|--|--|------------------------------|--------------|----------------------|--|
| | | Neno zīmī ga | Nozī mīga | Ļoti nozī mīga | |
| 1. Ekonomiskie ierobežojumi | | | | | |
| 1.1. Nepieciešami liela apjoma kapitālieguldījumi, investīcijas, starta kapitāls (dārgu aprīkojumu dēļ, dārgu izejvielu dēļ, augstu nodokļu dēļ, reģistrācijas, licenzēšanas izdevumu dēļ) | Barjera nav likvidējama, taču var būt mazināma ar pašu jaunienācēju spēkiem. Nepieciešamās iekārtas varētu iegādāties izmantojot mātes uzņēmuma (savas Uzņēmumu grupas) atbalstu. Jaunienācējiem ir jāmeklē investori ārvalstīs, kā arī jāizmanto Latvijas valsts un ES atbalsta programmas. | | | ✓ | Ir nepieciešams liels starta kapitāls specializētu, tehnoloģiski augsti attīstītu ražošanas iekārtu iegādei un ražošanas ēku izbūvei. Bez tam ilgtermiņa ieguldījumu atdeve nozarē ir salīdzinoši maza (ap 2,36% 2006.gadā), kas liecina, ka šī nozare nav īpaši ienesīga un, līdz ar to, arī pievilcīga jaunienācējiem. |
| 1.2. Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis | Barjeras ietekmi varētu mazināt jaunienācējiem piesaistot kvalificētu darbaspēku un sasniedzot tehnoloģisko pārākumu, izpildot maza apjoma pasūtījumus. | | ✓ | | Maziem, uz vietējo tirgu orientētiem jaunienācējiem ir grūti nodrošināt liela apjoma ražošanu, lai ienesīguma ziņā konkurētu ar nozares lieliem uzņēmumiem. Tikai lielie nozares uzņēmumi var atļauties ieguldīt lielus līdzekļus inovatīvu produktu radīšanā. Savukārt mazie uzņēmumi tendēti uz produktu klāsta (sortimenta dažādošanu), nevis ražošanas apjoma palielināšanu. Produkcijas sortimenta daudzveidība uzskatāma par mazo uzņēmumu |

| | | | | | |
|---|---|--|---|---|---|
| | | | | | priekšrocību, nodrošinot klientiem maza apjoma pasūtījumu izpildi. |
| 1.3. Absolūtais pārākums izdevumu līmenī | Barjeru var mazināt stimulējot mazo uzņēmumu izaugsmi un eksporta potenciālu. | | ✓ | | Lieliem, jau nozarē strādājošiem uzņēmumiem ir salīdzinoši vieglāk panākt pārākumu izdevumu līmenī. Taču katra uzņēmuma izveidotā individuālā stratēģija, realizācijas kanāli, produktu klāsts neļauj kādam uzņēmumam nozarē iegūt dominējošo stāvokli. |
| 1.4. Investīciju piesaiste un kredītu izmantošanas/ piešķiršanas nosacījumi | Barjera varētu likvidēt, jauniešiem pieaicinot ārzemju investorus un sadarbības partnerus no lielo ES uzņēmumu grupu klāsta. | | ✓ | | Nozarē nav konstatēti īpaši valsts atvieglojumi investīciju piesaistes vai kredītu piešķiršanas jomā. Pēc nozaru ekspertu viedokļa nav grūti atrast līdzekļus, ir grūti viņus sekmīgi ieguldīt/izmantot. Šķēršļi kredītu piešķiršanas jomā var rasties pilnīgi jaunam uzņēmumam bez savas „kredītvēstures”. |
| 1.5. Ekonomiskie riski (izejvielu cenu pieaugums, finanšu riski (valūtas)) | Barjera ir mazināma, makroekonomiskās situācijas uzlabošanas (valsts līmenī izstrādājot pieņemot makroekonomiskās stabilizācijas programmas/plānus) un pasaules energo krīzes pārvarēšanas rezultātā (Ekonomiskās vides nenoteiktības mazināšana starptautiskā līmenī). ASV dolāra kursa mazākas svārstības arī būtiski uzlabotu situāciju. | | | ✓ | Galvenā problēma ir darbaspēka un izejvielu cenu pieaugums, kā arī energoresursu sadārdzināšanās, kas paaugstina gatavās produkcijas cenas. Līdz ar to uz uzņēmumiem jūtams spiediens no klientu puses, kas pieprasa iesaldēt gatavās produkcijas cenas. Tā kā to praktiski nav iespējams izdarīt, nākas samazināt ražošanas apjomus. Turklāt arī ASV dolāra svārstības noved pie tā, ka klientiem dolāra zonā maksa par produkciju automātiski pieaug. |

| | | | | | |
|--|---|---|---|--|---|
| 1.6. Muitas režīmi, cenu un tarifu noteikšana | - | ✓ | | | Neskatoties uz muitas nodokļa esamību eksportējot produkciju uz trešajām valstīm, nozares eksporta apjomi arvien pieaug. Savukārt mazie uzņēmumi orientēti uz savu „nišas produktu” tirdzniecību. |
| 2. Administratīvi ierobežojumi | | | | | |
| 2.1. Uzņēmējdarbības veidu licencēšana | - | ✓ | | | Darbības uzsākšanai nav nepieciešamas kādas speciālas atļaujas vai sertifikāti. |
| 2.2. Šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanai vai nomāšanai | - | ✓ | | | Nozarē nav konstatēti kādi papildus šķēršļi/nosacījumi zemes vai ražošanas ēku iegādei |
| 2.3. Kvalitātes prasības un ekoloģiskie ierobežojumi (aizliegums paplašināt noteikta preču tirgus darbības apjomu, celt jaunus ražošanas objektus, ierobežojumi transporta komunikāciju izveidei, dažādu vides aizsardzības institūciju noteiktie aizliegumi u.c.) | Barjeras likvidēšana vai ietekmes mazināšana neveicinās konkurences vides uzlabošanu. | | ✓ | | 1. Ražojot eksportam uzņēmumi cenšas nodrošināt simtprocentīgu produkcijas kvalitātes kontroli, kā arī iziet ISO sertifikācijas procedūras (piem., ISO 9001:2000). 2. Izejot no ražošanas procesa specifikas varētu būt īstenojami papildus pasākumi darba aizsardzības jomā, piem., detaļu lakošanas procesā vai nodarbinātiem strādājot paaugstināta trokšņa apstākļos. 3. Maziem jaunienācējiem var rasties papildus problēmas saistībā ar izejvielu iepakojuma utilizāciju. |
| 3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Brīva pieejamība resursiem un /vai realizācijas kanāliem, korporatīvo sakaru priekšrocības. | Ražošana notiek pēc klienta konkrēta pasūtījuma. Lai sekmīgi darbotos nozarē, jaunienācējiem ir jāizveido savs sadarbības partneru loks. Barjeras ietekme uz konkurences | ✓ | | | <i>Vienošanās ar izejvielu piegādātājiem:</i> Izejvielu piegādātāju loku nosaka gatavās produkcijas veids, specifika un kvalitātes prasības. Maziem uzņēmumiem piegādātāju skaits nav liels (ap 3 piegādātājiem viena pasūtījuma izpildei). Tomēr samērā neliela |

| | | | | | |
|---|--|---|--|---|--|
| | vidi nozarē nav nozīmīga. | | | | izejvielu daudzuma iegāde neveido papildus priekšrocības no ciešākas integrācijas ar izejvielu piegādātājiem. <i>Vienošanās ar realizācijas kanāliem:</i> Pārsvārā Latvijā ražotā produkcija tiek eksportēta, kas nosaka ciešo kontaktu esamību ar klientu (produkcijas pasūtītāju). |
| 4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība | | | | | |
| Nodrošinājums ar komunikācijām (transporta un sakaru), noliktavām, tirdzniecības platībām, informāciju, ceļiem. | Nozares uzņēmumiem pašreizējā infrastruktūras situācija nerada nozīmīgas barjeras iekļūšanai tirgū, jo infrastruktūrai un komunikācijām ir tendence attīstīties. | ✓ | | | Iestāšana ES būtiski atvieglojusi izejvielu piegādes un gatavās produkcijas realizācijas procedūras. Komunikācijas ir pieejamas visiem uzņēmumiem un nerada īpašas problēmas. Turklāt valsts izstrādājusi dažādas programmas infrastruktūras attīstībai un pieejamībai komunikācijas tīkliem. Katram tirgus dalībniekam ir izveidota sava stratēģija transporta, noliktavu un informācijas sistēmas izmantošanā. |
| 5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Produkcijas realizācijas apstākļu noteikšana, Valsts pasūtījumu izpilde | Samērā maziem jaunienācējiem varētu būt rekomendējams izmantot ārpalpojuma (<i>outsourcing</i>) grāmatvedības uzskaites, datortīkla apkalpošanas, produkcijas realizācijas jomā. | ✓ | | | Katrs nozares uzņēmums veido un realizē savu uzvedības stratēģiju tirgū. Tomēr, kopumā var atzīmēt, ka stratēģiju dažādība (klienti, realizācijas kanāli, izejvielu piegāde) praktiski novērš ciešu konkurenci starp vietējiem ražotājiem. |
| 6. Preču pieprasījuma ierobežojumi | | | | | |
| Tirgus piesātinātība ar produktu un aizstājējproduktiem, pieprasījuma apmierināšanas līmeņa (patērētāju | Barjera nevar būt likvidējama vietējā tirgus ierobežotības dēļ. Līdz ar to Latvijas ražotājiem ir jāmeklē | | | ✓ | Vietējā pieprasījuma elastīgums ražojošus uzņēmumus praktiski neskar, jo kompānijas savu produkciju pārsvārā eksportē uz |

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| <p>pirkspējas) sasniegšana, preču pieprasījuma iespējamie ierobežojumi</p> | <p>papildus iespējas ārpus Latvijas pieaicināt jaunus klientus un pasūtījumus, kā arī meklēt iespējas ražot jaunus inovatīvus produktus.</p> | | | <p>ārzemēm. Taču situācija ārzemju tirgos būtiski ietekmē Latvijas uzņēmumus, diktē ražošanas nosacījumus un noieta apjomus. Vietējā tirgus ierobežotība potenciālos jaunienācējus varētu ietekmēt diezgan būtiski, tieši tā iemesla dēļ, ka Latvijā nav klientu šai produkcijai.</p> |
|--|--|--|--|---|

Avots: RSEBAA apkopojums

Nobeigums

Pēc tirgū ienākšanas barjeru veiktās analīzes kopējo konkurences vidi Latvijas Izolēto vadu un kabeļu ražošanas nozarē nevar viennozīmīgi raksturot tikai ar koncentrācijas indeksiem (CR4 un HHI).

Analizējamās nozares specifika (31.3. nozares pēc NACE 1.1.red. klasifikācijas) ir saistīta ar uzņēmumu strikto specializāciju, kad, ražojot stipri atšķirīgus produkcijas veidus, vietējā tirgus dalībnieki nekonkurē savā starpā un ir orientēti uz savu klientu pasūtījumu izpildi ārpus Latvijas (pārsvarā ES valstīs). Kā rezultātā publiskā informācija par visiem CSP uzskaitītiem uzņēmumiem analizējamā nozarē nav plaši izplatīta, jo šiem uzņēmumiem nav vajadzības reklamēt sevi vietējā tirgū pie gandrīz simtprocentīga produkcijas eksporta.

Lielo ES uzņēmumu grupu pārstāvniecības un ražošanas filiāles tiek atvērtas Latvijā ar mērķi paplašināt jau esošās uzņēmumu grupu ražošanas jaudas, kā arī gūt papildus priekšrocības ražojot produkciju ar zemākiem izdevumiem, pateicoties bieži lētākam darbaspēkam, energoresursiem, būvniecības un nomāšanas izmaksām. Līdz ar to atverot savus meitas uzņēmumus Latvijā, lielās multinacionālās kompānijas cenšas iegūt absolūtu pārākumu izdevumu līmenī nevis Latvijā, bet ES mēroga tirgū.

Savukārt Latvijas uzņēmumiem vienīgais ceļš, kā noturēties ierobežotā vietējā tirgū un gūt pieeju plaša loka klientiem ārpus Latvijas ir izmantojot savu uzņēmumu grupu priekšrocības un atbalstu produkcijas realizācijas, izejvielu iegādes, sniedzamās finansiālās palīdzības (kreditēšanu un investīcijas) un ražošanas tehnoloģiskās kultūras ieviešanas jomā.

Balstoties uz paveikto analīzi LR Ekonomikas ministrijai un LR Konkurences padomei var ieteikt:

1. Neskatoties uz to, ka nozares uzņēmumi cenšas izvairīties no savstarpēji asas konkurences, ievērot faktu, ka sīva konkurence eksistē starp visiem nozares uzņēmumiem (gan jaunienācējiem, gan tirgū jau sen esošiem) kvalificētā darbaspēka pieaicināšanas un izmantošanas jomā;
2. Identificēt potenciālus konkurentus/tirgus dalībniekus izolēto vadu un kabeļu ražošanas nozarē pamatojoties uz Latvijas Elektrotehnikas un Elektronikas Rūpniecības Asociācijas (LETERA) datiem, interneta avotiem un tiešiem kontaktiem ar uzņēmumu pārstāvjiem (uzziņu dienestu prakse).
3. Sekmēt vietējo uzņēmumu attīstību, realizējot sekojošos atbalsta pasākumus uzņēmējdarbības veicināšanas jomā:
 - Ar nodokļiem neapliekamā algas minimuma pacelšanu;
 - Vietējo uzņēmumu sadarbības veicināšanu caur savstarpējo kooperāciju un uzņēmumu klasteru veidošanu;
 - Latvijas uzņēmēju informēšanu par viņiem reāli pieejamām iespējām/valsts pasākumiem savas produkcijas eksporta attīstībai;

- Reinvestētās peļņas atbrīvošanu no ienākuma nodokļa;
- Darbinieku slimības lapu apmaksāšanu pilnā apmērā no valsts sociālās apdrošināšanas budžeta līdzekļiem.

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti:

1. <http://data.csb.gov.lv/DATABASE/zin/Ikgad%E7jie%20statistikas%20dati/Datoriz%E2cija/IKT.htm>
2. <http://data.csb.gov.lv/Dialog/varval.asp?ma=19-13&ti=19%2D13%2E+IKT+SEKTORA+UZ%D2%C7MUMU+APGROZ%CEJUMS%2C+PERSON%C2LA+IZMAKSAS+UN+PIEVIENT%C2+V%C7RT%CEBA+%28mlj%2E+Ls%29++&path=../DATABASE/zin/Ikgad%E7jie%20statistikas%20dati/Datoriz%E2cija/&lang=16>
3. <http://data.csb.gov.lv/Dialog/varval.asp?ma=19-14&ti=19%2D14%2E+IKT+PRODUKCIJAS+V%C7RT%CEBA+PA+PRODUKTU+GRUP%C2M+%28mlj%2E+latu%29+&path=../DATABASE/zin/Ikgad%E7jie%20statistikas%20dati/Datoriz%E2cija/&lang=16>
4. www.axoncable.com/pdf/sia_inauguration-letton.pdf
5. www.scc.lv/?docID=408
6. www.letera.lv
7. www.letera.lv/pic/letera%20liaa.pdf
8. www.em.gov.lv/em/images/modules/items/item_file_16329_28022007.doc
9. <http://www.tvnet.lv/zinas/latvija/article.php?id=535306>
10. www.kurzemes-vards.lv/?doc=33950
11. <http://www.db.lv/Default2.aspx?ArticleID=258687e7-cad9-4e6d-8647-528c0babb88c>
12. <http://www.kurzemes-vards.lv/?doc=45629>

3.13. Apgaismes ierīču un elektrisko lampu ražošana (31.5)

3.13.1. Vispārējs nozares apraksts

Saskaņā ar Ekonomiskās darbības statistisko klasifikāciju Eiropas Savienībā, Apgaismes ierīču un elektrisko lampu ražošanas nozare (NACE 1.1. red.- kods 31.5) ir apakšnozare Elektrisko mašīnu un aparātu ražošanas nozarei.[1]

Analizējamā nozare ietver: kvēldiega un gāzizlādes spuldžu ražošanu (elektriskā kvēldiega, ultravioletās vai infrasarkanās, loka spuldzes un kubveida zibspuldzes), apgaismes ierīču ražošanu (lustru, elektrisko griestu vai sienas gaismekļu, galda lampu, naktslampu, stāvlampu), āra un ceļu apgaismojumu, elektrisko apgaismes zīmjū, izkārtņu, nosaukumu plāksņu, ceļa zīmjū ražošanu, starmešu un prožektoru, spuldžu virtenes, kā arī neelektrisko lampu un gaismekļu ražošanu. [2]

Pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes nepublicētiem datiem, Latvijas apgaismes ierīču un elektrisko lampu ražošanas nozarē 2006.gadā darbojās 9 uzņēmumi, kas ir par 5 uzņēmumiem vairāk nekā 2004.gadā, kopējais realizācijas apjoms visos uzņēmumos sastādīja tikai ap Ls 2,5 milj., kas uz kopējā Latvijas tautsaimniecības fona ir relatīvi maza daļa.

Pēc CSP datiem 2006.gadā uzņēmumu saraksts dotajā nozarē tiek atspoguļots 3.13.1. tabulā.

3.13.1. tabula. Latvijas apgaismes ierīču un elektrisko lampu ražojošo uzņēmumu saraksts Latvijā 2006.gadā (alfabētiskā secībā)

| N | Uzņēmuma nosaukums | Darbības veids |
|----|--|--|
| 1. | SIA 'ARLENTS' | Faktiskais darbības veids neatbilst CSP noteiktam NACE kodam (31.5) |
| 2. | SIA 'BALTIK AKVASTOR' | Faktiskais darbības veids neatbilst CSP noteiktam NACE kodam (31.5) |
| 3. | SIA 'ELEKTRO MEHĀNISKĀ DARBNĪCA' | Faktiskais darbības veids neatbilst CSP noteiktam NACE kodam (31.5) |
| 4. | SIA 'KLEJERA' | Uzziņu dienestu datu bāzēs informācijas nav, juridiskā adrese ir uzrādīta kļūdaini |
| 5. | SIA 'MULTISYSTEM' | Spēļu zāļu, kazino aprīkojuma izgatavošana |
| 6. | 'NEONA KVĒLE' Jordana individuālais uzņēmums | Neona reklāmas izgatavošana |
| 7. | SIA 'NEONITA LATVIJA' | Neona un LED (gaismu izstarojošās diodes) reklāmas un izkārtnes projektēšana, ražošana, uzstādīšana, pārdošana. Neona un LED dekoratīvo apgaismojuma izgatavošana interjeram. |
| 8. | SIA 'VERMERK' Latvijas-Vācijas kopuzņēmums | Uzsākts likvidācijas process ar 04.06.2008 (dalībnieku sapulces protokols N 42) |
| 9. | SIA 'ZILVERI' | Vizuāla vides reklāmas izgatavošana |

Avots: CSP nepublicētie dati

Spriežot pēc nepublicētiem CSP datiem, Latvijas apgaismes ierīču un elektrisko lampu ražošana varētu būt klasificēta kā augsti koncentrēta. Tā, 2006.gadā četru nozares lielāko uzņēmumu

Īpatsvars kopējā nozares apgrozījumā veidoja 99%. Pārējie 5 uzņēmumi bija samērā nelieli un viņiem piederēja tikai 1% no nozares kopējā realizācijas apjoma.

Turklāt arī 2006.gadam aprēķinātais Hērfindāhla – Hiršmana indekss (HHI = 7354) liecina par augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē, jo indeksa vērtība krietni pārsniedz koncentrācijas kritisko robežu (kad HHI ir augstāks var 1800 – 2000 vērtību).

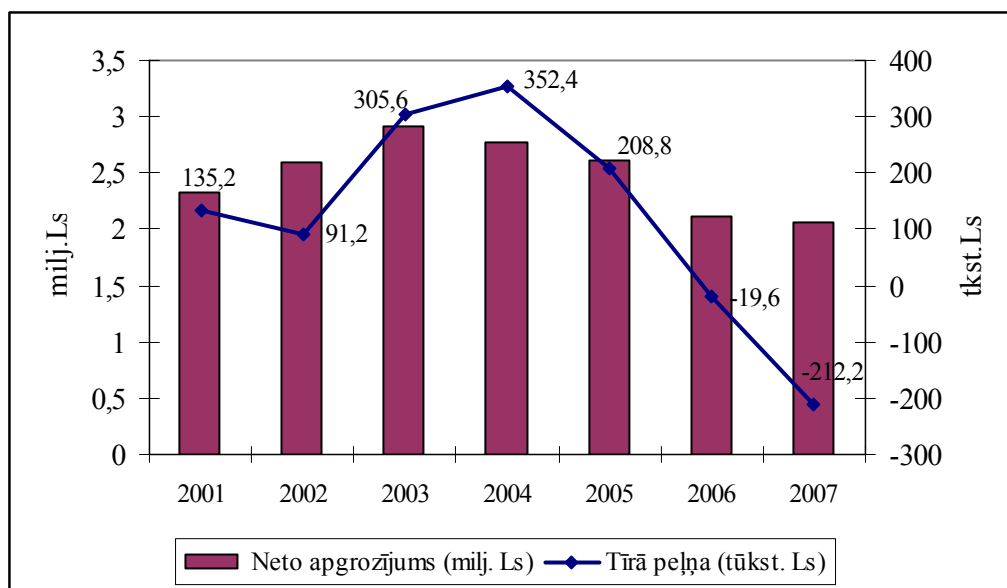
Nepieciešams atzīmēt, ka energoekonomisko tehnoloģiju attīstība un energoietaupošā aprīkojuma arvien plašāks pielietojums, redzami ietekmē apgaismes ierīču un elektrisko lampu ražošanas nozari. Tā, līdz nesenam laikam plaši izplatītās kvēlspuldzes izspiež energoekonomiskās spuldzes, tas savukārt liek kvēlspuldžu ražotājus pārorientēties vai vispār aiziet no nozares. Grūtības nozares uzņēmumiem rada arī straujais ražošanas izmaksu pieaugums un šīs tendences ir raksturīgas ne tikai Latvijai, bet arī skar citu valstu kvēlspuldžu ražotājus, piemēram, Philips slēdza ražotni Nīderlandē [3]. Kā būtiskus faktoros, ietekmējošos kvēlspuldžu pieprasījumu un tā samazinājumu, var minēt ES direktīvas gatavošanu par kvēlspuldžu izmantošanas ierobežošanu un Eiropas Spuldžu ražotāju federācijas (ESRF) aicinājumu atteikties no klasiskajām kvēlspuldzēm un lietot tikai energoekonomiskās. Tas viss rada satraukumu gan kvēlspuldžu ražotājiem, gan spuldžu tirgotājiem.

Analizējamās nozares līderis starp identificētiem (pamatojoties uz CSP npublicēto informāciju, skat. 3.13.1. tabulu) uzņēmumiem 2006. gadā bija Latvijas-Vācijas kopuzņēmums SIA „VERMERK”- kvēlspuldžu ražotājs, kas ar 2,11 miljonu latu apgrozījumu, veidoja 85% no visu uzņēmumu kopējā realizācijas apjoma. Lielākie uzņēmuma akciju turētāji - Vācijas akcionāri. Savu produkciju uzņēmums eksportēja uz Vāciju, Nīderlandi, Čehiju, Franciju, Baltijas un Dienvidamerikas valstīm. Vislielākie apjomi - 80% no saražotā, tika realizēti Vācijas tirgū.[3] Atbilstoši CSP datiem, 2007.gadā SIA „VERMERK” ir uzrādīts kā viens no 50 lielākajiem produkcijas eksportētājiem uz Vāciju.[4]

Bet, sakarā ar straujo ražošanas izmaksu (izejmateriālu, transporta, energoresursu, Latvijas apstākļos arī darbaspēka) pieaugumu, kā arī ar energoekonomisko spuldžu reklāmu, kas samazināja kvēlspuldžu pieprasījumu, uzņēmums 2007.gadu beidza ar vairāk kā Ls 0,2 milj. lieliem zaudējumiem (skat.3.13.1.att.).

Pasūtījumi dekoratīvo kvēlspuldžu ražošanai 2008. gadam bijuši vien 5 miljoni gabalu, kas ir 2,3 reizes mazāk nekā pērn (11.5 miljoni gabalu), savukārt 3,7 reizes mazāk kā 2000.gadā (18.5 miljoni gabalu), bet ražotnes jaudas ļauj saražot ap 36 miljonus gabalu ik gadu. Vēl jāmin, ka galvenais kvēlspuldžu pasūtītājs - vācu uzņēmums Paulmann Licht, atteicās izvietot Latvijā kvēlspuldžu ražošanas pasūtījumu.[3]

3.13.1. attēls. SIA „VERMERK” Latvijas-Vācijas kopuzņēmuma neto apgrozījuma un tīrās peļņas dinamika no 2001. līdz 2007. gadam



Avots: pēc CSPdatiem,[3]

Ņemot vērā augšminētos faktorus un neredzot iespējas, kā kompensēt straujo ražošanas izmaksu pieaugumu, pie dekoratīvo kvēlspuldžu ražošanas pasūtījumu krituma, 2008.gada 04.jūnijā uzņēmuma vadība pieņēma lēmumu uzsākt likvidācijas procesu (dalībnieku sapulces protokols Nr.42). [5]

Nepieciešams atzīmēt, ka daži uzņēmumi, kuri pēc CSP datiem ir klasificēti kā apgaismes ierīču un elektrisko lampu ražotāji, pēdējo gadu laikā pārkvalificējās un tagad veic citu uzņēmējdarbību.

Tā, SIA „ARLENTS” nodarbojas ar lauku tūrismu un sniedz auto pakalpojumus.

SIA „BALTIK AKVASTOR” – ražoja ierobežotā daudzumā mazas uz metāla pamatnes dekoratīvas lampiņas kā rotājumu dzīvojamās telpās, bet tagad organizē internetveikalu un piedāvā zoopreces.

SIA „ELEKTRO MEHĀNISKĀ DARBNĪCA” ar apgaismes tehnikas ražošanu nenodarbojas, ražo metāla izstrādājumus (vārtus, margas, kāpnes) un metāla kaluma izstrādājumus.

Par SIA „KLEJERA” uzziņu dienestu datu bāzēs informācijas nav (www.zl.lv, www.1188.lv), Lursoft informācijā kontakta tālruna numurs neuzrādās, pēc uzņēmuma reģistrācijas adreses ir dzīvojamā māja, kur uzrādītais dzīvokļa numurs neatbilst patiesībai (dzīvokļa Nr. 601 mājā nav). Vērtējot uzņēmumu darbības specifiku, var secināt, ka pārējie Apgaismes ierīču un elektrisko lampu ražošanas nozares tirgus dalībnieki aizņem savu noteiktu tirgus segmentu (nišu) un nekonkurē savā starpā pateicoties striktai novirzei uz savu klientu pasūtījumu izpildi, kad katrs no Latvijā ražojošiem uzņēmumiem ir novirzīts uz konkrēto preču ražošanu.

Tā, SIA „MULTISYSTEM”- nodarbojas ar spēļu zāļu, kazino aprīkojumiem un uzņēmuma tirgus daļa 2006. gadā bija 4,86%.

SIA „NEONITA LATVIJA” - projektē, ražo, uzstāda, pārdod neona un LED reklāmu, izkārtnes, dekoratīvā (alternatīvā) apgaismojuma sistēmas. [www.neonita.lv] Uzņēmuma tirgus daļa 2006. gadā bija 7,0%.

Jordana individuālais uzņēmums „NEONA KVĒLE” arī nodarbojas ar neona un argongāzes reklāmu, bet uzņēmumā strādā tikai divi pensionāri un šo uzņēmumu nevar uzskatīt par SIA „NEONITA LATVIJA” konkurentu.

SIA „ZILVERI” izgatavo vizuālo vides reklāmu (firmu izkārtnes, nosaukumu plāksnes), uzņēmumā strādā četri darbinieki.

Nobeigums

Balstoties uz CSP un citu informācijas avotu pieejamiem datiem, var secināt, ka CSP informāciju par konkrētā nozarē identificētiem tirgus dalībniekiem var izmantot tikai daļēji. Jo trīs no indeficētiem uzņēmumiem, pamatojoties uz CSP nepublicēto informāciju, faktiskais darbības veids neatbilst CSP noteiktam NACE kodam (31.5), bet Apgaismes ierīču un elektrisko lampu ražošanas nozares līderis Latvijas-Vācijas kopuzņēmums SIA „VERMERK” uzsācis likvidācijas procesu (skat. 3.13.1. tabulu.).

Pārējie uzņēmumi, kuri ir identificēti kā apgaismes ierīču un elektrisko lampu ražotāji galvenokārt ražo produkciju pēc pasūtījuma, aizņem savu noteiktu tirgus segmentu (nišu) un nekonkurē savā starpā, jo katrs no viņiem ir virzīts uz konkrēto preču klāsta ražošanu.

Esošie ekonomiskie apstākļi, straujš ražošanas izdevumu pieaugums, preču pieprasījuma samazināšana (kvēlspuldzes) un ierobežojums (cita produkcija), kā arī nozares produkcijas ražošanai nelielā pievienotā vērtība, rada jaunienācējiem nozīmīgas barjeras ienākšanai apgaismes ierīču un elektrisko lampu tirgū. Kā apliecinājumu tam var minēt, ka visas SIA „Vermerk” vadības sarunas ar potenciāliem investoriem līdz šim laikam beigušās neveiksmīgi.[3]

Sakarā ar izveidojušos situāciju nozarē un nozares līdera aiziešanu no tirgus, ir apdraudēta šīs nozares pastāvēšana.

Tāpēc šobrīd nav ekonomiskās lietderības analizēt ienākšanas barjeras Latvijas apgaismes ierīču un elektrisko lampu ražošanas nozarē, no kuras notiek uzņēmumu aizplūdums vai to darbības pārorientēšana.

Apgaismes ierīču un elektrisko lampu ražošanas uzņēmumi Latvijā bankrotē vispirms tāpēc, ka nav preču noieta vietējā tirgū, bet, lai eksportēt - tā nav konkurētspējīga.

Lai saglabātu šo un citu nozaru pastāvēšanu, nepieciešama pārdomāta, kompleksa visa ekonomiskā sektora tālākās attīstības koncepcija, tai skaitā arī Latvijas rūpniecībā.

Nepieciešama valsts iniciatīvu politika aktīvai, mērķtiecīgai rīcībai gan mūsu uzņēmumu konkurētspējas uzlabošanai, gan to eksportspēju palielināšanai.

Iesakām veikt papildus pētījumus par esošām problēmām Latvijas rūpniecības sektorā.

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti:

- 1.http://www.csb.gov.lv/csp/classifier_code/?code_id=60780
- 2.http://www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=4469&cl_cat=0&p_cid=76&p_vid=1063&p_action=2&p_list_type=2&p_list_level=0#60793
- 3.<http://business.lv/zinas-latvija/id/804/beidz-darboties-spuldzu-razotajs-sia-vermek>
- 4.http://www.liaa.gov.lv/uploaded_files/5LV_Vacija_ekon_sad_2008.05.20.pdf
- 5.www.lursoft.lv
- 6.www.zl.lv
- 7.www.1188.lv
- 8.www.neonita.lv
- 9.<http://business.lv>
10. Intervija ar nozares ekspertu SIA „Neonita Latvija”

3.14. *Automobiļu virsbūvju ražošana, piekabju un puspiekabju ražošana (34.2)*

3.14.1. *Vispārīgs nozares apraksts*

Automobiļu virsbūvju, piekabju un puspiekabju ražošana pieskaitāma mašīnbūves nozarei. Saskaņā ar Saimniecisko darbību statistiskās klasifikācijas Eiropas Kopienā, NACE 1.1.red, tai piešķirts kods 34.20 - Automobiļu virsbūvju ražošana; piekabju un puspiekabju ražošana. Nozares darbībā ietilpst: automobiļu virsbūvju ražošana, ieskaitot kabīnes; piekabju un puspiekabju ražošana; piekabju un puspiekabju daļu un aprīkojuma ražošana: piekabju šasijas, virsbūves, asis; konteineru ražošana: konteineri preču transportēšanai (ar vienu vai vairākiem transporta veidiem); konteineri atkritumu transportēšanai; piekabju un puspiekabju remonts [1]. Dotajā nozarē saražotās produkcijas kopējie realizācijas apjomi 2007.gadā salīdzinājumā ar 2006.gadu palielinājās gan kvantitatīvā, gan arī naudas izteiksmē, kā tas redzams 3.14.1.tabulā.

3.14.1. tabula. Saražotās rūpniecības produkcijas realizācija 2006.-2007.gadā pa ceturkšņiem (daudzums, tūkst.Ls)

| NACE 1.1. – 34.20 | Daudzums, gab. | | Pieaugums % | Tūkst. latu | | Pieaugums % |
|-------------------|----------------|-------|-------------|-------------|---------|-------------|
| | 2006 | 2007 | 2007/2006 | 2006 | 2007 | 2007/2006 |
| 1. ceturksnis | 1849 | 3123 | 68,90 | 3896,6 | 5385,1 | 38,20 |
| 2. ceturksnis | 1703 | 2469 | 44,98 | 4381,7 | 5569 | 27,10 |
| 3. ceturksnis | 2972 | 2694 | -9,35 | 5061,8 | 6216,4 | 22,81 |
| 4. ceturksnis | 2559 | 2544 | -0,59 | 5812,5 | 5468,7 | -5,91 |
| Kopā par gadu | 9083,0 | 10830 | 19,23 | 19152,6 | 22639,2 | 18,20 |

Avots: pēc CSP datiem

Pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes npublicētiem datiem Latvijas 34.20 nozarē 2006.gadā uzņēmumu skaits bija seši, savukārt 2005.gadā un 2004.gadā – septiņi. Tādējādi salīdzinājumā ar 2005. un 2004. gadiem uzņēmumu skaits ir samazinājies par vienu. Jaunu, reāli izveidotu uzņēmumu dotajā nozarē pēc CSP informācijas 2006. gadā nebija. (skat. 6. pielikumu). Pēc CSP datiem 2006.gadā strādājošie nozarē uzņēmumi ir atspoguļoti 3.14.2. tabulā.

3.14.2. tabula. Automobiļu virsbūvju, piekabju un puspiekabju ražojošo uzņēmumu saraksts Latvijā 2006. gadā

| N | Uzņēmuma nosaukums |
|----|---|
| 1. | „AUTAVA” SIA |
| 2. | „BALTIC SUPPLYING GROUP” SIA |
| 3. | „BUCHER-SCHOERLING BALTIC” SIA |
| 4. | „LLS BALTIC CONTAINER SERVICES” SIA |
| 5. | „MONO TRANSSERVISS” SIA |
| 6. | „RUSSO-BALT” ražošanas komercfirma, SIA |

Avots: CSP npublicētie dati

Katrs no nozares uzņēmumiem ir atradis savu konkrēto tirgus nišu Latvijas tirgū, vai arī ārpus Latvijas. Piemēram, SIA „RUSSO-BALT” nodarbojas ar vieglo automašīnu un mikroautobusu piekabju un puspiekabju ražošanu (no 500 līdz 3500 kg) ūdens motociklu, laivu, kuteru, jahtu pārvadāšanai, zirgu pārvadāšanai, ceļu tehnikas pārvadāšanai, kā arī izgatavo piekabes pēc individuālajiem pasūtījumiem. Pirmā piekabju partija tika izgatavota 1989. gadā. Galvenie uzņēmuma produkcijas realizācijas tirgi ir Lietuva, Norvēģija, Dānija un Krievija [3].

SIA „MONO TRANSSERVISS” specializējas kravas automobiļu virsbūvju ražošanā, kategorijas O4 piekabju un puspiekabju tehnikas ražošanā (produkcijas klāstā ietilpst vairāk nekā 30 nosaukumu). Galvenie produkcijas realizācijas tirgi ir Zviedrija, Somija, Dānija, Norvēģija, Krievija, Ukraina, Baltkrievija, Igaunija [4, 9].

SIA „LLS Baltic Container Services” nodarbojas ar ostas iekārtu (rolltreileru, bolsteru, kasešu, u.c.) konstruēšanu un ražošanu, liela izmēra metāla konstrukciju ražošanu, gāzes konteineru ražošanu un remontu, iekraušanas un izkraušanas tehnikas ražošanu u.c. darbības veidiem. Saražotā produkcija tiek realizēta ASV, NVS, ES valstīs un Krievijā [5, 9].

SIA „BUCHER-SCHOERLING BALTIC” ir Šveices koncerna "Bucher Industries AG" komunālo automašīnu ražotāja "Bucher Municipal" meitas uzņēmums, kas savu produkciju piegādā visā pasaulē. Uzņēmums Latvijā ražo komunālas tīrīšanas tehnikas motoragregātu, specializētas tvvertnes un citas iekārtas un ierīces [6, 20].

SIA „BALTIC SUPPLYING GROUP” izgatavo metāla konteinerus visa veida cietajiem atkritumiem un beramkravām, metāla konstrukcijas, veic metināšanas un montāžas darbus u.c. Produkcija tiek pārdota Zviedrijā, Anglijā, Holandē, Norvēģijā, daļa produkcijas tiek realizēta arī Latvijā [7, 9].

SIA „AUTAVA” nodarbojas ar kravas automašīnu pārbūvi par pasažieru automašīnām, siltuma izolācijas un autonomās apkures iekārtu uzstādīšanu, specializēta autotransporta (autokrāvēju un pašizkrāvēju) ražošanu; virsbūves ar audekla pārklājumu izgatavošanu, autopacēlāju uzstādīšanu u.c [8].

Spriežot pēc npublicētiem CSP datiem, Latvijas automobiļu virsbūvju, piekabju un puspiekabju ražošana varētu būt klasificēta kā augsti koncentrēta. Tā 2006.gadā četru nozares vislielāko uzņēmumu īpatsvars kopējā nozares apgrozījumā veidoja 93%. Turklāt arī 2006.gadam aprēķinātais Hērfindāhla – Hiršmana indekss (HHI = 2929) (Pielikums 5) liecina par augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē, jo indeksa vērtība krietni pārsniedz koncentrācijas kritisko robežu (kad HHI ir augstāks var 1800 – 2000 vērtību).

Tomēr, no sniegtā 34.20. nozares reģistrēto uzņēmumu darbības apskata var redzēt, ka katrs no tiem specializējas noteiktas produkcijas ražošanā. Produkcija galvenokārt tiek izgatavota pēc pasūtījuma un ievērojama tās daļa (vairāk kā 70%) tiek eksportēta, jo pieprasījums vietējā tirgū ir

neliels. Pēc nozares ekspertu atzinumiem reālie Latvijas uzņēmēju konkurenti ir Eiropas uzņēmumi (Polijas, Igaunijas u.c.), kas ražo analogisku produkciju, savukārt Latvijā dotajā nozarē konkurence praktiski nepastāv.

3.14.2. Tirgū ienākšanas barjeru analīze

3.14.2.1. Ekonomiskie ierobežojumi

Tirgū ienākšanas barjeras Latvijas Automašīnu virsbūvju ražošanas, piekabju un puspiekabju ražošanas nozarē ir cieši saistītas ar produkcijas īpatnībām un prasībām, kas tiek izvirzītas pret ražošanas materiāli tehnisko bāzi.

Automašīnu virsbūvju, piekabju, konteineru un cita aprīkojuma veida automašīnām ražošanai nepieciešama lielu ražošanas un noliktavu (materiālu un gatavās produkcijas uzglabāšanai) platību sagatavošana, atbilstoša aprīkojuma iegāde, nepieciešamo materiālu sagatavošana (galvenokārt no alumīnija un tērauda), augsti kvalificēta darbaspēka piesaiste (tā apmācība), licenču saņemšana darbu izpildei u.c. (skat. 1.1. barjeras aprakstu A tabulā)

Tā, piemēram, jauna ražošanas korpusa celtniecībai SIA „BUCHER-SCHOERLING BALTIC” komunālo automašīnu ražotnei Ventspilī tika noslēgts nomas līgums par aptuveni 5 hektāriem zemes, kur tika izbūvētas telpas 4400 m² platībā. Celtniecības izmaksas sastādīja 3 miljonus latu [6]. Cita dotajā tirgū strādājoša kompānija – SIA "Baltic Supplying Group" (metāla konteineru ražošana) savu ražošanu realizē 3 slēgtos cehos ar kopējo platību 10000 m² [7].

Saskaņā ar nozares ekspertu vērtējumiem ražošanas telpu platība, kas nepieciešama produkcijas ražošanai dotajā sfērā, nevar būt mazāka par 2000 m², kas paredz vēl lielākas zemes platības iegādi vai nomāšanu ražošanas darbības izvērsīšanai.

Tādējādi sākotnējie ieguldījumi ražošanas uzsākšanai (organizācijai) ir samērā ievērojami, tie saistīti ar dotās darbības specifiku: ražojamo produkciju, tās ražošanas tehnoloģiju, prasībām, kas tiek izvirzītas kvalitātei. Šo iemeslu dēļ potenciālajiem konkurentiem ir jāreķinās ar ievērojamu starta kapitālu.

Pārvarēt šādu barjeru pēc nozares ekspertu viedokļa šobrīd reāli visdrīzāk var kāds ārvalstu investors, kas ir ieinteresēts organizēt (vai paplašināt) biznesu Eiropas Savienības teritorijā, orientējot produkcijas noietu trešajās valstīs (vispirms jau Krievijā).

Par barjeru potenciālajam konkurentam var kļūt augsts minimālo darbības apjomu līmenis, kas nodrošina tās efektivitāti. (skat. 1.2. barjeras aprakstu A tabulā)

Lai novērtētu dotās barjeras būtiskumu analizējamā nozarē, aplūkosim jau sen un veiksmīgi nozarē strādājošās ražošanas komercfirmas SIA „RUSSO-BALT” ienesības finanšu rādītājus salīdzinājumā ar vidējiem nozares rādītājiem (skat. 3.14.2. tabulu).

3.14.2. tabula. Darbības efektivitātes (ienesīguma) rādītāji Latvijas automobiļu virsbūvju, piekabju un puspiekabju ražošanas nozarē (34.20) un ražošanas komercfirmā SIA „RUSSO-BALT” 2006.gadā

| Rādītāji | „RUSSO-BALT” ražošanas komercfirmā, SIA | Vidējais līmenis 34.20 nozare (pēc NACE 1.1.red.) | Mediāna 34.20. nozare (pēc NACE 1.1.red.) |
|------------------------|--|--|--|
| Bruto peļņas robeža, % | 35,03 (1. vieta nozarē) | 18,69 | 16,45 |
| Aktīvu atdeve, % | 0.26 (5. vieta nozarē) | 11,11 | 3,27 |
| Kapitāla atdeve, % | 0.78 (5. vieta nozarē) | 16,87 | 11,64 |

Avots: Lursoft nepublicētie dati

Tabulā uzskatāmi redzams, ka ražošanas komercfirma SIA „RUSSO-BALT” pārliecinoši ieņem līderpozīcijas savā nozarē pēc realizācijas rentabilitātes (Bruto peļņas robežas rādītājs), kas liecina par uzņēmuma menedžeru prasmi efektīvi vadīt procesus, kuri saistīti ar produkcijas ražošanu.

Sasniegt racionālu ražošanas organizāciju un efektīvu darbību ir grūti darbības sākuma posmā. Pēc nozares ekspertu vērtējumiem ražošanas kompānijās stabila peļņa parasti parādās tikai ap 5. – 7. darbības gadu. Firmai SIA „RUSSO-BALT” ir daudzu gadu pieredze šajā jomā (no 1989. gada) [3]. Tādējādi augstais realizācijas rentabilitātes līmenis dotajā kompānijā atspoguļo veiksmīgi izveidoto ražojamās produkcijas sortimentu un lielo darba pieredzi.

Analizējot Aktīvu atdeves un Kapitāla atdeves rādītājus, var novērot, ka to līmenis ir ļoti zems (attiecīgi 0,26% un 0,78%), kas liecina par to, ka kompānija nepietiekami efektīvi izmanto aktīvus (vai arī ir lieki, neizmantoti aktīvi) un ir zema dibinātāju ieguldītā kapitāla konkrētajā uzņēmumā atdeve. Tai pat laikā Aktīvu atdeves (11,11%) un Kapitāla atdeves (16,87%) vidējie nozares rādītāji liecina par to, ka dotajā nozarē ir iespēja efektīvi strādāt ar apmierinošu kapitāla atdevi.

Tādējādi dotās barjeras esamība potenciālajiem konkurentiem, protams, ir analizējama jo peļņa ražošanas uzņēmumā ir sagaidāma ievērojami vēlāk nekā citās nozarēs (sakarā ar pakāpenisku izmantojamo ražošanas jaudu palielināšanu). Tomēr efektīvu darbības mērogu var sasniegt, un sekojošais darbs nozarē, kā tas redzams 3.14.2.tabulā, var būt pietiekami efektīvs. Saskaņā ar nozares ekspertu viedokli darbības sākuma posmā uzņēmējam nepieciešams noteikts valsts atbalsts, piemēram, palīdzība varētu izpausties kā iespēja neveikt nodokļu avansu maksājumus, kamēr netiks stabilizēts realizācijas process. Tāpat eksperti uzskata – lai uzņēmējs varētu strādāt ražošanas nozarē, viņam ir rūpīgi un vispusīgi jāsagatavojas, tikai tādā gadījumā darbība būs stabila un ienesīga.

Nākamā ekonomiskā barjera – jau strādājošo nozarē uzņēmumu absolūtais pārākums izdevumu līmeņa ziņā – jaunienācējiem (skat. 1.3. barjeras aprakstu A tabulā) izpaužas apstākļi, ka savas

darbības laikā strādājošie uzņēmumi jau ir noregulējuši sakarus ar materiālu un komplektējošo daļu piegādātājiem, noslēguši sadarbības līgumus ar sev izdevīgiem noteikumiem. Tāpat ir izveidots klientu (pasūtītāju) loks, ir nodrošināta normāla ražošanas jaudu slodze, kas gala rezultātā ļauj minimizēt ražojamās produkcijas vienības pašizmaksu. Turklāt strādājošajiem uzņēmumiem ir noteiktas priekšrocības salīdzinājumā ar jaunienācējiem ražošanas un pārvaldes procesu organizācijā un pilnveidošanā. Tomēr uzņēmumu specializācija noteikta produkcijas veida pasūtījumiem noteiktiem transporta veidiem izpildē neļauj tirgus dalībnieku vidū gūt absolūto pārākumu izdevumu līmenī. Pēc nozares ekspertu domām dotās barjeras ietekmes nozīmīgumu samazina arī iespēja uzņēmējiem izvēlēties nozarē patērējamo materiālu resursu piegādātājus.

Barjeru, kas saistīta ražošanas uzņēmumu piekļuvei kredītu un investīciju resursiem (skat. 1.4. barjeras aprakstu A tabulā), nozares eksperti atzīst par nozīmīgu. Nepastāv īpaši valsts atvieglojumi investīciju piesaistes vai kredītu piešķiršanas jomā. Šķēršļi kredītu piešķiršanas jomā var rasties absolūti jaunam uzņēmumam bez savas „kredītvēstures”. Veiksmīgi strādājošie uzņēmumi var saņemt kredītu, ja tie par nodrošinājumu izmanto nekustamos īpašumus. Komerbankas ļoti uzmanīgi kreditē ražošanas uzņēmumus, paildinot jautājuma par kredīta piešķiršanu risināšanu. Turklāt bankas parasti izvairās sniegt kredītus ražošanas iekārtu iegādei. Šiem mērķiem uzņēmumi izmanto līdzekļus no Eiropas Savienības fondiem. Savukārt „Eiropas naudas” saņemšanas procedūra ir samērā sarežģīta un birokrātiska. Rezultātā ievērojamas naudas summas tiek izmantotas nevis konkrētam mērķim, bet gan saņemto pakalpojumu apmaksai. Potenciālais konkurents var samazināt šīs barjeras, par investoriem piesaistot ārzemju kompānijas un privātpersonas.

Spriežot pēc aptaujas gaitā sniegtajiem nozares ekspertu skaidrojumiem, par būtisku barjeru darbības uzsākšanai dotajā nozarē var uzskatīt arī pastāvošos ekonomiskos riskus. (skat. 1.5. barjeras aprakstu A tabulā). Pie tiem ir jāpieskaita arī nozarē pastāvošais darbaspēka deficīts, kas īpaši saistīts ar kvalificētu inženieru – tehnisko speciālistu trūkumu. Mašīnbūves un Metālapstrādes Rūpniecības Uzņēmēju asociācijas veiktajā pētījumā tika aprēķināts papildu nepieciešamo inženiertehnisko speciālistu kopējais skaits 2005.-2009.g. – 13257 cilvēki [10]. Neraugoties uz to, ka valsts veic pasākumus, lai palielinātu jaunu speciālistu skaitu tehniskajās specialitātēs (palielinot budžeta vietas Tehniskajā Universitātē, piedāvājot atvieglojumus ienākuma nodokļa nomaksai), tomēr perspektīvā līdz 2014.gadam pēc šī paša pētījuma datiem pieprasījums pēc darba resursiem joprojām pārsniegs to piedāvājumu. No tā visa izriet, ka jaunu uzņēmumu grūtības darbaspēka piesaistē padziļina nozarē esošais darbaspēka deficīts.

Atsevišķi uzņēmumi saskaras ar materiālu un komplektējošo daļu deficītu, kas raksturo ražošanas risku pastāvēšanu. Tā intervijā ar kompānijas SIA „MONO TRANSSEVISS”

pārstāvi izdevās uzzināt, ka tai pagājušajā gadā bija vērojams komplektāciju deficīts, kompānija nevarēja iekļauties pasūtītāja noteiktajos termiņos, jo rezerves detaļu piegāde ieilga gandrīz gada garumā. Ņemot vērā, ka dotajā nozarē vairumā gadījumu uzņēmumi ražo nevis standarta produkciju, bet gan izpilda individuālus pasūtījumus, tad risks laikus nesaņemt nepieciešamos (specifiskos) materiālus pastāv visiem ražotājiem (esošajiem un potenciālajiem). Doto risku samazināt var paši uzņēmēji, pastiprinot ražošanas procesa gaitas kontroli, kā arī pastiprinot uzņēmumu ietekmi uz piegādātājiem, diversificējot un dublējot piegādātājus un realizējot citus pasākumus.

Par barjeru potenciālajiem konkurentiem var uzskatīt resursu cenu kāpumu, tai skaitā: nozarē izmantojamo pamatmateriālu (alumīnijs, tērauds) cenu paaugstināšanos, energoresursu sadārdzināšanos, darba algas palielināšanos utt. Esošajā ekonomiskajā situācijā uzņēmējam ir regulāri jāveic korekcijas savā biznesa plānā, savlaicīgi ņemot vērā ārējās vides, cenu izmaiņas un citus faktorus, nepieļaujot darbību ar zaudējumiem.

Vērtējot muitas režīma ietekmi uz potenciālajiem jaunienācējiem (skat. 1.6. barjeras aprakstu A tabulā), varētu secināt, ka šo šķērslī nevar uzskatīt par nozīmīgu, jo līdz ar Latvijas iestāšanos ES tika atcelti visi ierobežojumi produkcijas vai izejvielu ievēšanai vai izvešanai vienotās Eiropas ekonomiskās telpas ietvaros. Savukārt piemērojami muitas tarifi Latvijas produkcijas eksportam uz trešajām valstīm neveido nozīmīgus šķēršļus ikgadēji augošam Latvijā ražotās produkcijas eksportam.

3.14.2.2. Administratīvie/organizatoriskie ierobežojumi

Pārsvarā nozares uzņēmumu darbību nosaka tās pašas normatīvo aktu prasības, kas nosaka jebkura uzņēmuma darbību Latvijas Republikā. Tomēr ir virkne prasību, kas raksturīga rūpniecības uzņēmumiem. (skat. A tabulas 2.1. - 2.4. barjeras aprakstu).

Tā ir nepieciešamība marķēt noteiktas preču grupas atbilstoši likumdošanas prasībām, piemēram, CE marķējums, kas norāda, ka prece izgatavota Eiropas Savienībā un atbilst tajā noteiktajām kvalitātes prasībām [11].

Lai apstiprinātu uzņēmuma darbības un produkcijas kvalitāti un tādējādi veicinātu kvalitatīvas produkcijas noietu, uzņēmumi var ieviest kvalitātes sistēmu atbilstoši neobligātiem standartiem, piemēram, ISO 9001:2000 [12].

Tomēr prakse liecina, ka sertifikāta (KVS) iegūšanas procedūra automobiļu virsbūvju ražošanā; piekabju un puspiekabju ražošanā ir ļoti laikietilpīgs un dārgs process, kas saistīts ar dažādas dokumentācijas kārtošānu, kā arī ar virkni noteikumu, kuri obligāti jāievēro. Sertifikāciju ir ne tikai ļoti grūti iegūt, bet arī ir sarežģīti nodrošināt sertifikāciju nākotnei, tāpēc, ka Kvalitātes

Vadības Sistēmas standarti tiek regulāri papildināti un izmainīti. Šo apstākļu dēļ sertifikācija ir nozīmīga barjera, jo īpaši jauniem tirgus dalībniekiem.

Vides jomā jaunām ražotnēm būtisks ir likums „Par ietekmes uz vidi novērtējumu”, kas definē kārtību šāda novērtējuma veikšanai [13]. Jebkuras rūpnīcas darbības uzsākšanas gadījumā ir jāievēro prasības, kas ir saistītas ar kanalizācijas sistēmas ieviešanu un atkritumu apsaimniekošanu. Turklāt ir nepieciešams arī saņemt atļauju piesārņojumu veikšanai, 34.2 nozares profila uzņēmumiem pārsvarā piešķir „B” piesārņošanas kategoriju. Papildus likuma prasībām, uzņēmumiem jāņem vērā arī tirgus izvirzītās prasības, kas, lai gan nav obligātas, tomēr ir nepieciešamas, lai apliecinātu uzņēmuma vai tā produkcijas kvalitāti. Pie šādām prasībām pieder atbilstība vides standartam EN ISO 14001:1996, kas veicina videi draudzīgu vai vidi saudzējošu darbību.

Vēl viena būtiska prasību joma ir darba drošība. Tā kā gandrīz puse no Latvijā notiekošajām darba traumām notiek apstrādes rūpniecībā, likumdošana izvirza uzņēmumiem noteiktas prasības, kas iestrādātas Darba aizsardzības likumā, Darba likumā, MK noteikumos „Par mašīnu drošību” u.c. Arī šajā jomā ir aktuāls standarts darba drošības un veselības aizsardzības nodrošināšanai OHSAS 18001 [11].

Lai stimulētu uzņēmumu investīcijas vides aizsardzības un darba drošības standartu ieviešanā, uzņēmumiem 2004.gadā bija iespēja piesaistīt Eiropas reģionālā attīstības fonda līdzekļus, iesniedzot projektu Latvijas investīciju un attīstības aģentūrā (LIAA). Atbilstoši LIAA datiem, nozares uzņēmumi šajā un citās atbalsta programmās pieprasījuši apmēram 10-15% no pieejamajiem līdzekļiem [11].

Pēc nozares ekspertu domām bieži par nopietnu barjeru jaunas ražošanas organizācijā kļūst šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanai īpašumā vai nomāšanai pastāvošo īpašuma izmantošanas ierobežojumu dēļ. Tāpat eksperts norādīja, ka dažādu politisko spēku spiediena rezultātā bieži mainās teritoriālais zonējums, kas var kļūt par nopietnu problēmu uzņēmējam, kurš ir jau iztērējis pietiekami daudz līdzekļu un laika jaunas ražošanas organizācijai. Dotās procedūras sakārtošana ļautu samazināt doto barjeru līdz minimumam.

3.14.2.3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotas barjeras

Tā kā esošās kompānijas dotajā nozarē darbojas jau ilgu laiku, tām ir izveidojusies pozitīva pieredze, lietišķie sakari, ir noslēgti sadarbības līgumi ar piegādātājiem un pasūtītājiem un līdz ar to tām ir noteiktas priekšrocības salīdzinājumā ar jaunajiem tirgus dalībniekiem. (skat. A tabulas 3.barjeras aprakstu). Tomēr pēc nozares ekspertu domām dotā priekšrocība nebūt nav tik ievērojama, jo uzņēmumi galvenokārt strādā pie pasūtījumu izpildes un tieši realizē produkciju

pasūtītājam, tie brīvi var atrast materiālu piegādātājus. Savukārt ilgtermiņa līgumi nozarē netiek praktizēti, tādēļ nepastāv efektīva vertikālā integrācija.

3.14.2.4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība

Tirgus infrastruktūras neatbilstība kā šķērslis jauniem tirgus dalībniekiem varētu būt klasificējama kā vidēji nozīmīgs. (skat. A tabulas 4. barjeras aprakstu). Esošie uzņēmumi jau sen izmanto gadiem veidoto infrastruktūru attiecībā uz pārvadājumu sistēmas organizāciju, informācijas kanālu lietošanu, noliktavu būvēšanu un aprīkošanu. Savukārt absolūti jaunam tirgus dalībniekiem šo problēmu risināšanai ir jāpatērē ievērojams laiks un līdzekļi. Par visbūtiskāko trūkumu infrastruktūrā nozares eksperti atzinuši Latvijas ceļu slikto stāvokli, kas palielina laika patēriņu pārvadājumiem, papildus izdevumus remontam, apgrūtina piebraukšanu ostai u.c. Citi infrastruktūras elementi: transporta līdzekļi un sakari, informācijas pieejamība, informācijas ieguve, līzings pakalpojumu sniegšanas dienestu pieejamība Latvijā atrodas pietiekami augstā attīstības līmenī un uzņēmumiem ir pieejami.

3.14.2.5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras

Pēc nozares ekspertu domām nozarē strādājošo uzņēmumu stratēģijas nerada nopietnas barjeras potenciālajiem konkurentiem (skat. A tabulas 5. barjeras aprakstu). Katrs uzņēmums nozarē ir izvēlējis savu darbības virzienu un specializējas noteiktas produkcijas ražošanā, realizējot savu uzvedības stratēģiju tirgū. Nozarē pastāv iespējas attīstībai un izaugsmei. Nākamo veiksmīgo nozares attīstību eksperti saskata iespējā apvienoties strādājošajiem uzņēmumiem kooperatīvos ar mērķi apvienot un efektīvāk izmantot to ekonomisko potenciālo jaunu produkcijas veidu ar augstu pievienoto vērtību izstrādei.

Ražošanas, zinātnisko un mācību iestāžu spēku apvienošanas stratēģiju (saistīto nozaru klasteru veidošanu) ar mērķi nostiprināt starptautisko konkurētspēju, inovatīvu produktu un darbības veidu attīstību ir noteikusi un atbalsta Latvijas Ekonomikas ministrija. 2008.gadā Latvijā plānots uzsākt Eiropas Savienības struktūrfondu līdzfinansētu klasteru attīstības atbalsta programmu, kuras ietvaros tiks piedāvāts atbalsts uzņēmumu klasteru attīstībai [14].

Tādējādi situācija, kas izveidojusies nozarē, pēc nozares ekspertu domām ir labvēlīga, lai tajā ienāktu jauni uzņēmumi un tiktu realizētas jaunas idejas.

3.14.2.6. Preču pieprasījuma ierobežojumi

Latvijas vietējā tirgus ietilpība ir ierobežota (skat. A tabulas 6. barjeras aprakstu). Šobrīd tas ir piesātināts ar dažādiem automobiļu piekabju un puspiekabju produktiem, tādēļ patērētājam ir plašas izvēles iespējas. Šī iemesla dēļ produkcijas ražotāji atrod sev pircējus aiz Latvijas robežām, eksportējot produkciju gan uz ES valstīm, gan arī uz trešajām valstīm. Kā jau tika

norādīts iepriekš – vairāk kā 70% no nozarē saražotās produkcijas šobrīd tiek realizēti ārpus valsts robežām. Pēc nozares ekspertu atzinumiem pircēju un pasūtītāju meklēšana ārpus valsts nebūt nav vienkārša, tādēļ uzņēmumiem ir nepieciešama palīdzība no valsts puses. Lai arī Latvijā pastāv daudzas organizācijas, kuru pienākumos ietilpst eksporta veicināšana, tomēr, saskaņā ar eksperta vārdiem, reālu palīdzību uzņēmumi nesaņem. Vispirms jau šāda palīdzība ir nepieciešama, lai sagatavotu izstādes Latvijā, organizētu uzņēmumu dalību starptautiskās izstādēs, nodrošinātu juridisku aizsardzību Latvijas uzņēmumiem konflikta situācijās ar ārvalstu firmām, lai izveidotu labas Interneta mājas lapas u.tt.

Tādējādi nozarē ražotās produkcijas ierobežota pieprasījuma esamība kļūst par nopietnu barjeru dotajā tirgū ienākošajiem ražotājiem.

A. tabula. Jaunienācēju draudu (tirgus barjeru) novērtēšana Latvijas automobiļu virsbūvju ražošanas; piekabju un puspiekabju ražošanas nozarē (NACE 1.1 - 34.20)

| Barjeras veids | Vai konkrētā barjera būtu likvidējama vai tās ietekme samazināma. Nepieciešamie pasākumi to īstenošanai | Barjeras ietekmes nozīmīgums | | | Īss apraksts (kāpēc, analizējot konkrēto barjeru, tiek uzskatīts, ka barjeras ietekme ir nenozīmīga/nozīmīga, ļoti nozīmīga) |
|--|--|------------------------------|----------|---------------|---|
| | | Nenozīmīga | Nozīmīga | Ļoti nozīmīga | |
| 1. Ekonomiskie ierobežojumi | | | | | |
| 1.1. Nepieciešami liela apjoma kapitālieguldījumi, investīcijas, starta kapitāls (dārgu aprīkojumu dēļ, dārgu izejvielu dēļ, augstu nodokļu dēļ, reģistrācijas, licenzēšanas izdevumu dēļ) | Barjeras esamība ir saistīta ar nozares un konkrētās ražošanas specifiku. Tās ietekme praktiski nevar būt samazināma. Pārvarēt šādu barjeru pēc nozares ekspertu viedokļa visdrīzāk var kāds ārvalstu investors, kas ir ieinteresēts organizēt (vai paplašināt) biznesu Eiropas Savienības teritorijā, orientējot produkcijas noietu trešajās valstīs (vispirms jau Krievijā). | | | ✓ | Ir nepieciešams liels starta kapitāls: – lai iegādātos vai iznomātu platības ziņā lielus zemes gabalus ražošanas ēku un būvju celtniecībai; – lai iegādātos ražošanai nepieciešamo aprīkojumu; – lai iegādātos ražošanas materiālus (alumīniju un tēraudu); – lai nodrošinātu nepieciešamo ražojamās produkcijas kvalitātes līmeni. |
| 1.2. Minimālais efektīvās darbības apjoma līmenis (<i>ražošanas mēroga efekts</i>) | Barjeras ietekme būtu samazināma speciālo valsts atbalsta programmu jaunienācējiem īstenošanas gadījumā. Uzņēmējs (potenciālais konkurents) var pats samazināt dotās barjeras ietekmi, iepriekš vispusīgi sagatavojoties darbam nozarē. | | ✓ | | Peļņas iegūšana jaunā ražošanas uzņēmumā aizņem daudz ilgāku laiku nekā citās nozarēs (vidēji 5-7 gadus). Tomēr efektīva darbības mēroga sasniegšana ir iespējama, darbs nozarē, kā tas redzams 2.3. tabulā, var būt pietiekami efektīvs. |
| 1.3. Absolūtais pārākums izdevumu līmenī | Dotās barjeras ietekmi uzņēmējs (potenciālais konkurents) var samazināt, izvēloties savu, atšķirīgu no citiem, darbības virzienu, ražojot konkrētiem pasūtījumiem domātu | | ✓ | | Nozarē strādājošajiem uzņēmumiem ir salīdzinoši vieglāk panākt pārākumu izdevumu līmenī, tomēr nozares produkcijas daudzveidība un uzņēmumu specializācija noteikta produkcijas veida pasūtījumiem |

| | | | | | |
|---|--|---|---|--|--|
| | produkciju. | | | | noteiktiem transporta veidiem izpildē neļauj tirgus dalībnieku vidū gūt <i>absolūto</i> pārākumu izdevumu līmenī. Labvēlīgs ārējais faktors ir nozarē patērējamo materiālo resursu piegādātāju izvēles iespēju esamība. |
| 1.4. Investīciju piesaiste un kredītu izmantošanas/ piešķiršanas nosacījumi | Barjeras ietekme būtu samazināma naudas saņemšanas no Eiropas fondiem procedūras vienkāršošanā. Potenciālais konkurents var samazināt barjeras ietekmi, piesaistot ārzemju kompāniju un privātpersonu investīcijas. | | ✓ | | Īpaši valsts atvieglojumi investīciju piesaistes vai kredītu piešķiršanas jomā nepastāv. Šķēršļi kredītu piešķiršanas jomā var rasties absolūti jaunam uzņēmumam bez savas „kreditvēstures” Komercbankas izvairās piešķirt kredītus ražošanas iekārtu iegādei, galvenokārt izsniedz kredītus tikai pret nekustamā īpašuma ķīlu. Lai iegādātos ražošanas aprīkojumu, uzņēmumi var izmantot līdzekļus no Eiropas fondiem. Taču „Eiropas naudas” saņemšanas procedūra ir ļoti sarežģīta un birokrātiska. |
| 1.5. Ekonomiskie riski (izejvielu cenu pieaugums, finanšu riski (valūtas)) | Barjeras ietekme būtu samazināma, kompleksi valsts līmenī risinot jautājumus, kas saistīti ar Latvijas ražošanas nozarēm nepieciešamo speciālistu sagatavošanu. Esošos ražošanas riskus var samazināt paši uzņēmēji, pastiprinot ražošanas procesa gaitas kontroli. | | ✓ | | Materiālo un darba resursu (tērauds, alumīnijs, elektroenerģija, darba algas) cenu kāpums. Individuālu pasūtījumu izpildei nepieciešamo materiālu un komplektējošo daļu deficīts. Kvalificētu darba resursu deficīts. |
| 1.6. Muitas režīmi, cenu un tarifu noteikšana | Barjera praktiski nav likvidējama, izņemot gadījumus, kad starpvalstu vienošanās rezultātā tiek atviegloti ārējas tirdzniecības nosacījumi (mainās tirdzniecības režīms, | ✓ | | | Neskatoties uz muitas nodokļa esamību produkcijas eksports turpina pieaugt gan uz Eiropas Savienības valstīm, gan uz trešajām valstīm. |

| | | | | | |
|--|--|---|---|--|---|
| | palielinās vai tiek atcelts kvotu apjoms, samazinās tarifi) | | | | |
| 2. Administratīvi ierobežojumi | | | | | |
| 2.1. Uzņēmējdarbības veidu licencēšana | - | ✓ | | | Darbības uzsākšanai nav nepieciešamas kādas speciālas atļaujas. |
| 2.2. Preču ieviešanas un izvešanas aizliegumi vai ierobežojumi noteiktā teritorijā | - | ✓ | | | Nav konstatēti |
| 2.3. Šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanai vai nomāšanai | Barjeras ietekme būtu samazināma, sakārtojot zemes vai telpu ražošanas darbības veikšanai iegādes procedūru. | | ✓ | | Jaunas ražošanas organizēšanā par nopietnu problēmu kļūst nepieciešamā zemes gabala vai telpu iegāde vai iznomāšana pastāvošo īpašuma izmantošanas ierobežojumu dēļ. |
| 2.4. Kvalitātes prasības un ekoloģiskie ierobežojumi (aizliegums paplašināt noteikta preču tirgus darbības apjomu, celt jaunus ražošanas objektus, ierobežojumi transporta komunikāciju izveidei, dažādu vides aizsardzības institūciju noteiktie aizliegumi u.c.) | Barjeras ietekme būtu samazināma, plašāk informējot uzņēmējus un pieejamajos (speciālajos) informācijas avotos sniedzot aktuālo informāciju par darbības reglamentāciju atsevišķās nozarēs, kā arī par iespējamajiem finansēšanas avotiem, kas ļautu uzņēmumiem iegādāties nepieciešamos sertifikātus. | | ✓ | | Lai apstiprinātu uzņēmuma darbības un <i>produkcijas kvalitāti</i> un tādējādi veicinātu kvalitatīvas produkcijas noietu, uzņēmumi var ieviest kvalitātes sistēmu atbilstoši standartiem - ISO 9001:2000. <i>Vides jomā</i> jaunām ražotnēm svarīgi ir ievērot likuma „Par ietekmes uz vidi novērtējumu” prasības un darbības atbilstību vides standartam - EN ISO 14001:1996. Būtiska prasību joma ir <i>darba drošība</i> . Ir jāievēro prasības, kas iestrādātas Darba aizsardzības likumā, Darba likumā, MK noteikumos „Par mašīnu drošību”, darba drošības un veselības aizsardzības nodrošināšanas standartu - OHSAS 18001. |
| 3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Brīva pieejamība resursiem un /vai realizācijas kanāliem, korporatīvo sakaru | Barjeras ietekme uz konkurences vidi nozarē nav nozīmīga | | ✓ | | Uzņēmumi galvenokārt strādā pie pasūtījumu izpildes un realizē savu produkciju tieši |

| | | | | | |
|--|---|--|---|---|---|
| priekšrocības. | Potenciālais konkurents var samazināt barjeras ietekmi, izveidojot savu sadarbības partneru loku. | | | | pasūtītājam. Pastāv materiālu piegādātāju izvēle. Ilgtermiņa līgumi nozarē netiek praktizēti. |
| 4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība | | | | | |
| Nodrošinājums ar komunikācijām (transporta un sakaru), noliktavām, tirdzniecības platībām, informāciju, ceļiem. | Barjeras ietekme uz konkurences vidi nozarē nav nozīmīga | | ✓ | | Esošie uzņēmumi jau sen izmanto gadiem veidoto infrastruktūru attiecībā uz pārvadājumu sistēmas organizāciju, informācijas kanālu lietošanu, noliktavu būvēšanu un aprīkošanu. Savukārt jauniem tirgus dalībniekiem būs nepieciešams lielāks laika un līdzekļu patēriņš šo jautājumu risināšanai. |
| 5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Produkcijas realizācijas apstākļu noteikšana, Valsts pasūtījumu izpilde | Barjeras ietekme nenozīmīga | | ✓ | | Katrs nozares uzņēmums specializējas savas produkcijas ražošanā un veido un realizē savu uzvedības stratēģiju tirgū. Nozarē pastāv iespējas attīstībai un izaugsmei. |
| 6. Preču pieprasījuma ierobežojumi | | | | | |
| Tirgus piesātinātība ar produktu un aizstājējproduktiem, pieprasījuma apmierināšanas līmenis (patērētāju pirktspēja) sasniegšana, preču pieprasījuma iespējamie ierobežojumi | Barjera nevar būt likvidējama vietējā tirgus ierobežotības dēļ, bet ir jāmeklē papildus iespējas palielināt noietu, eksportējot produkciju ārpus Latvijas. Nepieciešama reāla valsts palīdzība produkcijas virzīšanā uz eksportu. | | | ✓ | Latvijas vietējā tirgus ietilpība ir ierobežota, kas būtiski apgrūtina jaunu dalībnieku ienākšanai tirgū |

Avots: RSEBAA apkopojums

Nobeigums

Pēc tirgū ienākšanas barjeru veiktās analīzes kopējo konkurences vidi Latvijas automobiļu virsbūvju, piekabju un puspiekabju ražošanas nozarē nevar viennozīmīgi raksturot tikai ar koncentrācijas indeksiem (CR4 un HHI).

Trīs gadu laikā (2004.g.-2006.g.) nozarē strādājošo uzņēmumu skaits gandrīz nemainījās, kas var liecināt par dalībnieku sastāva stabilizēšanos. Katrs no šiem uzņēmumiem specializējās noteiktas (no citiem atšķirīgas) produkcijas ražošanā un praktiski neveido konkurenci pārējiem tirgus dalībniekiem.

Produkcijas pieprasījums Latvijas tirgū ir neliels, tirgus ir piesātināts ar produkciju. Vairāk kā 70% no Latvijā saražotās produkcijas tiek eksportēti, tādēļ saskaņā ar nozares ekspertu atzinumiem reālie Latvijas uzņēmumu konkurenti ir Eiropas uzņēmumi (Polijas, Igaunijas u.c.), kas ražo analogisku produkciju.

Visievērojamākās barjeras ienākšanai dotajā nozarē ir nepieciešamība pēc nozīmīga starta kapitāla, augsts minimālo darbības apjomu līmenis, kas nodrošinātu tās efektivitāti, resursu cenu kāpums un vietējā tirgus ierobežotība. Pārvarēt tās pēc nozares ekspertu viedokļa šobrīd reāli var kāds ārvalstu investors, kas ir ieinteresēts organizēt (vai paplašināt) biznesu Eiropas Savienības teritorijā, orientējot produkcijas noietu trešajās valstīs (vispirms jau Krievijā).

Balstoties uz paveikto analīzi LR Ekonomikas ministrijai un LR Konkurences padomei var ieteikt:

1. Izmantot efektīvākus eksporta atbalsta un stimulēšanas pasākumus, Piemēram, sniegt palīdzību noieta tirgu meklēšanā un nozares uzņēmumu produkcijas virzīšanā eksportam (pasūtītāju meklēšana, izstāžu sagatavošana Latvijā, uzņēmumu dalības starptautiskās izstādēs organizēšana u.c.), juridiskas aizsardzības sniegšana Latvijas uzņēmumiem konfliktu situācijās ar ārvalstu firmām, palīdzība labu Interneta mājas lapu izveidē u.c.
2. Veicināt vietējo uzņēmumu sadarbību caur savstarpējo kooperāciju un uzņēmumu klasteru veidošanu.
3. Jauniem uzņēmumiem atlikt nodokļu avansa maksājumu veikšanu līdz produkcijas realizācijas procesa stabilizācijai.
4. Vienkāršot naudas līdzekļu no Eiropas fondiem saņemšanas procedūru ražošanas attīstības vajadzībām.
5. Rast kompleksus risinājumus valsts līmenī jautājumos, kas saistīti ar Latvijas ražošanas nozarēm nepieciešamo speciālistu sagatavošanu.

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti:

1. http://www.csb.gov.lv/csp/classifier_code/?code_id=60821

2. http://www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=4469&cl_cat=0&p_cid=76&p_vid=1063&p_action=2&p_command=4&p_list_type=2&p_list_level=4
3. <http://www.russobalt.lv/public/?id=2&ln=lv>
4. <http://www.monotransserviss.lv/public/?id=3&ln=lv>, www.masoc.lv
5. www.llsholding.lv
6. http://www.abc.lv/?article=leta_0802193625
7. <http://www.bsgholding.lv/>
8. <http://www.autava.lv/ru/awnings.php>
9. <http://www.masoc.lv/index.php?id=16&lang=1>
10. <http://www.masoc.lv/index.php?id=23&lang=1>
11. <http://www.masoc.lv/files/File/MM%20nozares%20strategija.doc>
12. http://www.omvua.lv/php/_ka_uzsakt.htm#_Toc82845170
13. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=51522>
14. <http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=51>
15. <http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=77&lng=lv>
16. <http://www.lursoft.lv/oldweb/nace/34.2.html>
17. [Lursoft Datu Bāzes sniegtie dati](#)
18. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=150404&from=off>
19. http://www.likumi.lv/tema.php?tema_id=152&year=&month=&day=&sort_by=pub_dat&sort_dir=desc
20. <http://www.ventspils.lv/nr/exeres/5E36EC57-AD7A-419C-ADCD-7CC4839BA53F?Lang=LV>
21. <http://www.lka.lv/index.php?module=Certificates&view=FirmData&sertifId=1233>
22. Intervija ar ekspertu no „MASOC”– Mašīnbūves un Metālapstrādes rūpniecības uzņēmēju asociācijas
23. Intervija ar ekspertu no SIA „MONO TRANSSERVISS”

3.15. Detaļu un piederumu ražošana automobiļiem un to dzinējiem (34.3)

3.15.1. Vispārīgs nozares apraksts

Automobiļu un to piederumu ražošana Eiropā pieaug un attīstās. Lielākās automobiļu ražotājvalstis arvien vairāk izmanto ārējos pakalpojumus, un līdz ar to pieaug arī pieprasījums pēc dažādu automobiļu detaļām un piederumiem. Dažas no tām detaļām un piederumiem ražo arī Latvijas uzņēmumi, kaut arī to kopējie realizācijas apjomi 2006. gadā veidoja tikai ap Ls 19 milj. Pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes npublicētiem datiem Latvijas 34.3 nozarē, kas nodarbojās ar detaļu un piederumu ražošanu automobiļiem un to dzinējiem (saskaņā ar Saimniecisko darbību statistiskās klasifikācijas Eiropas Kopienā, NACE 1.1.red.), pēdējo trīs gadu laikā esošo uzņēmumu skaits būtiski nav palielinājies. 2004. gadā nozarē strādāja 6 uzņēmumi, 2005. gadā to skaits pieauga līdz 9 un 2006. gadā palika nemainīgs. Kā ir redzams 3.15.1.tabulā analizējamo nozari joprojām veido 9 uzņēmumi.

3.15.1. tabula. Automobiļu un to dzinēju detaļu un piederumu ražojošo uzņēmumu saraksts Latvijā 2006. gadā

| N | Uzņēmuma nosaukums |
|----------|---|
| 1. | SIA 'AKG THERMOTECHNIK LETTLAND' |
| 2. | SIA 'AUTO BT' |
| 3. | SIA 'BALTIJAS MARKETINGA SERVISS' (BMS) |
| 4. | SIA 'DINEX LATVIA' |
| 5. | SIA 'EGOLA AV' |
| 6. | SIA 'LEAX BALTIX' |
| 7. | SIA 'NOVUM' |
| 8. | SIA 'PROTUBE' |
| 9. | SIA 'ROCHLING AUTOMOTIVE MILZKALNE' |

Avots: CSP npublicētie dati

Nozares darbībā ietilpst kā dažādu automobiļu detaļu un piederumu ražošana (cilindru bloki, klaņi, virzuļi, karburatori, bremzes, pārnenumu kārbas, asis, tilti, riteņi, amortizatori, radiatori, klusinātāji, atgāzu izplūdes caurules, katalizatori, sajūgi, stūres rati, stūres statņi, degvielas tvertnes u.c.), tā arī automobiļu virsbūvju detaļu un piederumu ražošana (drošības jostas, drošības spilveni ar piepūšanas sistēmu, gaisa kondicionēšanas iekārtas, durvis, buferi u.c.).

Spriežot pēc npublicētiem CSP datiem, Latvijas detaļu un piederumu ražošana automobiļiem un to dzinējiem varētu būt klasificēta kā augsti koncentrēta. Tā 2006.gadā četru nozares lielāko uzņēmumu īpatsvars kopējā nozares apgrozījumā veidoja 99%. Atlikušie 5 uzņēmumi bija samērā nelieli un viņiem piederēja tikai 1% no nozares kopējā realizācijas apjoma.

Turklāt arī 2006.gadam aprēķinātais Hērfindāhla – Hiršmana indekss (HHI = 3356) liecina par augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē, jo indeksa vērtība krietni pārsniedz koncentrācijas kritisko robežu (kad HHI ir augstāks var 1800 – 2000 vērtību).

Starp nozarē identificētiem (pamatojoties uz CSP nepublicēto informāciju, skat. 3.15.1.tabulu) deviņiem uzņēmumiem četri (SIA „Dinex”, SIA „AKG Thermotechnik Lettland”, SIA „Leax Baltix”, SIA „Rochling Automotive Milzkalne”) ir lielo multinacionālo kompāniju/uzņēmumu grupu meitas uzņēmumi, kas pārsvarā orientēti uz savas produkcijas eksportu. Savukārt pārējie uzņēmumi savu ekonomisko darbību veic pārsvarā Latvijas tirgū. Viņi aizņem savu, strikti noteikto tirgus segmentu (nišu) un cenšas nekonkurēt sava starpā.

Tā SIA „AUTO BT” nodarbojas ar automašīnu tūningu un tūninga elementu izgatavošanu [34] pārsvarā Latvijas uzņēmumiem un autosportistiem.

SIA „NOVUM” pārsvarā ražo izpūtēju sistēmas, kas tiek eksportētas uz Krieviju un ES valstīm, kā arī piegādā un uzstāda savu produkciju Latvijas uzņēmumiem (AS „Aldaris”, SIA „Lattelcom”, AS „Latvenergo”, SIA „Ceļu pārvalde” u.c.).

SIA „Protube” ir neliels uzņēmums, kurš piedāvā metāla plānsienu cauruļu locīšanu un daļēji autotūningu.

Neskatoties uz to, ka pēc CSP datiem SIA „Baltijas Mārketinga Serviss” (BMS) ir klasificēts, kā auto detaļu ražotājs, reāli šis ir vairumtirdzniecības uzņēmums, kas nodarbojas ar dažādu kompāniju produktu un pakalpojumu izplatīšanu un piegādi (piem, Duracell, GE Lighting, 3M, Kodak u.c. uzņēmumu produktus) [35].

Savukārt, pētījumu gaitā tika konstatēts, ka detaļu un piederumu ražošana automobiļiem nav uzņēmuma SIA „EGOLA AV” pamatnodarbošanās.

Ir svarīgi atzīmēt, ka par uzņēmumiem, kas darbojas automobiļu un to dzinēju detaļu un piederumu ražošanas nozarē, var uzskatīt arī Mašīnbūves un Metālapstrādes Rūpniecības Uzņēmēju asociācijas (MASOC) katalogā minētus SIA „ELK plus” un SIA „HYDROTEX BALTIC”, kuru darbība arī varētu būt pieskaitāma atbilstoši NACE klasifikatorā 34.3 minētai darbībai [36].

SIA „ELK plus” bija dibināts 2003. gadā ar mērķi ražot poliuretāna izstrādājumus (spilveni mikroautobusiem, dažādi aizsargi un bamperi, roku balsti autobusiem, siltumizolācijas čaulas, sēdekļi krēsliem, u.c.), interjera un eksterjera detaļas automašīnām. Savukārt SIA „HYDROTEX BALTIC” ir 2004. gadā dibināts uzņēmums, kurš ražo hidrauliskās un ventilācijas sistēmas, u.c.

Līdz ar to, balstoties uz CSP, MASOC [36] un citu informācijas avotu pieejamiem datiem var secināt, ka CSP informāciju par konkrētā nozarē identificētiem tirgus dalībniekiem var izmantot tikai daļēji. Bieži uzņēmumu statūtos norādītie darbības veidi neatbilst uzņēmuma reālai darbībai, kad, piemēram, pēc CSP datiem auto detaļu ražojošais uzņēmums reāli nodarbojas ar citu uzņēmumu produkcijas vairumtirdzniecību (SIA „Baltijas Mārketinga Serviss” (BMS) gadījums). Savukārt uzņēmumi, kas reāli nodarbojas ar auto detaļu ražošanu varētu neiekļūt konkrētās nozares uzņēmumu sarakstā. Tāpēc, identificējot reālus tirgus dalībniekus kādas

tautsaimniecības nozares ietvaros, ir jāizmanto arī citu avotu informāciju (piem., Internets, nozaru asociācijas utt), kā arī tiešus kontaktus ar uzņēmumu pārstāvjiem (uzziņu dienestu prakse).

3.15.2. Tirgū ienākšanas barjeru analīze

3.15.2.1. Ekonomiskie ierobežojumi

Nepieciešamo investīciju apjoms analizējamā nozarē ir samērā liels, kas varētu būt vērtējams kā ļoti nozīmīgs šķērslis jaunu uzņēmēju ienākšanai tirgū. Pēc nozares ekspertu vērtējumiem jaunu tirgus dalībnieku ienākšana ir saistīta ar lielām investīcijām pārsvarā specifiskā tehniskā aprīkojuma (ražošanas iekārtas, kuras tirgo mazs skaits uzņēmumu) un izejvielu iegādē (metāla, kas tiek piegādāts no ES valstīm un Krievijas). Kopumā starta kapitāls liels, moderno ražotņu būvēšanai un iekārtošanai var pārsniegt Ls 3 milj. (skat. A tabulā 1.1. barjeras aprakstu) [30].

Ievērojama daļa no nozarē lielākiem uzņēmumiem (tādiem, ka SIA „Dinex”, SIA „AKG Thermotechnik Lettland” u.c.) ir lielo multinacionālo kompāniju meitas uzņēmumi. Šie uzņēmumi ir cieši saistīti ar mātes kompānijām gan ekonomiski, gan organizatoriski un izmanto savu uzņēmumu grupu priekšrocības un atbalstu produkcijas realizācijas, izejvielu iegādes, sniedzamās finansiālās palīdzības (kreditēšanu un investīcijas) un ražošanas tehnoloģiskās kultūras ieviešanas jomā. Šī sadarbība varētu sekmēt arī minēto uzņēmumu priekšrocību cīņā ar citiem tirgus dalībniekiem, pateicoties sasniegtam minimālās efektivitātes darbības apjomam vai absolūtam pārākumam izdevumu līmenī un moderno tehnoloģiju izmantošanā (skat. A tabulā 1.2. un 1.3. barjeru aprakstu). Tomēr, ir svarīgi uzsvērt, ka šīs potenciālās priekšrocības diez vai var kalpot par īpaša stāvokļa nosacījumu Latvijas tirgū, jo multinacionālo kompāniju pārstāvji gandrīz simtprocentīgi tiek orientēti eksportēt savu produkciju uz ES, Japānu, Krieviju un citiem reģioniem.

Visi lieli auto detaļu ražojošie uzņēmumi investēja nozīmīgus līdzekļus savai dibināšanai un attīstībai. Piemēram, „Leax Baltix” ir uzņēmums, kas ražo metālapstrādes produktus. Tas ir meitas uzņēmums Zviedru uzņēmumu grupai „Leax Group” [1]. Jau 2003. gada maijā „Leax Group” investēja ražotnei Latvijā apmēram Ls 0,7 milj. Tajā pašā gadā ražotnes neto apgrozījums sasniedza ap Ls 0,5 milj. 2004. gadā neto apgrozījums sasniedza jau Ls 1,5 milj. [2] SIA „AKG Thermotechnik Lettland” ir uzņēmums, kas ražo automašīnu radiatorus un citas dzesējošās iekārtas. Šis ir vācu uzņēmuma „AKG” meitas uzņēmums [3]. „AKG Thermotechnik Lettland” attīstība notika speciāli izstrādāta projekta ietvaros. Kopā ar Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras un vācu kapitāla līdzdalību 2005. gadā jau bija „plānots” investēt ap Ls 650 - 1 300 tūkst., bet plānotais gada apgrozījuma apjoms bija apmēram Ls 3,25 milj. [4]

SIA „Dinex Latvia” ir uzņēmums, kas ražo automobiļu izpūtējus un citas automobiļu detaļas. „Dinex Latvia” ir dāņu „DINEX Group” kompānijas meitas uzņēmums. Tikai 2006. gadā „DINEX Group” investēja Ls 1,5 milj. jaunu iekārtu iegādei un uzņēmuma modernizācijai [5]. Tajā pašā gadā „Dinex Latvia” apgrozījums sasniedza Ls 8,736 milj., bet peļņa - Ls 1,012 milj. 2007. gadā šis uzņēmums palielināja savu apgrozījumu jau līdz Ls 12 milj., un šogad (2008. gadā) plāno sasniegt Ls 15 milj. lielu apgrozījumu [6].

Lielo ES uzņēmumu grupu pārstāvjiem ir vieglāk investēt līdzekļus savā ražošanas procesā, attīstīt jaunas tehnoloģiskus paņēmienus un sasniegt pārākumu tehnoloģiju jomā Piemēram, “AKG Thermotechnik Lettland” metināšanā izmanto centralizēto gāzes padeves sistēmu, kas nodrošina darbaspēka un laika būtisku ietaupīšanu, gāzes izmaksu samazināšanu, kā arī uzlabo produkcijas kvalitāti, atvieglo darbu [11]. Savukārt SIA “Dinex Latvija” bija viens no pirmajiem uzņēmumiem, kas metināšanā sāka izmantot veselībai draudzīgu un efektīvu metināšanas gāzu maisījumu (MISON 25). Tas ļāva iekonomēt materiālus un uzlabot produkcijas kvalitāti. “Dinex Latvija” ir viens no pirmajiem Latvijas uzņēmumiem, kas 2005.- 2006.gadā uzstādīja SECCURA automātisko gāzes apgādes sistēmu, kas atbrīvo no papildus rūpēm par gāzes kontroli un piegādi [13]. Arī uzņēmuma pētniecības un attīstības daļas laboratorijā, kura bija izveidota ar „Dinex Group” atbalstu, ekspertu grupa no 20 cilvēkiem veic pētījumus, kas vērsti uz ražošanas efektivitātes palielināšanu, izmaksu samazināšanu un produkcijas kvalitātes uzlabošanu, kas būtiski paaugstina uzņēmuma konkurētspēju vienotajā ES tirgū.

Spriežot pēc aptaujas gaitā sniegtajiem nozares ekspertu skaidrojumiem, investīciju piesaistes un kredītu piešķiršanas nosacījumi nevar būt uzskatīti par nopietniem šķēršļiem tiem jauniem tirgus dalībniekiem, kas pārstāv lielas ES ražojošās uzņēmumu grupas (skat. 1.4. barjeras aprakstu A tabulā). Tomēr grūtības var rasties neatkarīgiem Latvijas uzņēmumiem, kas tikai plāno uzsākt savu darbību auto detaļu un citu piederumu ražošanas jomā. Pirmkārt, grūtības jaunienācējam var rasties jau saistībā ar savas „kredītvēstures” neesamību, kas varētu būt nopietns šķērslis kredīta iegūšanai. Savukārt ES atbalsta fondu apguve nevar būt īstenota bez uzņēmuma finansiālas līdzdalības. Turklāt, pēc daudzu nozaru ekspertu atziņām, bankas un citas finansu iestādes ar lielu nepatiku kreditē ražošanas projektu uzsākšanu (uzskatot tos par pārāk riskantiem), jo projektu īstenošana ir pārāk ilglaicīga (pēc ekspertu atzinumiem līdz pat 10 gadiem) un atdeve nav īpaši ienesīga. Ekspertu vidū tika arī minēts, ka daudzos gadījumos Hipotēku banka, kurai būtu jāveicina vietējo ražotāju darbību, piedāvā uzņēmējiem visneizdevīgākus kreditēšanas nosacījumus, salīdzinot ar citām bankām.

3.15.2.2. *Administratīvie/organizatoriskie ierobežojumi*

Visiem nozarē strādājošiem uzņēmumiem, kā esošiem, tā arī jaunienācējiem, ir jāievēro LR likumdošanas ietvaros noteiktus nosacījumus par mašīnu drošību, bīstamo iekārtu tehnisko uzraudzību, kā arī uzliesmojošu, sprādzienbīstamu un kaitīgu vielu uzglabāšanas rezervuāru tehnisko uzraudzību.

Atkarībā no konkrēta darbības veida šie noteikumi nosaka dažādu licenču izsniegšanas kārtību, kas, tomēr pēc nozaru ekspertu atzinumiem, nevar būt uzskatāma par būtiskām barjerām jaunienācēju vidū (skat. A tabulas 2.1. barjeras aprakstu).

Ražošanas uzsākšanai nepieciešama atļauja piesārņojuma veikšanai, kuras iegūšanai savukārt nepieciešamas ražošanas procesā radīto piesārņojumu attīrīšanas un regulēšanas iekārtas:

- bioloģiskās attīrīšanas iekārtas: sadzīves notekūdeņiem un rūpniecības ūdeņiem;
- atkritumu savākšanas, novadīšanas un apsaimniekošanas iekārtas;
- sadedzināšanas iekārtas.

Šīs atļaujas izsniegšanu reglamentē LR MK noteikumi Nr 294 un likums „Par piesārņojumiem”.

Eksistē dažādas oficiālas procedūras kuras jāveic saņemot licenci (atļauju), lai iegūtu tiesības nodarboties ar atsevišķiem uzņēmējdarbības veidiem, kā piemēram:

- atļauja „Ūdens resursu lietošanā” (LR MK noteikumi Nr.736, 23.12.03. „Ūdens apsaimniekošanas likums”). Atļaujas iegūšanai nepieciešamais laiks varētu ilgt līdz 60 dienām.
- licence „Zemes dzīļu izmantošana un bieži sastopamo derīgo izrakteņu ieguve” (LR MK noteikumi Nr.449, 21.06.05. Likums „Par zemes dzīlēm”). Licences iegūšanas izmaksas ir valsts nodeva Ls 25 – 280 apmērā.
- licence „Valsts nozīmes atradņu un valsts nozīmes derīgo izrakteņu izmantošanas kārtība” (LR MK noteikumi Nr.448, 21.06.05. Likums „Par zemes dzīlēm”). Izmaksas veidojas pēc konkursa vai izsoles rezultātiem.

Taču šīs atļaujas tikai daļēji attiecas uz 34.3 nozares uzņēmumiem un nerada būtiskas barjeras ienākšanai tirgū.

Dažiem uzņēmumiem ir „jāiziet” arī Latvijas nacionālās kvalitātes nodrošināšanas sistēma. Šajā novērtēšanā varētu būt iesaistītas tirgus uzraudzības organizācijas: Akreditācijas birojs „LATAK”, „Latvijas metroloģijas centrs”, „Latvijas standarts”, kas veic produkcijas atbilstības novērtēšanu utt.

Apgrūtinājumus jaunienācējiem var radīt izdevumi, kas saistīti ar nekustamā īpašuma iegādi, tā reģistrāciju un nodokļu maksāšanu. Tomēr daudzie uzņēmumi izvēlās īrēt rūpnieciskās telpas, teritorijas noliktavām un ražošanai nepieciešamai infrastruktūrai.

Lielāko administratīvo slogu, kas saistīts ar nekustamo īpašumu, uzņēmējiem rada būvprojektēšanas uzsākšana, būvprojekta akcepta saņemšana, būvdarbu uzsākšana, būvniecības publiskās apspriešanas rīkošana. Turklāt ir jāpiebilst, ka īpaši aizsargājamās dabas teritorijas un nacionālie parki aizņem nozīmīgu Latvijas teritoriju. Šajās teritorijās (dabas parki, rezervāti, liegumi, u.c.) un to tuvumā rūpniecības uzsākšana ir aizliegta un ir strikti reglamentēta [14].

Nodokļu slogs ekspertu vidū nav vērtējams par īpaši nozīmīgu šķērslī potenciālajiem jauniem tirgus dalībniekiem. Tomēr pēc MASOC ekspertu salīdzinošiem aprēķiniem starp Latviju, Lietuvu, Igauniju un Īriju tika konstatēts, ka pie pieņēmuma par vienādiem pasūtījuma apjomiem un materiālu cenām, maksājot katrā valstī obligātus nodokļus (ievērojot arī neapliekamā minimuma atšķirības starp valstīm) nodarbinātie visvairāk varētu nopelnīt Lietuvā, bet vismazāk-Latvijā. Savukārt pie augstāk minētiem pieņēmumiem aprēķinātie uzņēmumu bruto ienākumi ir arī vislielākie Lietuvā, bet viszemākie Latvijā.

Latvijā pastāv arī speciālas ekonomiskās teritorijas (piemēram, Rēzeknes speciāla ekonomiskā zona (RSEZ), Liepājas speciāla ekonomiskā zonā (LSEZ), kā arī 8 industriālie parki Rīgā, Olainē, Salaspilī, Rēzeknē, Jelgavā un Ventspilī.), kas tika veidotas ar mērķi veicināt investīciju piesaisti, rūpniecības un infrastruktūras attīstību un jauno darbu vietu rašanos tajās. Piemēram, ekonomisko zonu priekšrocības ir saistītas ar labvēlīgu nodokļu atlaižu sistēmu, inovatīvu komercdarbības vides infrastruktūru, valsts un pašvaldības atbalstu. Taču konkrētas zonas statusa iegūšana konkrētam uzņēmumam ir saistīta ar lielu administratīvo slogu [14]. Turklāt pēc nozaru ekspertu viedokļa ir nepieciešams nodrošināt vienotu standartu teritoriālā zonējuma noteikšanai. Zonējuma noteikšanas rezultātiem ir jābūt stabiliem un reti maināmiem, kas nav atkarīgi no politiskām interesēm (skat. arī A tabulā 2.2. barjeras aprakstu).

No ekoloģiskiem ierobežojumiem var pieminēt prasības, kas ir saistītas ar kanalizācijas sistēmas ieviešanu un atkritumu apsaimniekošanu jebkuras rūpnīcas darbības uzsākšanas gadījumā. Turklāt ir nepieciešams arī saņemt atļauju piesārņojumu veikšanai, kad 34.3 nozares profila uzņēmumiem pārsvarā piešķir „B” piesārņošanas kategoriju.

3.15.2.3. Tirgus dalībnieku vertikālas vienošanās rezultātā izveidotās barjeras

Lielie nozares uzņēmumi, kas ir ES uzņēmumu grupu locekļi viennozīmīgi, izmanto priekšrocības izejvielu iegādē, pasūtījumu nodrošinājumā un ārpakalpojumu sniegšanā (piemēram, piegāžu optimizācija, labvēlīgi kreditēšanas nosacījumi, finansiālais atbalsts utt.). Līgumi par izejvielu piegādi bieži tiek slēgti visas uzņēmumu grupas līmenī, kad meitas uzņēmumi tiek nodrošināti ar izejvielām par samērā zemām cenām, pateicoties visas uzņēmumu grupas apjomīgai izejvielu iegādei un jau iepriekš izveidotiem ilglaicīgiem kontaktiem starp izejvielu piegādes un apstrādes kompānijām.

Tā „Dinex Latvia” slēdz apmēram 80% no līgumiem par izejvielu iegādi kā „Dinex Group” sastāvdaļa.

Latvijā šie paši ES ražošanas grupu meitas uzņēmumi izmanto jau esošus partnerus un nodibinātos kontaktus visā ES. Viņu realizācijas politika ir ciešā veidā atkarīga no visas uzņēmumu grupas politikas. Līdz ar to šiem uzņēmumiem klientu skaits un noieta apjomi ir diezgan stabili un pastāv garantijas uzņēmumā saražotās produkcijas veiksmīgai realizācijai (skat. 3.barjeras aprakstu A tabulā).

Turpretim Latvijas tirgū minētās priekšrocības ir maz realizējamās ierobežotas tirgus ietilpības dēļ. Tā kā vietējās realizācijas apjomi ir samēra nelieli, kas vidēji var veidot no 0,5 līdz 5% no kopējā uzņēmuma noieta, Latvijas lielākie ražotāji ir orientēti uz produkcijas eksportu, kas var nodrošināt uzņēmumam lielus realizācijas apjomus un stabilu ienesīgumu.

Par piemēru var minēt uzņēmuma „Leax Baltix” regulāros kontaktus. Uzņēmuma saražotās produkcijas pasūtītāju skaitā ir pārsvarā esošie „Leax Group” klienti - Zviedrijas Volvo un Scania, Atlas Copco utt.

„AKG Thermotechnik Lettland” klientu skaitā ir tādas kompānijas, kā Daimler Chrysler, Porsche, Ferrari, Atlas Copco utt.

Arī uzņēmumam „Dinex Latvia” ir zināmi partneri kā YAROVIT TRUCKS PRODUCTION (Krievija) un Truck & Trailer Industry A/S (Norvēģija).

3.15.2.4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība

Pēc nozaru ekspertu viedokļa Latvijas ceļi neatbilst Eiropas līmenim un ir zemas kvalitātes, līdz ar to drošība uz ceļiem ir salīdzinoši zema un rezultātā tiek bojāti transportlīdzekļi, kuru remonta veikšanai nepieciešams ieguldīt nozīmīgus līdzekļus. Uz daudziem ceļiem pastāv nozīmīgi masas un ātruma ierobežojumi, kas rada papildus šķēršļus un apgrūtina produkcijas transportēšanu.

Būtisks šķērslis produkcijas transportēšanai ir piebraucamo ceļu trūkums un laika ierobežojumi kravas mašīnu kustībai pāri tiltiem (piemēram, piekļūšanai pie Rīgas ostas). Savukārt, pēc nozares ekspertu atzinumiem ES fondu līdzekļi vispār nav paredzēti konkrēta uzņēmuma infrastruktūras uzlabošanai. Visi šie faktori kopumā samazina rūpnieciskās ražošanas uzsākšanas un attīstības iespējamību.

Tāpēc daudzie uzņēmumi mēģina pārcelt savu darbību industriālo parku teritorijās. Piemēram lielākie nozares uzņēmumi, tādi, ka SIA „Dinex”, SIA „AKG Thermotechnik Lettland” atrodas Jelgavas biznesa parka teritorijā.

Par būtisku šķērslī jaunienācēju ienākšanai varētu būt uzskatāms kvalificēta darbaspēka trūkums, kas piespiež konkurēt savā starpā gan esošos, gan potenciāli jaunus tirgus dalībniekus, neatkarīgi

no tā vai viņi darbojas Latvijas iekšējā tirgū, vai ir orientēti uz produkcijas eksportu (skat. 4.barjeras aprakstu A tabulā).

Šīs barjeras novēršanai varētu izmantot LIAA ES Struktūrfondu atbalsta programmas „Nodarbināto kvalifikācijas celšana un pārkvalifikācija, nodrošinot nozarei specifiskas apmācības” līdzekļus, kas plaši ir izmantojami nozares uzņēmumu vidū. Šīs problēmas risināšanai varētu izmantot arī nestandarta paņēmienus, kā piemēram, metināšanas skolas izveidi, ko 2004. gadā sadarbībā ar SIA “AGA” izdarīja SIA “Dinex Latvija”, lai nodrošinātu ražošanas procesu ar kvalificētiem metinātājiem, savas skolas absolventiem.

Kvalificēta darbaspēka piesaistīšanu varētu organizēt arī no dažādiem Latvijas novadiem (SIA “Dinex Latvija” piemērs), pamatojoties uz uzņēmumos ierīkoto darba maiņu sistēmu. Tās ļauj strādājošiem dzīvot uzņēmuma ierīkotajās kopmītnēs noteiktu laika periodu un tad uz noteiktu periodu atgriezties mājās.

Pēc ekspertu atziņām informācijas iegūšanas un pieejamības jomā CSP dati sniedz ārkārtīgi maz informācijas par detaļu un piederumu ražošanas automobiļiem un to dzinējiem nozari, kā arī atsevišķiem mašīnbūves un metālapstrādes rūpniecības sektoriem. Statistiskie dati, kas ir pieejami, bieži ir pārāk novecojuši, lai to varētu izmantot lēmumu pieņemšanā, nav precīzi un neatspoguļo reālo situāciju. Savukārt, uzņēmēji uzskata, ka prasības statistisko atskaišu sagatavošanai ir pārāk stingras, bieži ir grūti izpildāmas un nesaprotamas. Rezultātā uzņēmējiem veidojas neizpratne par CSP atskaišu sagatavošanas nepieciešamību un apkopotās informācijas praktiskās izmantošanas lietderību.

Daudzi nozares pārstāvji vairāk var paļauties uz Mašīnbūves un metālapstrādes rūpniecības uzņēmēju asociācijas (MASOC) informāciju un materiāliem. Bieži MASOC palīdz dibināt biznesa kontaktus, atrast resursu piegādātājus un produkcijas pircējus, sniedz konsultatīvus pakalpojumus nozares uzņēmumiem - asociācijas biedriem [19]. Arī nozares ekonomiskai analīzei un tirgus dalībnieku noteikšanai ir parocīgāk un drošāk izmantot MASOC datus.

3.15.2.5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras

Latvijas nozares uzņēmumu stratēģiskā uzvedība veidojas, pamatojoties uz uzņēmumu grupās jau izveidoto biznesa stratēģiju personāla apmācības, izejvielu piegādes, gatavās produkcijas realizācijas un finansu atbalsta saņemšanas jomā.

Taču šī barjera vienlīdz iespaido kā jaunienācējus, tā jau nozarē esošos uzņēmumus, kuri neietilpst kādā uzņēmumu grupā, klasteru izveides un savstarpējās sadarbības trūkuma dēļ. (skat. 5.barjeras aprakstu A tabulā).

Vērtējot ekonomiskā rakstura priekšrocības, var secināt, ka izpildot valsts pasūtījumus, nozarē nav konstatēta kāda nopietna šķēršļa radīšana jaunienācējiem. Analizējamās nozares specifika

(nozares ciešā saikne ar automobiļu rūpniecību, kas Latvijā nepastāv) un nozares uzņēmumu strikta specializācija nevar nodrošināt uzņēmumu ieinteresētību sava vietējā tirgus segmenta paplašināšanā, pateicoties daļībai valsts pasūtījumu izpildē vai arī realizēt citās savas stratēģiskās uzvedības priekšrocības vietējā tirgū.

3.15.2.6. Preču pieprasījuma ierobežojumi

Tā kā valstī pašlaik nav savas automobiļu rūpniecības, Latvijā pastāv tikai to detaļu, virsbūvju, citu autopiederumu ražošana. Šīs nozares vietējo pieprasījumu veido uzņēmumi-starpnieki vai izplatītāji kā piemēram, AutoKada un MRBuss [30]. Vidēji Latvijas uzņēmumi vietējā tirgū realizē no 0,5 līdz 5% no savas ražotās produkcijas (piemēram, „Dinex Latvia” realizē tikai 0,5% no saviem pārdošanas apjomiem).

Tomēr vietējā noieta īpatsvars perspektīvā varētu palielināties, pateicoties 2009. gadā Latvijā plānotās rūpnīcas „AMO Plant” darbības uzsākšanai kravas automobiļu un autobusu ražošanas jomā [24].

Tomēr lielākā daļa nozarē saražotās produkcijas tiek eksportēta uz ES, ASV, Krieviju u.c. Pēc nozares ekspertu viedokļa kā nozīmīgus šķēršļus produkcijas eksportam var nosaukt birokrātiskas procedūras, kārtojot dokumentus produkcijas izvešanai uz trešajām valstīm (īpaši Turcija, Krievija). Savukārt eksporta tarifi nav lieli - vidēji 5% no eksportējamās kravas vērtības (skat. 6.barjeras aprakstu A tabulā).

Par piemēru var minēt dažu uzņēmumu pieredzi, eksportējot produkciju uz konkrētām valstīm.

„Dinex latvia” 2007. gadā bija 50 lielāko eksportētāju starpā uz Spāniju [25], uz Lielbritāniju [26] un uz Itāliju [27]. Apmēram 97% uzņēmuma produkcijas tiek eksportēti ārpus Baltijas valstīm – uz ASV, Turciju, Krieviju un ES valstīm [30].

„AKG Thermotechnik Lettland” 2007. gadā bija 50 lielāko eksportētāju starpā uz Vāciju [28] un Franciju [29].

Savukārt uzņēmums „ELK plus” 2007. gadā bija 50 lielāko eksportētāju starpā uz Ķīnu [32] un uz Spāniju [33].

Lielais eksporta apjoms un vietējā pieprasījuma ierobežotība rada jaunienācēju vēlmi ienākt nozarē tikai kā lielo multinacionālo kompāniju pārstāvim.

A tabula. Jaunienācēju draudu (tirgus barjeru) novērtēšana Latvijas Detaļu un piederumu ražošanas automobiļiem un to dzinējiem nozarē (NACE 34.3)

| Barjeras veids | Vai konkrētā barjera būtu likvidējama vai tās ietekme samazināma. Nepieciešamie pasākumi to īstenošanai | Barjeras ietekmes nozīmīgums | | | Īss apraksts (kāpēc, analizējot konkrēto barjeru tiek uzskatīts, ka barjeras ietekme ir nenozīmīga/nozīmīga, ļoti nozīmīga) |
|---|--|------------------------------|----------|---------------|--|
| | | Nenozīmīga | Nozīmīga | Ļoti nozīmīga | |
| 1. Ekonomiskie ierobežojumi | | | | | |
| 1.1. Nepieciešami liela apjoma kapitālieguldījumi, investīcijas, starta kapitāls (dārgu aprīkojumu dēļ, dārgu izejvielu dēļ, augstu nodokļu dēļ, reģistrācijas, licenzēšanas izdevumu. dēļ) | Barjeras ietekme var būt mazināta, jaunienācējiem pašiem pieaicinot ārzemju investorus no ES lielo ražojošo kompāniju vidus. | | | ✓ | Ienākšana nozarē saistāma ar lielu investīciju apjomu infrastruktūras izveidei, tehniskā aprīkojuma un nekustamā īpašuma iegādei. Pēc nozares ekspertu atzinumiem, uzsākot uzņēmējdarbību šajā nozarē, ir jāiegulda ap Ls 3 milj. Toties reālo atdevi varētu sagaidīt pēc 10 gadiem. |
| 1.2. Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis | Barjera var būt mazināma tikai speciālo valsts atbalsta programmu jaunienācējiem īstenošanas gadījumā. | | ✓ | | Nozarē nepieciešamais minimālais efektīvās darbības apjoms ir salīdzinoši liels un jaunienācējiem tas rada nozīmīgu barjeru, jo jaunienācējam būs grūti konkurēt ar ES lielo ražojošo kompāniju pārstāvjiem Latvijā gan apjomu, gan cenu ziņā. Kā minimālais jaunienācēju rentabilitātes līmenis pēc ekspertu atzinumiem tiek vērtēts 10% līmenis. Savukārt kopējam apgrozījumam mēnesī ir jābūt vismaz ap Ls 10 tūkst. |

| | | | | | |
|---|--|---------------------------------------|---|--------------------------------|--|
| 1.3. Barjeras, kuras veido absolūtais pārākums izdevumu līmenī | | | | | |
| 1.3.1. Esošo tirgus dalībnieku tehnoloģisko iekārtu pārākums | Nav lietderīgi likvidēt, jo tiks novērsta priekšrocības, kas iegūtas lielo uzņēmumu vidū, konkurējot vienotā ES tirgū. | | ✓ | | Jau nozarē esošos uzņēmumos (“Dinex Latvija” un „AKG THERMOTECHNIK LETTLAND”) izmantotās jaunākās tehnoloģijas dod iespēju ražot savu preci ar mazākām izmaksām un augstāku kvalitāti. Šādu jaunāko un efektīvāko tehnoloģiju ieviešana rada lielus finansiālus izdevumus. Jaunienācējiem ir nepieciešamas vēl lielākas investīcijas, lai ienāktu nozarē un darbotos tajā efektīvi. |
| 1.3.2. Tirgū esošo dalībnieku izmaksas vienas preču vienības ražošanai | Nav lietderīgi likvidēt, jo tiks novērsta priekšrocības, kas iegūtas lielo uzņēmumu vidū, konkurējot vienotā ES tirgū. Toties Latvijas tirgū šie uzņēmumi nekonkurē, jo pārsvarā visa viņu produkcija tiek eksportēta. Barjeras likvidēšanā šajā gadījumā neveicinās konkurences vides uzlabošanu. | | ✓ | | Tiem, nozarē esošiem uzņēmumiem, kuri ir lielo ES kompāniju meitas uzņēmumi, priekšrocības ir izejvielu iegādē, kā arī par zemākām cenām ārpakalpojumu izmantošanā. Šāda priekšrocība nav sasniedzama neatkarīgiem uzņēmumiem, jo iegādājama izejvielu apjoms nav tik liels kā uzņēmumu grupām. |
| 1.4. Investīciju piesaiste un kredītu izmantošanas/ piešķiršanas nosacījumi | Barjeras ietekmi vietējā tirgū strādājošiem uzņēmumiem varētu mazināt ar valsts atbalsta programmām kredītu iegūšanai, kas kalpos par | ✓ (Lielo ES kompāniju meitas uzņēmumu | ✓ | (Neatkarīgo uzņēmumu gadījumā) | Lielo ES kompāniju meitas uzņēmumu gadījumā kredītu apjoms nozarē nav vērtējams kā barjera. Taču pēc nozares ekspertu viedokļa kā zināmu barjeru kredītu iegūšanai var minēt birokrātiskās |

| | | | | | |
|--|--|-----------|---|--|--|
| | pamatu līdzfinansējuma daļas ES atbalsta projektos. Izpratnes par ražošanas nozarēm uzlabošanas nolūkā, konsultēt bankas par nozarēs izmantojamām iekārtām (ko varētu sniegt MASOC vai citu nozaru asociāciju eksperti). | gadījumā) | | | procedūras, kārtojot nepieciešamos dokumentus. Savukārt no neatkarīgo uzņēmumu, kas pārsvarā konkurē Latvijas tirgū, viedokļa nozīmīga barjera jaunienācēju ienākšanai nozarē ir minama banku nevēlēšanās kreditēt ražošanas nozares uzņēmumus (pateicoties ražošanas projektu zemam ienesīgumam un ilgām atmaksas periodam – līdz par 10 gadiem). Savukārt, ES finansējuma iegūšanai nepieciešams arī savs līdzfinansējums, kura iegūšana no bankām ir ļoti ierobežota. |
| 2. Administratīvi ierobežojumi | | | | | |
| 2.1. Uzņēmējdarbības veidu licencēšana | - | ✓ | | | Ražošanas uzsākšanai ir nepieciešamas atļaujas piesārņojuma veikšanai, kā arī speciālo iekārtu izmantošana ražošanas procesā radītā piesārņojuma mazināšanai. Nepieciešamas atļaujas ūdens resursu izmantošanai, kā arī par to jāmaksā resursu izmantošanas nodoklis. Kopumā šo prasību ievērošana nav uzskatāma par būtisku barjeru. |
| 2.2. Šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanā īpašumā vai nomāšanā | Pēc nozaru ekspertu viedokļa ir nepieciešams nodrošināt vienotu standartu teritoriālā zonējuma noteikšanai. Zonējuma noteikšanas rezultātiem ir jābūt stabiliem un reti maināmiem. | | ✓ | | Rūpnieciskā darbība ir aizliegta Latvijas īpaši aizsargājamās dabas teritorijās, kā arī to tuvumā. Tomēr, šo nosacījumu vienādi ir jāievēro gan esošiem tirgus dalībniekiem, gan jaunieācējiem. Pēc ekspertu vērtējuma par šķēršli zemes iegūšanai ražošanas uzsākšanas nolūkā var |

| | | | | | |
|--|---|---|---|--|---|
| | | | | | uzskatīt politisko situāciju valstī. Piemēram, teritoriālo zonējumu var iespaidot „zaļo” aktīvistu prasības, kas jaunienācējam var radīt barjeru uzņēmējdarbības uzsākšanai. |
| 2.3. Ekoloģiskie ierobežojumi | - | ✓ | | | Ražošanas uzsākšanai nepieciešamas atļaujas piesārņojuma veikšanai, kā arī iekārtas piesārņojuma regulēšanai. Taču tas, pēc nozares ekspertu viedokļiem, nerada būtiskas barjeras ienākšanai nozarē. |
| 3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Ražotāju sadarbības iespējas ar resursu piegādātājiem un gatavas produkcijas realizācijas uzņēmumiem | Nav lietderīgi likvidēt, jo ES ražošanas grupu meitas uzņēmumi ir orientēti uz savas produkcijas eksportu, nevis konkurenci vietējā Latvijas tirgū ar maziem neatkarīgiem uzņēmumiem. | | ✓ | | Nozares uzņēmumu lielākā daļa ir lielo ES ražošanas grupu meitas uzņēmumi, kas izmanto jau esošus partnerus un nodibinātus kontaktus visā ES, kā arī izmanto priekšrocību lētāku izejvielu iegādē, jo grupu iegādājami apjomi ir lielāki nekā atsevišķiem uzņēmumiem. Tas šādiem meitas uzņēmumiem dod stabilu iespēju realizēt savu produkciju un piegādāt izejvielas, turpretī samazina jaunienācēju iespējas realizēt savu produkciju un tikt pie izdevīgām izejvielu piegādes iespējām. Taču kopumā, pēc ekspertu vērtējuma, izejvielu iegāde nav ierobežota. |
| 4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība | | | | | |
| Nodrošinājums ar komunikācijām (transporta un sakaru), noliktavām, | 1. Barjera ir mazināma ar dažu „nestandarta” pasākumu | | ✓ | | 1. Latvijas ceļu kvalitāte un to izmantošanas drošība ir salīdzinoši zema. |

| | | | | | |
|---|--|--|---|--|---|
| <p>tirdzniecības platībām, informāciju, ceļiem.</p> | <p>piemērošanu. Piemēram, kvalificēta darbaspēka piesaistīšana no dažādiem Latvijas novadiem, pamatojoties uz ierīkoto darba maiņu sistēmu. Tā ļauj strādājošiem dzīvot uzņēmuma ierīkotajās kopmītnēs noteiktu laika periodu, un tad uz noteiktu periodu atgriezties mājās.</p> <p>2. Nozares ekonomiskai analīzei un tirgus dalībnieku noteikšanai ir labāk izmantot Mašīnbūves un Metālapstrādes rūpniecības uzņēmēju asociācijas datus.</p> <p>3. Izmantot ES fondu līdzekļus personāla apmācībai Eiropas mēroga uzņēmumu grupu vadošos uzņēmumos (metinātāju apmācība).</p> | | | | <p>2. CSP informācija, kas sniedzama par Detaļu un piederumu ražošanas automobiļiem un to dzinējiem nozari nav ticama un pārāk veca, lai to varētu izmantot lēmumu pieņemšanā.</p> <p>3. Pēc nozares ekspertu atzinumiem ES fondu līdzekļi vispār nav paredzēti uzņēmumu infrastruktūras uzlabošanai.</p> |
| 5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| <p>5.1. Tirgus dalībnieku saimniecisko sakaru ciešums ar materiāli tehnisko resursu piegādātājiem un saražoto preču vairumpircējiem</p> | <p>Barjeras ietekme mazināma, uzņēmumiem attīstot uz sadarbību vērstu stratēģisku uzvedību, savā starpā kooperējoties un veidojot klasterus.</p> <p>Tā mazināma arī caur valsts</p> | | ✓ | | <p>Latvijas nozares uzņēmumu stratēģiskā uzvedība veidojas, pamatojoties uz uzņēmumu grupās jau izveidoto biznesa stratēģiju personāla apmācības, izejvielu piegādes, gatavās produkcijas realizācijas un finansu atbalsta saņemšanas jomā.</p> <p>Taču no neatkarīgo uzņēmumu puses,</p> |

| | | | | | |
|--|---|---|---|--|--|
| | atbalsta pasākumiem eksporta veicināšanas jomā (piemēram, biežāk rīkojot izstādes ārzemēs, kurās uzņēmumiem, kuri neietilpst grupās, ir iespēja atrast sadarbības partnerus vai arī apmaksājot izdevumus izstāžu apmeklēšanai). Taču pēc nozaru ekspertu viedokļiem valsts pasākumi eksporta veicināšanai absolūti nav efektīvi. | | | | barjeras ietekme netiek mazināta uzņēmumu klasteru (kooperācijas) un sadarbību trūkuma dēļ. |
| 5.2. Ekonomiska rakstura priekšrocības, izpildot valsts pasūtījumus | Dažiem uzņēmumiem izpildot valsts pasūtījumus, nav konstatēta kādu nopietnu šķēršļu radīšana jauniem. | ✓ | | | Daži uzņēmumi („Baltijas Mārketinga Serviss” un „NOVUM”) izpildīja valsts pasūtījumus. |
| 6. Preču pieprasījuma ierobežojumi | | | | | |
| Ierobežojumi, kas saistās ar gatavas produkcijas eksportu un izejvielu importu | Ir likvidējama, nodrošinot caurspīdīgumu dokumentācijas sagatavošanā un muitas procedūru vienkāršošanā. | | ✓ | | Lielākā daļa Latvijā ražotās produkcijas tiek eksportēta uz ES, ASV, Krieviju u.c. Pēc nozares ekspertu viedokļa kā nozīmīgus šķēršļus produkcijas eksportam var nosaukt birokrātiskas procedūras, kārtējot dokumentus produkcijas izvešanai uz trešajām valstīm (īpaši Turcija, Krievija). Savukārt eksporta tarifi nav lieli - vidēji 5% no eksportējamās kravas vērtības. Būtiskāko barjeru jaunu uzņēmumu |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| | | | | | ienākšanai nozarē rada arī kvalificēta darbaspēka trūkums Latvijas darba tirgū. Tas samazina efektīvas darbības uzsākšanu un turpināšanu. |
|--|--|--|--|--|---|

Avots: RSEBAA apkopojums

Nobeigums

Pēc tirgū ienākšanas barjeru veiktās analīzes kopējo konkurences vidi Latvijas Detaļu un piederumu ražošana automobiļiem un to dzinējiem nozarē nevar viennozīmīgi raksturot tikai ar koncentrācijas indeksiem (CR4 un HHI).

Analizējamās nozares specifika (nozares ciešā saikne ar automobiļu rūpniecību, kas Latvijā nepastāv) un uzņēmumu strikta specializācija (uzņēmumi pārsvarā ir orientēti uz konkrēto pasūtījumu izpildi) noved pie situācijas, ka nozarē esošie uzņēmumi praktiski nekonkurē savā starpā. Nozarē pastāv lieli uzņēmumi, kas ir multinacionālo kompāniju/uzņēmumu grupu meitas uzņēmumi. Tie pārsvarā ražo produkciju priekš lieliem ES auto koncerniem un izmanto savas uzņēmumu grupas priekšrocības biznesa stratēģijas, personāla apmācības, izejvielu piegādes, gatavās produkcijas realizācijas un finansu atbalsta saņemšanas jomā.

Savukārt pārējie uzņēmumi ekonomisko darbību veic pārsvarā Latvijas tirgū un aizņem savu, strikti noteikto tirgus segmentu (nišu) un cenšas nekonkurēt savā starpā, specializējoties konkrētas produkcijas ražošanā/pakalpojumu sniegšanā.

Kopumā vietējā pieprasījuma ierobežotība un nozares orientācija uz eksportu var iespaidot jaunienācēju vēlmi ienākt nozarē tikai kā lielo multinacionālo kompāniju pārstāvim, kas izmantojot salīdzinoši lēto darbaspēku, centīsies sasniegt priekšrocības izdevumu līmenī ES tirgū.

Balstoties uz paveikto analīzi LR Ekonomikas ministrijai un LR Konkurences padomei var ieteikt:

1. Neskatoties uz to, ka nozares uzņēmumi cenšas izvairīties no savstarpēji asas konkurences, ievērot faktu, ka sīva konkurence eksistē starp visiem nozares uzņēmumiem (gan jaunienācējiem, gan tirgū jau sen esošiem) kvalificētā darbaspēka pieaicināšanas un izmantošanas jomā;
2. Lai veicinātu Latvijā ražotās produkcijas eksportu, nepieciešams nodrošināt Latvijas eksportētājus ar papildus informāciju par produkcijas sertifikātiem un muitas nodokļa maksāšanas nosacījumiem, kuros piemēro dažādās valstīs, īpaši Krievijā un Turcijā.
3. Ievērot faktu, ka pēc nozaru ekspertu viedokļa Latvijas ražotāji nezina un savā ikdienas darbībā neizjūt valsts atbalstu eksporta stimulēšanas jomā, jāiniciē informatīvās kampaņas organizēšanu ar mērķi informēt Latvijas uzņēmējus par viņiem reāli pieejamām iespējām savas produkcijas eksporta attīstīšanā, kā arī atbalstīt zinātnisko pētījumu veikšanu, vērstu uz Latvijas valsts eksporta veicināšanas pasākumu ekonomiskā efekta novērtējumu uz Latvijas ražotāju darbību, uzņēmējdarbības attīstību un Valsts budžetu.
4. Veicināt vietējo uzņēmumu sadarbību caur savstarpējo kooperāciju un uzņēmumu klasteru veidošanu.

5. Nemazināt to nozares uzņēmumu priekšrocības, kas ir sasniegtas vertikālo vienošanos rezultātā, eksportējot savu produkciju ārpus Latvijas. Savādāk tiks novērstas Latvijas uzņēmumu priekšrocības, konkurējot vienotā ES tirgū.

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti:

1. <http://www.leax.se/Engelska/een-index.htm>
2. <http://www.db.lv/Default2.aspx?ArticleID=b48a5143-a989-45c2-bf68-37bf8b883841&Font=pluss>
3. <http://www.akgts.com/>
4. <http://www.parity.lv/lv/leta/2004/august/news408021800/>
5. <http://www.dinex.dk/index.asp?pid={A1253577-B7E8-4B38-9588-CAB157479326}>
6. http://www.jelgavasvestnesis.lv/page/54?news_id=660
7. <http://www.altum.lv/public/29577.html>
8. <http://www.altum.lv/public/komerccdarbibas-uzsaceju-kreditesanas-programma.html>
9. http://www.em.gov.lv/em/images/modules/items/item_file_17546_emprog.doc
10. <http://www.em.gov.lv/em/2nd/?id=19357&cat=621>
11. [http://www.aga.lv/international/web/lg/lv/likelgagalv.nsf/repositorybyalias/klientuavize2005_2006/\\$file/AgaAvize2005.pdf](http://www.aga.lv/international/web/lg/lv/likelgagalv.nsf/repositorybyalias/klientuavize2005_2006/$file/AgaAvize2005.pdf)
12. http://64.233.183.104/search?q=cache:oboPJ6R_TYQJ:www.aga.lv/international/web/lg/lv/likelgagalv.nsf/repositorybyalias/kientauavize2004/%24file/AgaAvize2004.indd.pdf+Dinex+Latvia&hl=lv&ct=clnk&cd=64&gl=lv
13. http://64.233.183.104/search?q=cache:54c2sNXkyRQJ:www.aga.lv/international/web/lg/lv/likelgagalv.nsf/repositorybyalias/klientuavize2005_2006/%24file/AgaAvize2005.pdf+Dinex+Latvia+izejvielas&hl=lv&ct=clnk&cd=3&gl=lv
14. <http://www.dzm.lv/bio/IT/default.aspx@tabid=9&id=148.html>
15. <http://www.celugids.lv/files/celut2008.jpg>
16. http://images.google.lv/imgres?imgurl=http://www.celugids.lv/files/thumb_celut2008.jpg&imgrefurl=http://www.celugids.lv/lat/537/&h=321&w=550&sz=55&hl=lv&start=3&sig2=vpbAQBt3EPGfSzxG6sr5Fg&um=1&tbnid=vpIXODTulsdKiM:&tbnh=78&tbnw=133&ei=12JRSLCYBoXiwgGv5rWiDA&prev=/images%3Fq%3DLatvijas%2Bce%25C4%25BCi%2Bmasas%2Biero%25C5%25BEojumi%26um%3D1%26hl%3Dlv
17. http://www.ldz.lv/?object_id=992
18. [http://data.csb.gov.lv/Dialog/varval.asp?ma=19-02&ti=19-2.+DATORU+%2F+INTERNETA+PIEEJAM%CEBA+LATVIJAS+RE%CCIONOS+GADA+S%C2KUM%C2+\(%25\)+&path=../DATABASE/zin/lkgad%E7jie%20statistikas%20dati/Datoriz%E2cija/&lang=16](http://data.csb.gov.lv/Dialog/varval.asp?ma=19-02&ti=19-2.+DATORU+%2F+INTERNETA+PIEEJAM%CEBA+LATVIJAS+RE%CCIONOS+GADA+S%C2KUM%C2+(%25)+&path=../DATABASE/zin/lkgad%E7jie%20statistikas%20dati/Datoriz%E2cija/&lang=16)
19. www.masoc.lv
20. <http://www.dienasbizness.lv/Default2.aspx?ArticleID=b48a5143-a989-45c2-bf68-37bf8b883841>
21. <http://www.jelgavniekiem.lv/index.php?l=2&act=10&date=1133128800&cat=10&art=462>
22. <http://www.ltv.lv/lv/ltv/iepirkumi/>
23. <http://www.novum.lv/lat.html>
24. <http://www.ogrenet.lv/latvija/3999/>
25. http://www.liaa.gov.lv/uploaded_files/LV_Spanija_ekon_sad.2008.05.20.pdf
26. http://www.liaa.gov.lv/uploaded_files/LV_UK_ekon.sad.2008.05.22..pdf
27. http://www.liaa.gov.lv/uploaded_files/LV_Italija_ekon_sad.2008.05.19.pdf
28. http://www.liaa.gov.lv/uploaded_files/5LV_Vacija_ekon_sad_2008.05.20.pdf
29. http://www.liaa.gov.lv/uploaded_files/LV_Francija_ekon_sad.2008.05.22.pdf
30. Intervija ar SIA „Dinex Latvia” finansu direktoru – Romānu Pjankovski

31. Intervija ar ekspertu no „MASOC” –Mašīnbūves un Metālapstrādes rūpniecības uzņēmēju asociācijas
- 32.http://www.liaa.gov.lv/uploaded_files/Eksportetajiem/LV_Kina_ekon_sad.2008.05.27.pdf
- 33.http://www.liaa.gov.lv/uploaded_files/LV_Spanija_ekon_sad.2008.05.20.pdf
34. www.autobt.lv/cms/group/4/lv/
35. www.bsm.lv/?page_id=6
36. www.masoc.lv

3.16. Nemetāla atkritumu un lūžņu pārstrāde (37.2)

3.16.1. Vispārīgs nozares apraksts

Nemetāla atkritumu un lūžņu pārstrāde pieskaitāma pie otrreizējās pārstrādes, tā ietver atkritumu, lūžņu un citu iepriekš lietotu vai nelietotu izstrādājumu pārstrādi otrreizējās izejvielās mehāniska vai ķīmiska procesa rezultātā. Pārstrādājamās izejvielas parasti nav derīgas tālākai tiešai izmantošanai rūpnieciskajā procesā, pēc pārstrādes tās kļūst par izejvielām, ko izmanto ražošanā. Otrreizējās pārstrādes produkcija tiek uzskatīta par starpproduktu, bet ne par jaunu galaproduktu. Balstoties uz Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) datiem, otrreizējās pārstrādes produkcijas realizācija 2007.gadā sastādīja Ls 60,3 milj, kas par Ls 8,9 milj. (17,3%) vairāk nekā 2006.gadā. Otrreizējās pārstrādes nozare, saskaņā ar Ekonomiskās darbības statistisko klasifikāciju Eiropas Savienībā, (NACE 1.1. red.- kods 37.) ir sadalīta divās apakšnozarēs [1]:

37.1. Metāla atkritumu un lūžņu pārstrāde

37.2. Nemetāla atkritumu un lūžņu pārstrāde

Nemetāla atkritumu un lūžņu pārstrāde (NACE 37.2) ietver nemetāla atkritumu, lūžņu un nemetāla izstrādājumu dažāda veida pārstrādi otrreizējās izejvielās: plastmasas, stikla, gumijas, makulatūras vai citu papīra atkritumu, cieto atkritumu (nojaukto objektu atlieku) u.c. šķirošanu un sasmalcināšanu; ķīmisko vielu reģenerāciju no ķīmiskiem atkritumiem; dažādu pārtikas atkritumu un izlietotu pārtikas eļļu un tauku pārstrādi otrreizējās izejvielās [2].

Pamatojoties uz CSP nepublicētiem datiem, Latvijas nemetāla atkritumu un lūžņu pārstrādes nozarē pēdējo trīs gadu laikā esošo uzņēmumu skaits būtiski palielinājies. 2004. gadā nozarē strādāja 5 uzņēmumi, 2005. gadā to skaits palika nemainīgs, bet 2006. gadā pieauga līdz 15. Analizējamās nozares 2006.gadā strādājošie uzņēmumi atspoguļoti 3.16.1.tabulā un to kopējie realizācijas apjomi sastādīja Ls 3,25 milj.

Spriežot pēc nepublicētiem CSP datiem, Latvijas nemetāla atkritumu un lūžņu pārstrāde varētu būt klasificēta kā augsti koncentrēta. Tā, 2006.gadā četru nozares lielāko uzņēmumu īpatsvars kopējā nozares apgrozījumā veidoja 90%, atlikušiem 11 uzņēmumiem piederēja tikai 10% no nozares kopējā realizācijas apjoma, kas rakturo viņus ka samērā nelielus.

Turklāt arī 2006.gadam aprēķinātais Hērfindāhla – Hiršmana indekss (HHI = 3832) liecina par augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē, jo indeksa vērtība krietni pārsniedz koncentrācijas kritisko robežu (kad HHI ir augstāks par 1800 – 2000 vērtību).

**3.16.1.tabula. 15 lielāko nemetāla atkritumu un lūžņu pārstrādājošo uzņēmumu saraksts
Latvijā 2006.gadā (alfabētiskā secībā)**

| Nr. | Nosaukums | Darbības veids |
|-----|--|---|
| 1. | SIA 'BETIKA DGH' | Nemetāla atkritumu pārstrāde Foto pakalpojumi |
| 2. | SIA 'CARENS GROUP' | Faktiskais darbības veids neatbilst CSP noteiktam NACE kodam (37.2) |
| 3. | SIA 'DARS 2000' | Otrreizējās izejvielas |
| 4. | SIA 'FORMIKA' firma | Otrreizējās izejvielas |
| 5. | SIA 'GLOBAL TECH' | Nemetāla atkritumu un lūžņu pārstrāde Uzsākts likvidācijas process ar 23.01.2008 |
| 6. | SIA 'INDIVIDUĀLIE DARBA AIZSARDZĪBAS LĪDZEKĻI' | Nemetāla atkritumu pārstrāde |
| 7. | SIA 'KRAUKLĪTIS PLUSS L' | Otrreizējās izejvielas |
| 8. | SIA 'LAMPU DEMERKURIZĀCIJAS CENTRS' | Nemetāla atkritumu pārstrāde Namu apsaimniekošana |
| 9. | SIA 'LĪVĀNU STIKLA PĀRSTRĀDE' | Uzņēmums likvidēts 01.07.2008 |
| 10. | AS 'ORELAT' | Otrreizējās izejvielas |
| 11. | AS 'PET BALTIJA' | Otrreizējās izejvielas |
| 12. | SIA 'RE CIKLS' | Atkritumu izvešana, konteineru noma |
| 13. | SIA 'REGUM' | Nemetāla atkritumu un lūžņu pārstrāde |
| 14. | SIA 'SYSTEMS RECYCLING' | Faktiskais darbības veids neatbilst CSP noteiktam NACE kodam (37.2) |
| 15. | SIA 'TVA RECYCLING' | Faktiskais darbības veids neatbilst CSP noteiktam NACE kodam (37.2) |

Avots: CSP nepublicētie dati, Lursoft dati, www.1188.lv, www.zl.lv

Tomēr pēc nozares ekspertu atzinumiem lielākā uzņēmumu daļa, kas ir atspoguļota 3.16.1. tabulā, praktiski nekonkurē savā starpā, jo katrs no pārstrādātājiem Latvijā ir orientēts uz konkrēta atkritumu veida pārstrādi.

Tā, SIA „BETIKA DGH” nodarbojas ar papīra, stikla un plastmasas atkritumu sasmalcināšanu (drupināšanu), kā arī sniedz foto pakalpojumus.

SIA „FORMIKA firma” – no plastmasas atkritumiem izgatavo otrreizējās izejvielas -plastmasas granulas.

SIA „INDIVIDUĀLIE DARBA AIZSARDZĪBAS LĪDZEKĻI (IDAL) pārstrādā fiksāžas šķīdumus, foto ateljē un rentgenkabinētu darbības atkritumus (fluorogrāfa filmas, rentgena filmas, foto atlikumi).

SIA „KRAUKLĪTIS PLUSS L” – nodarbojas ar automašīnu riepu un citu gumijas atkritumu savākšanu un pārstrādi.

SIA „LAMPU DEMERKURIZĀCIJAS CENTRS” - nodarbojas ar dzīvsudraba saturošu izdegušu spuldžu pārstrādi [4].

AS „PET BALTIJA” – specializējas tikai uz plastmasas pudeļu pārstrādi pārslās un pārslas eksportē, jo Latvijā praktiski pēc šīm izejvielām nav pieprasījuma.

SIA „RE CIKLS” – specializējas lietotu taukvielu apsaimniekošanā. Lietotas taukvielas ir bioloģiskas izcelsmes eļļa un tauki, kas palikuši pēc pārtikas gatavošanas [5].

Neskatoties uz to, ka pēc CSP datiem SIA „SYSTEMS RECYCLING, SIA „TVA RECYCLING” un SIA „CARENS GROUP” ir klasificēti kā nemetāla atkritumu un lūžņu pārstrādātāji, reāli to darbības veids neatbilst NACE 1.1.red. kodam 37.2. [6]

Tā, SIA „CARENS GROUP” specializējas uz metāla lūžņu savākšanu un metāla izstrādājumu tirdzniecību, SIA „SYSTEMS RECYCLING” sniedz noliktavu pakalpojumus, bet SIA „TVA RECYCLING” pēc CSP informācijas nodarbojas ar celtniecības un remonta darbiem.

Un otrādi, pētījuma gaitā ir konstatēts, ka SIA „EKOVIDE” [7], SIA „NORDIK PLAST” [8] darbība varētu būt pieskaitāma atbilstoši NACE 1.1.red. kodam 37.2.

Uz ziņojuma sagatavošanas brīdi (04.08.2008.g.) divi no uzrādītiem uzņēmumiem nozarē vairs nestrādā: SIA „LĪVĀNU STIKLA PĀRSTRĀDE”- likvidēta 01.07.2008.g. un SIA „GLOBAL TECH” - 23.01.2008.g. uzsākts likvidācijas process.[3]

Var secināt, ka nozares tirgus dalībnieku identificēšanai, balstoties tikai uz Centrālās statistikas datu izmantošanu, nav pietiekama, nepieciešams papildus precizēt uzņēmumu darbības veidu, balstoties uz citu informācijas līdzekļu izmantošanu, kā, Internets, uzziņu dienestu (www.zl.lv, www.1188.lv), kontakti ar uzņēmumu pārstāvjiem.

3.16.2. Tirgū ienākšanas barjeru analīze

3.16.2.1. Ekonomiskie ierobežojumi

Nepieciešamo investīciju apjoms analizējamā nozarē ir samēra liels, kas varētu būt vērtējams kā ļoti nozīmīgs šķērslis jaunu uzņēmēju ienākšanai tirgū.

Bet vienlaikus jāatzīmē, ka izmaksu apjoms ir atkarīgs no pārstrādājamo atkritumu veida. Atkritumu pārstrādes process var būt ierobežots ar konkrēta atkrituma veidu (gumija, plastmasa, stikls, makulatūra) šķirošanu vai sasmalcināšanu, vai sastāvēt no izejvielu otrreizējās pārstrādes, kas balstīta uz atšķirīgu tehnoloģisko procesu izmantošanas (pārstrāde vai reģenerācija), un tas prasītu ne tikai speciālu aprīkojumu, bet arī sarežģītu visa pārstrādes procesa organizāciju (skat. 1.1. barjeras aprakstu A. tabulā).

Piemēram, SIA „Ekovide” uzņēmumā dzīvnieku izcelsmes blakusproduktu pārstrādes organizācijai nepieciešamo iekārtu skaits ir līdz pat 26 nosaukumiem, neskaitot ūdens attīrīšanas sistēmas, gaisa attīrīšanas iekārtas u.c. [7].

Lai organizētu pat nelielu otrreizējo pārstrādi, kas neprasa speciālu telpu būvi, pēc nozares ekspertu atzinuma nepieciešami lieli ieguldījumi iekārtu iegādei.

Saņemt kredītu nemetāla atkritumu pārstrādes darba organizācijai, jaunienācējam tirgū būs diezgan grūti, sakarā ar banku nevēlēšanos finansēt ražošanas projektus it īpaši ekonomiskās nestabilitātes periodā. Bez tam, iekārtu specifika un iespējamie produkcijas realizācijas

traucējumi bankās ir uzskatāmi par faktoriem, kas paaugstina finansējuma risku (skat. 1.4. barjeras aprakstu A tabulā).

Pēc nozares ekspertu atzinuma, ES fondu finansējumu līdz 2007. gadam saņemt nebija iespējams, jo ES finansējums atkritumu pārstrādei nebija paredzēts. Bet vides aizsardzības pasākumos Eiropas Savienības finanšu plānošanas periodā no 2007. līdz 2013. gadam paredzēts īstenot darbības programmas „Infrastruktūra un pakalpojumi” 3.5.1. pasākuma „Vides aizsardzības infrastruktūra” ietvaros sekojošas aktivitātes: Dalītas atkritumu apsaimniekošanas sistēmas attīstība un Reģionālo atkritumu apsaimniekošanas sistēmu attīstība. Finansējums paredzēts no Kohēzijas fonda līdzekļiem [17].

Jāatzīmē, ka minimālās efektivitātes darbības apjoma līmeņa sasniegšana dotajā nozarē ir atkarīga no izejvielu (atkritumu) pietiekama daudzuma un ražotās produkcijas pieprasījuma.

Uzņēmumi, kuru ražotai produkcijai ir pieprasījums Latvijā vai ārpus Latvijas, izpilda noteiktu klientu pasūtījumus un, gūstot iespēju palielināt klientu loku, iegūst iespēju palielināt ražošanas apjomus.

Tā, SIA „EKOVIDE” līdz 2010. gadam plāno pakāpeniski palielināt ražošanas jaudu par 21% (2007. gadā uzņēmumā apstrādāja 8000 tonnas atkritumu gadā, bet plānots pārstrādāt līdz 9600 tonnām gadā). Kā norādīja nozares eksperti, ražojot dažu veidu otrreizējās pārstrādes izejvielas, ražošanas apjomus ietekmē atkritumu esamība vai iespēja iegādāties pietiekamu daudzumu nepieciešamā veida atkritumu. Tā, piemēram, SIA „INDIVIDUĀLIE DARBA AIZSARDZĪBAS LĪDZEKĻI” sakarā ar izejvielu (rentgenkabineta filmu, fotogrāfiju ražošanas atkritumu) apjomu samazināšanos ir spiesti samazināt arī ražošanas apjomus. Tātad, bez savas noteiktas tirgus nišas ieņemšanas pēc ražotiem otrreizējās pārstrādes izejvielu apjomiem, potenciālam jaunienācējam būs ļoti grūti konkurēt ar tirgū esošiem uzņēmumiem. Darbības sākumā jaunienācējam sarežģīti prognozēt, kāda specifiskā otrreizējās pārstrādes izejvielas ražošana būs pieprasītāka, kā arī sarežģīti atrast potenciālo klientu, kam ražotā izejviela būtu nepieciešama (skat. 1.2. barjeras aprakstu A tabulā).

Tā kā praktiski visi nemetāla atkritumu pārstrādātāji ražo ļoti atšķirīga veida otrreizējās izejvielas, praktiski nav iespējams sasniegt absolūto pārākumu izdevumu līmenī starp jau esošiem uzņēmumiem (skat. 1.3. barjeras aprakstu A tabulā).

Atkritumu pārstrādes otrreizējās izejvielas specifikas dēļ, Latvijas pārstrādes uzņēmumi ir ļoti atkarīgi no izejvielu patēriņa, to pasūtījumu apjoma un biežuma.

Nozares eksperti atzīmē būtisku patreizējās valsts makroekonomiskās situācijas negatīvo ietekmi uz uzņēmumu darbību (skat. 1.5. barjeras aprakstu A tabulā).

Īpaši uzsvērta ir ražošanas izmaksu paaugstināšanās, galvenokārt energoresursiem, kas savukārt pazemina uzņēmuma rentabilitātes līmeni, jo atkarība no ražotās izejvielas pircēja nedod iespēju uzņēmumiem proporcionāli izmaksām paaugstināt savas produkcijas cenu.

Eksperti atzīst, ka muitas ierobežojumi šajā nozarē nav īpaši liels šķērslis, jo pārsvarā eksports tiek vērsts uz ES valstīm. (skat. 1.6. barjeras aprakstu A tabulā).

3.16.2.2. Administratīvie/organizatoriskie ierobežojumi

Lai uzsāktu darbību atkritumu un lūžņu pārstrādē, saskaņā ar Latvijas Republikas Vides ministrijas noteikumiem, ir nepieciešama atļauja piesārņojošai darbībai, kuru izsniedz Reģionālās vides pārvalde (skat. 2.1 barjeras aprakstu A tabulā)

Vispārējie atkritumu apsaimniekošanas principi (kuros iekļauta arī pārstrāde), ir noteikti „Atkritumu apsaimniekošanas likumā”, kur 9.panta 3.punkts nosaka, ka vietējās pašvaldības izdod saistošus noteikumus, kas reglamentē sadzīves atkritumu apsaimniekošanu savā administratīvajā teritorijā, savas administratīvās teritorijas dalījumu sadzīves atkritumu apsaimniekošanas zonās, prasības atkritumu savākšanai, pārvadāšanai, pārkraušanai un uzglabāšanai, kā arī kārtību, kādā veicami maksājumi par šo atkritumu apsaimniekošanu [10].

Galvienos nosacījumus, ko nepieciešams ievērot atkritumu apsaimniekošanas uzņēmumiem, veicot atkritumu apsaimniekošanas darbības, nosaka likums „Par piesārņojumu” (pieņemts 2001.gadā) [9].

Uzņēmumam, veicot piesārņojošu darbību, ir jāievēro tās specifika un jāizpilda prasības, kuras noteiktas likuma „Par piesārņojumu” 2.nodaļas 4.pantā: „veikt pasākumus, lai novērstu piesārņojuma rašanos vai samazinātu tā emisiju; nodrošināt vides kvalitātes normatīvu ievērošanu; veikt piesārņojošas darbības monitoringu; sniegt vides aizsardzības un citām valsts institūcijām, pašvaldībām un sabiedrībai šajā likumā un citos normatīvajos aktos paredzēto informāciju; ievērot prasības attiecībā uz piesārņojošas darbības vietu; apkopot un sniegt darbiniekiem, kuri veic piesārņojošu darbību, nepieciešamo informāciju par tās iespējamo ietekmi uz cilvēku veselību un vidi; saņemt atļauju A vai B kategorijas piesārņojošas darbības veikšanai vai paziņot par C kategorijas piesārņojošas darbības veikšanu un šajā likumā noteiktajos gadījumos saņemt atļauju siltumnīcefekta gāzu emisijai; pēc iekārtas darbības pilnīgas pārtraukšanas veikt pasākumus, kas nepieciešami piesārņojuma riska novēršanai un iekārtas atrašanās vietas sakārtošanai atbilstošā stāvoklī; racionāli izmantot enerģiju” [11].

Lai saņemtu atļauju A, B vai C kategorijas piesārņojošas darbības veikšanai, jāsniedz informāciju par piesārņojošās darbības vai iekārtas atrašanās vietu, tuvējo apkārtni un zemes izmantošanas veidu, plānošanu, projektēšanu, būvdarbiem, piesārņojošās darbības klasifikāciju, darbinieku skaitu esošajās un plānotajās ražotnēs, piesārņojošās darbības aprakstu, iekārtas un

piesārņojošās darbības detalizētu aprakstu, piesārņojošo vielu emisiju gaisā, augsnē, gruntī, pazemes ūdeņu piesārņojumu, troksni, atkritumu apsaimniekošanu, monitoringu u.c. esošajām un plānotajām darbībām [12].

Ja atkritumu pārstrādes process saistīts ar piesārņojošo vielu emisiju gaisā, tad no 2005. gadā 1.janvāra uzņēmumam nepieciešama atļauja - Siltumnīcefekta gāzu emisijas atļaujas, kā arī jāveic emisiju monitorings, jā sagatavo ikgadējie pārskati par siltumnīcefekta gāzu emisiju, kurus pārbauda akreditēti verificētāji, un jānodod valstij tāds emisijas kvotu apjoms, kas atbilst pārbaudītajā un apstiprinātajā gada pārskatā norādītajam apjomam [13].

Uzņēmumam jāievēro arī citi Latvijas Republikas Vides ministrijas noteikumi attiecībā uz atkritumu apsaimniekošanu, kur uzrādīts, ka atkritumu apsaimniekošana nedrīkst ietekmēt vidi, tai skaitā: radīt apdraudējumu ūdeņiem, gaisam, augsnei, ka arī florai un faunai; radīt traucējošus trokšņus vai smakas; nelabvēlīgi ietekmēt ainavas; piesārņot un piegružot vidi (skat.2.3. barjeras aprakstu A tabulā).

Atkarībā no pārstrādes procesa specifikas un no pārstrādājamo atkritumu veida, uzņēmuma darbībai var būt izvirzītas papildus prasības.

Tā, ja uzņēmums veic elektrisko un elektronisko iekārtu atkritumu apsaimniekošanu, jāievēro Ministru kabineta 2004. gada 9. novembra noteikumi Nr. 923 "Elektrisko un elektronisko iekārtu atkritumu apsaimniekošanas noteikumi" (ar grozījumiem, kas pieņemti līdz 2007.gada 2.oktobrim) [14].

Veicot dzīvnieku izcelsmes atkritumu pārstrādi, nepieciešams ievērot prasības, kas noteiktas "Eiropas Parlamenta un Padomes 2002.gada 3.oktobra Regulā (EK) Nr.1774/2002, ar ko nosaka veterinārsanitāros noteikumus attiecībā uz dzīvnieku blakusproduktiem, kas nav paredzēti lietošanai pārtikā"[15].

Apgrūtinājumus jaunienācējiem var radīt izdevumi, kas saistīti ar nekustamā īpašuma iegādi, to reģistrāciju un nodokļu maksāšanu. Tomēr lielākā daļa jaunienācēju nozarē atkritumu pārstrādei telpas irē, īpaši, ja pārstrādes procesam nav nepieciešama liela teritorija un sarežģīta pārstrādes procesa organizācija.

Lielāko administratīvo slogu, kas saistīts ar nekustamo īpašumu, uzņēmējiem rada būvprojektēšanas uzsākšana, būvprojekta akcepta saņemšana, būvdarbu uzsākšana, būvniecības publiskās apspriešanas rīkošana. (skat.2.2. barjeras aprakstu A tabulā).

Kopumā administratīvos ierobežojumus var uzskatīt par nopietnu barjeru jaunienācējiem ienākšanai nozares tirgū.

3.16.2.3. Tirgus dalībnieku vertikālas vienošanās rezultātā izveidotās barjeras

Uzņēmumi, kas pārstrādā nemetāla atkritumus ražo izejvielas citiem uzņēmumiem, ir stipri atkarīgi no dotās izejvielas pieprasījuma. Kā atzīmēja nozares eksperti, sakarā ar zemu vai nepastāvošu ražotās izejvielas pieprasījumu Latvijā, ražotāji daļēji vai pilnā mērā eksportē savu produkciju. Sen strādājošiem uzņēmumiem izveidojušies stabili sakari gan ar pārstrādājamo atkritumu piegādātājiem, gan ar uzņēmumiem, kam otrreizējo izejvielu realizē, kas dod šiem uzņēmumiem pārkumu salīdzinājumā ar jaunienācējiem kā izejvielu gūšanā, tā arī produkcijas realizācijā (skat. 3. barjeras aprakstu A tabulā). Pēc nozares ekspertu slēdziena ilgtermiņa līgumus nozarē šobrīd noslēgt nav iespējams, jo pie ekonomiskās lejupslīdes valstī katrs grib saņemt ieguvumu „tagad un tūlīt”. Tomēr tā kā vairākums strādājošo uzņēmumu pārstrādā dažāda veida atkritumus, dibinātie sakari ar noteikta veida atkritumu piegādātājiem un šo atkritumu otrreizējās pārstrādes izejvielas patērētājiem, veido šķērslī jaunienācējiem, kas vēlās darboties tieši ar doto atkritumu veidu.

3.16.2.4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība

Tirgus infrastruktūras neatbilstība var būt noteikta kā nozīmīgs šķērslis jaunienācējiem, jo šajā nozarē strādājošie uzņēmumi jau ir izveidojuši nepieciešamo pārvadājumu sistēmu, izmantojot savu transportu, vai noslēdzot līgumu ar transporta kompānijām, uzcēluši un aprīkojuši noliktavu telpas.

Jaunienācējam atbilstošās infrastruktūras veidošanai, nepieciešams laiks un līdzekļi, bez tam tas var būt diezgan grūti, salīdzinot ar jau izveidotas infrastruktūras priekšrocībām, kuras izmanto jau esošie tirgus dalībnieki (skat. 4. barjeras aprakstu A tabulā).

3.16.2.5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras

Kā norādīja nozares eksperti, nozarē funkcionējošo uzņēmumu stratēģijas nerada nozīmīgus šķēršļus jaunienācējiem (skat. 5. barjeras aprakstu A tabulā).

Nozares uzņēmumi izvēlējās savu darbības virzienu un, samērā neatkarīgi no citu nozares uzņēmumu stratēģiskās uzvedības, pārstrādā noteiktu atkritumu grupu.

Uzņēmumi, kas sekmīgi realizē ražoto otrreizējās pārstrādes izejvielu Latvijas tirgū vai ārzemēs, spēj attīstīties tālāk.

3.16.2.6. Preču pieprasījuma ierobežojumi

Vairāki Latvijas nemetāla atkritumu pārstrādātāji norādīja uz zemu pieprasījumu vai ražotās otrreizējās pārstrādes izejvielas noieta tirgus neesamību. Tātad vairākums uzņēmumu eksportē savu produkciju.

Tā, SIA „NORD PLAST”-otreizējās izejvielas - plastmasas granulu ražotājs, 85% no visa saražotā produkcijas apjoma realizē ES valstīs: Igaunijā, Lietuvā, Itālijā, Grieķijā, Somijā, Zviedrijā, Dānijā, Nīderlandē [16].

Latvijas tirgus ietilpības ierobežojumi un nozarē ražotās produkcijas zems pieprasījums ir nozīmīgs šķērslis jaunu uzņēmumu ienākšanai dotajā tirgū (skat. 6. barjeras aprakstu A tabulā).

A tabula. Jaunienācēju draudu (tirgus barjeru) novērtēšana Latvijas nemetāla atkritumu un lūžņu pārstrādēs nozarē (37.2)

| Barjeras veids | Vai konkrētā barjera būtu likvidējama vai tās ietekme samazināma. Nepieciešamie pasākumi to īstenošanai | Barjeras ietekmes nozīmīgums | | | Īss apraksts (kāpēc, analizējot konkrēto barjeru tiek uzskatīts, ka barjeras ietekme ir nenozīmīga/nozīmīga, ļoti nozīmīga) |
|---|--|------------------------------|----------|---------------|--|
| | | Neno zīmīga | Nozīmīga | Ļoti nozīmīga | |
| 1. Ekonomiskie ierobežojumi | | | | | |
| 1.1. Nepieciešami liela apjoma kapitālieguldījumi, investīcijas, starta kapitāls (dārgu aprīkojumu dēļ, dārgu izejvielu dēļ, augstu nodokļu dēļ, reģistrācijas, licenzēšanas izdevumu. dēļ) | Barjeras ietekmi praktiski nevar mazināt, jo ir nepieciešami ieguldījumi darbības uzsākšanai | | | ✓ | Ir nepieciešams liels starta kapitāls atkritumu pārstrādes aprīkojuma iekārtu iegādei, tomēr izmaksu apjoms ir atkarīgs no pārstrādājamo atkritumu veida un to pārstrādes procesa. |
| 1.2. Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis | Barjeru var mazināt tikai speciālo valsts atbalsta programmu jaunienācējiem īstenošanas gadījumā. | | ✓ | | Uzņēmumiem Latvijā, kam ir nodrošināts ražotās otrreizējās izejvielas noieta, ir iespēja nodrošināt liela apjoma atkritumu pārstrādi. Potenciāliem jaunienācējiem bez savas produkcijas noieta nodrošināšanas, grūti uzreiz ražot otrreizējās izejvielas lielos apjomos. |
| 1.3. Absolūtais pārākums izdevumu līmenī | Barjeras ietekmi nav lietderīgi mazināt, jo tas nedos guvumu konkurences veicināšanai | ✓ | | | Lielākā daļa no nemetāla atkritumu pārstrādātājiem ražo ļoti atšķirīga veida otrreizējo izejvielu, praktiski nav iespējams sasniegt absolūto pārākumu izdevumu līmenī starp jau esošiem uzņēmumiem |
| 1.4. Investīciju piesaiste un kredītu izmantošanas/ piešķiršanas nosacījumi | Barjera ir grūti likvidējama, jo Banku lēmums kredīta izsniegšanai, kā arī kredītu izsniegšanas nosacījumi pārsvarā atkarīgi no projekta ienesīguma līmeņa un riska pakāpes. | | ✓ | | Eksperti uzskata, saņemt kredītu jaunam uzņēmumam būs diezgan grūti, sakarā ar banku nevēlēšanos finansēt ražošanas projektus it īpaši ekonomiskās nestabilitātes periodā. Bez tam, iekārtu specifika un iespējamie produkcijas realizācijas traucējumi ir uzskatāmi |

| | | | | | |
|--|---|---|--|---|--|
| | | | | | bankās par faktoriem, kas paaugstina finansējuma risku |
| 1.5. Ekonomiskie riski (izejvielu cenu pieaugums, finanšu riski (valūtas)) | Ir mazināma, makroekonomiskās situācijas uzlabošanas un pasaules energo krīzes pārvarēšanas rezultātā (Ekonomiskās vides nenoteiktības mazināšana). | | | ✓ | Latvijas makroekonomiskā recesija, augsti inflācijas tempi un resursu sadārdzināšanās šobrīd apgrūtina jaunu uzņēmumu rašanos, it īpaši tādu, kam ir garš ražošanas cikls un ir nepieciešamas lielas investīcijas. |
| 1.6. Muitas režīmi, cenu un tarifu noteikšana | Barjera ir likvidējama gadījumos, kad starpvalstu vienošanās rezultātā tiek atviegloti ārējas tirdzniecības nosacījumi (muitas tarifu mazināšana, tarifu kvotu atcelšana u.c.) | ✓ | | | Eksperti atzīst, ka muitas ierobežojumi šajā nozarē nav īpaši liels šķērslis, jo pārsvarā eksports tiek vērsts uz ES valstīm. |
| 2. Administratīvi ierobežojumi | | | | | |
| 2.1. Uzņēmējdarbības veidu licencēšana | Barjeras ietekmi nevar mazināt, jo uzņēmējdarbība atkritumu pārstrādē nedrīkst negatīvi ietekmēt vidi. | | | ✓ | Ražošanas uzsākšanai ir nepieciešamas atļaujas piesārņojuma veikšanai, kā arī speciālo iekārtu izmantošana ražošanas procesā radītā piesārņojuma mazināšanai. Atkarībā no pārstrādes procesa specifikas un no pārstrādājamo atkritumu veida, uzņēmuma darbībai var būt izvirzītas papildus prasības. |
| 2.2. Šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanai vai nomāšanai | Nav likvidējama, pārsvarā atkarīga no pašvaldības vai valsts noteikumiem. Daudzi jaunienācēji irē ražošanas ēkas, noliktavas vai citus ražošanai nepieciešamos infrastruktūras objektus. Daži pat cenšas iekārtot ražošanas telpas industriālo parku teritorijās. | | | ✓ | Jaunienācējiem var rasties grūtības, saistītās ar ražošanas ēku būvi, tai skaitā būvprojektēšanas uzsākšanu, būvprojekta akcepta saņemšanu, būvdarbu uzsākšanu utt. |
| 2.3. Kvalitātes prasības un ekoloģiskie ierobežojumi | Nav likvidējama, ir iespējama tikai visu tirgus dalībnieku (gan esošo, gan | | | ✓ | Nozares darbību reglamentē ekoloģiskie ierobežojumi. Nemetāla atkritumu un |

| | | | | | |
|---|---|---|---|--|---|
| (aizliegums paplašināt noteikta preču tirgus darbības apjomu, celt jaunus ražošanas objektus, ierobežojumi transporta komunikāciju izveidei, dažādu vides aizsardzības institūciju noteiktie aizliegumi u.c.) | jaunienācēju) kontrole un nosacījumu ievērošana | | | | lūžņu pārstrādes nozares uzņēmumi saskaras ar Latvijas Republikas Vides ministrijas noteikumiem šajā jomā. Uzņēmumam nepieciešams veikt piesārņojošo vielu emisijas monitoringu (gaisā, augsnē, gruntī) u.c. |
| 3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Brīva pieejamība resursiem un /vai realizācijas kanāliem, korporatīvo sakaru priekšrocības. | Barjeru varētu mazināt, pateicoties dažādu komunikāciju veidu attīstībai un dažādošanai (caur internetu, dažādām valsts un ES atbalsta institūcijām, starptautiskām izstādēm utt.). | | ✓ | | Sen strādājošiem uzņēmumiem izveidojušies stabili sakari gan ar pārstrādājamo atkritumu piegādātājiem, gan ar uzņēmumiem, kam otrreizējo izejvielu realizē, kas dod šiem uzņēmumiem pārākumu jaunienācēju priekšā kā izejvielu gūšanā, tā arī produkcijas realizācijā. |
| 4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība | | | | | |
| Nodrošinājums ar komunikācijām (transporta un sakaru), noliktavām, tirdzniecības platībām, informāciju, ceļiem. | Barjera ir grūti likvidējama, jo ilgi strādājošie uzņēmumi jau izveidojuši un izmanto nepieciešamo infrastruktūru | | ✓ | | Daudzi esošie uzņēmumi jau sen izmanto gadiem veidoto infrastruktūru. Katram tirgus subjektam ir izveidota sava stratēģija transporta un informācijas sistēmas izmantošanā. Nozares uzņēmumi izmanto kā savu transportu, tā arī citu transporta firmu pakalpojumus. |
| 5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Produkcijas realizācijas apstākļu noteikšana, Valsts pasūtījumu izpilde | Barjeras ietekmi nav lietderīgi mazināt, jo tas nedos guvumu konkurences veicināšanā. | ✓ | | | Tā kā šīs nozares uzņēmumi pārsvarā pārstrādā noteiktus atkritumu veidus, tie samērā neatkarīgi no citu šīs nozares uzņēmumu stratēģiskās uzvedības tirgū. Uzņēmumiem, kuriem ir nodrošināts noiets ražotās otrreizējās izejvielas Latvijā vai ārpus Latvija, ir iespējas |

| | | | | | |
|---|--|--|--|---|--|
| | | | | | pastāvēt un attīstīties. |
| 6. Preču pieprasījuma ierobežojumi | | | | | |
| Tirgus piesātinātība ar produktu un aizstājējproduktiem, pieprasījuma apmierināšanas līmeņa (patērētāju pirktspēja) sasniegšana, preču pieprasījuma iespējamie ierobežojumi | Gandrīz nav likvidējama, jo nozarē ražotai produkcijai šobrīd Latvijas tirgū nav īpaši liela noieta, tāpēc produkcijas lielākā daļa tiek eksportēta (uz ES valstīm). | | | ✓ | Vairāki Latvijas nemetāla atkritumu pārstrādātāji norādīja zemu pieprasījumu vai ražotās otrreizējās pārstrādes izejvielas noieta tirgus neesamību. Tātad vairākums uzņēmumu eksportē savu produkciju. |

Avots: RSEBAA apkopojums

Nobeigums

Vērtējot konkurences vidi Latvijas nemetāla atkritumu un lūžņu pārstrādēs nozarē (pēc NACE 1.1.red. klasifikācijas 37.2.nozare) ar aprēķināto koncentrācijas indeksu (CR4 un HHI) palīdzību var konstatēt, ka šī nozare ir samērā koncentrēta, jo četru pēc apgrozījuma lielāko uzņēmumu daļa 2006.gadā veidoja 90% no Latvijas tirgus. Arī aprēķinātā Herfindāhla-Hiršmana indeksa vērtība (3832) norāda uz samērā augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē. Tomēr jāatzīmē, ka pēc tirgū ienākšanas barjeru veiktās analīzes kopējo konkurences vidi Latvijas nemetāla atkritumu un lūžņu pārstrādēs nozarē nevar viennozīmīgi raksturot tikai ar koncentrācijas indeksiem (CR4 un HHI).

Uzņēmumu daļa, kas reāli darbojas 37.2 nozarē, praktiski nekonkurē savā starpā, tā kā pārsvarā ir orientēti uz konkrēto atkritumu veida pārstrādi. Sakarā ar ierobežotu vietējo pieprasījumu vai noieta tirgus neesamību Latvijā, daudzi uzņēmumi saražoto produkciju eksportē. Ja uzņēmumam ir nodrošināts ražotās otrreizējās izejvielas noiets, (vai ir stabili eksporta apjomi), tam ir iespējas pastāvēt un attīstīties.

Balstoties uz paveikto analīzi LR Ekonomikas ministrijai un LR Konkurences padomei var ieteikt:

1. Atbalstīt iespēju nozares uzņēmumiem samazināt ienākumu nodokļa likmi.
2. Apsvērt iespēju jauno tehnoloģiju ieviešanai nozarē, atvieglot kredīta ņemšanas iespējas.

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti:

1. http://www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=4469&cl_cat=0&p_cid=76&p_vid=1063&p_action=2&p_list_type=2&p_list_level=0#60859
2. http://www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=4469&cl_cat=0&p_cid=76&p_vid=1063&p_action=2&p_list_type=2&p_list_level=0#60862
3. www.lursoft.lv
4. <http://www.ladece.lv/>
5. www.recikls.lv
6. www.zl.lv
7. http://www.ekovide.eu/faili/raksti/Pieteikums%20A%20kategorijas%20pies_darb_.doc
8. <http://www.nordicplast.lv/?pg=1&lang=lv>
9. http://www.vidm.gov.lv/vide/LIK/atkrit/Latkrit_aps.htm
10. http://www.euwas.org/content/e352/e626/e1230/e352/e626/e1230/e1248/index_let.html#e7785
11. http://www.vidm.gov.lv/lat/likumdosana/normativie_akti/files/text/Likumd/piesarnojums//pa_r_piesarnojumu.doc
12. www.vidm.gov.lv/ivnvb/ippc/LAB_iesnig.doc
13. http://www.vidm.gov.lv/lat/darbibas_veidi/emisiju_tirdznieciba/
14. http://www.zalajosta.lv/lat/elektriskas_un_elektroniskas_iekartas/likumdosana/
15. www.epa.ie/Licensing/IPPCLicensing/BREFDocuments/
16. <http://www.nordicplast.lv/>
17. http://www.vidm.gov.lv/lat/finansu_instrumenti/kohez/?doc=6670

18. Intervija ar nozares ekspertiem: SIA „INDIVIDUĀLIE DARBA AIZSARDZĪBAS LĪDZEKĻI (IDAL)
19. Intervija ar nozares ekspertiem: SIA „FORMIKA”

3.17. Tvaika un karstā ūdens piegāde (40.3)

3.17.1. Vispārīgs nozares apraksts

Enerģētika ir tautsaimniecības un rūpniecības bāzes nozare, kas tiek raksturota ar lielu kapitāla tilpumu, augstu ražošanas koncentrāciju, pilno pamata ražošanas procesu automatizāciju un augstu mehanizācijas pakāpi papildprocesos.

Lielākā daļa kurināmā Latvijā tiek importēta un tādējādi veido nozīmīgu importa daļu, kas savukārt negatīvi iespaido importa un eksporta attiecību un padara Latvijas ekonomiku atkarīgu no ārvalstu energoresursu avotiem.

Latvijas tvaika un karstā ūdens piegādes nozare ietver uzņēmumu darbību (saskaņā ar Saimniecisko darbību statistiskās klasifikācijas Eiropas Kopienā, NACE 1.1.red.), kas ir saistīta ar tvaika un karstā ūdens ražošanu, uzkrāšanu un sadali apkurei, enerģijai un citiem mērķiem, kā arī atdzesēta ūdens vai ledus ražošanu un sadali dzesēšanai [1].

Pēc LR Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) datiem 2006. un 2005. gadā Latvijas tvaika un karstā ūdens piegādes nozarē bija reģistrēti 106 uzņēmumi, kas salīdzinot ar 2004. gadu ir par vienu uzņēmumu mazāk. Uzņēmumu skaita stabilitāte ir pamatojama ar ekonomisko lietderību, jo katrā Latvijas administratīvajā teritorijā darbojas savs vietējais siltumapgādes uzņēmums, kas nodrošina siltumenerģijas piegādi.

2006.gadā nozares kopējais apgrozījums bija Ls 134 milj. Pēc CSP datiem 15 lielākie uzņēmumi, kas 2006.gadā darbojās Latvijas tvaika un karstā ūdens piegādes nozarē ir atspoguļoti 3.17.1. tabulā.

3.17.1. tabula. Tvaika un karstā ūdens piegādes uzņēmumu saraksts Latvijā 2006. gadā

| N | Uzņēmuma nosaukums |
|----------|--|
| 1. | Pašvaldības AS 'DAUGAVPILS SILTUMTĪKLI' |
| 2. | SIA 'DOBELES ENERĢIJA' |
| 3. | AS 'ENERGY & COMMUNICATION' |
| 4. | SIA 'JĒKABPILS SILTUMS' |
| 5. | SIA 'JELGAVAS KOĢENERĀCIJA' |
| 6. | SIA 'JŪRMALAS SILTUMS' |
| 7. | SIA 'LATGALES ENERĢIJA' |
| 8. | AS 'OLAINES ŪDENS UN SILTUMS' |
| 9. | Ventspils pilsētas SIA 'PĀRVENTAS SILTUMS' |
| 10. | SIA 'PREIĻU SAIMNIEKS' |
| 11. | AS 'RĪGAS SILTUMS' |
| 12. | SIA 'SALASPILS SILTUMS' |
| 13. | SIA 'TALSU BIO-ENERĢIJA' |
| 14. | SIA 'VALMIERAS SILTUMS' |
| 15. | Pašvaldības SIA 'VENTSPILS SILTUMS' |

Avots: CSP nepublicētie dati

Savukārt saskaņā ar Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisijas (SPRK) datiem [33] 2008.gadā ar energoapgādi Latvijā nodarbojas 63 uzņēmumi. Tie ir uzņēmumi, kam SPRK¹¹ izsniedza licences siltumenerģijas vai elektroenerģijas ražošanai, tirdzniecībai, sadalei, pārvaldei, realizācijai, kā arī siltumenerģijas un elektroenerģijas vienlaicīgai ražošanai koģenerācijas stacijās.

2006.gadam aprēķinātais koncentrācijas indekss četriem lielākiem nozares uzņēmumiem (CR4) ir 66%, kas liecina par to, ka četru lielāko uzņēmumu īpatsvars kopējā tirgus apgrozījumā ir samērā liels, kaut gan salīdzinājumā ar citām Latvijas tautsaimniecības nozarēm analizējamais tirgus formāli nav raksturojams ar ārkārtīgi augstu koncentrācijas pakāpi.

Savukārt Herfindāhla – Hiršmana indekss, kas raksturo „tirgus varas” sadalījumu starp visiem 106 tirgus dalībniekiem, 2006. gadā tvaika un karstā ūdens nozarē bija 2734. Šis rādītājs, kas ievēro katra nozares uzņēmuma tirgus daļu, liecina par paaugstinātu uzņēmumu koncentrāciju nozarē, jo indeksa vērtība pārsniedz koncentrācijas kritisko robežu (kad HHI ir augstāks var 1800 – 2000 vērtību).

Neskatoties uz to, ka aprēķinātā HHI indeksa vērtība ir augstāka par koncentrācijas kritisko robežvērtību 3.17.1. tabulā norādītie uzņēmumi nekonkurē savā starpā, jo kā jau augstāk tika minēts, siltumapgādes uzņēmumu darbība ir ierobežota vienā konkrētā administratīvajā teritorijā. Konkurence analizējamā nozarē varētu notikt starp atšķirīgiem kurināmā veidiem, kurus piegādā dažādi uzņēmumi, piemēram starp gāzi, siltumenerģiju vai biomasu (koksne, biodeģviela, biogāze) [3].

Visās apdzīvotās vietās, kurās ir daudzdzīvokļu dzīvojamās mājas, ir pārsvarā arī centralizēta siltumapgāde, kas piegādā siltumu un karsto ūdeni gan konkrētās apdzīvotās vietas dzīvojamām mājām, gan arī rūpniecības objektiem, iestādēm un organizācijām. Siltumapgādi konkrētā apdzīvotā vietā veic siltumapgādes uzņēmums, kas parasti veic 3 funkcijas:

- siltumenerģijas ražošana;
- siltumenerģijas pārvade (siltumenerģiju no katlu mājas pa siltumtrasēm nogādā līdz patērētājam);
- siltumenerģijas realizācija (pārdod siltumenerģiju patērētājam).

Pārsvarā siltumapgādes sistēma Latvijā ir saglabājusies no pagājušā gadsimta 70-iem – 80-iem gadiem, tātad katlu mājas ar visu tā aprīkojumu, siltumtrases, arī ēku iekšējie siltumapgādes tīkli ir vidēji 20 - 30 gadus veci. Līdz ar to pastāv virkne problēmu, kas saistītas ar tīklu un iekārtu morālo un fizisko novecošanu. Vecas katlu mājas bieži ir ļoti sliktā tehniskā stāvoklī. Arī pašas katlu mājas iekārtas (apkures katli, degļi, sūkņi) bija konstruētas tā, ka darbojās ar mazu

¹¹ Līdz 1.01.2008 Rīgas pilsētā: Rīgas pilsētas sabiedrisko pakalpojumu regulators, vai SPRK vietā Energoapgādes regulēšanas padome.

lietderības koeficientu. Tām ir ļoti minimāla automātiskā regulēšana, līdz ar to katlu mājas visu laiku darbojas ar maksimālo režīmu, neatkarīgi no konkrētā siltumenerģijas patēriņa dotajā momentā. Tas rada pārmērīgus un nevajadzīgus kurināmā patēriņus.

Centralizētās siltumapgādes patērētāju struktūra pēdējā laikā nav būtiski mainījies, un tajā centrālā apkure veido 65-70%, karstā ūdens apgāde – 30-35%. No kopējās realizētās siltumenerģijas daudzuma rūpniecībai realizēts 2,2%, mājsaimniecībām – 74%, citiem patērētājiem – 23,8 % [2].

AS "Rīgas siltums" ir galvenais siltumenerģijas piegādātājs Rīgas pilsētā. 76% no visas siltumenerģijas, kas nepieciešama Rīgai, pārvada un sadala AS "Rīgas siltums". Tas veic siltumenerģijas ražošanu, pārvadi un realizāciju, kā arī nodrošina siltumenerģijas lietotāju ēku iekšējās siltumapgādes sistēmu tehnisko apkopi.

Galvenās siltumenerģijas ražotājas Rīgā ir valsts akciju sabiedrībai "Latvenergo" piederošās termoelektrostacijas TEC-1 un TEC-2, kuras ražo gan elektroenerģiju, gan siltumenerģiju un no kurām AS "Rīgas siltums" iepērk aptuveni 70% no visas Rīgas pilsētai nepieciešamās siltumenerģijas [4].

Siltuma apgāde ir sabiedriskais pakalpojums. Uzņēmējdarbība karstā ūdens un tvaika nozarē ir atšķirīga no citām tautsaimniecības jomām, daļēji tā ir izņēmuma stāvoklī. Pakalpojumi ir jāpiegādā patērētājiem uzņēmumu ražotnēs un iedzīvotāju dzīvesvietās, to piegādei ir jāizveido un jāuztur tīkla infrastruktūra - fiziska (vadi, caurules) un institucionāla (nodaļas, stacijas, piegādes dienesti). Infrastruktūras izveidei un attīstībai pastāvīgi ir nepieciešamas lielas investīcijas.

Latvijas enerģētikas politika ir vērsta uz augstas efektivitātes koģenerācijas staciju attīstību Latvijas pilsētās, kurās esošais koģenerācijas potenciāls vērtējams ap 400 MWth [3].

Ar koģenerāciju saprot tehnoloģisku procesu, kurā vienlaicīgi tiek ražota gan siltumenerģija, gan elektroenerģija. Tas ir efektīvs un videi draudzīgāks process, jo abu veidu enerģijas ražošanai tiek patērēti ievērojami mazāk kurināmā, nekā tādus pašus siltumenerģijas un elektroenerģijas apjomus ražojot atsevišķi [3]. Turklāt, vietējā kurināmā izmantošanas gadījumā tiek veicināta reģionālā attīstība.

Speciāli izstrādāta metodika tarifu noteikšanas jomā, ko īsteno Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisija (SPRK), paredz īpašu pieeju jaunām koģenerācijas stacijām, kuras tikko uzsākušas darbību vai arī darbojas ne vairāk kā desmit gadus [18]. Šādām stacijām elektroenerģijas un siltumenerģijas ražošanas tarifi tiek noteikti, izejot no metodikā fiksētas veikto ieguldījumu iekšējās peļņas normas desmit gadiem. Peļņas norma noteikta tā, lai koģenerācijas stacijas lietderīgās kalpošanas laikā investors atgūtu ieguldītos līdzekļus, vienlaikus tarifam nepārsniedzot efektīvas koģenerācijas stacijas etalona līmeni. Savukārt

koģenerācijas stacijām, kuras jau ir ekspluatācijā vairāk kā desmit gadus, tarifi tiek noteikti trīs gadu periodam, ierobežojot vidējo kopkapitāla rentabilitāti, kā arī nepārsniedzot efektīvas koģenerācijas stacijas etalona līmeni. Šādi tarifu noteikšanas periodi un kapitāla izmaksu aprēķina principi veido ekonomiski pamatotu un samērīgu atbalstu koģenerācijas attīstībai.

Saskaņā ar pasaules praksi koģenerācijas staciju jaudas piesaista elektroenerģijas mērvienībām, jo par pamatprodukta ražošanu tiek uzskatīta tieši elektrība, bet siltums ir neizbēgamais tehnoloģiskā procesa blakusprodukts. Latvijā ir pierasts, ka koģenerācijas iekārtas līdztekus elektrībai ražo siltumenerģiju, ko iespējams izmantot gan centralizētajā, gan decentralizētajā sistēmā tvaika un karstā ūdens veidā. Eksistē arī iekārtas kuras ražo aukstumu vai, piemēram, nodrošina siltumu ziemā un aukstumu vasarā. Nepieciešamības gadījumā iespējama pat vienlaicīga siltuma un aukstuma ražošana.

Latvijā ir izvēlēts vienots daudznazaru sabiedrisko pakalpojumu izcenojuma regulēšanas modelis. Regulatora funkcijas valsts mērogā pilda SPRK ar mērķi nodrošināt iespēju saņemt nepārtrauktus, drošus un kvalificētus sabiedriskos pakalpojumus, kuru tarifi (cenas) atbilst ekonomiski pamatotām izmaksām, kā arī veicināt attīstību un ekonomiski pamatotu konkurenci regulējamās nozarēs, nosakot sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas kārtību un tiesiskās attiecības pakalpojumu sniegšanā.

Taču vienlaikus tiek veidoti arī daudzi pašvaldību regulatori ūdens un siltumapgādes, kanalizācijas un sadzīves atkritumu apsaimniekošanas nozarēs, atdalot šīs nozares no kopējā procesa [5].

Saskaņā ar likumu „Par sabiedrisko pakalpojumu regulatoriem” un MK noteikumiem Nr 297 „Noteikumi par regulējamajiem sabiedrisko pakalpojumu veidiem” SPRK kompetencē ietilpst koģenerācijas staciju regulēšana, kur vienlaicīgi siltumenerģijas un elektroenerģijas ražošanai tiek izmantotas iekārtas, kuru jauda ir lielāka par vienu megavatu. Savukārt pašvaldības regulē siltumapgādi, kur ražošanas procesā netiek izstrādāta elektroenerģija, tātad siltumenerģijas ražošanu katlos, siltumenerģijas pārvadi, sadali un realizāciju. Tas nozīmē, ka siltumenerģijas tarifus lietotājiem nosaka pašvaldību regulatori. Turklāt ar 2008.gadu 1.janvāri, saskaņā ar SPRK un Rīgas domes noslēgto deleģēšanas līgumu, Komisija regulē siltumapgādi (siltumenerģijas ražošanu katlos, siltumenerģijas pārvadi, sadali un realizāciju) arī Rīgas pilsētā [32].

3.17.2. Tirgū ienākšanas barjeru analīze

3.17.2.1. Ekonomiskie ierobežojumi

Ienākot nozares tirgū nepieciešamais starta kapitāls, pēc nozares ekspertu vērtējumiem, varētu veidot ap Ls 12 milj. Pašlaik kredītu saņemšana uzņēmumiem nesagādā grūtības, bet labprātāk bankas izsniedz aizdevumus siltumapgādes uzņēmumiem, kuriem jau ir sava „kredītvēsture”, vai

arī kura dibinātājs ir kāds jau pastāvošs un stabils uzņēmums (skat. A tabulā 1.1. un 1.4. barjeras aprakstu).

3.17.2. tabula. Ilgtermiņa ieguldījumu atdeves un kopējo aktīvu apgrozījuma rādītāji Latvijas tvaika un karstā ūdens piegādes nozarē (40.3) un AS „Rīgas Siltums” 2006.gadā

| Rādītāji | AS „Rīgas Siltums” | Vidējais līmenis 40.3. nozarē (pēc NACE 1.1.red.) | Mediāna 40.3. nozarē (pēc NACE 1.1.red.) |
|----------------------------------|-------------------------|---|--|
| Ilgtermiņa ieguldījuma atdeve, % | 2,10 (36 vieta nozarē) | -7,06 | -0,42 (no 105 uzņēmumiem nozarē) |
| Kopējo aktīvu apgrozījums | 0,794 (62 vieta nozarē) | 1,19 | 0,86 (no 108 uzņēmumiem nozarē) |

Avots: Lursoft nepublicētie dati

Apskatot Lursoft datu bāzes sniegots datus par ilgtermiņa ieguldījumu atdevi un kopējo aktīvu apgrozījumu nozarē un AS „Rīgas Siltums” (skat. 3.17.2. tabulu), var konstatēt, ka ilgtermiņa ieguldījumi siltumapgādē dod pavisam nelielu atdevi – 2.10% uzņēmumam AS „Rīgas Siltums” un negatīvs rādītājs ir nozares mediānai. Šajā gadījumā var apgalvot, ka aptuveni pusei uzņēmumu nozarē ilgtermiņa ieguldījumi aktīvos nav ienesīgi. Bet kā redzams no datiem par AS „Rīgas siltums”, kurš Latvijas tirgū jau strādā 13 gadus, šis koeficients arī nav ievērojami augsts (salīdzinot ar vidējo koeficienta vērtību Latvijas ekonomikā, kas 2006.gadā veidoja 5,82).

Aplūkojot kopējo aktīvu apgrozījuma koeficientu, var secināt, ka uzņēmumam AS „Rīgas siltums” kopējais aktīvu apgrozījums notiek 459 kalendārajās dienās, bet nozares mediānas uzņēmumam 425 dienās. Pēc 2006. gada datiem šis rādītājs mediānai Latvijas reģistrēto uzņēmumu vidū ir 235 dienas, balstoties uz ko var secināt, ka aktīvu apgrozījuma periods tvaika un karstā ūdens piegādes nozarē ir ilgs. Šis ir samērā ilgs periods aktīvu apgrozījumam, kas var liecināt par zināmu barjeru uzņēmumiem, kas vēlas ienākt tvaika un karstā ūdens piegādes nozarē.

Investīcijas ir nepieciešamas ne tikai uzņēmuma dibināšanas laikā, bet arī darbības laikā ir nepieciešamas lielas investīcijas tīklu renovācijai, remontdarbiem, siltuma ražošanas objektu atjaunošanai, modernizācijai un darbības efektivitātes paaugstināšanai. Līdzekļi, kurus siltumapgādes uzņēmumi novirza pakalpojuma uzlabošanai, dažkārt pat pārsniedz uzņēmuma peļņas apjomus. Var secināt, ka ir nepieciešami lieli ilgtermiņa finanšu ieguldījumi veiksmīgai siltumenerģijas uzņēmuma darbībai. Veicamie pasākumi ir vitāli nepieciešami siltumenerģijas ražošanas pašizmaksu samazināšanai nākotnē un ilgtspējīgai uzņēmuma attīstībai. Ir nepieciešamas arī regulāras investīcijas jaunu siltumtīklu izbūvei.

Uzņēmumam, kas vēlas ienākt siltumapgādes nozarē ir jārēķinās arī ar sistemātiku izejvielu cenu pieaugumu. Tā kā siltumenerģijas ražošanā galvenā izejviela ir dabas gāze un dabas gāzes cenas ir piesaistītas mazuta kotācijai cenām, jaunienācējam ir jāņem vērā naftas tirgus cenu izmaiņas.

Ja ņem vērā, ka cenas naftas tirgū nav stabilas (2008. gada jūlijā naftas cena piedzīvoja gan jaunu rekorda līmeni, gan lielāko kritumu vienas tirdzniecības sesijas laikā pēdējo 17 gados), jaunienācējiem ir jāreķinās ar šo faktoru, un ir jābūt gataviem krasām izmaiņām izejvielu piegādes tirgū.

2008. gada 4. augustā Ministru kabineta komitejas sēdē tika atbalstīts noteikumu projekts „Noteikumi par darbības programmas „Infrastruktūra un pakalpojumi” pasākuma „Enerģētika” papildinājuma 3.5.2.1.aktivitāti „Pasākumi centralizētās siltumapgādes sistēmu efektivitātes paaugstināšanai” [36], bet 2008. gada 28.jūlijā arī 3.5.2.2. aktivitāti „Atjaunojamo energoresursu izmantojošu koģenerācijas elektrostaciju attīstība” [37]. Šīs Eiropas Savienības struktūrfondu darbības programmas ietvaros siltumenerģētikas uzņēmumiem Latvijā būs iespēja pretendēt uz ievērojamu līdzfinansējumu. Šis noteikumu projekts nosaka kārtību, kādā piešķir finansējumu centralizētās siltumapgādes sistēmu efektivitātes paaugstināšanai, nosaka projektu iesniedzējiem izvirzāmās prasības, atbalstāmās un neatbalstāmās darbības.

Eiropas Savienības fondu programmas mērķis ir būtiski paaugstināt siltumenerģijas ražošanas efektivitāti, samazināt siltumenerģijas zudumus pārvades un sadales sistēmās un sekmēt importēto fosilo kurināmā veidu aizvietošanu ar atjaunojamajiem vai cita veida vietējiem kurināmajiem.

Uz atbalstu varēs pretendēt projekti, kuru rezultātā tiek veicināta atjaunojamo energoresursu efektīva izmantošana, veikta siltumavotu vai siltumtīklu rekonstrukcija, kā arī izbūvēti individuālie siltumpunkti, kas varētu būt labs veicināšanas pasākums potenciālo jaunienācēju parādīšanās tirgū.

Aktivitātes ietvaros pieejamais publiskais finansējums sastāv no Eiropas Savienības Kohēzijas fonda finansējuma Ls 42,3 milj. [6], [7].

Maksimāli pieļaujamā finansējuma intensitāte ir 40 procenti no projekta kopējām attiecināmajām izmaksām. Bet, ja tiek rekonstruēts siltumavots atjaunojamo energoresursu izmantošanai un pirms tam atjaunojamie energoresursi nav izmantoti, maksimāli pieļaujamā finansējuma intensitāte šai projekta daļai ir 50 procenti no attiecināmajām izmaksām.

Atbalsts tiek paredzēts vai nu jau darbojošos uzņēmumu efektivitātes paaugstināšanai vai arī individuālo siltumpunktu izveidei, kas nozīmē, ka jaunienācējiem tvaika un karstā ūdens piegādes nozarē šis vērienīgais atbalsts iet secen.

Arī Latvijas investīciju un attīstības aģentūra (LIAA) ir finansējusi dažus projektus siltumapgādes sistēmas modernizācijas jomā. Piemēram, tika finansēts Valsts un privātās partnerības (VPP) pilotprojekts „Jēkabpils siltumapgādes sistēmas rekonstrukcija”, kura mērķis ir rekonstruēt Jēkabpils pilsētas siltumapgādes sistēmas un nodrošināt efektīvus siltumapgādes pakalpojumus pilsētā. Investīciju apjoms sastādīja Ls 2,98 milj. SIA „Jēkabpils siltums” strādā ar

ikgadējiem finansiāliem zaudējumiem, kurus dotē Jēkabpils pilsētas dome, un piegādātās siltumenerģijas zudumi vidēji ir 32% [8].

LR EM Enerģētikas departaments izstrādā programmu līdzekļu piesaistīšanai no Eiropas reģionālās attīstības fonda (ERAF), kuras mērķis ir veicināt energoefektivitātes paaugstināšanos energoapgādes uzņēmumos un enerģijas lietotāju sistēmās, kurināmā konversiju, lai samazinātu enerģijas ražošanas ietekmi uz vidi, kā arī koģenerācijas attīstībai [9].

Labākai atjaunojamo energoresursu izmantošanai un biomasu izmantojošu koģenerācijas staciju attīstībai ir paredzēts piesaistīt ES Struktūrfondu un Kohēzijas fondu atbalstu. Līdz 2016.gadam investīcijas biomasas koģenerācijas elektrostacijām paredzēts piesaistīt finansējumu Ls 8,1 milj. apmērā no valsts budžeta un Ls 27 milj. no Eiropas Struktūrfondiem [10].

Kopumā varētu secināt, ka no valsts un ES līdzekļiem pašlaik un nākotnē tiks atbalstīta esošo siltumapgādes sistēmu renovācija, jaunu koģenerācijas staciju izveide un atjaunojamo energoresursu (par kuriem uzskata vēju, ūdeni, saules starojumu, biomasas, zemes siltumu un viļņi) izmantošana. Tāpēc potenciālo jaunienācēju darbība var pārsvarā būt saistāma vai nu ar koģenerācijas staciju būvēšanu un izmantošanu, vai arī ar atjaunojama energoresursu potenciāla izmantošanu.

Pēdējo trīs apkures sezonu laikā siltumenerģijas tarifi (ko apstiprina neatkarīgi regulatori) ir gandrīz dubultojušies kurināmā cenu kāpuma dēļ. Tomēr dažādos reģionos siltumenerģijas tarifu līmenis bija samēra atšķirīgs. Tā, Rīgas pilsētas tarifi ir pacēlušies no Ls 19,15 uz Ls 35,46 par MWh (ar 2008.g. 1. martu), Daugavpilī – no Ls 19,1 uz Ls 33,04 par MWh, bet Liepājā - no Ls 26,63 uz Ls 47,8 uz MWh. [34]. Neskatoties uz to, ka pēc ekspertu viedokļa siltumenerģijas tarifi ir grūti salīdzināmi (jo tarifu paaugstināšanas laikā katram siltumenerģijas piegādātājam ir tiesības paaugstināt tarifus viņiem piemērojamā laikā neatkarīgi no pārējiem tirgus dalībniekiem), tomēr, visi aptaujāti eksperti atzina, ka Rīgas pilsētā siltumenerģijas tarifi parasti ir nedaudz zemāki nekā parējos Latvijas reģionos. Šis fakts varētu būt izskaidrojams daļēji arī ar priekšrocību, ko sasniedzis AS „Rīgas Siltums” minimālā efektivitātes darbības apjoma līmenī un izdevumu līmenī, salīdzinot ar citiem siltumenerģijas piegādātājiem citās Latvijas teritorijās (skat. A tabulas 1.2. un 1.3. barjeru aprakstu). Šis pārākums tika sasniegts pateicoties lielām investīcijām, ko šis uzņēmums ieguldīja siltumvadu tīklu modernizācijā un pārējās infrastruktūras attīstībā.

Kurināmā cenas veido lielāko daļu no siltumenerģijas gala cenas (tarifa). Tā kā par kurināmā piegādēm (70% no siltuma izmaksām patlaban) jānorēķinās savlaicīgi un pilnā apjomā, siltumapgādes uzņēmumi var tikai manipulēt ar atlikušajiem 30%, samazinot remontus, rekonstrukcijas utt. Bieži siltumapgādes uzņēmumi Latvijas reģionos paši, bez valsts vai

pašvaldību dotācijām, nespētu veikt siltumtīklu modernizāciju, tehnoloģisko attīstību un nodrošināt salīdzinoši zemākus tarifus.

Mazās koģenerācijas stacijas, kas patlaban darbojas Latvijas reģionālajā siltumapgādē, ir veidotas dažādi: daļu no tām ir finansējušas pašvaldības un tās pieder siltumuzņēmumiem (piemēram, Dobeles, Salaspils u.c.), daļa pieder firmām, kas pašas uzstādījušas koģenerācijas iekārtas un pārdod siltumu pašvaldību siltumapgādes uzņēmumiem par MK noteikumos noteikto cenu (piemēram, Bauska, Valmiera, Ogre u.c.). Kā jau iepriekš bija minēts, siltumenerģija no koģenerācijas stacijām principā ir lētāka par ūdenssildāmajos katlos ražoto, un, neatkarīgi no koģenerācijas staciju piederības, siltumenerģijas cena minētajās pašvaldībās visumā ir zemāka [11]. Zināmā mērā veidojas situācija, kad atšķirīgās administratīvajās teritorijās siltuma tarifi ir dažādi, kas ir atkarīgs no pašvaldības atbalsta uzņēmumiem. Šis faktors var tikt uzskatīts par barjeru jaunu uzņēmumu ienākšanai noteiktā Latvijas administratīvajā teritorijā.

Analizējot nozares ienesīguma līmeni pēc Uzņēmumu reģistra datiem ir redzams, ka vidējā bruto peļņas robeža 2006.gadā nozarē veidoja tikai 7,39%. Balstoties uz ekspertu atzinumiem var apgalvot, ka nozarē piemērojamais ienesīguma līmenis, saskaņā ar regulatora piemērojamu politiku, varētu veidot ap 9%. Gadījumā, ja jaunienācējs vēlēties ieiet tirgū, viņam jāērķinās ar ienesīgumu 5 - 7% līmenī, jo ievērojot salīdzinoši stabilo siltumenerģijas vajadzību (nepieciešamās jaudas), jauniesācēji būs spiesti piedāvāt savus pakalpojumus siltumenerģijas operatoriem (kas nodarbojas ar enerģijas pārvadi, sadali un realizāciju) par salīdzinoši zemāku cenu, kas samazinās arī viņu potenciālo ienesīgumu.

3.17.2.2. Administratīvie/organizatoriskie ierobežojumi

Visiem nozarē strādājošiem uzņēmumiem, kā esošiem, tā arī jaunienācējiem, ir jāievēro LR likumdošanas ietvaros noteiktus nosacījumus un jāsaņem LR Ekonomikas ministrijas licenci siltumenerģijas ražošanai un pārvadei pie nosacījuma, ka uzņēmums atbilst visām piesārņojuma novēršanas prasībām (skat. A tabulas 2.1. - 2.3. barjeras aprakstu).

Galvenos nosacījumus, ko nepieciešams ievērot darbojoties tvaika un karstā ūdens piegādes nozarē nosaka „Enerģētikas likums”. Šis likums reglamentē enerģētiku kā tautsaimniecības infrastruktūru, kas aptver energoresursu iegūvi, izmantošanu un dažāda veida enerģijas ražošanu, iegādi, pārveidi, uzglabāšanu, pārvadi, sadali, piegādi enerģijas lietotājiem un energoresursu patēriņu, kā arī nosaka pārvades kārtību enerģētikā un energoapgādes komersantu darbības organizēšanas un attīstības principus [19].

Uzsākot darbību, siltumapgādes uzņēmumam ir arī jāsaņem „Atļauja B kategorijas piesārņojošās darbības veikšanai”. Tā ir iegūstama saskaņā ar Ministru Kabineta Noteikumiem Nr. 294.

Tās iegūšanai ir jāsniedz informācija par piesārņojošās darbības vai iekārtas atrašanās vietu, tuvējo apkārtni un zemes izmantošanas veidu, plānošanu, projektēšanu, būvdarbiem, piesārņojošās darbības klasifikāciju, darbinieku skaitu esošajās un plānotajās ražotnēs, piesārņojošās darbības aprakstu, iekārtas un piesārņojošās darbības detalizētu aprakstu, piesārņojošo vielu emisiju gaisā, augsnē, gruntī, pazemes ūdeņu piesārņojumu, troksni, atkritumu apsaimniekošanu, monitoringu u.c. esošajām un plānotajām darbībām [24].

Koģenerācijas rezultātā tiek ražota ne tikai siltumenerģija, bet arī elektroenerģija. Šis faktors būtu jāņem vērā uzņēmējdarbības vides uzlabošanā siltumapgādes nozarē. Pašreizējā situācijā visu koģenerācijas rezultātā saražoto elektroenerģijas atlikumu, kas palicis pēc elektroenerģijas izlietošanas koģenerācijas elektrostacijas vajadzībām, iepērk AS „Latvenergo”, kas ir lielākais elektroenerģijas publiskais tirgotājs (piegādātājs) un elektroenerģijas operators Latvijā. To nosaka Elektroenerģijas tirgus likuma 28. panta 3. daļa: ”Ja ražotājs vēlas izmantot ... noteiktās tiesības un tā koģenerācijas elektrostacija atbilst Ministru kabineta noteiktajiem kritērijiem, visu saražotās elektroenerģijas atlikumu, kas palicis pēc elektroenerģijas izlietošanas koģenerācijas elektrostacijas vajadzībām, iepērk publiskais tirgotājs par šā panta otrajā daļā paredzētajā kārtībā noteikto cenu.” Kā jau tika minēts iepriekš koģenerācijas staciju izveidei ir nepieciešamas liela apmēra finansu investīcijas un investīciju atdeve šajā nozarē ir samērā lēna. Ir iespējama situācija, kad koģenerācijas stacija ir nevis patstāvīgs uzņēmums, bet tās dibinātājs ir uzņēmums, kura darbības sfēra neattiecas uz siltumapgādi. Iespēja koģenerācijas stacijas dibinātāju uzņēmumam koģenerācijas ceļā saražoto elektroenerģijas pārpalikumu lietot paša dibinātāju uzņēmuma vajadzībām, kā arī nodrošinot vienlīdzīgas iespējas uzņēmumam elektroenerģiju piegādājot galapatērētājiem, būtu vērtējama kā stimulējošs faktors siltumapgādes uzņēmumu – jaunienācēju piesaistei un konkurences uzlabošanai nozarē (skat. A tabulas 2.1. barjeras aprakstu).

Valsts pārvaldes institūciju aktos ir atrodamas arī ļoti daudzas citas specifiskas prasības, normatīvie dokumenti un noteikumi uzņēmumiem ienākšanai un darbam tvaika un karstā ūdens piegādes nozarē, kas saistīti ar aizsargjoslu ievērošanu [21], siltumenerģijas piegādes nosacījumiem [22], individuālo siltummezglu ierīkošanas un modernizācijas noteikumiem utt.

Lai varētu sekmīgi darboties tvaika un karstā ūdens piegādes nozarē uzņēmumam ir jāatbilst virknei prasību, darbībai jābūt saskaņā ar daudziem likumiem, noteikumiem, normatīvajiem aktiem un šī ir uzskatāma par nopietnu barjeru ienākšanai nozarē.

Nepieciešamais laiks licenču (atļauju) saņemšanai svārstās no trijiem līdz pieciem mēnešiem, kas pēc nozares eksperta domām ir ilgs laika periods un darbojas kā šķērslis ražošanas uzsākšanai.

Licenču iegūšanai ir nepieciešami ne tikai laika resursi, bet arī materiālie resursi. Piemēram, uzņēmums AS „Rīgas Siltums”, kas Latvijas siltumapgādes tirgū darbojas jau 13 gadus, savā 11.

un 12. darbības gadā uzņēmuma bilancē ir norādījis Ls 156 tūkst. un attiecīgi Ls 110 tūkst., kuri ir tikuši iztērēti licenču iegūšanai.

Pieļaujamie kaitīgo vielu piesārņojuma līmeņi ir noteikti Latvijas likumdošanas aktos (Ministru Kabineta noteikumi Nr. 588-21.10.2003 “Noteikumi par gaisa kvalitāti”), kuros atbilstoši Eiropas Savienības likumdošanas prasībām (direktīva 1999/30/EC) iekļautas tādas pašas prasības gaisa kvalitātei kā citās Eiropas Savienības dalībvalstīs. Lai nodrošinātu cilvēka veselības un vides aizsardzību, slāpekļa dioksīdam un sēra dioksīdam noteikti vairāki robežlielumi (normatīvi).

Lielāko piesārņojošo vielu emisiju gaisā rada gan mobilie (transports), gan stacionārie piesārņojuma avoti – siltumapgādes uzņēmumu katlu mājas, rūpnīcu un ražotņu katlumājas, privāto māju krāsnis, katli un kurtuves. Sadedzinot kurināmo, atmosfērā tiek emitētas piesārņojošās vielas, kuru daudzums un ķīmiskais sastāvs ir atkarīgs no izmantotā kurināmā daudzuma un veida.

Slāpekļa oksīdu galvenais emisijas avots ir dažāda veida degšanas procesi, neatkarīgi no kurināmā veida, kā arī degvielas sadegšana dzinējos. Slāpekļa oksīdu paaugstinātās koncentrācijas ir skābo lietu veidošanās iniciatori, samazina redzamību un ir viena no siltumnīcas efekta izraisošajām gāzēm. Īpaša nozīme ir emisijas avota novietojumam, ģeometriskajiem izmēriem, darbības dinamikai un, protams, emisiju apjomiem.

No ekoloģiskā viedokļa siltumapgādes sistēmu decentralizācija būtu vērtējama negatīvi, jo sadrumstalojot centrālo siltumapgādes sistēmu:

- pieaugtu emisijas avotu skaits,
- siltuma ražošanai tiek patērēts vairāk kurināmā,
- mazo katlu māju darbības efektivitāte, ekspluatējot sadedzināšanas iekārtas, ir zemāka, jo ir grūtāk noregulēt iekārtu darba režīmu, un izmešu faktiskais apjoms ir lielāks (izņēmums ir mazas katlu mājas, kurās uzstādītas jaunas, automātiskā režīmā ekspluatējamas un regulējamas, ar dabas gāzi kurināmās iekārtas).

Atļauju decentralizācijai var izsniegt tikai tiem lietotājiem, kuri dzīvo teritorijās, kurās nav noteikta centralizētā siltumapgāde. Teritorijās, kurās nav noteikta centralizētā siltumapgāde atļauju decentralizācijai izsniedz tikai uz tehniski-ekonomiskā aprēķina pamata, ievērojot vides aizsardzības prasības, kā arī izvērtējot, vai līdz ar decentralizāciju netiek nodarīts kaitējums citiem siltumenerģijas lietotājiem, vai tiek ievēroti normatīvie dokumenti.

Šie noteikumi darbojas kā siltumapgādes tirgū ienākšanas barjeras, jo, piemēram, Rīgas centra rajonā klienti nemaz nevar atteikties no centrālās siltumapgādes un pāriet uz gāzes apkuri.

Klimata pārmaiņu jomā ir pieņemti daudzi Eiropas Savienības (ES) tiesību akti, kuru saistības ir jāpilda arī Latvijai. Viens no tiem ir Eiropas Parlamenta un Padomes 2003.gada Direktīva

2003/87/EK, ar kuru nosaka siltumnīcefekta gāzu emisijas kvotu tirdzniecības sistēmas izveidi Kopienā un groza Padomes Direktīvu 96/61/EK. Direktīva izveidota, lai palīdzētu ES dalībvalstīm pildīt savas starptautiskās emisiju samazinājuma saistības ekonomiski visizdevīgākajā veidā, kā arī nodrošinātu ES kopējo saistību izpildi (ES ir uzņēmusies saistības samazināt siltumnīcefekta gāzu emisijas par 8%). Sistēmas dalībnieki ir rūpnieciskās iekārtas energoietilpīgajās tautsaimniecības nozarēs, tai skaitā elektroenerģijas un siltumenerģijas, cementa, keramikas, tērauda, stikla u.c. ražošanas iekārtas. ES reģionālā sistēma ir saistīta ar Kioto protokola mehānismiem – kopīgi īstenojamiem projektiem un tīras attīstības mehānismu, paredzot uzņēmumiem iespēju izmantot šo mehānismu ietvaros realizētajos projektos radītās emisijas samazināšanas vienības

Eiropas Savienības emisijas kvotu tirdzniecības sistēma darbību ES un Latvijā uzsāka 2005.gada 1.janvārī. Atbilstoši Direktīvas 2003/87/EK nosacījumiem, sistēma iedalīta vairākos periodos – 2005.-2007.gada periods, 2008.-2012.gada periods utt. ik piecus gadus. Katram periodam jāizstrādā Emisijas kvotu sadales plāns, kura mērķis ir noteikt kopējo emisijas kvotu apjomu, ko valsts emitēs noteiktajā periodā, emisijas kvotu sadali starp iekārtu operatoriem, kā arī kārtību, kādā emisijas kvotas piešķiramas jaunām iekārtām vai esošām iekārtām piesārņojošās darbības paplašināšanās gadījumā. Papildus tam, sākot ar 2005.gada 1.janvāri visiem sistēmā iesaistītiem iekārtu operatoriem jāsaņem jauna veida vides atļaujas – Siltumnīcefekta gāzu emisijas atļaujas, kā arī jāveic emisiju monitorings, jāsaņem ikgadējie pārskati par siltumnīcefekta gāzu emisiju, kurus pārbauda akreditēti verificētāji, un jānodod valstij tāds emisijas kvotu apjoms, kas atbilst pārbaudītajā un apstiprinātajā gada pārskatā norādītajam apjomam [36].

Šie noteikumi nozīmē, ka jaunienācējiem tirgū atkal ir jāsaņemas ar jauniem ierobežojumiem, jo atļauju, licenču saņemšana prasa gan laika gan materiālos līdzekļus. Tādā veidā tirgū jau esošiem dalībniekiem jau ir iegūta priekšrocība. Fakts, kas gan attiecas gan jau uz tirgū esošiem uzņēmējiem gan uz jaunienācējiem ir emisijas kvotu pirkšana, ja tiek pārtērēts piešķirto kvotu daudzums.

Sakarā ar to, ka kopš 2006. gada siltumuzņēmumi ar jaudu virs 20 MW ir iekļauti Eiropas Savienības CO2 Emisiju kvotu tirdzniecības sistēmā, kas savukārt siltumapgādes uzņēmumiem var radīt papildus zaudējumus, Ministru kabineta komitejas sēdē lēma, ka ir atbalstāms projekts par emisiju kvotu pirkšanas izdevumu iekļaušanu siltumenerģijas tarifā [27].

Šis fakts teorētiski strādās kā virzulis jaunu tirgus dalībnieku ienākšanai siltumapgādes nozarē, jo māsaimniecības, kas būs neapmierinātas ar kārtējo siltumtarifu pieaugumu iespējams vēlēties pāriet uz lokālu siltumapgādi, jo siltumavotiem ar jaudu līdz 20 MW nav obligāti jāiesaistās ETS un tāpat arī jāizdod papildu izdevumi emisijas kvotu deficīta segšanai. Lietotāju rīcībā izvēloties lokālu siltumapgādi, faktiski būs pretēja gan enerģētikas politikai, kas vērsta uz siltumslodžu

maksimālu izmantošanu koģenerācijas procesā, gan arī vides aizsardzības principiem, jo siltumapgādes decentralizācija gaisa piesārņojuma jomā izpaužas ar jaunu nelielā augstumā izvietotu mazas jaudas emisijas avotu skaita pieaugumu.

3.17.2.3. *Tirgus dalībnieku vertikālas vienošanās rezultātā izveidotās barjeras*

Enerģētikas likuma 12.pants nosaka, ka energoapgādes komersanti, lai nodrošinātu enerģijas iepirkšanu, ražošanu, pārvadi, sadali un realizēšanu, var darboties horizontāli vai vertikāli integrēti vai atsevišķi, saņemot licenci katram energoapgādes veidam [19].

Enerģētikas likums neaizliedz uzņēmumiem, kas darbojas siltumenerģijas jomā darboties vertikāli integrējoties, bet ir aizliegtas vienošanās, kuru mērķis vai sekas ir konkurences kavēšana.

Tvaika un karstā ūdens piegādes nozares specifika ir saistīta ar samērā ierobežoto uzņēmumu skaitu nozarē, kas piegādā gāzi (piemēram, AS „Latvijas Gāze”, kas pēc SPRK informācijas ir vienīgais uzņēmums Latvijā, kas nodarbojas ar dabasgāzes uzglabāšanu, sadali, pārvadi un realizāciju) siltumenerģijas ražošanai vai, kas ražo siltumenerģiju (piemēram, AS „Latvenergo” darbības Rīgas pilsētas teritorijā), piegādājot to pārējiem uzņēmumiem, kas tālāk to pārvada, sadala un realizē. Šo uzņēmumu skaita ierobežotība arī nosaka nepieciešamību vertikāli integrēties uzņēmumiem, kas ir iesaistīti kopējā darbībā, sākot ar siltumenerģijas ražošanu un līdz tās realizācijai gala patērētājiem (skat. A tabulas 3.barjeras aprakstu).

Pēc nozares ekspertu domām reālās alternatīvas gāzes izmantošanai siltumenerģijas ražošanas procesā praktiski nav. Siltumenerģijas ražošanā varētu būt izmantojams dažāda veida kurināmais, ieskaitot arī biomasu. Tomēr joprojām paliek aktuāls jautājums par citu veidu kurināmā izmantošanas ekonomisko lietderību/izdevīgumu, kas nebūt nesamazina energoresursu cenas un nevar būt uzskatāms par pilnvērtīgu gāzes aizstājēju.

Tāpēc visticamāk, ka potenciāli jauniem tirgus dalībniekiem vajadzēs meklēt kontaktus un cieši sadarboties ar AS ”Latvijas Gāze”. Turklāt, ražojot siltumenerģiju koģenerācijas stacijās, joprojām diezgan aktuāls priekš jaunienācēja būs jautājums par sadarbību ar elektroenerģijas sadales sistēmas operatoriem.

3.17.2.4. *Tirgus infrastruktūras neatbilstība*

Pēc nozares ekspertu domām uzņēmējdarbībai nepieciešamās informācijas iegūšanai, tvaika un karstā ūdens piegādes nozarē, šķēršļu nav (skat. A tabulas 4. barjeras aprakstu).

Latvijā darbojas Latvijas Siltumuzņēmumu asociācija (LSUA), kas ir dibināta vēl 1993. gadā un ir sabiedriska profesionāla organizācija, kas apvieno gan centralizētās siltumapgādes uzņēmumus, gan siltumiekārtu ražotājus, gan konsultantu un montāžas firmas, gan siltumiekārtu

un aprīkojuma piegādātājfirmas, kā arī atsevišķus individuālos biedrus [35]. LSUA mērķis ir, pārstāvēt biedru intereses, attīstīt centralizēto siltumapgādi un koģenerāciju - ieviest progresīvāko pieredzi, modernu energoefektīvu tehniku, maksimāli izmantot vietējo kurināmo, attīstīt vietējās siltumtehnikas ražošanu, piedalīties siltumapgādes attīstības plānu, likumdošanas un normatīvo aktu izstrādāšanā. Tādējādi LSUA darbība ir vērsta uz energoefektivitātes paaugstināšanu, vides aizsardzību un patērētāju izmaksu samazināšanu.

Esošie uzņēmumi, kas Latvijā darbojas siltumenerģētikas jomā, jau ir izveidojuši savu pakalpojuma infrastruktūru, bet vēl joprojām ļoti lieli līdzekļi tiek ieguldīti infrastruktūras uzlabošanā. Piemēram uzņēmumam „Rīgas Siltums” piederošo siltumtīklu kopējais garums sasniedz 656 km, no kuriem 33% ir jaunāki par 10 gadiem. Tajā pašā laikā 48% no siltumtīkliem ir pārsnieguši normatīvo kalpošanas laiku – 20 gadi.

Infrastruktūras uzlabošana (remontdarbi un siltumtīklu modernizācija) tvaika un karstā ūdens piegādes nozarē ir ļoti būtiska, lai novērstu siltumenerģijas zudumus siltumtrasēs.

Uzņēmumiem, kas ir jaunienācēji nozarē, infrastruktūras neatbilstība var būt nopietns šķērslis, tās izveides izmaksu dēļ. Risinājums šajā situācijā var būt siltumapgādes uzņēmuma, kas ir jaunienācējs, sadarbība ar pastāvošo lielāko siltumapgādes uzņēmumu konkrētajā administratīvajā teritorijā, respektīvi, saražotās siltumenerģijas pārdošana. Gadījumā, kad siltumenerģētikas uzņēmums pārdod saražoto siltumenerģiju uzņēmumam, kas to piegādā patērētājam, ir jārēķinās ar izdevumiem, kas ir nepieciešami pieslēgumu veidošanai galvenajai siltuma maģistrālei, kā arī ar izdevumiem komunikāciju izbūvei, piemēram, elektroenerģijas kabeļu ievilkšanai.

Pēc nozares ekspertu domām komunikāciju sistēma lielākajās pilsētās ir pārblīvēta, un bieži, ir grūti veidot jaunus risinājumus.

Veidojot komunikāciju infrastruktūru uzņēmumam, kas ir jaunienācējs, ir jārēķinās ne tikai ar konkurentu, partneru un citu uzņēmumu interesēm, bet arī ar komunikāciju infrastruktūras izveides teritorijā dzīvojošajiem iedzīvotājiem, viņiem piederošajām teritorijām, zemes gabaliem. Šī problēma var tik risināta iegādājoties nepieciešamo zemes gabalu vai īrējot to, kas atkal prasa papildus ieguldījumus no jaunienācēja puses.

Veidojot komunikāciju tīklu, jaunienācēji var saskarties ar situāciju, ka komunikāciju tīkla izveidei ir nepieciešamas speciālas atļaujas, piemēram, ja tās nepieciešams izbūvēt ceļu, ietvju tuvumā.

Pēc nozares ekspertu viedokļa, ir nepieciešams ievērot un izpildīt papildus tehniskās prasības, ja klients vēlas pāriet no centralizētās apkures uz cita veida kurināmā izmantošanu (piem., gāzi). Risinot jautājumu par atteikšanos no centralizētās siltumapgādes un pāreju uz gāzes apkuri, klientiem nāksies saskarties ar būvniecības ierobežojumiem, augstākām būvinspekciju prasībām.

Saskaņā ar Reģionālās attīstības likuma 14.panta otro daļu „Kārtība, kādā piešķir mērķdotācijas investīcijām pašvaldībām 2008. – 2010.gadā” pašvaldības dome varēs saņemt mērķdotācijas siltumapgādes, ūdensapgādes, ceļu, ielu infrastruktūras atjaunošanai vai attīstībai. Maksimāli pieļaujamais valsts atbalsta apjoms kārtējā budžeta gada ietvaros ir ne vairāk kā Ls 2 milj.

3.17.2.5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras

Sakarā ar to, ka centralizētās siltumapgādes sistēma valstī jau ir izveidojusies, uzņēmumi, kas ir jaunienācēji, reāli spēj apgādāt ar siltumenerģiju vai nu tikai mazas teritorijas, nodrošināt kādu noteiktu uzņēmumu vai ražotni ar siltumenerģiju, vai piegādāt saražoto siltumenerģiju uzņēmumam, kas ir centrālās siltumapgādes operators noteiktā administratīvajā teritorijā.

3.17.2.6. Preču pieprasījuma ierobežojumi

Pašlaik šī ir viena no nopietnākajām barjerām jaunienācējiem siltumapgādes nozarē, kas veidojas sakarā ar nozīmīgu siltumenerģijas tarifu paaugstinājumu, kuru ietekmi uz savu budžetu un izdevumiem mājtsaimniecības izjutīs vēl vairāk ar 2008./2009. gada apkures sezonas sākumu. Siltumenerģijas tarifu kāpums, iedzīvotāju reālo ienākumu pazemināšanās straujās inflācijas apstākļos un iedzīvotāju parādi siltumapgādes uzņēmumiem ir galvenie iemesli, kādēļ daudzas mājtsaimniecības atsakās no centralizētās siltumapgādes, jaunu, lētāku siltumapgādes veidu meklēšanai.

2008. aprīlī - praktiski visos siltumapgādes uzņēmumos Latvijā, kas izmanto dabasgāzi, ap 70% no siltumenerģijas gala cenas sastāda izdevumi par kurināmo. Viss pārējais - algas personālam, elektroenerģija sūkņiem, cauruļvadu uzturēšana un remonts - ir tikai atlikušie 30%. Ja kurināmā cena vēl celsies, tad kurināmā īpatsvars drīz sasniegs 80% no siltumenerģijas gala cenas. Nedaudz labāka situācija ir uzņēmumos, kas kurina ar šķeldu - tur kurināmā īpatsvars siltumtarifos ir ap 60%. Savukārt koģenerācijas ciklā kurināmā īpatsvars reizēm jau tagad sasniedz pat 82% [11].

Naftas cenas pasaules tirgū 2008. gada 4. jūlijā kārtējo reizi sasniedza jaunu rekordu, pirmo reizi pārsniedzot atzīmi 146 dolāru (64,82 latu) par barelu [30].

Balstoties uz pēdējo 6 mēnešu mazuta vidējo kotāciju, arī AS „Latvijas Gāze” piemēro savu gala cenu piegādātajai dabasgāzei. Tādējādi var secināt, ka, pieaugot naftas cenai par barelu, arī siltumenerģijas tarifi augs, un šī barjera saglabāsies vismaz tuvākajā nākotnē noteikti, jo pagaidām naftas cenas krišanās netiek paredzēta.

Pašreiz Latvijas siltumenerģētikas tirgus ir piesātināts, katrā administratīvajā teritorijā jau darbojas uzņēmums, kas nodarbojas ar siltumapgādi un, piemēram, Rīgā, pēc nozares ekspertu domām, ražošanas jaudas uzstādītas vairāk nekā nepieciešams (skat. A tabulas 6.barjeras

aprakstu). Tomēr, ja siltumapgādes uzņēmumi cenšas nekonkurēt savā starpā, tad vērojama sīva konkurence starp dažāda veida kurināmā izvēli gala patērētāju vidū (piem., starp centralizēto siltumapgādi un gāzi).

A tabula. Jaunienācēju draudu (tirgus barjeru) novērtēšana tvaika un karstā ūdens piegādes nozarē (40.3)

| Barjeras veids | Vai konkrētā barjera būtu likvidējama vai tās ietekme samazināma. Nepieciešamie pasākumi to īstenošanai | Barjeras ietekmes nozīmīgums | | | Īss apraksts (kāpēc, analizējot konkrēto barjeru tiek uzskatīts, ka barjeras ietekme ir nenozīmīga/nozīmīga, ļoti nozīmīga) |
|---|---|------------------------------|--------------|----------------------|--|
| | | Neno zīmī ga | Nozī mīga | Ļoti nozī mīga | |
| 1. Ekonomiskie ierobežojumi | | | | | |
| 1.1. Nepieciešamā liela apjoma kapitālieguldījumi, investīcijas, starta kapitāls (dārgu aprīkojumu dēļ, dārgu izejvielu dēļ, augstu nodokļu dēļ, reģistrācijas, licenzēšanas izdevumu. dēļ) | Barjeras ietekme varētu būt mazināma, realizējot ES un valsts atbalsta programmas potenciāliem jauniešiem siltumenerģijas ražošanas un piegādes sektorā. Minētie atbalsta pasākumi varētu atvieglot jaunienācēju ienākšanu, tādējādi veicinot konkurenci nozarē | | | ✓ | Ienākšanai tvaika un karstā ūdens piegādes nozarē ir nepieciešams liels starta kapitāls, kas ir mērojams vidēji Ls 12 milj. apmērā. Lielas investīcijas ir nepieciešamas arī uzņēmuma darbības laikā efektivitātes uzlabošanai un siltumtīklu renovācijai. Tā kā dabas gāzes cenas ir piesaistītas mazuta kotācijai, izejvielu cenu pieaugums ir ievērojams. |
| 1.2. Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis | Nav mērķtiecīgi likvidēt, jo uzņēmumu priekšrocības tika sasniegtas pastāvīgi modernizējot siltumvadu tīklus un piegādājot siltumu lielos apjomos (ražošanas mēroga efekts). | | ✓ | | Tikai lieli uzņēmumi, kas jau ilgu laiku darbojas siltumapgādes nozarē, var nodrošināt pastāvīgu siltumtīklu modernizāciju, kas ir neieciešams nosacījums siltumapgādes uzņēmumu ilglaicīgai ienesīgai darbībai. Lielāki nozares uzņēmumi, kā arī uzņēmumi, kuri ir attīstījuši siltumenerģijas ražošanu koģenerācijas ciklā, var nodrošināt samērā zemākus siltumenerģijas iegādes tarifus. Piemēram, uzņēmuma „Rīgas Siltums” gadījumā Rīgā tika nodrošināts salīdzinoši zemāks siltumenerģijas piegādes |

| | | | | | |
|---|--|--|---|--|--|
| | | | | | tarifu līmenis kā dažādās citās Latvijas teritorijās. |
| 1.3. Absolūtais pārākums izdevumu līmenī | Barjeras ietekmi varētu mazināt ar speciālo valsts atbalsta programmu realizāciju potenciāliem jaunienācējiem siltumenerģijas ražošanas un piegādes sektorā. Tomēr, šajā gadījumā ir jāievēro nevienlīdzīgo konkurences nosacījumu objektīvo parādīšanos tirgū. Ir ieteicams apsvērt papildus iespējas, no 2010.gada, citu dabas gāzes piegādātāju ienākšanai Latvijas tirgū (piem., „Lukoil”, „Surgutņeftegaz”, „Rosņeftj”). | | ✓ | | Neapšaubāmi nozarē jau strādājošiem uzņēmumiem ir salīdzinoši vieglāk panākt pārākumu izdevumu līmenī, jo uzņēmumam, kas ir jaunienācējs būs jāiegulda līdzekļi un laiks gan klientu piesaistē, gan siltumtrašu izbūvē. Uzņēmumu, kas jau ilgu laiku darbojas šajā nozarē, finansu rādītāji, piemēram, kapitāla un aktīvu atdeve nav augsti. Tas liecina par salīdzinoši ilgu laiku kapitālieguldījumu atmaksai un papildus draudiem jaunienācējiem nozarē. Tā kā ražošanas izejvielu – dabasgāzi visi siltumapgādes uzņēmumi iegūst no viena piegādātāja (no uzņēmuma ”Latvijas Gāze”, kas dabasgāzi iepērk no Krievijas uzņēmuma „Gazprom”), tad neveidojas diferencēta pieeja izejvielām starp uzņēmumiem. |
| 1.4. Investīciju piesaiste un kredītu izmantošanas/ piešķiršanas nosacījumi | Barjera ir grūti likvidējama, jo Banku lēmums izsniegt/ neizsniegt kredītu, kā arī kredītu izsniegšanas nosacījumi pārsvarā atkarīgi no projekta ienesīguma līmeņa un riska pakāpes. Savukārt labvēlīgu nosacījumu piešķiršana jaunienācējiem veido pamatu nevienlīdzīgiem konkurences nosacījumiem starp jau | | ✓ | | Atsevišķas investīciju programmas jaunu uzņēmumu izveidei, netiek paredzētas. Nav pieejami atvieglojumi kredītu piešķiršanas jomā. Pēc nozares ekspertu viedokļa, šķēršļu saņemt kredītu siltumapgādes uzņēmumiem pagaidām nav. Bet tomēr, nozarē ir vieglāk ienākt siltumapgādes uzņēmumiem, kuru dibinātājs ir kāds no jau pastāvošiem uzņēmumiem ar savu „kredītvēsturi”, jo tādām uzņēmumam |

| | | | | | |
|--|---|--|--|---|---|
| | esošiem un potenciāli jauniem uzņēmumiem | | | | kredītiestādes labprātāk piešķirs aizdevumu. |
| 1.5. Ekonomiskie riski (izejvielu cenu pieaugums, finanšu riski (valūtas)) | Ir mazināma, makroekonomiskās situācijas uzlabošanas un pasaules energo krīzes pārvarēšanas rezultātā (Ekonomiskās vides nenoteiktības mazināšana). | | | ✓ | Ļoti nopietns šķērslis pašreiz nozarē ir izejvielas – dabas gāzes cenas pieaugums un ekonomiskā situācija valstī (inflācijas līmenis). Gāzes cenu kāpums var kļūt par iemeslu daudzu klientu pārejai uz atšķirīgiem apkures veidiem. Siltumapgādes sektorā stipra konkurence ir vērojama starp dažādu kurināmā veidu izmantošanu privāto māju sektorā, kā arī būvējot jaunas daudzdzīvokļu ēkas. |
| 2. Administratīvi ierobežojumi | | | | | |
| 2.1. Uzņēmējdarbības veidu licencēšana | Daļēji likvidējama. Potenciāliem jaunienācējiem obligāti ir jāievēro visas likumos un normatīvajos aktos paredzētās prasības, bet būtu ieteicami pasākumi, kas vērsti uz atļauju saņemšanas laika saīsināšanu. Iespēja koģenerācijas stacijas dibinātāju uzņēmumam koģenerācijas ceļā saražoto elektroenerģijas pārpalikumu lietot uzņēmuma vajadzībām, būtu vērtējams kā stimulējošs faktors siltumapgādes uzņēmumu – jaunienācēju, piesaistei un konkurences uzlabošanai nozarē. | | | ✓ | Ekonomikas ministrija izsniedz licenci siltumenerģijas ražošanai un pārvadei pie nosacījuma, ka uzņēmums atbilst visām piesārņojuma novēršanas prasībām. Viena no iespējām jaunienācējam iesaistīties siltumenerģijas apgādes sistēmā ir koģenerācijas stacijas būvēšana. Uzsākot darbību jaunam uzņēmumam ir nepieciešams saņemt: 1. Atļauja elektroenerģijas ražošanas jaudu palielināšanai vai jaunu ražošanas iekārtu ieviešanai (izsniedz LR Ekonomikas ministrija, saskaņā ar MK noteikumiem N 695); 2. Atļauja obligātam elektroenerģijas iepirkumam (izsniedz LR Ekonomikas ministrija saskaņā ar MK noteikumiem |

| | | | | |
|--|---|--|---|---|
| | | | | <p>N 921), gadījumā, ja uzņēmums pārdod koģenerācijas elektrostacijā saražoto elektroenerģiju.</p> <p>3.Licence siltumenerģijas un elektroenerģijas ražošanai (izsniedz Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisija).</p> <p>Nepieciešamais laiks licenču un atļauju saņemšanai svārstās no trim līdz pieciem mēnešiem, kas pēc nozares ekspertu domām ir ilgs laika periods un darbojas kā šķērslis ražošanas uzsākšanai.</p> <p>Tā kā koģenerācijas ceļā blakus siltumenerģijai tiek ražota arī elektroenerģija, jaunienācējiem nozīmīga ir arī darbība saskaņā ar „Elektroenerģijas tirgus likumu”, kura 28. panta 3. daļa nosaka, ka:”... visu saražotās elektroenerģijas atlikumu, kas palicis pēc elektroenerģijas izlietošanas koģenerācijas elektrostācijas vajadzībām, iepērk publiskais tirgotājs...”.</p> |
| 2.2. Šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanai vai nomāšanai | Nav mērķtiecīgi likvidēt, jo ir jāievēro īpašuma tiesību un īpašnieku interešu aizsardzība. | | ✓ | Šķēršļi var rasties siltumapgādes infrastruktūras un komunikāciju izbūves laikā, jo ir jāņem vērā jau esošo komunikāciju (ceļu, kabeļu) atrašanās vietas, kā arī zemes/ēku īpašnieku intereses un vēlmes (īpašuma tiesību aizsardzību). |
| 2.3. Kvalitātes prasības un ekoloģiskie ierobežojumi (aizliegums paplašināt noteikta | Nav likvidējama. Uzņēmumam, kas ir jaunienācējs jādarbojas stingrā | | ✓ | Siltumenerģijas ražošanas procesā tiek emitētas izplūdes gāzes, kas kaitē videi, |

| | | | | | |
|---|--|--|--|---|---|
| preču tirgus darbības apjomu, celt jaunus ražošanas objektus, ierobežojumi transporta komunikāciju izveidei, dažādu vides aizsardzības institūciju noteiktie aizliegumi u.c.) | saskaņā ar vides aizsardzības likumiem. | | | | tādēļ pieļaujama emisijas kvotu daudzums tiek stingri regulēts. Pieļaujamo kaitīgo izmešu daudzumu nosaka Kioto protokols, kā arī LR licencēs un likumos ietvertās normas, piemēram, „Atļauja B kategorijas piesārņojošās darbības veikšanai”. |
| 3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Brīva pieejamība resursiem un /vai realizācijas kanāliem, korporatīvo sakaru priekšrocības. | Šķērslis tika izveidots, pamatojoties uz nozares specifiku (uzņēmumu ierobežoto skaitu, gan starp gāzes, elektrības piegādātājiem, gan starp siltumenerģijas piegādātājiem). Varētu mazināt, nodrošinot vienlīdzīgus nosacījumus piegādājot elektroenerģiju gala patērētājiem (piem., jaunuzbūvētās koģenerācijas stacijas gadījumā). | | | ✓ | Ierobežota nozarē darbojošos uzņēmumu skaita dēļ, kā arī limitēta uzņēmumu skaita, kas piegādā gāzi („Latvijas gāze”) un elektrību („Latvenergo” Rīgas pilsētas reģionā) dēļ, veidojas cieša sadarbība un partneru attiecības, kas var negatīvi ietekmēt jaunienācēju tieksmē iesaistīties siltumenerģijas tīkla darbībā. |
| 4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība | | | | | |
| Nodrošinājums ar komunikācijām (transporta un sakaru), noliktavām, tirdzniecības platībām, informāciju, ceļiem. | Nav mērķtiecīgi likvidēt, jo ir jāievēro nepieciešamās tehniskās normas un prasības | | | ✓ | Esošie uzņēmumi jau ir izveidojuši savu pakalpojuma infrastruktūru. Ļoti lieli līdzekļi tiek ieguldīti infrastruktūras uzlabošanā. Uzņēmumiem, kas ir jaunienācēji nozarē, šis var būt nopietns šķērslis, infrastruktūras izveides izmaksu dēļ. Pēc nozares ekspertu viedokļa ir nepieciešams ievērot un izpildīt papildus tehniskās prasības, ja klients vēlas pāriet no centralizētās apkures uz cita veida kurināmā izmantošanu (piem., gāzi). |
| 5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|---|--|
| <p>Produkcijas realizācijas apstākļu noteikšana Valsts pasūtījumu izpilde</p> | <p>Ir saistīta ar siltumenerģijas apgādes specifiku un nevar būt likvidējama</p> | | | ✓ | <p>Sakarā ar to, ka centralizētās siltumapgādes sistēma valstī jau ir izveidojusies, uzņēmumi, kas ir jaunienācēji, spēj apgādāt ar siltumenerģiju vai nu tikai mazas teritorijas, nodrošināt kādu noteiktu uzņēmumu vai ražotni ar siltumenerģiju vai piegādāt saražoto siltumenerģiju uzņēmumam, kas ir centrālās siltumapgādes operators noteiktā administratīvajā teritorijā.</p> |
| <p>6. Preču pieprasījuma ierobežojumi</p> | | | | | |
| <p>Tirgus piesātinātība ar produktu un aizstājējproduktiem, pieprasījuma apmierināšanas līmenis (patērētāju pirktspēja) sasniegšana, preču pieprasījuma iespējamie ierobežojumi</p> | <p>Nav likvidējama, bet var būt mazināma makroekonomiskās situācijas uzlabošanas un pasaules energo krīzes pārvarēšanās rezultātā.</p> | | | ✓ | <p>Pašreiz Latvijas siltumenerģētikas tirgus ir piesātināts, katrā administratīvajā teritorijā jau darbojas uzņēmums, kas nodarbojas ar siltumapgādi un, piemēram, Rīgā, pēc nozares ekspertu domām ir uzstādītas vairāk ražošanas jaudas nekā nepieciešams. Siltumapgādes uzņēmumi cenšas nekonkurēt savā starpā, bet ir vērojama sīva konkurence starp dažāda veida kurināmā izvēli gala patērētāju vidū (piem., starp centralizēto siltumapgādi un gāzi).</p> |

Avots: RSEBAA apkopojums

Nobeigums

Pēc tirgū ienākšanas barjeru veiktās analīzes, kopējo konkurences vidi Latvijas tvaika un karstā ūdens piegādes nozarē nevar viennozīmīgi raksturot tikai ar koncentrācijas indeksiem (CR4 un HHI).

Pēdējo trīs gadu laikā analizējamā nozarē strādājošo uzņēmumu skaits ir stabils. Tirgus dalībnieku skaita stabilitāte nozarē ir pamatojama ar ekonomisko lietderību, jo katrā Latvijas administratīvajā teritorijā darbojas savs vietējais siltumapgādes uzņēmums, kas nodrošina siltumenerģijas piegādi mājāsaimniecībām, rūpniecībai un citiem siltumenerģijas patērētājiem. Nozares uzņēmumi nekonkurē savā starpā, jo siltumapgādes uzņēmumu darbība objektīvi ir ierobežota vienas konkrētas administratīvās teritorijas ietvaros. Reāla konkurence analizējamā nozarē pastāv nevis starp atsevišķiem uzņēmumiem, bet starp to izmantojamiem dažādiem kurināmā veidiem, piemēram gāzi, koksni (šķeldu), biodegvielu, biogāzi, kas nosaka arī siltumenerģijas piegādes tehnoloģiju dažādību.

Tā kā centralizētās siltumapgādes sistēma valstī jau ir izveidojusies, uzņēmumi, kas ir jaunienācēji, reāli spēj apgādāt ar siltumenerģiju vai nu tikai mazas teritorijas, nodrošināt kādu noteiktu uzņēmumu vai ražotni ar siltumenerģiju, vai piegādāt saražoto siltumenerģiju uzņēmumam, kas ir centrālās siltumapgādes operators noteiktā administratīvajā teritorijā.

Viena no iespējamajiem jaunienācējam iesaistīties siltumenerģijas apgādes sistēmā ir koģenerācijas stacijas būvēšana un to turpmāka izmantošana siltumenerģijas un elektroenerģijas ražošanā un tirdzniecībā.

Balstoties uz paveikto analīzi LR Ekonomikas ministrijai un LR Konkurences padomei var ieteikt:

1. Apsvērt iespēju precizēt 40.3. nozares nosaukumu, tajā skaitā arī NACE red.1.1. un NACE red.2, jo pēc visu nozares ekspertu atzinumiem, visi nozarē uzskaitītie uzņēmumi nenodarbojas ar tvaika un karstā ūdens piegādi, bet ar siltumenerģijas ražošanu, pārvadi, sadali un realizāciju, kā ir ierakstīts arī šīs izmantojamās klasifikācijas aprakstā. Tvaika un karstā ūdens ražošana nav analizējamās nozares uzņēmumu darbības produkts, bet tikai siltumenerģijas nesējs.

2. Sekmējot jaunienācēju ienākšanu tirgū, būtu jāievēro, ka no ekoloģiskā viedokļa siltumapgādes sistēmu decentralizācija būtu vērtējama negatīvi, jo sadrumstalojot centrālo siltumapgādes sistēmu, pieaugtu emisijas avotu skaits, siltuma ražošanai tiek patērēts vairāk kurināmā, mazo katlu māju darbības efektivitāte ir zemāka.

3.Kā uzņēmējdarbības uzsākšanu nozarē veicinošs faktors, būtu ieteicams realizēt pasākumus, kas vērsti uz uzņēmējdarbības uzsākšanai nepieciešamo atļauju saņemšanas laika saīsināšanu.

4.Īstenot iespēju koģenerācijas stacijas dibinātājuuzņēmumam koģenerācijas ceļā saražoto elektroenerģijas pārpalikumu lietot paša dibinātājuuzņēmuma vajadzībām, kā arī nodrošināt vienlīdzīgas iespējas uzņēmumam elektroenerģiju piegādāt galapatērētājiem, kas būtu vērtējams kā stimulējošs faktors siltumapgādes uzņēmumu – jaunienācēju piesaistei un konkurences uzlabošanai nozarē.

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti:

- 1.<http://www.lursoft.lv/oldweb/nace/40.3.html>
- 2.<http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=14267>
- 3.http://www.latvenergo.lv/portal/page?_pageid=73,416797&_dad=portal&_schema=PORTAL
- 4.<http://www.sprk.gov.lv/index.php?id=2079&sadala=230>
- 5.<http://www.em.gov.lv/em/2nd/?lng=lv&id=19455&cat=621>
- 6.<http://www.mk.gov.lv/lv/mk/tap/?pid=30336413>
- 7.http://www.liaa.gov.lv/?object_id=2416
- 8.<http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=481>
- 9.<http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=14281>
- 10.http://www.baltenergy.com/index.php?option=com_content&task=view&id=475&Itemid=56
- 11.http://www.building.lv/readnews.php?news_id=96395
- 12.<http://www.latgaleslaiks.lv/lv/2004/1/23/17168>
- 13.<http://www.daugavpils.lv/?load=1&newsId=2828&newsFrom=2007-2-1&newsTo=2007-2-28>
- 14.<http://news.frut.lv/lv/economics/12022>
- 15.<http://www.db.lv/Default2.aspx?ArticleID=1154230c-1d55-4e77-bdcc-0b80175787db>
- 16.<http://www.dsiltumtikli.lv/?sect=65&cid=187&subsect=&page=>
- 17.<http://www.sprk.gov.lv/index.php?id=3180&sadala=285>
- 18.<http://www.likumi.lv/doc.php?id=49833>
- 19.<http://www.likumi.lv/doc.php?id=96220>
- 20.<http://www.likumi.lv/doc.php?id=42348>
- 21.<http://www.likumi.lv/doc.php?id=149043>
22. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=57663>
23. www.vidm.gov.lv/ivnvn/ippc/LAB_iesnig.doc
- 24.<http://www.latgaleslaiks.lv/lv/2003/10/14/15769>
- 25.<http://www.em.gov.lv/em/2nd/?id=12187&cat=621>
- 26.<http://www.rs.lv/index.php?aid=1&id=10>
- 27.<http://www.db.lv/Default2.aspx?ArticleID=900d55d6-e63a-481b-b7aa-01a61c03dac7&ref=rss>
- 28.<http://news.frut.lv/lv/economics/15179>
- 29.http://www2.la.lv/lat/latvijas_avize/la_pielikumi/Saimnieciba/jaunakaja_numura/?doc=4224
- 30.<http://www.apollo.lv/portal/news/articles/131518>
- 31.<http://www.sprk.gov.lv/index.php?id=5139&sadala=159>

32. <http://www.sprk.gov.lv/index.php?sadala=131>
33. <http://www.sprk.gov.lv/index.php?id=6388&sadala=72>
34. <http://www.lsua.lv/>
35. http://www.vidm.gov.lv/lat/darbibas_veidi/emisiju_tirdznieciba/emisiju_tirdzniecibu_periodi/
36. http://www.building.lv/readnews.php?news_id=99196
37. http://www.building.lv/readnews.php?news_id=98886

3.18. Ūdens ieguve, attīrīšana un sadale (41)

3.18.1. Vispārīgs nozares apraksts

Latvija ir bagāta ar ūdens resursiem, kas pilnībā nodrošina valsts vajadzības. Vairāk nekā 12 400 upju, ap 4000 ezeru un citu ūdenskrātuvju kopā aizņem 3,7 % valsts teritorijas. Neskatoties uz bagātajiem virszemes ūdens krājumiem (aptuveni 33-35 km³) un iespēju nodrošināt praktiski visu Latvijas teritorijas ūdensapgādi no pazemes ūdens avotiem (1,3 milj.m³/diennaktī), ūdens krājumu taupīšana un to saprātīga izmantošana ir aktuāla vides problēma.

Latvijas pilsētās un lauku teritorijās ūdensapgādei galvenokārt izmanto pazemes ūdeni no urbumiem, raktām akām un avotiem. Dzeramā ūdens kvalitāte ūdens ņemšanas avotos, izņemot dzelzs saturu, atbilst ES standartiem, tomēr novecojušie ūdens sadales tīkli ietekmē dzeramā ūdens mikrobioloģisko un ķīmisko kvalitāti [1].

Pazemes un virszemes ūdeņu ņemšanas apjomu dinamika Latvijā pa gadiem pēc Latvijas vides, ģeoloģijas un meteoroloģijas aģentūras (LVGMA) datiem ir atspoguļota 3.18.1. tabulā.

3.18.1 tabula. Pazemes un virszemes ūdeņu ņemšanas apjomi Latvijā pa gadiem pēc LVDMA datiem (tūkst.m³)

| Gadi | Kopā ņemtais no dabīgajiem ūdens avotiem | tai skaitā | | | |
|------|--|----------------------|-----------|---------|-------|
| | | ņemts svaigais ūdens | | | |
| | | Kopā | Virszemes | Pazemes | Citi |
| 2004 | 263495 | 229604 | 125750 | 103854 | 33891 |
| 2005 | 273372 | 237779 | 136256 | 101523 | 35593 |
| 2006 | 237496 | 208926 | 106659 | 102267 | 28570 |
| 2007 | 248875 | 211427 | 103838 | 107589 | 37448 |

Avots: pēc LVDMA datiem

Kā redzams pēc tabulā sniegtajiem datiem, ūdeņu ņemšanas apjomi mainās pa gadiem. Kopumā pēc 2005. gada ūdeņu ņemšanas apjomiem bija tendence samazināties. Pēdējos gados, sakarā ar ūdens pieprasījuma samazināšanos, tika slēgti 3 ūdensapgādes avoti. Tā galvenie iemesli ir lielu rūpniecisko ūdens patērētāju skaita samazināšanās, precīzāka ūdens uzskaitē ar mērierīcēm un ūdens resursu cenu pieaugums, kas lietotājus rosina ekonomiskāk un racionālāk izmantot ūdeni [2].

Tāpat 3.18.1. tabulā redzams, ka samazinās ūdens ņemšana no virszemes avotiem, bet pakāpeniski palielinās ūdens ieguve no pazemes avotiem (pie citiem avotiem pieskaitāmi lietus ūdeņi, karjeru ūdeņi u.c.).

Dažādās tautsaimniecības nozarēs Latvijā izmanto gan virszemes, gan pazemes ūdeņus. Lielāko daļu ūdens (2007. gadā – 76%) patērē ražošanas vajadzībām un pārējo (24%) – komunālajām un citām sadzīves vajadzībām. Rūpniecībā tiek izmantoti 25 %, lauksaimniecībā – 26 %, atkritumu apsaimniekošanā un teritorijas tīrīšanā – 40%, bet pārējās nozarēs – tikai 9% no ražošanas vajadzībām patērētā ūdens daudzuma [2].

Ūdens ieguvei, attīrīšanai un sadalei, kā saimnieciskai darbībai, pēc darbību statistiskās klasifikācijas Eiropas Kopienā (NACE 1.1. red.) piešķirts kods NACE 1.1 red. – 41.00. Ūdens ieguve, attīrīšana un sadale (NACE 1.1- 41.00) ietver sevī darbību saistībā ar ūdens ieguvī, attīrīšanu un sadali no virszemes ūdens avotiem, pazemes ūdens avotiem, kā arī jūras ūdens atsāļošana, lai ražotu saldūdeni.

Ūdens apgāde ir sabiedriskais pakalpojums. Sabiedriskie pakalpojumi (ietver elektrības, gāzes un siltuma apgādi, telekomunikācijas un datu pārraidi, pasta pakalpojumus, ūdensapgādi un kanalizāciju, dzelzceļa un pasažieru pārvadājumus) ir pirmās nepieciešamības produkti katrai ģimenei, tie veicina visas sabiedrības un ikviena indivīda labklājības augšanu.

Uzņēmējdarbība šajā nozarē ir atšķirīga no citām tautsaimniecības jomām, daļēji tā ir izņēmuma stāvoklī. Pakalpojumi ir jāpiegādā patērētājiem uzņēmumu ražotnēs un iedzīvotāju dzīvesvietās, to piegādei ir jāizveido un jāuztur tīkla infrastruktūra - fiziska (ūdensvadi, sūkņu stacijas, rezervuāri, attīrīšanas ietaises u.c.) un institucionāla (nodaļas, iecirkņi, dienesti, stacijas, noliktavas u.c.). Infrastruktūras izveidei un attīstībai pastāvīgi ir nepieciešamas lielas investīcijas.

Atsevišķo patērētāju piekļuves tīklu izmaksas veido līdz pat 60-70% no kopējām infrastruktūras izmaksām. Pēc ekonomistu viedokļa sabiedrisko pakalpojumu nozarēs nestrādā mēroga ekonomika - pakalpojumu izmaksas uz produkta vienību faktiski nesamazinās, pieaugot tirgus mērogam. Izmaksu dēļ, tīklu intensīvi jāizmanto pakalpojumu piegādei, un ekonomiski to neattaisnojas dublēt. Šo objektīvo īpatnību dēļ, konkurences procesi pakalpojumu nozarēs ir atšķirīgi un vāji attīstīti, tirgus tajās nekad nebūs perfekti konkurējošs [3].

Visās valstīs ir izveidojušies spēcīgi dabiskie monopoli, lielākā daļa uzņēmumu ir valsts monopoli, kuros uzņēmuma īpašnieks ir arī likumdevējs un uzņēmuma vadītājs. Diemžēl monopolu darbība parasti ir nepietiekoši efektīva, sniegto pakalpojumu

kvalitātes un cenas attiecība daudzos gadījumos ir neatbilstoša valsts ekonomiskajām un sociālajām vajadzībām.

Valsts samazina politiku tiešo iejaušanos ekonomiskajos procesos, izveidojot sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas sistēmu. Regulatora uzdevums ir nodrošināt patērētājiem iespēju saņemt kvalitatīvus pakalpojumus visā valsts teritorijā par ekonomiski pamatotām cenām, veicināt izvēles iespējas, vienlaikus stimulējot pakalpojumu sniedzēju efektīvu darbību un uz investīcijām balstītu attīstību, nodrošinot viņiem saprātīgu peļņu. Regulatora pienākums ir būt taisnīgam pret pakalpojumu sniedzējiem un patērētājiem [3].

Regulators izsniedz licences sabiedrisko pakalpojumu sniedzējiem.

Pēc CSP datiem saskaņā ar NACE 1.1. klasifikāciju, ūdens ieguves, attīrīšanas un sadales sektorā 2006.gadā darbojās 21 uzņēmums, kas ir par 6 uzņēmumiem vairāk nekā 2004.gadā. Pēc CSP informācijas 2006.gadā dotajā nozarē bija četri jauni, reāli izveidoti uzņēmumi: 'KORAL-V' SIA (Reģistrācijas datums 30.03.2006.g.); 'TERMO AD' SIA (Reģistrācijas datums 11.05.2006.g.); 'JŪRMALAS URBUMS' individuālais komersants (Reģistrācijas datums 07.09.2006.g.); 'LATGALES ĢEOLOGS' individuālais komersants (Reģistrācijas datums 19.12.2006.g.) (skat. Pielikumu 2).

Pēc CSP datiem 2006.gadā 15 lielākie nozarē strādājošie uzņēmumi ir atspoguļoti 3.18.2. tabulā.

3.18.2. tabula. Ūdens ieguves, attīrīšanas un sadales nozarē (NACE 1.1 – 41.00) strādājošo uzņēmumu saraksts Latvijā 2006. gadā

| N | Uzņēmuma nosaukums |
|-----|--|
| 1. | 'AIZKRAUKLES ŪDENS' SIA |
| 2. | 'DAUGAVPILS ŪDENS' SIA |
| 3. | 'JELGAVAS ŪDENS' SIA |
| 4. | 'KOLKAS ŪDENS' SIA |
| 5. | 'MADONAS ŪDENS' AS |
| 6. | 'PAKALPOJUMU SERVISS ROSME' SIA |
| 7. | 'RENETE' Rencēnu pagasta pašvaldības SIA |
| 8. | 'RĪGAS ŪDENS' SIA |
| 9. | 'RŪKIS L' SIA |
| 10. | 'SAM RILEY CONSULTANTS' SIA |
| 11. | 'ŪDENSNESĒJS' SIA |
| 12. | 'VALGUMS-S' pašvaldības SIA |
| 13. | 'VANGAŽU AVOTS' pašvaldības SIA |
| 14. | 'VIDTECH' SIA |
| 15. | 'VINDA' SIA |

Avots: CSP nepublicētie dati

Kopējie realizācijas apjomi visos uzņēmumos 2006.gadā pārsniedza 28 621, 2 tūkst. latu.

Spriežot pēc nepublicētiem CSP datiem, Latvijas ūdens ieguves, attīrīšanas un sadales nozare varētu būt klasificēta kā augsti koncentrēta. 2006. gadā četru nozares vislielāko uzņēmumu īpatsvars kopējā nozares apgrozījumā veidoja 91%. Vislielākā nozares uzņēmuma SIA 'RĪGAS ŪDENS' daļa ar kopējo realizācijas apjomu 19 751,2 tūkst. latu kopējā pārdošanas apjomā sastādīja 69%. Turklāt arī 2006.gadam aprēķinātais Hērfindāhla – Hiršmana indekss (HHI = 4945) (5.pielikums) liecina par augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē, jo indeksa vērtība krietni pārsniedz koncentrācijas kritisko robežu (kad HHI ir augstāks var 1800 – 2000 vērtību).

Dotai nozarei piederošo uzņēmumu sarakstā var izdalīt uzņēmumu grupu, kas sniedz ūdens apgādes pakalpojumus iedzīvotājiem un netīrā ūdens novadīšanu caur centralizētiem ūdensapgādes un kanalizācijas tīkliem. Tie ir nozares galvenie uzņēmumi, kas pieder teritoriālām pašvaldībām un ir izvietoti visā Latvijas teritorijā. No uzskaitījuma, kas sniegts 3.18.2. tabulā, pie šādiem uzņēmumiem pieskaitāmi: SIA 'AIZKRAUKLES ŪDENS', SIA 'DAUGAVPILS ŪDENS', SIA 'JELGAVAS ŪDENS', SIA 'KOLKAS ŪDENS', AS 'MADONAS ŪDENS', Rencēnu pagasta pašvaldības SIA 'RENETE', SIA 'RĪGAS ŪDENS', SIA 'RŪĶIS L', pašvaldības SIA 'VANGAŽU AVOTS', SIA 'VINDA'. Vislielākais uzņēmums no tiem ir SIA 'RĪGAS ŪDENS', kuras vienīgais īpašnieks ir Rīgas pilsētas pašvaldība.

Dotie uzņēmumi sniedz pilnu pakalpojumu kompleksu, kas saistīts ar pilsētu un lauku iedzīvotāju, organizāciju un uzņēmējdarbību apgādi ar dzeramo ūdeni, kā arī notekūdeņu novadīšanu un attīrīšanu. Viņi savstarpēji nekonkurē, jo ūdensapgādes uzņēmumu darbība ir ierobežota vienā konkrētā administratīvajā teritorijā.

Citi nozarē reģistrētie uzņēmumi specializējās atsevišķu darbības veidu izpildē, kas saistīti ar ūdens ieguvī un sadali (ūdens ieguve no urbumiem, iepildīšana pudelēs un tā realizācija), ar jaunu ūdens ieguves un piegādes sistēmu un būvju celtniecību, kā arī ar šo sistēmu remontu u.c. Pamatā tie ir privāti komercuzņēmumi, kuri, pēc nozares ekspertu domām, neveido un tuvākajā laikā arī neveidos konkurenci strādājošajiem pašvaldību uzņēmumiem, kas apkalpo centralizētās ūdensapgādes un kanalizācijas teritoriālās sistēmas. Ūdensapgādes, kanalizācijas un ūdens attīrīšanas sistēmu izveidei nepieciešami lieli kapitālieguldījumi, turklāt šīs sistēmas var būt efektīvas tikai ievērojamu darba apjomu gadījumā, bet patērētāju tirgus katrā administratīvajā teritorijā ir ierobežots. Pēc eksperta sniegtās informācijas ir sagatavoti un apspriesti vairāku

atsevišķu (no pašvaldības uzņēmumiem neatkarīgu) attīrīšanas sistēmu celtniecības projekti (Ķekavā, Jūrmalā), tomēr tie netika realizēti sakarā ar to zemo efektivitāti.

Komentējot jautājumu par konkurences pastāvēšanu starp pašvaldību uzņēmumiem un komercuzņēmumiem, kas iegūst ūdeni no urbumiem un realizē to pudelēs, eksperts (uzņēmuma 'RĪGAS ŪDENS' speciālists) norādīja, ka neuzskata tos par nopietniem 'RĪGAS ŪDENS' konkurentiem, jo pudeļu ūdens cena ievērojami (desmitiem reižu) pārsniedz cauruļvadu ūdens cenu, bet tā kvalitāte nereti mēdz būt zema.

Privātmāju būvniecības apjomu palielināšanās rezultātā, daļa klientu saņem ūdeni no individuāliem urbumiem, tomēr pēc ekspertu vērtējumiem, tas ir neliels apjoms un tas būtiski neietekmē tos ūdens pārdošanas apjomus, kurus realizē pašvaldību uzņēmumi. Turklāt privātmāju īpašnieki nereti nav atrisinājuši jautājumus, kas saistīti ar kanalizāciju un ūdens attīrīšanu. Notekūdeņus (kanalizāciju) no privātā sektora izved ar speciālu autotransportu uz kopējām pilsētas attīrīšanas būvēm.

Eksperti norāda, ka dotajā nozarē galvenā konkurence ir saistīta nevis ar pircējiem, bet gan ar darba resursiem, jo pietrūkst kvalificētu speciālistu.

3.18.2. Tirgū ienākšanas barjeru analīze

3.18.2.1. Ekonomiskie ierobežojumi

Kā jau iepriekš tika norādīts, darbība sabiedrisko pakalpojumu sfērā atšķiras no citiem uzņēmējdarbības veidiem. Ūdens nozares uzņēmumu pienākums ir piegādāt patērētājiem (uzņēmumu ražotnēs un iedzīvotāju dzīvesvietās) tīru ūdeni, nodrošināt netīrā ūdens atteku un veikt šo ūdeņu attīrīšanu. Šim mērķim ir jāizveido un jāuztur ļoti dārga infrastruktūra (ūdensvadu un kanalizācijas tīkli, attīrīšanas būves, dažādi tehniskie dienesti un struktūrvienības u.tt.).

Visnozīmīgākās kapitālieguldījumu summas ir nepieciešamas ūdensvadu un kanalizācijas tīklu izbūvei (1 metra cauruļvadu ievilkšana izmaksā vairāk kā 100 latu). Salīdzinājumam sniegta pamatlīdzekļu vērtība 2007.gada sākumā (pēc apkalpojamās teritorijas un pakalpojuma patērētāju skaita) diviem dažādiem Latvijas uzņēmumiem SIA 'RĪGAS ŪDENS' un SIA „DAUGAVPILS ŪDENS”. Ēku un būvju bilances vērtība attiecīgi sastāda 82 774,0 tūkst. latu un 5018,2 tūkst. latu, tehnoloģiskā aprīkojuma vērtība attiecīgi ir 5 266,0 tūkst. latu un 4914,0 tūkst. latu.

Tādējādi teorētiski iespējamajiem konkurentiem, kas plānojuši izvērst savu darbību dotajā nozarē, nepieciešamība pēc ievērojama starta kapitāla ir nopietna barjera (skat. 1.1. barjeras aprakstu A tabulā). Tomēr diez vai šādi uzņēmumi atradīsies, jo

ekonomiski nav lietderīgi dublēt jaunu, dārgu ūdensapgādes un kanalizācijas tīklu, labāk ir ar pilnu atdevi izmantot jau esošās sistēmas.

Kas attiecas uz otru grupu – privātiem komercuzņēmumiem, uzņēmējdarbības uzsākšanai iespējams nav vajadzīgs tik liels starta kapitāls. Piemēram, uzņēmumam, kas paredzējis iegūt ūdeni no urbuma un iepildīt to pudelēs, visdziļākā urbuma (150 m) rūpnieciskai izmantošanai izmaksas sastādīs ap 6000 latiem (eksperta vērtējums). Tālākai ūdens realizācijai nav nepieciešama speciāla infrastruktūra.

Bez ievērojamā starta kapitāla par barjeru potenciālajam konkurentam var kļūt augsts minimālais darbības apjomu līmenis, kas nodrošina tās efektivitāti (skat. 1.2. barjeras aprakstu A tabulā).

Sakarā ar to, ka dotajā nozarē strādā uzņēmumi, kas specializējas dažādos darbības veidos, minimālais efektivitātes līmenis var atšķirties.

3.18.3. tabulā ir uzrādīti lielākā nozares uzņēmuma SIA 'RĪGAS ŪDENS' ienesīguma finanšu rādītāji salīdzinājumā ar vidējiem nozares rādītājiem.

3.18.3. tabula. Darbības efektivitātes (ienesīguma) rādītāji Latvijas ūdens ieguves, attīrīšanas un sadales nozarē (NACE 1.1 – 41.00) un SIA 'RĪGAS ŪDENS' 2006.gadā

| Rādītāji | SIA 'RĪGAS ŪDENS' | Vidējais līmenis 41.00 nozare (pēc NACE 1.1.red.) | Mediāna 41.00 nozare (pēc NACE 1.1.red.) |
|----------------------------------|----------------------------|---|--|
| Bruto peļņas robeža, % | 7.62 (11 vieta nozarē) | 11.00 | 6.66 |
| Aktīvu atdeve, % | -0.43 (16 vieta nozarē) | 1.33 | 1.65 |
| Ilgtermiņa ieguldījumu atdeve, % | -0.47 (14 vieta nozarē) | 129.10 | 2.19 |

Avots: Lursoft nepublicētie dati

No tabulā sniegtajiem datiem izriet, ka visi uzņēmuma SIA 'RĪGAS ŪDENS' rādītāji ir zemāki par nozarē vidējiem rādītājiem. Neto apgrozījuma ziņā lielākais uzņēmums strādā ar zemu realizācijas rentabilitāti, kas sastāda 7,62% (salīdzinājumā ar vidējiem nozares rādītājiem 11,00%). Tādējādi no pakalpojumu realizācijas gūtā peļņa nav pietiekama, lai segtu citus saimnieciskos un finanšu izdevumus, kā rezultātā 2006.gadu uzņēmums noslēdza ar zaudējumiem vairāk kā 501 tūkst. latu apmērā [4].

Pēc aktīvu atdeves rādītāja vidējā nozares līmeņa (1,33%) var konstatēt, ka aktīvu izmantošanas efektivitāte nozarē kopumā ir samērā zema. Ilgtermiņa ieguldījumu atdeves rādītāja līmenis ļoti atšķiras: atsevišķā uzņēmumā tas ir -0,47 (dotajā gadījumā SIA 'RĪGAS ŪDENS'), vidēji nozarē 129,10% un uzņēmumam, kas atrodas saraksta

vidū (mediāna) 2,19%. No tā var pieņemt, ka dotajā nozarē efektīvāk strādā nevis pašvaldībām piederošie uzņēmumi (centralizētie ūdensapgādes tīkli), jo tie ir ar ļoti lielu kapitālietilpību, bet gan tie komercuzņēmumi, kuriem izdevies organizēt savu biznesu ar minimāliem kapitālieguldījumiem pamatlīdzekļos, par katru ieguldīto pamatlīdzekļu vērtības latu saņemot 1,29 latu tīrās peļņas.

Tādējādi var apgalvot, ka dotajā nozarē var efektīvi strādāt, izvēloties tādus pakalpojumus, kuri ir sabiedrībā pieprasīti un kuriem nav nepieciešami lieli kapitālieguldījumi (nepieciešams atrast savu nišu doto pakalpojumu sfērā).

Uzņēmumi, kas apkalpo centralizētos ūdensapgādes un kanalizācijas tīklus, nav sasnieguši minimālo efektīvo ražošanas apjomu. Uzņēmumu rīcībā ir ievērojami lielākas ražošanas jaudas nekā to izmantošanas pakāpe.

Nozarē jau strādājošo uzņēmumu absolūtais pārākums izdevumu līmenī, salīdzinājumā ar jaunienācējiem (skat. 1.3. barjeras aprakstu A tabulā), dotajā nozarē pastāv. Vispirms jau šādas priekšrocības ir uzņēmumiem, kas apkalpo centralizētās ūdensvadu un kanalizācijas sistēmas. Ar ražošanas jaudu normālas slodzes nosacījumu (1 m³) ūdens ieguves, sadales un attīrīšanas pašizmaksa centralizētos tīklos un lielās attīrīšanas būvēs būs būtiski zemāka par analogisku pakalpojumu pašizmaksu, ko var piedāvāt decentralizēti uzņēmumi (potenciālie konkurenti).

Piemēram, tādās teritorijās kā Ķekava, Babīte, Salaspils tiek uzskatīts, ka izdevīgāk ir nevis pašiem izbūvēt attīrīšanas būves, bet gan pieslēgties centralizētai Rīgas notekūdeņu attīrīšanas sistēmai. Šāda iespēja minētajām teritorijām pastāv, jo tās atrodas Rīgas tuvumā (jo ekonomiski neizdevīgi būtu cauruļvadu ievilkst garāku par 30 km [16]).

Kā jau iepriekš tika minēts, ūdensvada ūdens realizācijas cena (piemēram, SIA 'RĪGAS ŪDENS' cena par 1 m³ 2008. gadā sastāda 0,379 latus) ir ievērojami zemāka par pudelēs iepildītā ūdens realizācijas cenu, ko piedāvā dažādi komercuzņēmumi [5]. Līdz ar to arī ūdens ieguves un ūdens sadales pašizmaksa ir zemāka.

Svarīga problēma strādājošajiem uzņēmumiem, kas apkalpo centralizētos ūdensapgādes un kanalizācijas tīklus, ir pastāvīga produkcijas vienības pašizmaksas paaugstināšanās. Tā, piemēram, pēc uzņēmuma SIA 'RĪGAS ŪDENS' gada pārskatu datiem caur centralizēto ūdensvada sistēmu realizētā 1 m³ ūdens pašizmaksa bija: 2003. gadā – 0,214 lati, 2004. gadā – 0,229 lati, 2005. gadā – 0,232 lati, 2006. gadā – 0,251 lati. Uzņēmuma speciālisti realizētā ūdens 1 m³ pašizmaksas palielināšanos vispirms jau izskaidro ar to, ka ir samazinājies ūdens patēriņa apjoms, līdz ar to ir samazinājušies arī pārdošanas apjomi, lai gan pastāvīgā ražošanas izdevumu daļa (būvju un aprīkojuma

amortizācija, pamatlīdzekļu remonts u.tt.) nav samazinājusies, bet gan palielinājusies. Lielu izdevumu pantu uzņēmumam veido neuzskaitītais ūdens patēriņš (līdz pat 20% no padotā ūdens izmaksas), kas rodas sakarā ar ūdens skaitītāju rādījumu par patērētājiem padoto ūdens daudzumu nesakritību ar reāli realizēto (apmaksāto) ūdens apjomu. Līdz ar to 1 m³ ūdens pašizmaksas palielināšanos ir ietekmējusi pārdošanas apjomu samazināšanās, kas palielināja pastāvīgo ražošanas izdevumu īpatsvaru kopējos izdevumos par katru produkcijas vienību. Uzņēmuma SIA 'RĪGAS ŪDENS' (tāpat kā citu pašvaldības teritoriālo centralizēto ūdens apgādes un kanalizācijas uzņēmumu) rīcībā ir liekas ražošanas jaudas, kuras tas nespēj noslogot, lai tādējādi panāktu produkcijas pašizmaksas samazināšanos.

Kas attiecas uz citu darbību, tad strādājošo uzņēmumu priekšrocības galvenokārt saistītas ar apstākli, ka tie jau ir attīstījuši savu biznesu, noteikuši savu klientu loku un tālākajā gaitā var pilnveidot savu darbību, paaugstinot tās efektivitāti.

Samazināt dotās barjeras ietekmi potenciālie konkurenti var, specializējoties tirgū pieprasītu pakalpojumu izpildē.

Barjera, kas saistīta ar ražošanas uzņēmumu piekļuvi kredītiem un investīcijām (skat. 1.4. barjeras aprakstu A tabulā). Pašvaldību uzņēmumiem (centralizētie ūdensapgādes un kanalizācijas tīkliem) ir noteiktas priekšrocības salīdzinājumā ar komercuzņēmumiem. Tās izpaužas gan apjomos, gan arī investīciju saņemšanas iespējamajos avotos. Darbi, kas saistīti ar jaunu ūdensvadu tīklu un citu saimniecisko objektu rekonstrukciju un celtniecību, ir ļoti dārgi, tādēļ katra šāda projekta realizācija parasti notiek, balstoties uz vietējo (vai starptautisko) kopfinansējumu no dažādiem avotiem. Tā, piemēram, ilggadējā lielā projekta realizācijai saistībā ar SIA 'RĪGAS ŪDENS' saimniecības un kanalizācijas sistēmas rehabilitāciju (Rīgas ūdens un apkārtējās vides projekts - RŪAV) ar kopējo apjomu 71,45 milj. latu tika izmantoti dažādi finansējuma avoti: bankas kredīti Ls 33,5 milj. apmērā, pilsētas budžeta dotācija - Ls 13,04. milj., paša uzņēmuma līdzekļi - Ls 7,34 milj., valsts budžeta dotācija - Ls 2,33 milj. un pārējie - Zviedrijas, Šveices un Somijas valdību, kā arī ISPA fonda dāvinājumi. Tāpat arī citu projektu realizēšanai tika izmantoti līdzekļi no Eiropas Savienības Kohēzijas fonda, Eiropas Investīciju bankas (EIB), Eiropas Rekonstrukcijas un attīstības bankas kredīti [7].

Investīciju saņemšanas kārtība pārējiem nozares uzņēmumiem neatšķiras no citām komercdarbības sfērām. Īpaši valsts atvieglojumi investīciju piesaistes vai kredītu piešķiršanas jomā nepastāv.

No iespējamajiem ekonomiskajiem riskiem (skat. 1.5. barjeras aprakstu A tabulā) par visbūtiskākajiem, spriežot pēc aptaujas gaitā sniegtajiem nozares ekspertu skaidrojumiem, jaunienācējiem ir jāuzskata nozarē pastāvošo darba resursu deficītu. Nozarei pietrūkst profesionāļu urbšanas, sintēzes un citās jomās, kas saistītas ar ūdens ieguves, attīrīšanas un sadales procesu. Tā kā nozare lielā mērā balstīta uz augsti kvalificētu darbaspēku, kas prot izmantot nozarei nepieciešamas tehnoloģijas, lai vadītu ražošanas procesu, un nodrošināt pieprasīto beigu produkta kvalitāti, tad šo resursu nepieejamība rada grūtības, kas nav viegli pārvaramas, jo uzņēmumi šo faktoru nevar ietekmēt. Pašlaik nozarē esošie dalībnieki – gan lielie, tādi kā SIA 'RĪGAS ŪDENS', gan mazie izjūt darba resursu trūkumu. Piemēram, uzņēmuma SIA 'RĪGAS ŪDENS' darba kolektīva vidējais vecums ir 52-54 gadi. Uzņēmums izjūt lielu darbinieku trūkumu tādās specialitātēs kā atslēdznieki cauruļvadu tīklu remontdarbiem, taču jaunie speciālisti ļoti reti iekārtojas šajā grūtajā, nepietiekami apmaksātajā darbā, kura prestižs ir zems.

Jaunienācējiem šī barjera ir nopietns drauds, jo to ir ļoti grūti pārvarama (gandrīz visi vērtīgie darbaspēka resursi ir nodarbināti).

3.18.2.2. Administratīvie organizatoriskie ierobežojumi

Uzņēmējdarbība ūdens ieguves, attīrīšanas un sadales nozarē ir pakļauta administratīvajiem ierobežojumiem, kuri ietekmē gan jau strādājošus uzņēmumus, gan jaunienācējus (skat. A tabulas 2.1.-2.4. barjeru aprakstu).

Nozares uzņēmumiem, kuri nodarbojas ar ūdens ieguvī, attīrīšanu un piegādi (kas ir sabiedrisko pakalpojumu sniedzēji) ir jāsaņem licence no Sabiedrisko pakalpojumu regulatora. Licencē tiek norādīti darbības veidi, kuri atļauti konkrētajam uzņēmumam, ņemot vērā tā tehniskās iespējas (atbilstošas infrastruktūras esamību u.c.). Piemēram, vispilnīgākais atļauto darbības veidu uzskaitījums nozares uzņēmumiem atrodams SIA 'RĪGAS ŪDENS' licencē: dzeramā ūdens ieguve un ražošana; dzeramā ūdens piegāde; no ūdensvada tīkla piegādātā dzeramā ūdens realizācija; notekūdeņu savākšana un novadīšana līdz notekūdeņu attīrīšanas iekārtām; notekūdeņu attīrīšana un novadīšana līdz iztekai ūdenstilpnē [9]. No Rīgas pilsētas sabiedrisko pakalpojumu regulatora licences ir saņēmuši arī citi nozares uzņēmumi (SIA "ŪDENSNESEJS", SIA "EMR"), tomēr tiem atļauto pakalpojumu uzskaitījums ir mazāks, jo to rīcībā nav atbilstošas infrastruktūras. Citi teritoriālie uzņēmumi (kas ir sabiedrisko pakalpojumu sniedzēji) saņem šādu licenci no saviem reģionālajiem Regulatoriem. Pats licences saņemšanas process ir ilgstošs un sarežģīts un par licences saņemšanu ir jāmaksā nodeva.

Nozares uzņēmumu darbību regulē normatīvie akti, kas tiek izdoti valsts līmenī (LR Likumi, LR Ministru Kabineta noteikumi) un attiecīgo pašvaldību līmenī. Lai izveidotu nepieciešamu urbumu ūdens iegūšanai no avota (gan no virszemes, gan no pazemes) ir jāizpilda visas pieprasītās procedūras, kas saistītas ar aizsargjoslu izveidošanu saskaņā ar „Aizsargjoslu likumu” [12]. Likumā ir noteikti aizliegumi un ierobežojumi, kas attiecas uz aizsargjoslu izveidošanas procesu.

Ir jāievēro šādi MK noteikumi:

- LR Ministru Padome lēmums Nr.137 - par Rīgas pilsētas kanalizācijas notekūdeņu attīrīšanas ietaišu celtniecību (20.05.1991.);
- Noteikumi par ūdens lietošanas atļaujām (22.04.1997.);
- Noteikumi par Latvijas būvnormatīvu LBN 223-99 "Kanalizācijas ārējie tīkli un būves" (15.06.1999.);
- Noteikumi par notekūdeņu dūņu izmantošanu augsnes mēslošanā un teritoriju labiekārtošanā (09.09.1997.) [11].

Uzņēmumu darbību tāpat regulē dažādi teritoriālo pašvaldību lēmumi un noteikumi, kas nosaka tīklu un būvju ekspluatācijas, lietošanas un aizsardzības kārtību, tehniskās apkopes kārtību, dažādu projektu finansējumu u.c.

Uzņēmumu darbību nozarē ietekmē vairāki ekoloģiskie ierobežojumi. Visiem uzņēmumiem ir jāievēro Vides aizsardzības likuma, Ūdens apsaimniekošanas likuma, Atkritumu apsaimniekošanas likuma, Likuma Par zemes dzīlēm prasības. [6] Darbības uzsākšanai ir nepieciešama atļauja piesārņojuma veikšanai. Šīs atļaujas izsniegšanu reglamentē LR MK noteikumi Nr. 294 un Likums „Par piesārņojumu”. Nozares uzņēmumiem pārsvarā piešķir „B” piesārņošanas kategoriju.

Cits ierobežojums ir saistīts ar ūdens daudzuma izmantošanu. Piemēram, ūdens ieguvi no ūdensapgādes urbuma „Zante “ ir ierobežota ar 77 m³/diennaktī [13].

Nozares uzņēmumiem ir jāmaksā ievērojamas summas Dabas resursu nodoklī (par dabas resursu ieguvi, par ūdens piesārņošanu, par gaisa piesārņošanu, par iepakojuma ieviešanu). Dotā nodokļa summa gadā, piemēram, SIA 'RĪGAS ŪDENS' sastāda aptuveni 4% no kopējās uzņēmuma izdevumu summas [5].

Dzeramā ūdens kvalitātes prasības nosaka LR MK 29.04.2003. Noteikumi Nr. 235 „Dzeramā ūdens obligātas nekaitīguma un kvalitātes prasības, monitoringa un kontroles kartība” [10].

Dzeramā ūdens kvalitāti un notekūdeņu attīrīšanu reglamentē LR standarti un tie atbilst Eiropas un starptautisko normu prasībām. Kvalitātes kontroles programma izstrādāta tādā veidā, ka tā ļauj veikt kontroli ar precīzu periodiskumu, nodrošinot saņemto datu

izmantošanas operativitāti, un tā ietver: ūdens kvalitātes kontroli dzeramā ūdens ražošanas un patēriņa procesos, ūdens ieguves tehnoloģiskos procesos, sadales tīklos un tieši pie patērētājiem; stāvokļa kontroli notekūdeņu savākšanas un attīrīšanas sistēmā, notekūdeņu sastāva, attīrīšanas efektivitātes procesā un virszemes avotu. Pēc eksperta vērtējuma īpaši grūti ir izpildīt stingrās Eiropas normas par attīrītā ūdens novadi atklātās ūdenstilpnēs. Valsts nepietiekami kontrolē mazgāšanas līdzekļu tirgu, kā rezultātā pārdošanā nonāk tādi mazgāšanas līdzekļi, kuri Eiropas valstīs ir aizliegti, jo tie izraisa apkārtējās vides piesārņojumu un ir kaitīgi cilvēka veselībai to lietošanas laikā. Nokļūstot ūdenī, tie ir grūti izfiltrējami, vēl vairāk – tie traucē visa ūdens attīrīšanu. Rezultātā, lai uzņēmums spētu izpildīt Eiropas prasības, kas saistītas ar ūdens attīrīšanu, tam ir jāsedz papildus izdevumi par attīrīšanu, kā arī tiem nākas maksāt lielāku summu par dabas resursu nodokli. Uzņēmumiem, kas netiek galā ar standartiem, rodas nopietnas problēmas ar Sanitāro Inspekciju. Eksperti doto barjeru vērtē kā nozīmīgu.

3.18.2.3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotas barjeras

Tā kā esošās kompānijas dotajā nozarē darbojas jau ilgu laiku, tās uzkrājušas plašu pieredzi, izveidojušas lietišķos sakarus un slēgušas sadarbības līgumi ar pasūtītājiem un piegādātājiem, tādēļ tām ir noteiktas priekšrocības salīdzinājumā ar jaunajiem tirgus dalībniekiem (skat. A tabulas 3. barjeras aprakstu). Dotās barjeras ietekmi uz jaunienācējiem samazina apstākļi, ka ūdens resursu apjoms Latvijā ir pietiekams un atļauju to izmantošanai uzņēmumi var saņemt no valsts. Nozares uzņēmumi realizē savus pakalpojumus, bez starpniekiem, tieši to pircējiem, balstoties uz noslēgtajiem, galvenokārt ilgtermiņa līgumiem. Jaunienācējam, lai veiksmīgi darbotos nozarē, ir jāatrod pastāvīgi patērētāji piedāvātajiem pakalpojumiem.

3.18.2.4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība

Tirgus infrastruktūras neatbilstība, kā šķērslis jauniem tirgus dalībniekiem varētu būt klasificējama kā vidēji nozīmīgs (skat. A tabulas 4. barjeras aprakstu).

Esošie uzņēmumi jau ir izveidojuši savu pakalpojumu infrastruktūru. Uzņēmumiem, kas ir jaunienācēji nozarē, nozīmīgs šķērslis var būt augstās izmaksas, kas nepieciešamas plānotās darbības infrastruktūras izveidei. Prasības, kas tiek izvirzītas pret atsevišķiem infrastruktūras elementiem, var atšķirties dažādiem uzņēmumiem atkarībā no to izvēlētajā darbības veida (piemēram, dzeramā ūdens piegādes, notekūdeņu attīrīšanas, ūdens ieguves un sadales sistēmu un būvju celtniecības un remonta pakalpojumi u.c.).

3.18.2.5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras

Pēc nozares ekspertu domām nozarē strādājošo uzņēmumu stratēģijas nerada ievērojamas barjeras potenciālajiem konkurentiem (skat. A tabulas 5. barjeras aprakstu). Sakarā ar to, ka centralizētās ūdensapgādes sistēma valstī jau ir izveidota, jaunienākošie uzņēmumi galvenokārt sniedz pakalpojumus, kas saistīti ar jaunu ūdensvadu sistēmu izbūvi jaunās teritorijās, pievienojot tās centralizētiem pilsētas tīkliem, ar šo sistēmu remontu, ar ūdens ieguvu un sadali (ūdens ieguve no urbumiem, iepildīšana pudelēs un realizācija) u.c. Nozares uzņēmumu stratēģijas krustojas jautājumos par jaunu pakalpojumu pircēju piesaisti, taču, tā kā Latvijas tirgus ietilpība ir ierobežota, tad nākotnes attīstību komercuzņēmumi saista ar tirgus segmenta izvēli, specializāciju, paaugstinātu pakalpojumu kvalitāti. Darbības specializācijas iespēja pastāv arī jaunienācējam, kas kopumā samazina dotās barjeras ietekmi.

3.18.2.6. Preču pieprasījuma ierobežojumi

Latvijas vietējā tirgus ietilpība ir ierobežota (skat. A tabulas 6. barjeras aprakstu). Katrā administratīvajā teritorijā darbojas uzņēmums, kurš īsteno centralizēto ūdensapgādi un notekūdeņu savākšanu un attīrīšanu. Pakalpojumi tiek piegādāti patērētājiem uzņēmumu ražotnēs un iedzīvotāju dzīvesvietās. Saskaņā ar ekspertu vērtējumiem gan Rīgā, gan arī citās Latvijas teritorijās centralizēto sistēmu ražošanas jaudas ir lielākas nekā tas nepieciešams. Tādēļ teritoriālie uzņēmumi cenšas paplašināt savu klientu loku, piedāvājot visu pakalpojumu kompleksu (saistībā ar ūdensapgādi un kanalizāciju), kas jaunienācējiem var apgrūtināt pastāvīgo klientu meklēšanu.

A. tabula. Jaunienācēju draudu (tirgus barjeru) novērtēšana Latvijas ūdens ieguves, attīrīšanas un sadales nozarē (NACE 1.1 – 41.00)

| Barjeras veids | Vai konkrētā barjera būtu likvidējama vai tās ietekme samazināma. Nepieciešamie pasākumi to īstenošanai | Barjeras ietekmes nozīmīgums | | | Īss apraksts (kāpēc, analizējot konkrēto barjeru tiek uzskatīts, ka barjeras ietekme ir nenozīmīga/nozīmīga, ļoti nozīmīga) |
|---|---|------------------------------|-----------------|-----------------------|---|
| | | Nenozīmīga | Nozīmīga | Ļoti nozīmīga | |
| 1. Ekonomiskie ierobežojumi | | | | | |
| 1.1. Nepieciešamā liela apjoma kapitālieguldījumi, investīcijas, starta kapitāls (dārgu aprīkojumu dēļ, dārgu izejvielu dēļ, augstu nodokļu dēļ, reģistrācijas, licenzēšanas izdevumu. dēļ) | Barjera nav likvidējama. Barjeras lielumu ietekmē darbības veidu īpatnības. | | ✓ citi uzņēmumi | ✓ centralizētie tīkli | Ūdens nozares uzņēmumu pienākums ir piegādāt patērētājiem (uzņēmumu ražotnēs un iedzīvotāju dzīvesvietās) tīru ūdeni, nodrošināt netīrā ūdens atteku un veikt šo ūdeņu attīrīšanu. Šim mērķim ir jāizveido un jāuztur ļoti dārga infrastruktūra, nepieciešami lieli kapitālieguldījumi. Tiem komercuzņēmumiem, kas specializējās atsevišķu darbu, saistītu ar ūdens ieguvei vai sadali (ūdens ieguve no urbumiem, iepildīšana pudelēs un realizācija), ar jaunu ūdens ieguves un piegādes sistēmu un būvju celtniecību, ar šo sistēmu remontu u.c., nav nepieciešami ievērojami kapitālieguldījumi |
| 1.2. Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis | Barjera nav likvidējama. Barjeras lielumu ietekmē darbības veidu īpatnības. | | ✓ citi uzņēmumi | ✓ centralizētie tīkli | Uzņēmumiem, kas apkalpo centralizētus ūdensapgādes un kanalizācijas tīklus, minimālais efektīvas ražošanas apjoms nav sasniegts. Uzņēmumu rīcībā ir daudz lielākas ražošanas jaudas, nekā to izmantošanas pakāpe. Tie komercuzņēmumi, kuriem izdevies |

| | | | | | |
|---|---|--|---|--|---|
| | | | | | organizēt savu biznesu ar minimāliem kapitālieguldījumiem pamatlīdzekļos, var strādāt efektīvi, lai arī vidējais nozares Bruto peļņas robežas (11%) un aktīvu atdeves (1,33%) rādītājs ir samērā zems. |
| 1.3. Absolūtais pārākums izdevumu līmenī | Potenciālie konkurenti var samazināt doto barjeru, specializējoties tirgū pieprasītu pakalpojumu sniegšanā. | | ✓ | | Priekšrocības izdevumu samazināšanā ir uzņēmumiem, kuri apkalpo centralizētas ūdensapgādes un kanalizācijas sistēmas, jo normālas slodzes gadījumā ražošanas jaudu pašizmaksa (1 m ³) ūdens ieguves, sadales un attīrīšanas sfērā tiem ir ievērojami mazāka par analogisku pakalpojumu pašizmaksu, kas tiek piedāvāti decentralizēti (potenciālajiem konkurentiem). Tomēr šo uzņēmumu rīcībā ir liekas ražošanas jaudas, kuras tie nespēj noslogot, tādēļ ir gandrīz neiespējami panākt pašizmaksas līmeņa samazināšanos līdz normatīvajam līmenim. |
| 1.4. Investīciju piesaiste un kredītu izmantošanas/ piešķiršanas nosacījumi | Barjera ir grūti likvidējama, jo potenciālu investoru lēmums par finansējumu pārsvarā ir atkarīgs no biznesa projekta ienesīguma līmeņa un riska pakāpes. | | ✓ | | Uzņēmumiem, kas apkalpo centralizētās ūdensapgādes un kanalizācijas sistēmas, ir priekšrocības salīdzinājumā ar komercuzņēmumiem gan apjomu, gan arī iespējamo investīciju saņemšanas avotu ziņā. Katra jaunu ūdensvadu tīklu un citu saimniecības objektu rekonstrukcijas un celtniecības dārgā projekta realizācija parasti notiek, balstoties uz starptautisku kopfinansējumu no dažādiem avotiem: bankas kredīti, budžeta dotācija, Eiropas |

| | | | | | |
|--|--|---|---|--|---|
| | | | | | Savienības Kohēzijas fonda, Eiropas Investīciju bankas, Eiropas rekonstrukcijas un attīstības bankas kredīti, ISPA fonda dāvinājumi, paša uzņēmuma līdzekļi. Citiem uzņēmumiem īpaši valsts atvieglojumi investīciju piesaistes vai kredītu piešķiršanas jomā nepastāv. |
| 1.5. Ekonomiskie riski (izejvielu cenu pieaugums, finanšu riski (valūtas)) | Barjera būtu mazināma, paplašinot speciālistu ar vidējo tehnisko izglītību sagatavošanu. | | ✓ | | Eksperti norāda, ka dotajā nozarē pastāv liels speciālistu deficīts (ar vidējo tehnisko izglītību), kas vēl vairāk palielina dotās barjeras ietekmi uz jaunienācēju. |
| 1.6. Muitas režīmi, cenu un tarifu noteikšana | Barjera nepastāv | ✓ | | | - |
| 2. Administratīvi ierobežojumi | | | | | |
| 2.1. Uzņēmējdarbības veidu licencēšana | Potenciāliem jaunienācējiem obligāti ir jāievēro visas likumos un normatīvajos aktos paredzētās prasības, taču būtu ieteicami pasākumi, kas vērsti uz atļauju saņemšanas laika samazināšanu. | | ✓ | | Nozares uzņēmumiem, kuri nodarbojas ar ūdens ieguvī, attīrīšanu un piegādi (kas ir sabiedrisko pakalpojumu sniedzēji) ir jāsaņem no Sabiedrisko pakalpojumu regulatora licenci. Ir jāievēro MK noteikumi: par ūdens lietošanas atļaujām, par Latvijas būvnormatīvu LBN 223-99 "Kanalizācijas ārējie tīkli un būves", par notekūdeņu dūņu izmantošanu augsnes mēslošanā un teritoriju labiekārtošanā u.c. Ir jāievēro Pašvaldību Lēmumi un Noteikumi, kuri nosaka tīklu un būvju ekspluatācijas, lietošanas un aizsardzības kārtību, tehniskās apkopes kārtību, dažādu projektu finansējumu u.c. |

| | | | | | |
|--|--|---|---|--|---|
| 2.2. Preču ieviešanas un izvešanas aizliegumi vai ierobežojumi noteiktā teritorijā | Barjera nepastāv | ✓ | | | - |
| 2.3. Šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanai vai nomāšanai | Nav mērķtiecīgi likvidēt, jo ir jāievēro īpašuma tiesību un īpašnieku interešu aizsardzība | ✓ | | | Šķēršļi var rasties ūdens apgādes infrastruktūras un komunikāciju izbūves laikā, jo ir jāņem vērā jau esošo komunikāciju (ceļu, kabeļu) atrašanās vietas, kā arī zemes īpašnieku tiesības. |
| 2.4. Kvalitātes prasības un ekoloģiskie ierobežojumi (aizliegums paplašināt noteikta preču tirgus darbības apjomu, celt jaunus ražošanas objektus, ierobežojumi transporta komunikāciju izveidei, dažādu vides aizsardzības institūciju noteiktie aizliegumi u.c.) | Nav likvidējama. Uzņēmumam, kas ienāk nozarē, jādarbojas stingrā saskaņā ar vides aizsardzības likumiem. | | ✓ | | Darbības uzsākšanai ir nepieciešama atļauja piesārņojuma veikšanai. Nozares uzņēmumiem pārsvarā piešķir „B” piesārņošanas kategoriju. Uzņēmuma darbībai ir jāatbilst ekoloģiskajām prasībām, kas noteiktas: Aizsargjoslu likumā, Vides aizsardzības likumā, Ūdens apsaimniekošanas likumā, Atkritumu apsaimniekošanas likumā, Likumā Par zemes dzīlēm. Nozares uzņēmumiem ir jāmaksā ievērojamas summa Dabas resursu nodoklī (par dabas resursu ieguvī, par ūdens piesārņošanu, par gaisa piesārņošanu, par iepakojuma ieviešanu). Dzeramā ūdens kvalitāti un notekūdeņu attīrīšanu reglamentē LR standarti un tie atbilst Eiropas un starptautisko normu prasībām. |
| 3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Brīva pieejamība resursiem un /vai realizācijas kanāliem, korporatīvo sakaru | Barjeras ietekme nav būtiska. | ✓ | | | Dotās barjeras ietekmi uz jaunienācēju var samazināt ar apstākli, ka ūdens resursu |

| | | | | | |
|---|---|--|---|--|---|
| priekšrocības. | | | | | apjoms Latvijā ir pietiekams un atļauju to izmantošanai var iegūt no valsts. Nozares uzņēmumi sniedz savus pakalpojumus tieši saņēmējiem (bez starpniekiem), parasti balstoties uz ilgtermiņa līgumiem. Jaunenācējam, lai veiksmīgi darbotos dotajā nozarē, nepieciešams atrast piedāvātajiem pakalpojumiem pastāvīgus patērētājus. |
| 4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība | | | | | |
| Nodrošinājums ar komunikācijām (transporta un sakaru), noliktavām, tirdzniecības platībām, informāciju, ceļiem. | Nav likvidējama. Visiem ir jāievēro nepieciešamās tehniskās normas un prasības. | | ✓ | | Esošie uzņēmumi jau ir izveidojuši savu pakalpojumu infrastruktūru. Uzņēmumiem, kas ir jaunienācēji nozarē, šis var būt nozīmīgs šķērslis, nepieciešamas plānotai darbībai infrastruktūras izveides izmaksu dēļ. |
| 5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Produkcijas realizācijas apstākļu noteikšana, Valsts pasūtījumu izpilde | Potenciālais konkurents var sev samazināt dotās barjeras ietekmi, ja spēs piedāvāt klientiem salīdzinājumā ar konkurentiem kvalitatīvākus pakalpojumus. | | ✓ | | Sakarā ar to, ka centralizētās ūdensapgādes sistēma valstī jau ir izveidojusies, jaunienākošie uzņēmumi galvenokārt sniedz pakalpojumus, kas saistīti ar jaunu ūdensvadu sistēmu izbūvi jaunās teritorijās, pievienojot tās centralizētiem pilsētas tīkliem, ar šo sistēmu remontu, ar ūdens ieguvu un sadali (ūdens ieguve no urbumiem, iepildīšana pudelēs un realizācija) u.c. |
| 6. Preču pieprasījuma ierobežojumi | | | | | |
| Tirgus piesātinātība ar produktu un aizstājējproduktiem, pieprasījuma apmierināšanas līmenis(patērētāju | Barjera nav likvidējama | | ✓ | | Latvijas vietējā tirgus ietilpība ir ierobežota. Katrā administratīvajā teritorijā darbojas uzņēmums, kurš realizē centralizēto |

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| <p>pirktspēja) sasniegšana, preču pieprasījuma iespējamie ierobežojums</p> | | | | <p>ūdensapgādi un notekūdeņu savākšanu un attīrīšanu. Pakalpojumi tiek piegādāti patērētājiem uzņēmumu ražotnēs un iedzīvotāju dzīvesvietās. Saskaņā ar ekspertu vērtējumiem gan Rīgā, gan arī citās Latvijas teritorijās centralizēto sistēmu ražošanas jaudas ir lielākas nekā tas nepieciešams. Tādēļ teritoriālie uzņēmumi cenšas paplašināt savu klientu loku, piedāvājot visu pakalpojumu kompleksu (saistībā ar ūdensapgādi un kanalizāciju), kas var apgrūtināt pastāvīgo klientu meklēšanu jaunienācējiem.</p> |
|--|--|--|--|---|

Avots: RSEBAA apkopojums

Nobeigums

Vērtējot konkurences vidi Latvijas ūdens ieguves, attīrīšanas un sadales nozarē (pēc NACE 1.1.red.klasifikācijas 41.00 nozare) ar aprēķināto koncentrācijas indeksu (CR4 un HHI) palīdzību, var konstatēt, ka šī nozare ir augsti koncentrēta, jo četru pēc apgrozījuma lielāko uzņēmumu daļa 2006.gadā veidoja 91% no Latvijas tirgus. Arī aprēķinātā Hērfindāhla – Hiršmana indeksa vērtība (4945) norāda uz augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē.

Tā kā pakalpojumi, kas saistīti ar ūdens apgādi, pieskaitāmi pie sabiedriskiem pakalpojumiem, tad uzņēmējdarbība dotajā sfērā atšķiras no citām tautsaimniecības jomām, tāpat arī atšķiras konkurences procesi.

Dotai nozarei piederošo uzņēmumu sarakstā var izdalīt uzņēmumu grupu, kas sniedz pakalpojumus iedzīvotāju apgādē ar ūdeni un netīrā ūdens novadīšanu caur centralizētiem ūdensapgādes un kanalizācijas tīkliem. To darbību regulē sabiedrisko pakalpojumu regulators. Tie ir nozares galvenie uzņēmumi, kas pieder teritoriālām pašvaldībām un ir izvietoti visā Latvijas teritorijā. To darbības apjoms ir atkarīgs no apkalpojamās teritorijas lieluma un patērētāju skaita, kas pievienoti centralizētam ūdensapgādes tīklam. Šie uzņēmumi savā starpā nekonkurē, jo ūdensapgādes uzņēmumu darbība ir ierobežota vienā konkrētā administratīvajā teritorijā. Vislielākais uzņēmums no tiem ir SIA 'RĪGAS ŪDENS', kura daļa kopējā pārdošanas apjomā ūdens ieguves, attīrīšanas un sadales nozarē (41.00) 2006. gadā sastādīja 69%.

Citi nozarē reģistrētie uzņēmumi specializācijas atsevišķu darbu veidu izpildē, kas saistīti ar ūdens iegūvi un sadali (ūdens ieguve no urbumiem, iepildīšana pudelēs un realizācija), ar jaunu ūdens ieguves un piegādes sistēmu un būvju celtniecību, ar šo sistēmu remontu u.c. Pamatā tie ir privāti komercuzņēmumi, kuri savā starpā konkurē, taču pēc nozares ekspertu domām tie neveido un tuvākajā laikā arī neveidos konkurenci strādājošajiem pašvaldību uzņēmumiem, jo tie nespēj piedāvāt pamatpakalpojumu kompleksu (ūdensapgāde un kanalizācija) par iedzīvotājiem pieņemamām cenām.

Latvija ir bagāta ar ūdens resursiem un uzņēmumiem nenākas savā starpā konkurēt par piekļuvi tiem, tomēr nozarē ir vērojams kvalificētu speciālistu trūkums, par kuriem uzņēmumiem ir jākonkurē.

Balstoties uz veikto analīzi, LR Ekonomikas Ministrijai un LR Konkurences padomei var ieteikt:

1. Veikt pasākumus valsts līmenī, lai nodrošinātu speciālistu (īpaši ar vidējo tehnisko izglītību) sagatavošanu sakarā ar nozarē vērojamo pieaugošo kadru deficītu;

2. Ieviest efektīvāku Latvijā realizējamo mazgāšanas līdzekļu kontroles sistēmu, tādējādi ierobežojot tādu mazgāšanas līdzekļu izmantošanu, kuri ir aizliegti Eiropas valstīs, jo tie ir kaitīgi cilvēka veselībai, turklāt, nokļūstot ūdenī, tos ir grūti izfiltrēt un tie traucē visa ūdens attīrīšanai.

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti:

1. http://www.vidm.gov.lv/lat/darbibas_veidi/ilgtspejiga_attistiba/files/text/Darb_jomas_pamatnostadnes.doc
2. [http://oas.vdc.lv:7779/la/udens/skat/pls/mar\\$www_2ud_rep.apk_sak?mn=1](http://oas.vdc.lv:7779/la/udens/skat/pls/mar$www_2ud_rep.apk_sak?mn=1)
3. <http://www.sprk.gov.lv/index.php?id=2079&sadala=230>
4. <http://www.lursoft.lv/?a=16&v=lv>
5. <http://rw.lv>
6. http://www.likumi.lv/likumi.php?order=alpha&year=&month=&set_calendar_from=izd_dat&set_filter_char=A&sort_by=title&sort_dir=asc
7. http://www.rw.lv/lv/main.php?x=05_01
8. <http://www.sprk.gov.lv/index.php?id=2079&sadala=230>
9. <http://www.sprk.gov.lv/index.php?sadala=461>
10. http://www.rw.lv/lv/main.php?x=04_02
11. <http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=17813>
12. <http://www.likumi.lv/doc.php?mode=DOC&id=83439>
13. <http://www.vidm.gov.lv/ivnvb/ippc/atlauja/B8a/LzanteNAI.pdf>
14. http://www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=4469&cl_cat=0&p_cid=76&p_vid=1063&p_action=2
15. <http://www.daugavpils.udens.lv/>
16. Intervija ar ekspertu no SIA 'RĪGAS ŪDENS'

3.19. Pasta un kurjeru darbība (64.1)

3.19.1. Vispārīgs nozares apraksts

Latvijas pasta un kurjeru darbībai pēc darbību statistiskās klasifikācijas Eiropas Kopienā (NACE 1.1. red.) piešķirts kods NACE 1.1 red. – 64.1. Pasta un kurjeru darbība (NACE 1.1- 64.1. Savukārt pasta un kurjeru darbība tiek iedalīta divās apakšgrupās:

- Valsts pasta darbība (NACE 1.1 - 64.11). Šajā klasē ietilpst: vēstuļu un paku savākšana, transports un piegāde (iekšzemes vai starptautiskā), vēstuļu un paku savākšana no valsts pastkastēm vai no pasta nodaļām, vēstuļu un paku sadale un piegāde, pastkastu iznomāšana, vēstules uz pieprasījumu...
- Kurjeru darbība, izņemot valsts pasta darbību (NACE 1.1 - 64.12). Šajā klasē ietilpst: vēstuļu un pasta tipa bandroļu un paciņu savākšana, transports un piegāde, ko veic firmas, izņemot valsts pastu. Iesaistīts var būt viens vai vairāk nekā viens transporta veids, un darbību var realizēt gan ar personisko transportu, gan ar sabiedrisko transportu. Šajā klasē ietilpst arī: pasta piegāde mājās, preču taksometru pakalpojumi [1].

Pamatojoties uz Centrālās statistikas pārvaldes nepublicētajiem datiem Latvijas Pasta un kurjeru darbības nozarē (NACE 1.1. – 64.1.), 2006.gadā uzņēmumu skaits bija 22, kas ir dubultojies salīdzinot ar 2004. gadu. Pēc CSP informācijas 2006. gadā bija trīs jauni, reāli izveidoti uzņēmumi dotajā nozarē: SIA 'AVE KURJERS' (Reģistrācijas datums 19.01.2006.g.); individuālais komersants 'BAIBA D' (Reģistrācijas datums 02.08.2006.g.); SIA 'UNIKURJERS' (Reģistrācijas datums 03.03.2006.g.) (skat. 6. pielikumu).

Pēc CSP datiem 2006.gadā 15 lielākie nozarē strādājošie uzņēmumi ir atspoguļoti 3.19.1. tabulā.

3.19.1.tabula. Pasta un kurjeru darbības nozarē (NACE 1.1 – 64.1) strādājošo uzņēmumu saraksts Latvijā 2006. gadā

| N | Uzņēmuma nosaukums |
|----------|-------------------------------|
| 1. | 'ABONĒŠANAS AĢENTŪRA PKS' SIA |
| 2. | 'ABONĒŠANAS CENTRS DIENA' SIA |
| 3. | 'AUTOPASTS TERMINALS' SIA |
| 4. | 'DARA 2' SIA |

| | |
|-----|---|
| 5. | 'DEPEŠU DIENESTA KURJERPASTS (DDK)' SIA |
| 6. | 'DPD LATVIJA' SIA |
| 7. | 'EKL/LS' SIA |
| 8. | 'EKO KURJERS' SIA |
| 9. | 'LATTRANS-POST' SIA |
| 10. | 'LATVIJAS PASTS' valsts AS |
| 11. | 'PASTA UN KURJERU SERVISS' SIA |
| 12. | 'RIETUMU PASTS' SIA |
| 13. | 'TNT LATVIA' SIA |
| 14. | 'VELOKURJERS' SIA |
| 15. | 'VIM AGENTUUR' SIA |

Avots: CSP nepublicētie dati

Pasta pakalpojumi pieskaitāmi sabiedriskajiem pakalpojumiem. Sabiedriskie pakalpojumi (ietver elektrības, gāzes un siltuma apgādi, telekomunikācijas un datu pārraidi, pasta pakalpojumus, ūdensapgādi un kanalizāciju, dzelzceļa un pasažieru pārvadājumus) ir pirmās nepieciešamības produkti katrai ģimenei, tie veicina visas sabiedrības un ikviena indivīda labklājības augšanu. Uzņēmējdarbība šajā nozarē ir atšķirīga no citām tautsaimniecības jomām, jo daļēji tā ir izņēmuma stāvoklī. Pakalpojumi ir jāpiegādā patērētājiem, to piegādei ir jāizveido un jāuztur tīkla infrastruktūra (fiziska un institucionāla). Infrastruktūras izveidei un attīstībai pastāvīgi ir nepieciešamas investīcijas. Pakalpojumu pieejamība jānodrošina visā valsts teritorijā bez jebkādas patērētāju diskriminācijas, tostarp attālinātos un pašlaik mazāk rentablos reģionos. Visās sabiedrisko pakalpojumu nozarēs ir jārealizē universālā pakalpojuma princips – definētai noteiktas kvalitātes pakalpojumu kopai jābūt pieejamai ikvienam patērētājam visā valsts teritorijā par ekonomiski pieņemamu cenu [2].

Pasta nozarē valsts politiku īsteno un valsts pārvaldes funkcijas pilda Satiksmes ministrija. Valsts AS 'LATVIJAS PASTS' (nozares sektors 64.11) galvenais pienākums ir sniegt vispārējos pasta pakalpojumus, pie kuriem pieskaitāmi: iekšzemes vai starptautiskie vēstuļu korespondences (pastkartes, vēstules, bandroles, sīkpakas) sūtījumi, tai skaitā ierakstīti vai apdrošināti sūtījumi; iekšzemes vai starptautiskie pasta paku (līdz 10 kilogramiem) sūtījumi, to skaitā apdrošināti sūtījumi, kas atbilst Pasta noteikumos reglamentētajām minimālajām prasībām attiecībā uz savākšanu, šķirošanu, pārvadāšanu un piegādi. Papildus minētajiem pasta pakalpojumiem AS 'LATVIJAS PASTS' ir tiesības veikt arī citas ar pasta sūtījumiem savienojamas operācijas: izmaksāt pensijas un sociālos pabalstus; pieņemt periodisko preses izdevumu pasūtījumus un veikt preses izdevumu piegādi abonentiem u.c. AS 'LATVIJAS PASTS' ir monopoltiesības pieņemt, pārsūtīt un izsniegt valsts robežās gan iekšzemes, gan starptautiskos vēstuļu korespondences sūtījumus, kuru svars nepārsniedz 50 gramus.

Valsts AS 'LATVIJAS PASTS' uzdevums ir nodrošināt: visu valsti aptveroša pasta pakalpojumu tīkla funkcionēšanu nolūkā radīt vienotu komunikāciju standartu Latvijā; visā Latvijas teritorijā ģeogrāfiski nediferencētu vispārējo pasta pakalpojumu tarifu pielietojumu; ar Pasaules pasta konvenciju un citiem starptautiskajiem līgumiem Latvijas Republikai uzlikto pienākumu izpildi pasta sakaru jomā [12].

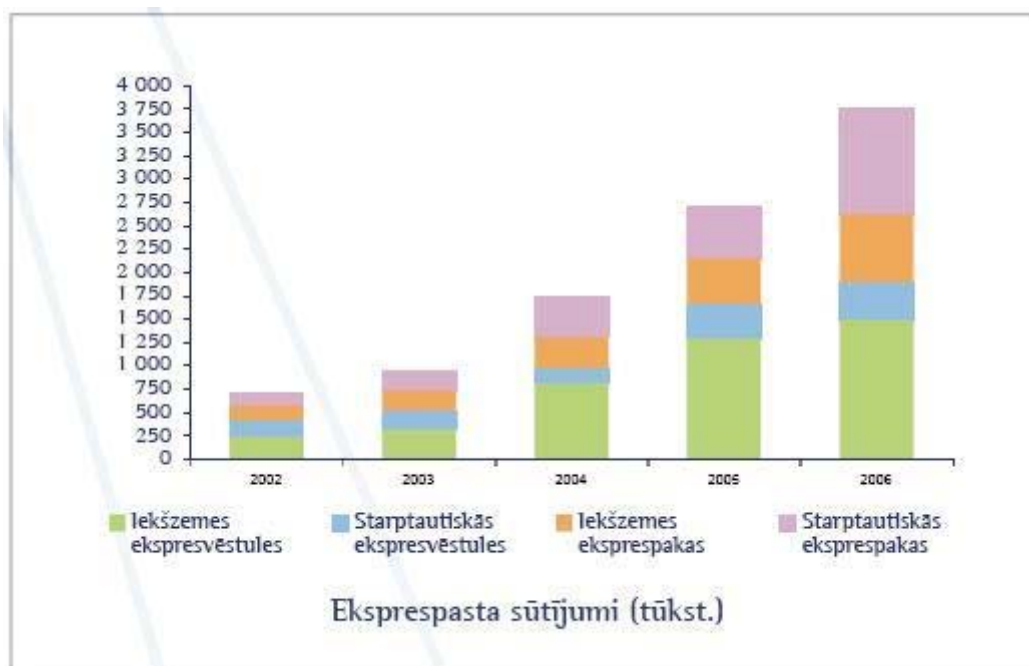
Pēdējos gados Valsts AS 'LATVIJAS PASTS' darbība nav bijusi viegla, uzņēmums saskāries ar daudzām ekonomiska un organizatoriska rakstura problēmām, darbības apjomi pastāvīgi samazinājās. 2006. gadā nosūtīto vēstuļu skaits sasniedza 68,5 miljonus, bet nosūtīto pasta paku svarā līdz 10 kilogramiem skaits — 110,9 tūkstošus. Salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu vēstuļu korespondences sūtījumu kopējais skaits samazinājās par 7,8 %, tai skaitā vēstuļu korespondences - par 5,5 %, bandroļu sūtījumu skaits - par 50,6 % [4].

Aktīvāk attīstās darbība kurjeru darbības sektorā (64.12). Komerčuuzņēmumi, kas strādā dotajā sektorā, ir orientēti uz papildus pasta pakalpojumu sniegšanu. Papildus pasta pakalpojums - no vispārējā pasta pakalpojuma nepārprotami atšķirams pakalpojums, kuru raksturo papildu pievienotā vērtība un kuram papildus ātrākai izņemšanai, transportēšanai un piegādei piemīt vēl viena vai vairākas šādas papildu pasta pakalpojuma pazīmes: korespondences nogādāšana adresātam personiski vai tā pilnvarotam pārstāvim; piegādes nodrošināšana līdz noteiktam datumam; iespēja tranzīta laikā mainīt galamērķi un adresātu; individuāla pieeja klientam; pakalpojuma piedāvāšana atkarībā no prasībām u.c. [12].

Darbības apjomi kurjeru pakalpojumu sektorā (eksprespasta sūtījumi) pastāvīgi palielinās.

Kopējais sūtījumu skaits 2006. gadā sasniedza 4,6 miljonus, un tas ir par 170,4 % vairāk nekā 2005. gadā. No visiem eksprespasta sūtījumiem 66,2 % ir iekšzemes ekspresvēstuļu un eksprespaku sūtījumi. Pārskata gadā visvairāk pieaudzis iekšzemes ekspresvēstuļu īpatsvars. Eksprespasta sūtījumu dinamika atspoguļota 3.19.1.attēlā.

3.19.1. attēls. Eksprespasta sūtījumu dinamika laika posmā no 2002. līdz 2006.gadam (tūkst.) [5]



Avots: pēc SPRK datiem

3.19.1. attēlā redzams, ka ievērojams pasta sūtījumu skaita pieaugums sākas 2004.gadā. Vislielāko apjomu tajos ieņem iekšzemes ekspresvēstules un starptautiskās vēstules. Tāpat strauji aug dotajā sektorā strādājošo firmu skaits. Uz 2008.gadu SPRK vispārējo atļauju pasta pakalpojumu sniegšanai ir saņēmuši jau 46 uzņēmumi [3].

Spriežot pēc neregulāriem CSP datiem, Latvijas pasta un kurjeru darbība varētu būt klasificējama kā augsti koncentrēta. Tā 2006.gadā četru nozares vislielāko uzņēmumu īpatsvars kopējā nozares apgrozījumā veidoja 94%. Turklāt arī 2006.gadam aprēķinātais Herfindāhla – Hiršmana indekss ($HHI = 6004$) (Pielikums 5) liecina par augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē, jo indeksa vērtība krietni pārsniedz koncentrācijas kritisko robežu (kad HHI ir augstāks par 1800 – 2000 vērtību). Tomēr nebūtu pilnīgi pamatoti vērtēt koncentrācijas līmeni, balstoties tikai uz visā nozarē (64.1) aprēķinātajiem koncentrācijas indeksiem, jo katra sektora darbība aprobežojas ar pakalpojumu uzskaitījumu, kam devis atļauju Sabiedrisko pakalpojumu regulators. Tā, valsts AS 'LATVIJAS PASTS' sniedz vispārējos pasta pakalpojumus visā Latvijas teritorijā, izmantojot Regulatora noteiktos pakalpojumu tarifus. Pārējie komercuzņēmumi sniedz plašu papildus pasta pakalpojumu spektru saviem klientiem (fiziskām un juridiskām personām) un šiem pakalpojumiem parasti ir vienošanās (tirgus) cenas. Pēc nozares eksperta domām, tiešas konkurences starp dotajiem

sektoriem nevar būt. Pilnvērtīga konkurence attīstās tikai „Kurjeru darbības, izņemot valsts pasta darbību” sektorā (64.12).

3.19.2. Tirgū ienākšanas barjeru analīze

3.19.2.1. Ekonomiskie ierobežojumi

Tirgū ienākšanas barjeras pasta un kurjeru darbības sfērā ir cieši saistītas ar dotās darbības īpatnībām (pakalpojumu veidiem un to nozīmību sabiedrībai).

Vispārējo pasta pakalpojumu nodrošinājumu valsts AS 'LATVIJAS PASTS' realizē ar pasta nodaļu starpniecību (900 pasta nodaļas), kas ir izvietotas visā Latvijas teritorijā. Tik plašas institucionālās infrastruktūras izveidei un uzturēšanai nepieciešami ievērojami līdzekļi. Komercuzņēmumiem, kas piedāvā kurjeru pakalpojumus, nav nepieciešams liels starta kapitāls. Darbību, pēc jaunienācēja uzņēmuma vadītāja domām, var uzsākt ar minimāli noteikto summu sabiedrībai ar ierobežotu atbildību (2 tūkstoši latu), ar nosacījumu, ka dibinātais pats arī strādā. Uzsākot darbību, uzņēmumam ir nepieciešams biroja telpas, kuras var iznomāt. Tāpat nepieciešama datortehnika, transporta līdzekļi (automašīnas, velosipēdi, motocikli). Tekošo izdevumu pamatpantus veido kurjeru darba alga un benzīna izmaksas. Tādējādi starta kapitāla lielums nav ievērojama barjera biznesa uzsākšanai kurjera darbības sfērā (skat. A tabulas 1.1. barjeras aprakstu).

Minimālais darbības apjomu līmenis, kas nodrošina tās efektivitāti, var būt atkarīgs no darbības specifikas (skat. A tabulas 1.2. barjeras aprakstu).

Valsts AS 'LATVIJAS PASTS' darbība lielā mērā ir atkarīga nevis no tirgus faktoriem, bet no pareiziem valsts institūciju lēmumiem, kas regulē doto sabiedrisko pakalpojumu sfēru (vispārējo pasta pakalpojumu kvantitāte un kvalitāte, to cenas, darbības finansējums u.c.), un no prasmīgas uzņēmuma vadības.

2007. gada beigās valsts AS 'LATVIJAS PASTS' cieta daudzu miljonu latu lielus zaudējumus un atradās finanšu krīzes priekšā. 700 pasta nodaļas, kas izvietotas lauku un no pilsētām attālinātos rajonos, strādāja ar zaudējumiem. Izmaiņas esošajā situācijā izdevās panākt, veicot sekojošu pasākumu kompleksu: tika nomainīta Latvijas Pasta valde, veikts detalizēts uzņēmuma finanšu audits, izstrādāts biznesa plāns nākamajiem trim gadiem, pilnveidoti piegādes tarifu aprēķina principi pasta pamatpakalpojumiem (vēstuļu, paku, preses izdevumu un pensiju piegādei). Rezultātā jau 2008.gada pirmajā pusgadā finanšu situācija sāka ievērojami uzlaboties. Latvijas Pasta ieņēmumi sasniedza 28,2 milj. latu (ieskaitot valsts dotāciju 4 milj. apmērā), kas ir par 39 % vairāk nekā 2007. gada 1. pusgadā. Kopējie izdevumi šā gada 6 mēnešos ir sasnieguši 29,5 milj.

latu, kas rezultātā veidoja zaudējumus 1,3 milj. latu apmērā. Tomēr, salīdzinot ar 2007.gada pirmajiem sešiem mēnešiem, zaudējumu apjoms ir samazinājies 5,3 reizes. Valsts AS 'LATVIJAS PASTS' vadība plāno padarīt uzņēmumu par ienesīgu 2010. gadā [4].

Darbības ienesības pamatrādītāji kurjeru pakalpojumu sektorā atspoguļoti 3.19.2. tabulā, kurā salīdzināti divu nozares uzņēmumu SIA'TNT LATVIA' (ieņem 25-27% no starptautisko kurjerpasta pakalpojumu tirgus daļas) un SIA'AVE KURJERS' (jaunienācējs) rādītāji ar vidējiem nozares rādītājiem.

3.19.2. tabula. Darbības efektivitātes (ienesīguma) rādītāji kurjeru darbības sektorā (64.12) un uzņēmumu SIA'TNT LATVIA' un SIA'AVE KURJERS' 2006.gadā

| Rādītāji | SIA'TNT LATVIA' | SIA'AVE KURJERS' | Vidējais līmenis 64.12 nozare (pēc NACE 1.1.red.) | Mediāna 64.12 nozare (pēc NACE 1.1.red.) |
|----------------------------------|----------------------------|-----------------------------|--|---|
| Bruto peļņas robeža, % | 51.51 | 98.62 | 20.24 | 40.77 |
| Aktīvu atdeve, % | 30.90 | -38.85 | 31.98 | 10.01 |
| Ilgtermiņa ieguldījumu atdeve, % | 238.64 | -77.53 | 20.42 | 46.20 |

Avots: Lursoft nepublicētie dati

3.19.2. tabulā redzams, ka darbība kurjeru pakalpojumu sektorā ir pietiekami ienesīga. Bruto peļņas robežas rādītājs vairāk kā pusei uzņēmumu pārsniedz 40%, kas ir ievērojami augstāks par analogiskiem rādītājiem citās nozarēs. Vidēji nozarē uzņēmumi uz katru darbībā ieguldīto aktīvu latu saņem gandrīz 32 santīmus tīrās peļņas (Aktīvu atdeve 31,98%). Lai realizētu darbību dotajā sfērā, nav nepieciešami ievērojami kapitālieguldījumi, par ko liecina augstais Ilgtermiņa ieguldījumu atdeves rādītāja līmenis uzņēmumam SIA 'TNT LATVIA' (238,64%). Lai arī pirmajā darbības gadā ir grūti gūt peļņu, kas redzams pēc jaunā uzņēmuma SIA 'AVE KURJERS' rādītājiem, tomēr pēc 2007.gada finanšu pārskata datiem tas jau spēja gūt peļņu 7809 latu apmērā (ar kopējo darbības rentabilitāti aptuveni 13% apmērā) [15]. Pēc SIA 'AVE KURJERS' pārstāvju domām doto barjeru nozarei nevar aplūkot kā ļoti nozīmīgu.

Eksperti uzskata, ka uzņēmumi, kas jau ilgstoši darbojas kurjeru pakalpojumu tirgū, nespēj iegūt ievērojamas priekšrocības, samazinot produkcijas pašizmaksu, tādēļ dotās barjeras ietekme uz uzņēmumu, kas ir jaunienācējs nav sevišķi nozīmīga (skat. 1.3.

barjeras aprakstu A tabulā). Šajā darbības sfērā pakalpojumu pašizmaksā dominē mainīgās izmaksas (kurjeru darba alga, benzīna izmaksas), kamēr pastāvīgo izmaksu daļa parasti nav liela. Pakalpojumu pašizmaksā esošām un jaunienācēju kompānijām var būt pat vienāda, ja tās strādā vienā teritorijā un sniedz līdzīgus pakalpojumus. Zināmu ekonomiju par benzīna izdevumiem iegūst tās firmas, kuras sniedz pakalpojumus Krievijas teritorijā, jo tur degviela ir lētāka.

Investīciju piesaistes un kredītu izmantošanas iespējas un nosacījumi būtiski atšķiras valsts AS 'LATVIJAS PASTS' un kurjeru komercuzņēmumiem (skat. 1.4. barjeras aprakstu A tabulā). VAS 'LATVIJAS PASTS' ir valsts uzņēmums, kuram ir visplašākās iespējas finansējuma saņemšanai no dažādiem avotiem. Savā darbībā tas izmanto gan valsts finansējuma līdzekļus, gan arī banku kredītus. Tā, 2008.gadā uzņēmums saņēma valsts dotāciju 4 milj. apmērā zaudējumu segšanai, ko rada preses izdevumu piegāde lauku reģionos [4].

Barjeru, kas saistīta ar kurjeru uzņēmumu piekļuvi kredītiem un investīcijām, nozares eksperti atzīst par nozīmīgu. Komerccbankas parasti izvairās piešķirt kredītus jauniem uzņēmumiem, kuriem nav pietiekami liels nodrošinājums (vēlams nekustamā īpašuma nodrošinājums). Tā kā kurjeru darbības organizēšanai nav nepieciešami lieli nekustamā īpašuma objekti (ēkas, būves, zemes gabali), tad kredīta saņemšana tiem kļūst par grūti atrisināmu problēmu.

Nozarē pastāv arī ekonomiskie riski (skat. 1.5. barjeras aprakstu A tabulā). Pēc degvielas cenu pieauguma daudzu uzņēmumu peļņas līmenis ir samazinājies, jo cenas kurjeru pakalpojumiem netika paceltas tik augstu, lai varētu segt šos izdevumus. Ekonomiskās situācijas pasliktināšanās valstī ietekmēja praktiski visus. Kurjeru firmām tā rezultātā palielinājās debitoru parādi, līdz ar to arī iespējamo zaudējumu risks, kas saistīts ar bankrotējušo uzņēmumu bezcerīgo parādu norakstīšanu. Eksperti uzskata, ka dotā barjera jaunienācējam ir nozīmīga.

Vērtējot muitas režīma ietekmi uz potenciālajiem jaunienācējiem (skat. 1.6. barjeras aprakstu A tabulā), eksperti norāda, ka viena no nozares problēmām ir likumu neskaidrība. Pildot starptautiskos kurjeru uzdevumus, kurjeru firmu darbiniekiem nākas šķērsot valstu robežas, turklāt viņiem vajadzētu būt pietiekami kompetentiem šo valstu muitas likumdošanas jautājumos, viņiem ir jābūt pietiekamai pieredzei sarežģīto muitas procedūru kārtošanā, lai bez aizkavēšanās varētu piegādāt kravu. Dalībnieki ar pieredzi var vieglāk tikt galā ar šīm grūtībām, bet jaunienācējam tā varētu būt nopietna barjera.

3.19.2.2. Administratīvie/organizatoriskie ierobežojumi

Uzņēmējdarbība pasta un kurjeru darbības nozarē ir pakļauta administratīvajiem ierobežojumiem, kuri ietekmē gan jau strādājošus uzņēmumus, gan jaunienācējus. (skat. A tabulas 2.1.-2.4.barjeru aprakstu). Visiem uzņēmumiem ir jāievēro pamata likumu prasības, kas regulē uzņēmējdarbību: "Komerclikums" [8], "Darba likums" [7], "Likums par nodokļiem un nodevām" [9], „Muitas likums” [10], Autopārvadājumu likums [11] u.c.

Pasta pakalpojumu sniegšanu reglamentē Pasta likums, Ministru kabineta noteikumi un citi normatīvie akti, kā arī Pasaules pasta konvencija, starptautiskie reglamenti un nolīgumi, kuru dalībniece ir Latvijas Republika [12].

Vispārējo pasta pakalpojumu sniegšanai ir nepieciešama individuālā licence. Individuālo licenci izsniedz saskaņā ar likumu "Par sabiedrisko pakalpojumu regulatoriem" [13].

Lai sniegtu papildus pasta pakalpojumus un pamata pasta pakalpojumus, kuri neietilpst vispārējo pasta pakalpojumu kategorijā, nepieciešama vispārējā atļauja. Vispārējo atļauju reģistrē Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisija [14]. Kurjeru darbība nav saistīta ar ekoloģiskajiem ierobežojumiem. Galvenās prasības par pasta pakalpojumu kvalitāti ir atrunātas Pasta likumā un lielā mērā tās attiecināmas uz valsts AS 'LATVIJAS PASTS' darbību. Kurjeru komercuzņēmumi tiecas uzturēt savu pakalpojumu kvalitāti augstā līmenī, jo tas dod iespēju paplašināt pastāvīgo klientu loku. Konkurences palielināšanās dotajā sektorā un ierobežota Latvijas tirgus apstākļos augsta pakalpojumu kvalitāte sniedz uzņēmumam konkurences priekšrocības.

Kopumā konstatētos administratīvos un organizatoriskos ierobežojumus jaunienācējiem nozares eksperts vērtēja kā nenozīmīgus.

3.19.2.3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotas barjeras

Tirgū strādājošo uzņēmumu galvenās priekšrocības salīdzinājumā ar jaunienācējiem, pēc eksperta domām, izpaužas apstākļi, ka darbības gadu laikā ir izveidots darba kolektīvs un pastāvīgo klientu loks. Ja kompānijai ir šādi sasniegumi, tā var veiksmīgi attīstīties dotajā tirgū. Jaunienācējam dotā barjera pastāv, jo ir jāmeklē savi pastāvīgie klienti un jāizveido darba spējīgs kolektīvs (skat. A tabulas 3.barjeras aprakstu). Dotās barjeras ietekmi eksperts vērtē kā ļoti nozīmīgu.

3.19.2.4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība

Eksperts norādīja, ka visi nepieciešamie infrastruktūras elementi (transports, sakari, piekļuve informācijai, reklāmas iespējas u.c.) ir pieejami gan strādājošiem uzņēmumiem, gan arī jaunienācējiem (skat. A tabulas 4.barjeras aprakstu).

Jaunizveidotas kurjerfirmas vadītājs norādīja, ka uzņēmumam sāpīgs jautājums ir ceļu satiksmes dalībnieku agresīvā attieksme pret kurjeriem, kuri pārvietojas ar velosipēdiem vai motocikliem, kas nereti noved pie ceļu satiksmes negadījumiem. Kurjeri – velosipēdisti un motociklisti – parasti ir cilvēki, kuri prot labi vadīt savu transporta līdzekli, daudzi no viņiem ir sportisti, tādēļ viņus diez vai varētu vainot braukšanas neprasmē vai satiksmes noteikumu nezināšanā. Tomēr daži autovadītāji (un tādu nav maz saskaņā ar eksperta vārdiem) neuzskata viņus par pilntiesīgiem satiksmes dalībniekiem un ar savu rupjo uzvedību uz ceļa pakļauj lielum riskam velosipēdistu dzīvību. Laipnai attieksmei un savstarpējai cieņai uz ceļiem ir jāklūst par normu ceļu satiksmes dalībnieku vidū. Šī jautājuma risināšanā atbalstu varētu sniegt reklāmas aģentūras, izdevniecības, televīzijas, autoskolas un citas organizācijas, kurām ir iespēja propagandēt braukšanas kultūru.

3.19.2.5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras

Kurjeru pakalpojumu sniegšanas tirgū galvenā konkurence pastāv par klientiem, kā arī par darbinieku piesaisti firmām, kuras spējīgas ne tikai ātri piegādāt pasta sūtījumus, bet arī kuri ir pietiekami zinoši pasta un muitas likumdošanas sfērā gan Latvijā, gan arī citās valstīs. Kurjeru tirgus ir sadalīts un klientu lojalitāte vienmēr tiek apbalvota ar lielām atlaidēm. Tirgus dalībnieki galvenokārt orientējas uz ilgtermiņa līgumiem un jaunienācējiem būs grūti iegūt sev klientūru (skat. A tabulas 5.barjeras aprakstu).

Jaunizveidoto kompāniju segments galvenokārt ir tie klienti, kuriem nav vajadzīgi ilgtermiņa līgumi, jeb arī tie, kuru pārvadājumi notiek ļoti reti. Tie nav labākie klienti kurjeru firmām, jo šiem uzņēmumiem svarīgāka ir zemāka cena, bet otrajā plānā paliek kvalitāte un drošība, kuru var nodrošināt kurjeru firma. Eksperti doto barjeru uzskata par nozīmīgu jaunienācējam.

3.19.2.6. Preču pieprasījuma ierobežojumi

Latvijas vietējā tirgus ietilpība ir ierobežota – ir ierobežots iedzīvotāju, komercuzņēmumu un citu organizāciju skaits, kas vēlas izmantot pasta pakalpojumus. (skat. A tabulas 6.barjeras aprakstu). Tomēr kurjeru firmu skaits, kas saņēmuši vispārējo atļauju darbības veikšanai (NACE 1.1 - 64.12) „Kurjeru darbības, izņemot valsts pasta

darbību” sfērā (2004.gadā 10, 2006.gadā 21, 2008.gadā 46) mērķtiecīgi palielinās, kas var liecināt par doto pakalpojumu pieprasījuma esamību. No šejienes izriet, ka dotās barjeras ietekmi uz jaunienācēju nevar uzskatīt par ļoti nozīmīgu.

A. tabula. Jaunienācēju draudu (tirgus barjeru) novērtēšana Latvijas pasta un kurjeru darbībā (64.1)

| Barjeras veids | Vai konkrētā barjera būtu likvidējama vai tās ietekme samazināma. Nepieciešamie pasākumi to īstenošanai | Barjeras ietekmes nozīmīgums | | | Īss apraksts (kāpēc, analizējot konkrēto barjeru tiek uzskatīts, ka barjeras ietekme ir nenozīmīga/nozīmīga, ļoti nozīmīga) |
|---|---|------------------------------|----------------------|-------------------|--|
| | | Nenozīmīga | Nozīmīga | Ļoti nozīmīga | |
| 1. Ekonomiskie ierobežojumi | | | | | |
| 1.1. Nepieciešamā liela apjoma kapitālieguldījumi, investīcijas, starta kapitāls (dārgu aprīkojumu dēļ, dārgu izejvielu dēļ, augstu nodokļu dēļ, reģistrācijas, licenzēšanas izdevumu. dēļ) | Barjera nav likvidējama. Barjeras lielumu ietekmē darbības veidu īpatnības. | | ✓ kurjeru kompānijas | ✓ valsts uzņēmums | <p>Vispārējo pasta pakalpojumu nodrošināšanu valsts AS 'LATVIJAS PASTS' realizē ar visā Latvijas teritorijā izvietoto pasta nodaļu (900) tīkla starpniecību. Tik plašas institucionālās infrastruktūras izveidei un uzturēšanai ir nepieciešami ievērojami līdzekļi.</p> <p>Kurjeru firmu darbību pēc jauna uzņēmuma vadītāja domām var uzsākt ar minimālo summu (2 tūkst. latu) ar nosacījumu, ka dibinātājs pats arī strādā.</p> |
| 1.2. Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis | Barjera nav likvidējama. Barjeras lielumu ietekmē darbības veidu īpatnības. | | ✓ kurjeru kompānijas | ✓ valsts uzņēmums | <p>Valsts AS 'LATVIJAS PASTS' darbība lielā mērā ir atkarīga nevis no tirgus faktoriem, bet no pareiziem valsts institūciju lēmumiem, kas regulē sabiedrisko pakalpojumu sfēru. Uzņēmums strādā ar zaudējumiem.</p> <p>Darbība kurjeru pakalpojumu sfērā ir pietiekami ienesīga. Bruto peļņas robežas rādītājs vairāk kā pusei uzņēmumu pārsniedz 40%, kas ir ievērojami augstāks</p> |

| | | | | | |
|---|--|-------------------|----------------------|--|---|
| | | | | | par analogisku rādītāju citās nozarēs. Jauns uzņēmums var gūt peļņu jau otrajā darbības gadā ar darbības rentabilitātes rādītāju ~ 13%. |
| 1.3. Absolūtais pārākums izdevumu līmenī | Barjeras ietekme nav būtiska. | ✓ | | | Šajā darbības sfērā pakalpojumu pašizmaksā dominē mainīgās izmaksas (kurjeru darba alga, benzīna izmaksas), kamēr pastāvīgo izmaksu daļa parasti nav liela. Pakalpojumu pašizmaksa esošām un jaunienācēju kompānijām var būt pat vienāda, ja tās strādā vienā teritorijā un sniedz līdzīgus pakalpojumus. Zināmu ekonomiju par benzīna izdevumiem iegūst tās firmas, kuras sniedz pakalpojumus Krievijas teritorijā, jo tur degviela ir lētāka. |
| 1.4. Investīciju piesaiste un kredītu izmantošanas/ piešķiršanas nosacījumi | Barjera ir grūti likvidējama, jo komercbanku lēmums par kredīta piešķiršanu pārsvarā ir atkarīgs no biznesa projekta ienesīguma līmeņa un riska pakāpes. | ✓ valsts uzņēmums | ✓ kurjeru kompānijas | | Investīciju piesaistes un kredītu izmantošanas iespējas un nosacījumi būtiski atšķiras valsts AS 'LATVIJAS PASTS' un kurjeru komercuzņēmumiem. 'LATVIJAS PASTS' ir valsts uzņēmums, līdz ar to tam ir iespējas saņemt finansējumu no dažādiem avotiem (valsts dotācijas, kredīti u.c.). Kurjeru uzņēmumiem kredītu saņemšana ir ārkārtīgi apgrūtināta, jo to rīcībā parasti nav kredīta nodrošinājumam pietiekamu nekustamo īpašumu. |

| | | | | |
|---|---|--|---|--|
| <p>1.5. Ekonomiskie riski (izejvielu cenu pieaugums, finanšu riski (valūtas))</p> | <p>Barjeras ietekme var samazināties, stabilizējoties degvielas cenām. Ekonomiskās situācijas valstī stabilizācija labvēlīgi atspoguļosies visās darbības sfērās, kas ir svarīgi kurjeru uzņēmumiem, jo to klienti pārstāv visdažādākās tautsaimniecības nozares.</p> | | ✓ | <p>Nozarē pastāv ekonomiskie riski. Pēc degvielas cenu pieauguma daudzas kurjeru kompānijas ir zaudējušas savu peļņas līmeni, jo pakalpojumu cenas nebija paceltas pietiekami augstu, lai segtu šos izdevumus. Ekonomiskās situācijas pasliktināšanās valstī ietekmēja praktiski visus. Kurjeru firmām tā rezultātā palielinājās debitoru parādi, līdz ar to arī iespējamo zaudējumu risks saistībā ar bankrotējušo uzņēmumu bezcerīgo parādu norakstīšanu. Eksperti uzskata doto barjeru par nozīmīgu jaunienācējiem.</p> |
| <p>1.6. Muitas režīmi, cenu un tarifu noteikšana</p> | <p>Barjera praktiski nav likvidējama. Kurjeru uzņēmumi var samazināt tās ietekmi, paaugstinot savu zināšanu līmeni starptautiskās likumdošanas jomā, tai skaitā arī uzkrājot darba pieredzi.</p> | | ✓ | <p>Vērtējot muitas režīma ietekmi uz potenciālajiem jaunienācējiem, eksperti norāda, ka viena no nozares problēmām ir likumu neskaidrība. Pildot starptautiskos kurjeru uzdevumus, kurjeru firmu darbiniekiem nākas šķērsot valstu robežas, turklāt viņiem vajadzētu būt pietiekami kompetentiem šo valstu muitas likumdošanas jautājumos, viņiem ir jābūt pietiekamai pieredzei sarežģīto muitas procedūru kārtīšanā, lai bez aizkavēšanās varētu piegādāt kravu. Dalībnieki ar pieredzi var vieglāk tikt galā ar šīm grūtībām, bet jaunienācējam tā varētu būt nopietna barjera.</p> |
| <p>2. Administratīvi ierobežojumi</p> | | | | |

| | | | | | |
|--|-------------------|---|--|--|---|
| 2.1. Uzņēmējdarbības veidu licencēšana | Nav likvidējama. | ✓ | | | <p>Uzņēmējdarbība pasta un kurjeru darbības nozarē ir pakļauta administratīvajiem ierobežojumiem, kuri ietekmē gan jau strādājošus uzņēmumus, gan jaunienācējus. Pasta pakalpojumu sniegšanu reglamentē Pasta likums, Ministru kabineta noteikumi un citi normatīvie akti, kā arī Pasaules pasta konvencija, starptautiskie reglamenti un nolīgumi, kuru dalībniece ir Latvijas Republika.</p> <p>Vispārējo pasta pakalpojumu sniegšanai ir nepieciešama individuālā licence.</p> <p>Lai sniegtu papildu pasta pakalpojumus un pasta pakalpojumus, kuri neietilpst vispārējo pasta pakalpojumu kategorijā, nepieciešama vispārējā atļauja. To var saņemt bezmaksas.</p> |
| 2.2. Preču ieviešanas un izvešanas aizliegumi vai ierobežojumi noteiktā teritorijā | Nav likvidējama. | ✓ | | | Pasta likumā sniegts to priekšmetu uzskaitījums, kurus ir aizliegts pārsūtīt pa pastu [12]. |
| 2.3. Šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanai vai nomāšanai | Barjera nepastāv. | ✓ | | | - |
| 2.4. Kvalitātes prasības un ekoloģiskie ierobežojumi (aizliegums paplašināt noteikta preču tirgus darbības apjomu, celt jaunus ražošanas objektus, ierobežojumi transporta komunikāciju izveidei, dažādu vides aizsardzības institūciju noteiktie aizliegumi u.c.) | Nav likvidējama. | ✓ | | | <p>Kurjeru darbība nav saistīta ar ekoloģiskajiem ierobežojumiem. Galvenās prasības par pasta pakalpojumu kvalitāti ir atrunātas Pasta likumā un lielā mērā tās attiecināmas uz valsts AS 'LATVIJAS PASTS' darbību. Kurjeru komercuzņēmumi arī tiecas uzturēt savu pakalpojumu kvalitāti, vadoties pēc savem iekšējiem standartiem.</p> |
| 3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |

| | | | | | |
|---|---|--|---|--|---|
| Brīva pieejamība resursiem un /vai realizācijas kanāliem, korporatīvo sakaru priekšrocības. | Barjera nav samazināma, jo tas neatbilstu tirgus dalībnieku interesēm. | | ✓ | | Tirgū strādājošo uzņēmumu galvenās priekšrocības salīdzinājumā ar jaunienācējiem pēc eksperta domām izpaužas apstākļi, ka darbības gadu laikā ir izveidots darba kolektīvs un pastāvīgo klientu loks. Ja kompānijai ir šādi sasniegumi, tā var veiksmīgi attīstīties dotajā tirgū. Jaunienācējam dotā barjera pastāv, jo ir jāmeklē savi pastāvīgie klienti un jāizveido darba spējīgs kolektīvs. Dotās barjeras ietekmi eksperts vērtē kā ļoti nozīmīgu. |
| 4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība | | | | | |
| Nodrošinājums ar komunikācijām (transporta un sakaru), noliktavām, tirdzniecības platībām, informāciju, ceļiem. | Barjera būtu samazināma, mainot ceļu satiksmes dalībnieku attieksmi pret kurjeriem, kas pārvietojas ar velosipēdiem un motocikliem. | | ✓ | | Eksperts norādīja, ka visi nepieciešamie infrastruktūras elementi (transporti, sakari, piekļuve informācijai, reklāmas iespējas u.c.) ir pieejami gan strādājošiem uzņēmumiem, gan arī jaunienācējiem. Sakarā ar ceļu satiksmes dalībnieku agresīvo attieksmi pret kurjeriem, kas pārvietojas ar velosipēdiem vai motocikliem, pastāv nozīmīgs viņu dzīvības apdraudējums darba pienākumu izpildes laikā. |
| 5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Produkcijas realizācijas apstākļu noteikšana, Valsts pasūtījumu izpilde | Potenciālais konkurents var samazināt dotās barjeras ietekmi, piedāvājot jaunus pakalpojumu veidus. | | ✓ | | Kurjeru pakalpojumu sniegšanas tirgū pamata konkurence pastāv par klientu un darbinieku piesaisti. Kurjeru tirgus ir sadalīts. Tirgus dalībnieki galvenokārt orientējas uz ilgtermiņa līgumiem un jaunienācējiem būs grūti iegūt sev klientūru. |

6. Preču pieprasījuma ierobežojumi

| | | | | |
|---|---|--|---|---|
| <p>Tirgus piesātinātība ar produktu un aizstājējproduktiem, pieprasījuma apmierināšanas līmenis (patērētāju pirktspēja) sasniegšana, preču pieprasījuma iespējamie ierobežojumi</p> | <p>Dotās barjeras ietekme var samazināties ekonomiskās situācijas uzlabošanās un darbības aktivizācijas visās tautsaimniecības nozarēs rezultātā.</p> | | ✓ | <p>Latvijas vietējā tirgus ietilpība ir ierobežota – ir ierobežots iedzīvotāju, komercuzņēmumu un citu organizāciju skaits, kas vēlas izmantot pasta pakalpojumus. Tomēr kurjeru firmu skaits, kas saņēmuši vispārējo atļauju darbības veikšanai (2004.gadā 10, 2006.gadā 21, 2008.gadā 46) mērķtiecīgi palielinās, kas var liecināt par doto pakalpojumu pieprasījuma esamību.</p> |
|---|---|--|---|---|

Avots: RSEBAA apkopojums

Nobeigums

Pēc tirgū ienākšanas barjeru veiktās analīzes kopējo konkurences vidi Latvijas pasta un kurjeru darbības nozarē nevar viennozīmīgi raksturot tikai ar koncentrācijas indeksiem (CR4 un HHI).

Neskatoties uz aprēķināto četru pēc apgrozījuma lielāko nozares uzņēmumu tirgus daļas (CR4=94%) un Herfindahla-Hiršmana indeksa (HHI=6004) paaugstināto vērtību, konkurence nozarē Pasta un kurjeru darbība (64.1) pilnvērtīgi attīstās tikai vienā sektorā – Kurjeru darbības, izņemot valsts pasta darbību (64.12) sektorā. Citā (64.11) sektorā strādā tikai viens uzņēmums – Valsts AS 'LATVIJAS PASTS', kurš sniedz vispārējos pasta pakalpojumus, nodrošinot visu valsti aptveroša pasta pakalpojumu tīkla funkcionēšanu, ar nolūku radīt vienotu komunikāciju standartu Latvijā; visā Latvijas teritorijā ģeogrāfiski nediferencētu vispārējo pasta pakalpojumu tarifu pielietojumu; ar Pasaules pasta konvenciju un citiem starptautiskajiem līgumiem Latvijas Republikai uzlikto pienākumu izpildi pasta sakaru jomā. Katra sektora darbība aprobežojas ar pakalpojumu uzskaitījumu, kuri atļauti ar Pasta likumu, tādēļ tiešas konkurences starp tiem nepastāv.

To uzņēmumu skaits, kas saņēmuši no Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisijas vispārējo atļauju kurjeru komercdarbības realizācijai, palielinās (2004 .gadā -10 uzņēmumu, 2006 .gadā -21, 2008.gadā - 46), palielinās arī saņēmējiem piegādāto vēstuļu, bandroļu un sūtījumu skaits. Dotais nozares sektors ir pievilcīgs jaunienācējiem, jo nav nepieciešams ievērojams starta kapitāls un tajā var darboties ar augstu rentabilitāti. Galvenie riski nozarē – atkarība no degvielas cenu izmaiņām, jo darbu uzpildei tek izmantoti transporta līdzekļi. Līdz ar ekonomiskās situācijas valstī pasliktināšanos samazinās arī klientu maksātspēja, palielinās debitoru parādi un zaudējumu rašanās draudi klientu bankrota dēļ. Lielu problēmu kurjeru uzņēmumiem rada ceļu satiksmes dalībnieku agresīvā attieksme pret kurjeriem, kuri pārvietojas ar velosipēdiem vai motocikliem. Rezultātā pastāv nozīmīgs viņu dzīvības apdraudējums darba pienākumu izpildes laikā.

Balstoties uz veikto analīzi LR Ekonomikas Ministrijai un LR Konkurences padomei var ieteikt:

1. Konkurenci dotajā nozarē ir jāuzskata par attīstītu. Līdz ar jaunu uzņēmumu ienākšanu tā tikai pastiprinās.
2. Vērsties ar priekšlikumiem pie dažādām organizācijām, tai skaitā reklāmas aģentūrām, izdevniecībām, televīzijas, mācību iestādēm u.c. propagandēt pieklājīgas

uzvedības uz ceļiem, visu ceļu satiksmes dalībnieku cieņas nozīmību sabiedrībai kopumā.

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti:

1. http://www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=4469&cl_cat=0&p_cid=76&p_vid=1063&p_action=22. <http://www.sprk.gov.lv/index.php?id=2079&sadala=230>
3. <http://www.sprk.gov.lv/index.php?setl=1>
4. http://www2.pasts.lv/lv/aktualitates/first.html?news_id=894
5. <http://www.sprk.gov.lv/index.php?id=5767&sadala=387>
6. <http://www2.pasts.lv/lv/>
7. http://www.likumi.lv/doc.php?id=26019&version_date=25.10.2006&from=off
8. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=5490>
9. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=33946>
10. <http://www.likumi.lv/index.php>
11. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=36720>
12. <http://www.sprk.gov.lv/index.php?id=70&sadala=46>
13. <http://www.sprk.gov.lv/index.php?id=3085&sadala=66>
14. <http://www.sprk.gov.lv/index.php?sadala=287>
15. <http://www.lursoft.lv/?a=16&v=lv>
16. Intervija ar ekspertu no SIA 'AVE KURJERS'

3.20. Telekomunikācijas (64.2)

3.20.1. Vispārīgs nozares apraksts

Telekomunikāciju nozare ir starp tiem tautsaimniecības virzieniem, kas piedzīvo strauju izaugsmi un ir apjomīgu investīciju objekts. Tai ir nozīmīga loma Latvijas tautsaimniecībā un tās īpatsvars iekšzemes kopproduktā arvien pieaug.

Pēc LR Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) datiem 2006. gadā Latvijas telekomunikāciju nozarē darbojās 276 uzņēmumi. Pēdējo gadu laikā šajā nozarē ir novērojama tendence pieaugt uzņēmumu skaitam. 2004. gadā nozarē bija reģistrēti 217 uzņēmumi, 2005. – 241 [17]. Tas skaidrojams ar tehnoloģiju attīstību, kvalitatīvāku tīkla infrastruktūru. 2006.gadā nozares kopējais apgrozījums ir sasniedzis ap Ls 518 milj. Pēc CSP datiem 15 lielākie, pēc apgrozījuma, uzņēmumi, kas 2006.gadā darbojās Latvijas telekomunikāciju nozarē ir atspoguļoti 3.20.1. tabulā.

3.20.1. tabula. 15 lielāko Telekomunikāciju nozares uzņēmumu saraksts Latvijā 2006. gadā (alfabētiskā secībā)

| N | Uzņēmuma nosaukums |
|-----|--|
| 1. | SIA 'BALTKOM TV' |
| 2. | SIA 'BITE LATVIJA' |
| 3. | 'DAUTKOM TV' SIA |
| 4. | SIA 'DIGIPRO' |
| 5. | SIA 'LATTELEKOM' |
| 6. | SIA 'LATVIJAS MOBILAIAS TELEFONS' |
| 7. | AS 'LATVIJAS VALSTS RADIO UN TELEVIZIJAS CENTRS' |
| 8. | SIA 'STARPTAUTISKAIS BALTIJAS DEKORS' |
| 9. | SIA 'TELE 2' |
| 10. | SIA 'TELECENTRS' |
| 11. | AS 'TELEKOM BALTIJA' |
| 12. | SIA 'TELEKOMUNIKĀCIJU GRUPA' |
| 13. | SIA 'TELIA LATVIJA' |
| 14. | VAS 'VALSTS INFORMĀCIJAS TĪKLA AĢENTŪRA' |
| 15. | SIA 'ZETCOM' |

Avots: CSP npublicētie dati

Nozares darbībā ietilpst skaņas, attēlu, datu vai citas informācijas pārraide ar kabeļu, translācijas, releju vai satelītu palīdzību: telefona, telegrāfa un teleksa sakari, tīkla

apkalpošana, radio un televīzijas programmu pārraižu tehniskais nodrošinājums. Regulēšanas funkcijas nozarē veic Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisija (SPRK), nosaka tarifu aprēķināšanas metodiku, tarifus, ja nozaru speciālie likumi neparedz citu tarifu noteikšanas kārtību, kvalitātes prasības un izsniedz licences darbībai sabiedrisko pakalpojumu jomā.

2006.gadam aprēķinātais koncentrācijas indekss četriem lielākiem nozares uzņēmumiem (CR4) bija 83%, kas liecina par to, ka četru lielāko uzņēmumu īpatsvars kopējā tirgus apgrozījumā ir samērā liels. 2006.gadam aprēķinātais Hērfindāhla – Hiršmana indekss (HHI - 2333) liecina par augstu uzņēmumu koncentrāciju nozarē, jo indeksa vērtība pārsniedz koncentrācijas kritisko robežu (kad HHI ir augstāks par 1800 – 2000 vērtību).

SIA „LATTELECOM” Latvijas tirgū ieņem līdera pozīciju, jo tam pieder Latvijas teritoriju visaptverošs elektronisko sakaru tīkls (aptuveni 80% Latvijas teritorijas - gan Rīgā, gan ģeogrāfiski attālinātās teritorijās un teritorijās ar zemu iedzīvotāju blīvumu). Komersanti, kas darbojas telekomunikāciju nozarē, lielākoties nomā līnijas no SIA „LATTELECOM”. SIA „LATTELECOM” tirgus daļa nomāto līniju pakalpojumu tirgū ir aptuveni 60% (šo pakalpojumu SIA „LATTELECOM” sniedz gan mazumtirdzniecības, gan vairumtirdzniecības tirgū). Lielākie SIA „LATTELECOM” konkurenti šajā tirgū ir AS „LATVENERGO” filiāle „LATVENERGO TELEKOMUNIKĀCIJAS”, VAS „Latvijas dzelzceļš”, AS „Latvijas valsts radio un televīzijas centrs”, SIA „TELIA LATVIJA” (kopā šie tirgus dalībnieki aptuveni aizņem 25%), TeliaSonera International Carrier un citi komersanti (aptuveni 15%) [1]. Bez tam Latvijas Republikā kopš 2003. gada 1. janvāra SIA „LATTELECOM” ir uzņēmums, kas nodrošina universālo pakalpojumu, t.i. noteiktas kvalitātes telekomunikāciju pakalpojumu minimālu kopu, kura ir pamatoti pieejama visiem Latvijas iedzīvotājiem atbilstoši viņu pirktspējai. Tas paredz, ka galalietotājiem ir tiesības piekļūt visaptverošam telefona uzziņu dienestam un visaptverošam abonentu sarakstam, kā arī publiskam elektronisko sakaru tīklam balss telefonijas izsaukumu veikšanai un faksa ziņojumu un datu ziņojumu nosūtīšanai ar datu pārraides ātrumu, kas ir pietiekams, lai nodrošinātu piekļuvi internetam [2]. Eiropas Savienības direktīvu prasības paredz elektronisko sakaru nozarē divus universālā pakalpojuma radīto izmaksu finansēšanas pamatmehānismus – līdzekļu piesaistīšana no valsts budžeta vai izmaksu sadalīšana starp elektronisko sakaru komersantiem [3]. Taču pēc eksperta atzinumiem šis mehānisms reāli nedarbojas un SIA „LATTELECOM” universālais pakalpojums rada

zaudējumus nesakārtotās likumdošanas dēļ, jo tam pašam jānodrošina iekārtas, ar kurām uzņēmums būtu spējīgs sniegt universālo pakalpojumu.

Var uzskatīt, ka publiskā fiksēto elektronisko sakaru tīklā dominējošo stāvokli ieņem viens tirgus dalībnieks – SIA „LATTELECOM”, lai gan fiksētajā elektronisko sakaru tīklā balss telefonlīnijas pakalpojumus Latvijā sniedz 40 komersanti [4].

Telekomunikāciju nozarē tāpat kā citās nozarēs ir savas stiprās un vājās puses. Pēc SPRK apkopotās informācijas par Latvijas Republikas elektronisko sakaru nozares politikas pamatnostādņem 2004. - 2008.gadam zīmīgākās nozares stiprās puses ir strauji augošs mobilo telekomunikāciju pakalpojumu lietotāju skaits un interneta pieslēgumu skaits, moderni telekomunikāciju tīkli, attīstīta elektronisko sakaru infrastruktūra un augsta klientu apkalpošanas kvalitāte. Nozīmīgākās nozares vājās puses ir ekonomikas attīstības nepietiekamais temps, ģeogrāfiska valsts rajonu iedzīvotāju sadalīšana un izvietošana, nepietiekama valsts pārvaldes institūciju iejaukšanās nozares problēmu risināšanā, nepietiekamas investīcijas nozares attīstībai, ierobežotu nacionālo resursu izmantošana, salīdzinoši mazs elektronisko sakaru tirgus, jauno tirgus dalībnieku darbības orientēšana galvenokārt pilsētās un rajonu centros, telekomunikāciju pakalpojumu tirgus liberalizācija tikai sākot ar 2003.gadu un salīdzinājumā ar pārējām ES dalībvalstīm augsti elektronisko sakaru pakalpojumu tarifi un zems elektronisko sakaru pakalpojumu izmantošanas līmenis [5].

Jaunajiem tirgus dalībniekiem, ienākot tirgū, jāsaskaras ar nozīmīgām barjerām, jo nozarē jādarbojas ar ierobežotiem resursiem – radiofrekvenču spektrs, kas nepieciešams elektronisko sakaru tīkla izbūvei, kā arī, nepieciešami ieguldījumi infrastruktūras izveidei un nepieciešama starpsavienojumu līgumu noslēgšana.

3.20.2. Tirgū ienākšanas barjeru analīze

3.20.2.1. Ekonomiskie ierobežojumi

Tā kā telekomunikāciju nozarē iespējamās dažādas darbības sfēras (nozarē ietilpst gan skaņas, attēlu, datu informācijas pārraide ar kabeļu, translācijas vai satelītu palīdzību, gan telefona, telegrāfa sakari, gan tīkla apkalpošana, gan radio un televīzijas signāli translācijas), ienākot tirgū jaunam tirgus dalībniekam attiecīgi būs jārēķinās ar dažādām izmaksām uzsākot biznesu, atkarībā no tās sfēras, kuru jaunienācējs izvēlas. Ja jaunais komersants vēlas strādāt neatkarīgi no jau izveidotajiem telekomunikāciju tīkliem, pats izveidojot savu tīklu, tas prasīs milzīgas investīcijas (skat. A tabulā 1.1. barjeras aprakstu). Ja jaunienācējs fokusēsies papildus arī uz pakalpojumu sniegšanu korporatīviem un privātajiem klientiem, piemēram, IT projektu vadība, konsultācijas

Internet tehnoloģijās un telekomunikācijas sfērā, mobilo telefonu zvana melodiju piegādāšanu u.c., izdevumi būs ievērojami mazāki. Pēc nozares ekspertu atzinumiem jauna tīkla izveide būtu nepamatota lielo kapitālieguldījumu dēļ, tāpēc daudz izdevīgāk ir izmantot nomāto tīkla pakalpojumu, ko Latvijas Republikā sniedz SIA „LATTELECOM”.

Lai uzņēmums būtu konkurētspējīgs Latvijas tirgū, tam jāiekaro atpazīstamība, un, lai tas izdotos, nepieciešama laba mārketinga stratēģija. Tātad arī tirgus dalībniekiem, kuriem nav nepieciešams liels starta kapitāls, būs jārēķinās ar izdevumiem dažādām mārketinga aktivitātēm, lai uzņēmums varētu iekarot sava uzņēmuma vārda atpazīstamību. Kā arī nepārtrauktas investīcijas uzņēmuma darbības laikā būs nepieciešamas darbības efektivitātes palielināšanai. Mūsdienu saspīlētajā ekonomiskajā situācijā jārēķinās ar grūtībām, ar kurām jāstopas, ņemot kredītu, ja vien jaunienācējs nav kādas Eiropas Savienības rentabla uzņēmuma meitas kompānija (piemēram, SIA „BITE LATVIJA”, kas ir meitas kompānija „BITE GROUP”, Zviedrijas koncerna TELE2 AB meitas kompānija TELE 2). Šiem uzņēmumiem, kas cieši saistīti ar mātes kompānijām gan ekonomiski (priekšrocības kredīta un investīciju iegūšanā), gan organizatoriski (pieredze, uzņēmuma vadīšanā), ir daudz vieglāk panākt pārākumu pār citiem tirgus dalībniekiem, pateicoties minimālās efektivitātes darbības apjomam vai absolūtam pārākumam izdevumu līmenī (skat. A tabulā 1.2. un 1.3. barjeras aprakstu). Šādi uzņēmumi daudz ātrākā laika posmā var iegūt pietiekamu klientu bāzi, jau minēto priekšrocību dēļ. Bet jaunienācējiem, kuri nav rentablu multinacionālu uzņēmumu meitas kompānijas, jāsakaras ar daudz nopietnāku barjeras ietekmi, tie nespēj pilnvērtīgi konkurēt ar lielajiem uzņēmumiem, kuriem jau vairāku gadu laikā ir nostabilizējusies tīkla infrastruktūra un ir stabila klientu bāze. Piemēram, fiksēto elektronisko sakaru tīklā, kur dominē viens uzņēmums SIA „LATTELECOM”, jaunajiem tirgus dalībniekiem, ienākot tieši šajā konkrētajā tirgū, būs jāsakaras ar vairākām grūtībām mazā klientu skaita dēļ. Uzņēmumam būs jārēķinās, ka uz citiem tīkliem visticamāk tiks veidota lielāka daļa zvanu un tad šo operatoru kopējo izmaksu pieaugumu būtiski ietekmēs starpsavienojuma tarifs. Tāpēc mazo operatoru klientam vidēji katrs zvans izmaksās dārgāk nekā SIA „LATTELECOM” klientam [4].

Pašreiz bankas ir ļoti piesardzīgas ar kredītu izsniegšanu un izvirza papildu prasības kredītu ņēmējiem. (skat. A tabulā 1.4. barjeras aprakstu). Taču ES struktūrfondi atbalsta pasākumus dažādu reģionu attīstības līmeņu mazināšanai, nodrošinot ilgtermiņa finansējumu. Eiropas Reģionālais attīstības fonds (ERAF) finansē infrastruktūras

uzlabošanu, tostarp arī telekomunikāciju tīklu attīstību (piemēram, to attīstību nomaļās teritorijās) [6].

Saskaņā ar elektronisko sakaru likumu un likumu „Par sabiedrisko pakalpojumu regulatoriem”, SPRK nosaka Elektronisko sakaru pakalpojumu tarifu aprēķināšanas metodiku, kuras pamatā ir tarifu griestu noteikšanas metode, kas tiek noteikta ņemot vērā uzņēmumu darbības efektivitātes koeficientu. Šī metodika paredz kārtību, kādā elektronisko sakaru komersants, kuram Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisija ir noteikusi būtisku ietekmi tirgū un pienākumu piemērot šo metodiku, aprēķina galalietotājiem sniegto elektronisko sakaru pakalpojumu tarifus pakalpojumu sniegšanai tajos tirgos, kuros attiecīgajam elektronisko sakaru komersantam ir noteikts pienākums piemērot šo metodiku [7] (skat. A tabulā 1.6. barjeras aprakstu).

3.20.2.2. Administratīvie/organizatoriskie ierobežojumi

Visiem nozarē strādājošiem uzņēmumiem ir jāievēro LR likumdošanas ietvaros noteiktos nosacījumus. Telekomunikācijas nozare ir regulējama nozare un strādāt nozarē var tie uzņēmumi, kuri ir reģistrēti SPRK. Saskaņā ar likumu „Par telekomunikācijām” uzņēmumiem, kas darbojas šajā nozarē, nepieciešams saņemt licenci, kuru izsniedz SPRK (skat. A tabulā 2.1. barjeras aprakstu). Individuālā licence ir speciāla atļauja noteikta veida uzņēmējdarbībai (komercdarbībai) telekomunikāciju nozarē vai telekomunikāciju tīkla izveidošanai un ekspluatācijai, kurā telekomunikāciju uzņēmumiem noteiktas individuālas saistības, prasības un tiesības un kura dod pieeju ierobežotajiem nacionālajiem resursiem (numerācija, radio frekvences) telekomunikāciju nozarē. Likums „Par elektroniskiem sakariem” paredz ikgadēju valsts nodevu komersantiem par radio frekvenču izmantošanu, kas Latvijas Republikā ir definējams kā ierobežots resurss. Radiofrekvenču spektra un numerācijas resursu pārvaldi elektronisko sakaru nozarē atbilstoši savai kompetencei nodrošina Satiksmes ministrijas funkcionālā un institucionālā pārraudzībā esošā Elektronisko sakaru direkcija [9]. Ir noteikti radio frekvenču diapazoni, par kuru izmantošanu tiek rīkoti konkursi, kas neparedz ierobežotu konkursantu skaitu, proti, ikviens, kas vēlas strādāt ar ierobežoto resursu – radio frekvencēm, var uz to pieteikties. Elektronisko sakaru likuma 47.panta piektā daļa paredz, ka Ministru kabinets nosaka radiofrekvenču spektra joslas, kuru efektīvas izmantošanas labad ir nepieciešams ierobežot radiofrekvenču spektra lietošanas tiesību piešķiršanu komercdarbībai elektronisko sakaru nozarē, un šajos gadījumos Komisija rīko konkursu vai izsoli saskaņā ar Komisijas apstiprinātu

nolikumu un piešķir radiofrekvenču spektra lietošanas tiesības konkursa vai izsoles uzvarētājam [10].

Nozares kontrole noteikta Fizisko personu datu aizsardzības likumā, kura mērķis ir aizsargāt fizisko personu pamattiesības un brīvības, it īpaši privātās dzīves neaizskaramību, attiecībā uz fiziskās personas datu apstrādi. (skat. A tabulā 2.3.1. barjeras aprakstu). Personas datu aizsardzību elektronisko sakaru nozarē atbilstoši savai kompetencei uzrauga Datu valsts inspekcija. Patērētāju tiesību aizsardzības uzraudzību un kontroli elektronisko sakaru nozarē atbilstoši savai kompetencei nodrošina Patērētāju tiesību aizsardzības centrs [11].

Nozarē nepastāv īpaši šķēršļi zemes vai ēku iegūšanai vai nomāšanai. (skat. A tabulā 2.2. barjeras aprakstu). Taču šķēršļus var radīt telekomunikāciju tīklu izbūve, ja to izveidei jāšķērso īpašumi, kas nepieder uzņēmumam. Saskaņā ar Elektronisko sakaru likuma 3.nodaļas 16. pantu elektronisko sakaru komersantiem ir tiesības ierīkot publiskos elektronisko sakaru tīklus un izbūvēt to infrastruktūras būves (kabeļu kanalizāciju, kabeļu akas, stabus, mastus, torņus, konteinerus, taksofonu kabīnes) valsts, pašvaldību un privātā īpašuma teritorijā, iepriekš saskaņojot projektu ar nekustamā īpašuma īpašnieku vai valdītāju. Pēc ekspertu atzinumiem šī saskaņošanas kārtība bieži ir sarežģīta un laikietilpīga, kas savukārt rada tirgū ienākšanas barjeru jaunajiem tirgus dalībniekiem [12].

SPRK ir noteikusi metodiku, kas nosaka kārtību, kādā regulators veic elektronisko sakaru komersanta sniegto elektronisko sakaru pakalpojumu kvalitātes mērījumus. Regulators veic plānveida un ārkārtas mērījumus publiskajā fiksētajā telefonu tīklā, publiskajā mobilajā telefonu tīklā, īsziņu pakalpojumos, izmantojot publisko mobilo telefonu tīklu starpsavienojumu; balss telefonijas pakalpojumos, izmantojot publisko elektronisko sakaru tīklu starpsavienojumu; televīzijas programmu analogā formātā izplatīšanas pakalpojumos publiskajā kabeļtelevīzijas tīklā; interneta piekļuves pakalpojumos publiskajā fiksētajā elektronisko sakaru tīklā. Piemēram, vietējā un iekšzemes balss telefonijas pakalpojuma publiskajā fiksētajā telefonu tīklā, balss telefonijas pakalpojuma publiskajā mobilajā telefonu tīklā un starpsavienojuma pakalpojuma mērījumus veic šādiem parametriem: nesekmīgo savienojumu skaits; savienošanas laiks; runas pārraides kvalitāte [13]. Tātad, lai uzņēmums vispār varētu darboties tirgū tam nepieciešams stingri ievērot regulatora prasības.

3.20.2.3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras

Saskaņā ar Konkurences likumu ir aizliegtas vienošanās, kuru mērķis vai sekas ir konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana Latvijas teritorijā, taču tirgus dalībnieki savā starpā var noslēgt dažāda rakstura vertikālās vienošanās, kuras ir atļautas ar likumu [14].

Uzņēmumiem, kuri jau ir iekarojuši zināmu tirgus daļu un jau ilgāku laiku darbojas nozarē ir lielākas kooperatīvo sakaru priekšrocības. Ir noslēgti ilgtermiņa līgumi un vienošanās ar izdevīgiem nosacījumiem, piemēram, labvēlīgāki finansēšanas, reklamēšanas un ārpakalpojumu kompāniju nosacījumi. (skat. A tabulā 3. barjeras aprakstu). Droši var teikt, ka šobrīd viena no būtiskākajām biznesa attīstības tendencēm ir uzticēt ar uzņēmuma pamatdarbību nesaistītus pakalpojumus profesionāliem ārpakalpojumu sniedzējiem. Ārpakalpojumu sniedzēji piedāvā gandrīz vai visu progresīvam uzņēmumam nepieciešamo – sākot no darbinieku apmācības, veselības aprūpes, *web* dizaina līdz uzņēmuma datu bāzes vadībai, e-komercijas risinājumiem, klientu attiecību vadībai (CRM). Ārpakalpojumu piramīdas augšgalā ir t.s. biznesa procesu ārpakalpojumi, kurus piedāvājot, profesionāli jāorientējas visās biznesa stratēģijas un IT niansēs, kā arī jāsaprot uzņēmuma biznesa procesi [15].

Ja šo priekšrocību rezultātā potenciālais konkurents nevar pietiekami ātri un bez ievērojamiem papildu izdevumiem iegūt ienākšanai tirgū nepieciešamos resursus vai nevar savlaicīgi un kvalitatīvi reklamēt savu pakalpojumu, tad šie apstākļi ir vērtējami kā papildus barjera ienākšanai tirgū.

3.20.2.4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība

Telekomunikāciju nozare pēc savas būtības nav iedomājama bez infrastruktūras, t.i., telekomunikāciju tīkla (skat. A tabulā 4. barjeras aprakstu). Pēc ekspertu atzinumiem galvenā problēma infrastruktūras neatbilstībai telekomunikāciju nozarē ir vāji attīstītā elektrības apgāde laukos, jo tā strādā ar pārrāvumiem. Ja elektrības padeve nav atbilstoša, vai tā strādā ar pārrāvumiem, tas var radīt problēmas tīkla uzturēšanā un kaitējumus iekārtām, jo ar elektrību tiek uzturēts atbilstošs klimats telekomunikāciju tīkla iekārtām, kas savukārt izraisa dažādas problēmas tīkla uzturēšanā.

Telekomunikāciju tīkla infrastruktūra ir nepārtrauktā attīstībā un pašreiz tā ir sasniegusi labu līmeni. Mobilie sakaru operatori spēj nodrošināt labus sakarus ne tikai Rīgā un lielajās pilsētās, bet arī lauku reģionos.

3.20.2.5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras

Kaut gan nozarē darbojas daudz uzņēmumu (pēc 2006.gada CSP datiem – 276 uzņēmumi), tirgū dominē tikai daži, kas laika gaitā panākuši atpazīstamību un spēj klientiem piedāvāt lētus un izdevīgus pakalpojumus, tiem ir ilgtermiņa izdevīgi līgumi ar klientiem un sadarbības partneriem. Tāpēc šīs kompānijas, pateicoties darbības laikā uzkrātai pieredzei, ir spējīgas gūt pārsvaru pār jaunienācējiem. (skat. A tabulā 5. barjeras aprakstu). SIA „LATTELECOM”, kas piedāvā universālo pakalpojumu un kam pieder Latvijas teritoriju visaptverošs elektronisko sakaru tīkls (aptuveni 80% Latvijas teritorijas), ir viens no tirgus līderiem telekomunikāciju nozares tirgū un uzņēmumi, kas izmanto tā infrastruktūru, ir atkarīgi no kompānijas stratēģiskās uzvedības.

Pēc nozares eksperta atzinumiem lielās kompānijas būtiski neietekmē konkurentu stratēģiskā uzvedība, taču jaunienācējiem šī barjera vērtējama kā nozīmīgs šķērslis, ienākot telekomunikāciju tirgū, ja vien tā nav meitas kompānija kādam ES rentablam uzņēmumam. Piemēram, SIA „BITE LATVIJA” 2006. gadā uzņēmuma investīcijas sasniedza Ls 9,8 miljonus, kas galvenokārt bija vērstas uz tīkla paplašināšanu, mazumtirdzniecības attīstību un klientu apkalpošanas infrastruktūru [16].

Tā kā konkurence telekomunikāciju pakalpojumu sektorā pastāv starp uzņēmumiem, kas piedāvā līdzīgus pakalpojumus, piemēram, interneta piegādāšana, jaunienācējiem, kas izvēlas operēt sfērās, kur jau darbojas vairāki tirgus dalībnieki, ir svarīgi atrast kādu papildus pakalpojumu/servisu, kur tirgus līderu stratēģiskā uzvedība viņus neietekmētu vai ietekmētu minimāli.

3.20.2.6. Preču pieprasījuma ierobežojumi

Viena no nozīmīgākajām nozares vājajām pusēm ir nozares salīdzinoši mazais tirgus. Uzņēmumi, kas darbojas šajā nozarē sniedz pakalpojumus galvenokārt tikai Latvijas tirgum, tāpēc tirgus piesātinātības līmenis ir diezgan augsts (skat. A tabulā 6. barjeras aprakstu). Lai uzņēmums būtu konkurētspējīgs Latvijas tirgū, tam jānodrošina plašs, daudzveidīgs un moderns piedāvājumu klāsts. Pēc nozares eksperta uzskatiem, tirgū jauniem dalībniekiem ienākt ir ļoti grūti, jo tirgus ir piesātināts jau ar esošajiem komersantiem un ir pietiekošs skaits pakalpojumu sniedzēju. Arī ārvalstu tirgū Latvijas komersantiem ieiet ir ļoti sarežģīti, jo ārvalstis ir ļoti ieinteresētas nosargāt savu tirgu un jaunienācējus no kaimiņvalstīm neielaiest. Bet, ja jaunais tirgus dalībnieks fokusētos uz kādu jaunu „nišu” Latvijas tirgū, šī barjera varētu tikt apieta. Piemēram, attīstot

interneta telefoniju, kas ļauj izmantojot internetu, sazināties ar balsi (kā arī ar attēlu), kā arī uzlabot TV pakalpojumus, izmantojot internetu.

A. tabula. Jaunienācēju draudu (tirgus barjeru) novērtēšana telekomunikāciju nozarē (64.20)

| Barjeras veids | Vai konkrētā barjera būtu likvidējama vai tās ietekme samazināma. Nepieciešamie pasākumi to īstenošanai | Barjeras ietekmes nozīmīgums | | | Īss apraksts (kāpēc, analizējot konkrēto barjeru tiek uzskatīts, ka barjeras ietekme ir nenozīmīga/nozīmīga, ļoti nozīmīga) |
|--|---|------------------------------|-----------|-----------------------|---|
| | | Neno zīmī ga | Nozī mīga | Ļoti nozī mīga | |
| 1. Ekonomiskie ierobežojumi | | | | | |
| 1.1. Nepieciešamā liela apjoma kapitālieguldījumi, investīcijas, starta kapitāls (dārgu aprīkojumu dēļ, dārgu izejvielu dēļ, augstu nodokļu dēļ, reģistrācijas, licenzēšanas izdevumu dēļ) | Barjeras ietekme var būt mazināma, tikai ja jaunie tirgus dalībnieki vairāk fokusētos uz pakalpojumu sfēru, kur nav nepieciešamas tik lielas investīcijas, bet bieži, uzsākot darbību, nepieciešams tikai „know how”. | ✓ Mazie pakalp. sniedzēji | | ✓ Lielie ES uzņēm. | <p>Ir nepieciešams liels starta kapitāls, lai nodrošinātu kvalitatīvu infrastruktūras izveidi (telekomunikācijas tīklu) un tehnisko aprīkojuma iegādi. Pēc nozares ekspertu atzinumiem, lai izveidotu 1 km telekomunikāciju tīkla, nepieciešami Ls 3-4 tūkst.</p> <p>Jaunienācējiem ir iespēja izmantot jau esošo telekomunikācijas tīklu, kā, piemēram, mobilo sakaru operatori. Tomēr, tiem jāiekaro zīmola atpazīstamība, kas savukārt nav iespējams bez lieliem finanšu izdevumiem un kvalificēta darbaspēka.</p> <p>Potenciālie jaunienācēji var ienākt tirgū ar samērā zemiem izdevumiem, ja orientēsies uz pakalpojumu sniegšanu korporatīviem un privātajiem klientiem (piemēram, IT projektu vadība, konsultācijas Internet tehnoloģijās un telekomunikācijas sfērā, mobilo telefonu zvana melodiju piegādāšanu u.c.). Lai sniegtu šāda veida pakalpojumus ir nepieciešami nevis lieli līdzekļi, bet kompetence.</p> |

| | | | | |
|--|---|--|---|---|
| 1.2. Minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenis | Barjeru nav iespējams likvidēt, bet tās ietekme varētu tikt mazināta caur valsts atbalsta programmām, kas atbalstītu telekomunikāciju nozares uzņēmumus, kuri ievieš tirgū kādu jaunu produktu/servisu vai sniedz pakalpojumus atsevišķos Latvijas reģionos, kur telekomunikācijas pakalpojumi nav attīstīti. | | ✓ | Balsis pakalpojumu, Interneta pakalpojumu, digitālās televīzijas pakalpojumu, nepieciešamais minimālās efektīvas darbības apjoma līmenis ir augsts un tas nopietni apgrūtina jaunienācēju ienākšanu tirgū. Tāpēc jaunajiem dalībniekiem ir iespēja ienākt tirgū, darboties kādā jaunā nišā, kas līdz šim nav tikusi izmantota (piemēram, sniegt pakalpojumus uzņēmumiem telekomunikāciju jomā). |
| 1.3. Absolūtais pārākums izdevumu līmenī | Barjeru likvidēt būtu ļoti grūti. Jaunajiem tirgus dalībniekiem, kas tikko ienākuši tirgū, ir ļoti sarežģīti panākt pārākumu izdevumu līmenī. Uzņēmumu darbības sākumposms saistāms ar lieliem izdevumiem un nerentablu darbību, jo tad ir nepieciešamas lielas investīcijas tehnoloģijām un nav iegūta zīmola atpazīstamība, kas Latvijas tirgū ir ļoti svarīga. | | ✓ | Lieliem, jau nozarē strādājošiem uzņēmumiem, ir salīdzinoši vieglāk panākt pārākumu izdevumu līmenī pateicoties jau izveidotiem telekomunikāciju tīkliem. Nozares specifika saistīta ar to, ka potenciālam jaunienācējam, kas vēlas izmantot tīklu, ir jāvienojas par tīkla izmantošanu ar tīkla īpašnieku/uzturētāju. Latvijā visplašākā telekomunikāciju infrastruktūra pieder SIA „LATTELECOM”. Tāpēc jaunajiem fiksēto telekomunikāciju un mobilo sakaru operatoriem, sekmīgas darbības uzsākšanai, jāvienojas ar SIA „LATTELECOM” par tīklu izmantošanu. Kopā ar telekomunikācijas resursu ierobežojumu (numerācijas un radio frekvences), tas viss nosaka papildus priekšrocības jau strādājošiem uzņēmumiem ar attīstītu infrastruktūru. |

| | | | | | |
|---|---|----------------------|---|--------------------------|--|
| 1.4. Investīciju piesaiste un kredītu izmantošanas/ piešķiršanas nosacījumi | Barjeru ir grūti likvidēt, tā kā bankas ir piesardzīgas izsniedzot kredītus jaundibinātiem uzņēmumiem bez savas „kredītvēstures”, jo uzskata, ka pastāv augsts kredīta neatdošanas risks. Barjera varētu būt likvidējama ar valsts atbalstu garantijas veidā nozares uzņēmumiem. | ✓ Lielie ES uzņēm | | ✓ Pilnīgi jauni uzņēm | Lielajiem ES kompāniju meitas uzņēmumiem, kas ienāk Latvijas tirgū, kredītu saņemšana nav vērtējama kā šķērslis. Pēc nozaru ekspertu viedokļa nav grūti iegūt kredītu/investīcijas, ja uzņēmums strādā rentabli. Taču pilnīgi jauniem uzņēmumiem kredīta saņemšana ir būtiska tirgū ienākšanas barjera. |
| 1.5. Ekonomiskie riski (izejvielu cenu pieaugums, finanšu riski (valūtas)) | Barjera mazināsies tad, kad nostabilizēsies un uzlabosies pašreizējā makroekonomiskā situācija. | | | ✓ | Ekonomiskās recesijas laikā, tāpat kā visās citās nozarēs, ienākšana tirgū uzņēmumiem telekomunikāciju nozarē ir apgrūtināta. |
| 1.6. Cenu un tarifu noteikšana | Barjera praktiski nav likvidējama, taču iespējami izdevīgāki tarifu noteikšanas noteikumi jaunajiem tirgus dalībniekiem. Dalībniekiem, kam ir būtiska ietekme tirgū, stingrāks regulēšanas režīms veicinātu jaunienācēju konkurētspēju ar jau tirgū nostabilizējušiem uzņēmumiem. | | ✓ | | Saskaņā ar elektronisko sakaru likumu un likumu „Par sabiedrisko pakalpojumu regulatoriem”, SPRK (Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisija) nosaka Elektronisko sakaru pakalpojumu tarifu aprēķināšanas metodiku. Metodika ir saistoša elektronisko sakaru komersantiem ar būtisku ietekmi tirgū, kuriem ir uzlikta saistība piemērot metodiku. Telekomunikācijas nozares komersanti, kuriem nav atzīta būtiska ietekme tirgū un uzliktas tarifu regulēšanas saistības, pakalpojumu tarifus nosaka patstāvīgi. |
| 2. Administratīvi ierobežojumi | | | | | |
| 2.1. Uzņēmējdarbības veidu licencēšana | Barjeru nav iespējams likvidēt. Jaunajiem tirgus dalībniekiem ir | | | ✓ | Eiropas Savienība nosaka regulējošo režīmu elektronisko komunikāciju pakalpojumu |

| | | | | | |
|--|--|--|---|--|--|
| | jāievēro prasības, lai nodrošinātu kvalitatīvus pakalpojumus patērētājiem. | | | | jomā. Telekomunikācijas nozare ir regulējama nozare un strādāt nozarē var tie uzņēmumi, kuri ir reģistrēti Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisijā (SPRK). Uzņēmumiem, kas darbojas šajā nozarē nepieciešams saņemt licenci, kuru izsniedz SPRK. Licences nepieciešamas uzņēmējiem gan mobilajā, gan fiksētajā telekomunikāciju tīklā, Interneta piekļuves pakalpojumu sniegšanai, datu un elektronisko ziņojumu pārraides pakalpojumu sniegšanai, televīzijas un skaņas pakalpojumu sniegšanai, kā arī nomāto līniju pakalpojumu sniegšanai. |
| 2.2. Šķēršļi zemes vai ražošanas ēku iegūšanai vai nomāšanai | Barjeru nav iespējams likvidēt, jo jāievēro īpašuma tiesības. | | ✓ | | Nozarē nepastāv īpaši šķēršļi zemes vai ēku iegūšanai vai nomāšanai. Taču šķēršļus var radīt telekomunikāciju tīklu izbūve, ja to izveidei jāšķērso īpašumi, kas nepieder uzņēmumam. Ir jāiziet sarežģīta saskaņošanas kārtība. |
| 2.3. Kvalitātes prasības un ekoloģiskie ierobežojumi (aizliegums paplašināt noteikta preču tirgus darbības apjomu, celt jaunus ražošanas objektus, ierobežojumi transporta komunikāciju izveidei, dažādu vides aizsardzības institūciju noteiktie aizliegumi u.c.) | | | | | |
| 2.3.1. Kvalitātes prasības | Nav likvidējama, jo kvalitātes prasības ir izveidotas, lai tās nodrošinātu kvalitatīvu pakalpojumu sniegšanu | | ✓ | | Nozares kontroli nosaka Personas datu aizsardzības likums, kā arī Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisijas padomes noteikumi par elektronisko sakaru |

| | | | | | |
|---|--|---|---|---|--|
| | patērētājiem. | | | | pakalpojumu kvalitātes prasībām un kvalitātes pārskatu iesniegšanas kārtību. Eiropas Savienība nosaka regulējošo režīmu elektronisko pakalpojumu jomā. Pastāv regulatora apstiprinātas 8 metodikas, kuras regulē tarifu noteikšanu un pakalpojumu kvalitātes pārbaudi veikšanu. |
| 2.3.2. Ekoloģiskie ierobežojumi | - | ✓ | | | Telekomunikāciju nozarē nepastāv ekoloģiskie ierobežojumi. |
| 3. Tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |
| Brīva pieejamība resursiem un /vai realizācijas kanāliem, korporatīvo sakaru priekšrocības. | Barjera ir grūti likvidējama, jo lielākiem un ilgi strādājošiem uzņēmumiem ir izveidojusies pastāvīgu klientu bāze. | | ✓ | | Esošie tirgus dalībnieki jau sen nostabilizējuši savu tirgus segmentu un ir ieguvuši klientu lojalitāti. Viņiem ir iespēja izmantot esošo klientu bāzi, lai piedāvātu papildus pakalpojumus. Jaunienācējam jāreķinās ar grūtībām, piesaistot jaunus klientus. |
| 4. Tirgus infrastruktūras neatbilstība | | | | | |
| Nodrošinājums ar komunikācijām (transporta un sakaru), noliktavām, tirdzniecības platībām, informāciju, ceļiem. | Barjeras ietekmi varētu mazināt nodrošinot kvalitatīvu elektrības apgādi ne tikai Rīgā un lielajās pilsētās, bet arī laukos. | | | ✓ | Galvenā problēma infrastruktūras neatbilstībai telekomunikāciju nozarē ir vāji attīstītā elektrības apgāde laukos, kas strādā ar pārrāvumiem un izraisa problēmas tīkla uzturēšanā. Ar elektrību tiek uzturēts atbilstošs arī datortehnikai nepieciešamais klimats. Ja elektrības padeve nav atbilstoša tīkla uzbūves prasībām vai strādā ar pārrāvumiem, tas var kaitēt pakalpojuma kvalitātei. |
| 5. Tirgus dalībnieku stratēģiskās uzvedības rezultātā izveidotās barjeras | | | | | |

| | | | | |
|---|---|------------------------------|----------------------------------|--|
| <p>Produkcijas realizācijas apstākļu noteikšana, Valsts pasūtījumu izpilde</p> | <p>Barjera nav likvidējama, jo uzņēmumi, kuri ir vadošie tirgū ir stratēģiski labākā pozīcijā pateicoties atpazīstamībai un tehnoloģisko iekārtu pārākumam. Barjera neattiektos uz uzņēmumu, kas fokusētos uz kādu jaunu „nišu”.</p> | <p>✓ Lielie ES uzņēm</p> | <p>✓ Pilnīgi jauni uzņēm</p> | <p>Pēc nozares eksperta atzinumiem lielas kompānijas nav jutīgas pret konkurentu stratēģisko uzvedību. Bet jāmin, ka konkurence telekomunikāciju pakalpojumu sektorā ir spēcīga. Tāpēc telekomunikācijas uzņēmumi, kas sākotnēji piedāvāja tikai fiksētās telefonijas pakalpojumus, piedāvā arī interneta, digitālās televīzijas pakalpojumus un cenšas pakalpojumu loku paplašināt. Tāpēc janiencējam konkurēt ar uzņēmumiem, kuriem ir plašs pakalpojumu klāsts un līdz ar to stabila klientu bāze, ir ļoti grūti.</p> |
| <p>6. Preču pieprasījuma ierobežojumi</p> | | | | |
| <p>Tirgus piesātinātība ar produktu un aizstājējproduktiem, pieprasījuma apmierināšanas līmenis (patērētāju pirktspēja) sasniegšana, preču pieprasījuma iespējamie ierobežojums</p> | <p>Lai mazinātu barjeru uzņēmumiem, kas darbojas šajā nozarē, vajadzētu fokusēties uz kādu konkrētu „nišu”, kur iespējama mazāka konkurence. Piemēram, potenciāls attīstīties ir virtuālajiem mobilo sakaru operatoriem, pakalpojumu sniedzējiem korporatīviem klientiem u.c.</p> | | <p>✓</p> | <p>Uzņēmumi, kas darbojas šajā nozarē sniedz pakalpojumus galvenokārt tikai Latvijas tirgum. Tā kā tirgus ietilpība ir ierobežota, uzņēmumiem ir jānodrošina plašs, daudzveidīgs un moderns piedāvājumu klāsts, lai spētu ienākt piesātinātā tirgū. Vēl viens būtisks faktors, kas var ierobežot pieprasījuma apmierinājumu, ir tas, ka nozarē jādarbojas ar ierobežotiem resursiem – numerācija un radio frekvences, kur to iegūšanai nepieciešamas īpašas atļaujas.</p> |

Avots: RSEBAA apkopojums

Nobeigums

Pēc tirgū ienākšanas barjeru veiktās analīzes, kopējo konkurences vidi Latvijas telekomunikāciju nozarē (64.20) nevar viennozīmīgi raksturot tikai ar koncentrācijas indeksiem (CR4 un HHI).

Telekomunikāciju nozares specifika ir tā, ka tirgū ir viens izteikts līderis, kam pieder visaptverošs telekomunikāciju tīkls, kuru izmanto daudzi nozares uzņēmumi, un, kas Latvijas Republikā nodrošina universālo pakalpojumu, līdz ar to radot situāciju, ka tas ar uzņēmumiem nozarē praktiski nekonkurē.

Latvijas tirgus ir mazs un piesātināts, tāpēc jaunie tirgus dalībnieki konkurētspējīgi būs tikai tad, ja atradīs segmentu, kur varēs piedāvāt kādu jaunu servisu/produktu. Attīstoties tehnoloģijai, iespējams nākotnes atklājumi pavērs jaunas iespējas uzņēmumiem nozarē, bet pēc ekspertu atzinumiem pašreizējie platjoslu tīkli var nodrošināt pietiekami kvalitatīvus un dažādus pakalpojumus, tāpēc drīzumā jauni pavērsieni nav gaidāmi.

Vērtējot pašreizējo tirgus stāvokli, daudz vieglāk tirgū ienākt multinacionālo kompāniju meitas uzņēmumiem, kam jau ir stabili finansu ieņēmumi un uzkrāta pieredze.

Balstoties uz paveikto analīzi LR Ekonomikas ministrijai un LR Konkurences padomei var ieteikt:

1. Apsvērt iespēju precizēt universālo pakalpojumu sniegšanā kompensācijas zaudējumu mehānismu, izmaksas par šiem pakalpojumiem paredzot no valsts budžeta.
2. Apsvērt iespēju valsts atbalstam uzņēmumiem, kas orientējas uz pakalpojumu sniegšanu lauku reģionos, kur pakalpojumu kvalitāte ir zemākā līmenī. Konkurence pastāv Rīgā un lielākajās Latvijas pilsētās, kur uzņēmējiem darboties ir izdevīgāk, pateicoties labi izveidotajai tīkla infrastruktūrai.
3. Lai gan likums atļauj izbūvēt tīkla infrastruktūru pašvaldības un privātīpašumos, uzņēmējiem jāsaskaras ar sarežģītu saskaņošanas kārtību ar zemes īpašniekiem. Veicināt vieglāku projektu un būvatļauju saskaņošanas kārtību ar daudzdzīvokļu namu īpašniekiem, izbūvējot tīkla infrastruktūru, risinot to ar Elektronisko sakaru direkciju.

Izmantotā literatūra un citi informācijas avoti:

1. http://www.kp.gov.lv/uploaded_files/2005/A48_3009.pdf
2. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=96611&from=off>

3. http://www.sam.gov.lv/?cat=8&art_id=718
4. http://www.kp.gov.lv/uploaded_files/KPPP007Balsstelefonija.pdf
5. <http://www.sprk.gov.lv/index.php?id=2998&sadala=34>
6. <http://www.nvo.lv/fin.php?lang=lv&id=30>
7. <http://www.sprk.gov.lv/index.php?sadala=73>
8. <http://www.bank.lv/lat/print/?34500>
9. <http://www.lvrtc.lv/normativie/akts.php?id=5&nid=5>
10. <http://www.sprk.gov.lv/index.php?id=4397&sadala=294>
11. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=404>
12. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=96611&from=off>
13. [http://www.sprk.gov.lv/doc_upl/Elektronisko_sakaru_pakalpojumu_kvalitates_merijumumetodika_\(19.12.07\).doc](http://www.sprk.gov.lv/doc_upl/Elektronisko_sakaru_pakalpojumu_kvalitates_merijumumetodika_(19.12.07).doc)
14. http://www.kp.gov.lv/uploaded_files/2005/V11_2204.pdf
15. <http://anton.world.lv/sakarup/main.php3?sub=view&RID=1210>
16. <http://www.bite.lv/lv/about/media/pr/archive/2007/show/1074702>
17. CSP dati sagatavoti pēc RSEBAA pasūtījuma
18. Intervijas ar nozares ekspertu SIA „Lattelecom” regulēšanas lietu daļas direktoru Aivaru Kreili
19. Intervijas ar nozares ekspertu SIA „Lattelecom BPO” biznesa attīstības vadītāju Jāni Kronbergu

4. SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI

Balstoties uz paveikto pētījumu analīzi par tirgū ienākšanas barjerām, 20 augsti koncentrētajās Latvijas tautsaimniecības nozarēs var nonākt pie sekojošiem secinājumiem:

1. Konkurences vides un uzņēmumu koncentrācijas pakāpes noteikšanu jebkurai tautsaimniecības nozarei nevar viennozīmīgi balstīt tikai uz zinātniskā praksē bieži pielietojamiem koncentrācijas indeksiem: tirgus daļu četriem, pēc apgrozījuma lielākiem, uzņēmumiem nozarē (CR4) un Herfindāhla-Hiršmana indeksu (HHI). Pat nozarēs ar nosacīti augstu CR4 un HHI rādītāju līmeni, uzņēmumi var nekonkurēt savā starpā pateicoties:

- Atšķirīgai uzņēmumu specializācijai vai darbības veidu diferenciacijai (piem., kā tas ir vērojams Izolēto vadu un kabeļu ražošanas nozarē, sīkāk skat. ziņojuma 3.12. iedaļu);
- Striktai tirgus segmentācijai, kad konkrēta uzņēmuma darbība ir vērsta uz konkrēta klienta pasūtījuma izpildi (piem., kā tas ir vērojams Elektrosadales un kontroles aparātu ražošanas nozarē, sīkāk skat. ziņojuma 3.11. iedaļu);
- Ekonomiskai lietderībai, jo uzņēmumu saimnieciskā darbība varētu būt tehnoloģiski un teritoriāli ierobežota (piem., kā tas ir vērojams Tvaika un karsta ūdens piegādes nozarē, sīkāk skat. ziņojuma 3.17. iedaļu).

2. Tirgus dalībnieku identifikāciju konkrētā tautsaimniecības nozarē var tikai daļēji balstīt uz CSP esošo informāciju. Bieži uzņēmumu statūtos norādītie darbības veidi neatbilst uzņēmuma reālai darbībai. Tāpēc pēc CSP datiem konkrētai nozarei attiecināmais uzņēmums var reāli nodarboties ar pavisam atšķirīgu darbības veidu (piem., kā tas bija konstatēts Biroja tehnikas un datoru ražošanas nozares gadījumā, sīkāk skat. ziņojuma 3.10. iedaļu).

3. Par nopietnu šķērslī potenciāliem tirgus dalībniekiem ienākt tirgū kļūst ekonomiskie riski, saistīti ar energoresursu cenu palielināšanos, pastāvīgu algu kāpumu un jau 2007.gada beigās sākušos makroekonomisko recesiju, kas izpaužas augošās inflācijas tempos, ekonomiskās attīstības tempu palēnināšanā, bezdarba pieaugumā. Neapšaubāmi, ka izejvielu un nepieciešamo ražošanas resursu sadārdzināšanās apstākļos būtu pārāk riskanti uzsākt jaunu biznesu. Tāpēc vispārējas uzņēmējdarbības aktivitātes samazinājums valstī varētu būt uzskatāms par ļoti nozīmīgu barjeru jaunienācēju vidū visās Latvijas tautsaimniecības nozarēs. Tā, 2006.gadā no pētījumā

analizētām 20 Latvijas tautsaimniecības nozarēm tikai 13 nozarēs tika konstatēti gadījumi, kad reāli dzimuši uzņēmumi atsākuši savu saimniecisko darbību tirgū. Bet dažu Latvijas tautsaimniecības nozaru turpmākā pastāvēšana vispār ir apdraudēta (piem., kā tas bija konstatēts Apgaismes ierīču un elektrisko lampu ražošanas nozares gadījumā, sīkāk skat. ziņojuma 3.13. iedaļu).

4. Neskatoties uz to, ka katru Latvijas tautsaimniecības nozari var raksturot ar savu, no citām nozarēm atšķirīgu uzņēmumu struktūru, tomēr starp katrā nozarē identificētiem uzņēmumiem strādā lielo multinacionālo kompāniju/uzņēmumu grupu meitas uzņēmumi, kas pārsvarā orientēti uz savas produkcijas eksportu. Lielo ES uzņēmumu grupu pārstāvēniecības un ražošanas filiāles tiek atvērtas Latvijā ar mērķi paplašināt jau esošās uzņēmumu grupu ražošanas jaudas, kā arī gūt papildus priekšrocības ražojot produkciju ar zemākiem izdevumiem, pateicoties bieži lētākam darbaspēkam, energoresursiem, būvniecības un nomāšanas izmaksām. Pēc ekspertu atzinumiem, daudzās Latvijas tautsaimniecības nozarēs, potenciāli jauniem tirgus dalībniekiem ir iespēja ienākt tirgū tikai izmantojot liela ārvalstu investora atbalstu (piem., kā tas bija konstatēts Izolēto vadu un kabeļu ražošanas nozares gadījumā, sīkāk skat. ziņojuma 3.12. iedaļu).

5. Vairumos Latvijas tautsaimniecības nozaru gadījumos samērā lielie vietējie ražotāji vairāk orientēti uz sava eksporta potenciāla palielināšanu, kad zema vietējā tirgus ietilpība un sīva konkurence ar lielām ES ražojošām kompānijām piespiež meklēt noieta kanālus ārpus Latvijas (piem., kā tas bija konstatēts Farmaceutisko, medicīnisko un fitoķīmisko preparātu ražošanas nozarē, sīkāk skat. ziņojuma 3.6. iedaļu).

6. Latvijas ražojošie uzņēmumi ir samērā mazi, lai iegūtu kādas papildus priekšrocības savas produkcijas eksportam uz ES vai NVS valstīm. Tāpēc katram uzņēmumam (īpaši jaunienācējam) ir svarīgi atrast iespēju un izstrādāt atbilstošu noieta stratēģiju, virzot savu produkciju tirgū. Zināmas priekšrocības gan vietējā, gan ES tirgū rodas tiem uzņēmumiem, kas nodrošina pilnīgu ražošanas ciklu (no jaunu vielu/receptūru izstrādāšanas līdz gatavas produkcijas realizācijai). Bieži galvenā konkurences cīņa notiek nevis Latvijas, bet ES tirgū ar daudziem pieredzējušākiem ES uzņēmumiem (piem., kā tas bija konstatēts Ziepju, mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas, smaržu un kosmētisko līdzekļu ražošanas nozarē, sīkāk skat. ziņojuma 3.7. iedaļu).

7. Vērtējot kredītu piešķiršanas nosacījumus nozares uzņēmumiem, jākonstatē, ka potenciāliem jauniem tirgus dalībniekiem ir jārēķinās ar papildus grūtībām starta kapitāla veidošanas jomā, jo uzņēmumiem bez savas „kredītvēstures” un atpazīstamības tirgū, kredītus izsniedz pārsvarā pret ķīlu vai ar sliktākiem nosacījumiem, kā jau tirgū

strādājošiem uzņēmumiem. Uzsākot biznesu, uzņēmumam bieži nav ko iekļāt (piem., kā tas bija konstatēts Gumijas izstrādājumu ražošanas nozarē, sīkāk skat. ziņojuma 3.8. iedaļu).

Balstoties uz pētījumos paveikto analīzi un izdarītiem secinājumiem, LR Ekonomikas ministrijai un LR Konkurences padomei var ieteikt:

1. Veicot konkurences vides un uzņēmumu koncentrācijas pakāpes novērtēšanu Latvijas tautsaimniecības nozarēs, jāievēro, ka augsti koncentrēto nozaru identificēšanu var tikai daļēji balstīt uz koncentrācijas rādītājiem. Papildus tiem, katras nozares gadījumā, jāievēro arī uzņēmumu skaits (vai uzņēmumu skaita dinamiku) un nozares kopējos realizācijas apjomus.
2. Identificēt augsti koncentrētas nozares tautsaimniecībā, pamatojoties uz ziņojuma 1.nodaļā aprakstīto procedūru, secīgi izejot cauri trim pamatposmiem (skat. ziņojuma 12.lp).
3. Katras nozares tirgus dalībnieku identificēšanai izmantot ne tikai CSP pieejamus datus, bet arī informāciju no nozaru asociācijām, valsts iestādēm (piem., Valsts aģentūrām un inspekcijām), interneta, kā arī tiešus kontaktus ar uzņēmumu pārstāvjiem (uzziņu dienestu prakse), organizējot nozares uzņēmumu ikgadējas aptaujas vai izveidojot nozares darba grupas.
4. Sadarbojoties savā starpā, kā arī pieaicinot citu valsts un privāto institūciju/uzņēmumu pārstāvjus, veikt pastāvīgu tirgus dalībnieku monitoringu dažādās Latvijas tautsaimniecības nozarēs, vienlaikus veidojot tirgus reālo dalībnieku datu bāzi, kā arī uzkrājot informāciju par tirgus dalībnieku sastāva izmaiņām.
5. Ievērojot faktu, ka uzņēmējiem veidojas neizpratne par CSP atskaišu sagatavošanas nepieciešamību un apkopotās informācijas praktiskās izmantošanas lietderību, sadarbībā ar CSP organizēt konsultatīvo atbalstu CSP atskaišu sagatavošanas jomā, kā arī apsvērt iespējas atskaites procedūras padarīt saprotamākas un iegūtos rezultātus publiskot uzņēmēju vidū.
6. Veicināt makroekonomiskās situācijas uzlabošanu valstī, izstrādājot efektīvas makroekonomiskās stabilizācijas programmas valsts līmenī, kā arī veikt prognozi energo un citu ražošanas resursu cenu attīstībai (ar turpmāku plašu publiskošanu), lai mazinātu ekonomiskās vides nenoteiktību.
7. Ievērot faktu, ka Latvijas mēroga lielus uzņēmumus vienotajā ES tirgus telpā par lieliem neuzskata, rast iespēju stimulēt uzņēmumu izaugsmi, kooperāciju un klasteru veidošanu.

8. Ievērot faktu, ka daudzos gadījumos (skat. A tabulu nozaru aprakstus) uzņēmumu sasniegtais absolūtais pārākums izdevumu līmenī vai minimālās efektivitātes darbības apjoma līmenī nav likvidējams Latvijas tirgū, jo pretējā gadījumā tiks novērstas Latvijas lielāko uzņēmumu priekšrocības konkurences cīņā ES tirgū.
9. Ievērot faktu, ka pēc nozaru ekspertu viedokļa, Latvijas ražotāji nezina un savā ikdienas darbībā neizjūt valsts atbalstu eksporta stimulēšanas jomā, iniciēt informatīvās kampaņas organizēšanu ar mērķi informēt Latvijas uzņēmējus par viņiem reāli pieejamām iespējām savas produkcijas eksporta attīstīšanā.
10. Atbalstīt visaptveroša zinātniskā pētījuma veikšanu, lai izanalizētu reālās iespējas Latvijas ražošanas sektora atdzīvināšanai ar mērķi turpmāk izstrādāt kompleksu valsts programmu Latvijas ražošanas sektora prioritārai attīstībai.
11. Sekmēt vietējo uzņēmumu attīstību, realizējot sekojošus atbalsta pasākumus uzņēmējdarbības veicināšanas jomā:
 - Ar nodokļiem neapliekamā algas minimuma pacelšanu;
 - Veicināt vietējo uzņēmumu sadarbību un savstarpējo kooperāciju, uzņēmumu klasteru veidošanu;
 - Latvijas uzņēmēju informēšanu par viņiem reāli pieejamām iespējām (valsts pasākumiem) savas produkcijas eksporta attīstībai;
 - Reinvestētās peļņas atbrīvošanu no ienākuma nodokļa;
 - Darbinieku slimības lapu apmaksāšanu pilnā apmērā no valsts sociālās apdrošināšanas budžeta līdzekļiem.

5. LITERATŪRA UN CITI INFORMĀCIJAS AVOTI

1. Howard Davies, Pun-Lee Lam. Managerial economics 3rd ed. - Prentice Hall.:Financial time, 2001.-533 pp.
2. http://en.wikipedia.org/wiki/Herfindahl_index
3. Pančenko Ē., „Konkurence graudu un to produktu ražošanas tirgū Latvijā”, Analitiskais ziņojums. Rīga.:RSEBAA. 2006.g. -
- 4.
5. Jasjko, D., Frolova, L., Pančenko, Ē., Ivanova, T., „Piensaimniecības nozares attīstības analīze un konkurētspējas novērtējums Latvijā un Eiropas Savienības tirgū”. Ziņojums. Rīga.:RSEBAA. 2007.g.91.lpp.http://www.bank.lv/lat/main/press/pubrun/avrev/avrev_07/3_07/skrivelis/
6. <http://www.lakifa.lv/> - Latvijas Ķīmijas un farmācijas uzņēmēju asociācija
7. <http://www.medicina.lv/lat/second4.php?page=news&id=1665>
8. „Darba tirgus vajadzību analīze un ieteicamo pasākumu apkopojums kvalitatīva darbaspēka pieejamības veicināšanai ķīmisko vielu un farmācijas nozarē” – pētījums [www.osi.lv/pielikumi/z_48_OSI_ESF_3152_0012_1.pdf]
9. http://www.farmacija-mic.lv/main/zinasaw/5_1/3023/08/arch_2007
10. <http://www.vza.gov.lv/>
11. http://www.ur.gov.lv/faili/atsevisku_darbibas_veidu_licencesana.html
12. <http://www.grindex.lv/?l=1&m=5&id=46&news=240>
13. <http://www.olainfarm.lv/lat/>
14. <http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=748&lng=lv>
15. <http://www.bank.lv/lat/print/?91883>
16. http://ec.europa/environment/chemicals/reach/pdf/2007_02_reach_in_brief.pdf.
17. www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=1334
18. http://www.kp.gov.lv/Vadlinijas_konkreta_tirgus_noteiksanai.pdf (LR Konkurences padomes Vadlīnijas)
19. <http://www.zm.gov.lv/index.php?sadala=1017&id=5863>
20. <http://news.fruit.lv/lv/economics/48723>

1. PIELIKUMS

Latvijas tautsaimniecības nozaru saraksts, kam tika veikts konkurences tirgus koncentrācijas līmeņa vērtējums (atbilstoši projekta tehniskai specifikācijai)

| N | Grupa pēc NACE 1.1. red. | Nozare |
|----|--------------------------|---|
| 1 | 01.1 | Augkopība; dārzenkopība; dārzkopība |
| 2 | 01.2 | Lopkopība |
| 3 | 01.3 | Augkopība un lopkopība (jauktā saimniecība) |
| 4 | 01.4 | Lauksaimnieciskie pakalpojumi, izņemot veterināro darbību; daiļdārzniecība |
| 5 | 02.0 | Mežsaimniecība, kokmateriālu sagatavošana un ar to saistīti pakalpojumi |
| 6 | 10.3 | Kūdras ieguve, apstrāde un aglomerācija |
| 7 | 14.2 | Smilšu un māla ieguve |
| 8 | 14.3 | Ķīmikāliju un minerālmēslu ražošanā izmantojamo minerālu ieguve |
| 9 | 15.1 | Gaļas un gaļas produktu ražošana, pārstrāde un konservēšana |
| 10 | 15.2 | Zivju un zivju produktu pārstrāde un konservēšana |
| 11 | 15.3 | Augļu un dārzenu pārstrāde un konservēšana |
| 12 | 15.4 | Augu un dzīvnieku eļļu un tauku ražošana |
| 13 | 15.5 | Piena produktu ražošana |
| 14 | 15.6 | Graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošana |
| 15 | 15.7 | Dzīvnieku barības ražošana |
| 16 | 15.9 | Dzērienu ražošana (ja iespējams, tikai bezalkoholiskos dzērienus) |
| 17 | 17.7 | Adīto un tamborēto izstrādājumu ražošana |
| 18 | 18.1 | Ādas apģērbu ražošana |
| 19 | 18.2 | Pārējo apģērbu un apģērbu piederumu ražošana |
| 20 | 18.3 | Kažokādu izstrādāšana un krāsošana; kažokādu izstrādājumu ražošana |
| 21 | 19.2 | Somu un līdzīgu izstrādājumu ražošana; zirglietu ražošana |
| 22 | 19.3 | Apavu ražošana |
| 23 | 20.2 | Finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas) ražošana, saplākšņu ražošana, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošana |
| 24 | 20.3 | Koka celtniecības un galdniecības izstrādājumu ražošana |
| 25 | 21.1 | Celulozes, papīra un kartona ražošana |
| 26 | 21.2 | Papīra un kartona izstrādājumu ražošana |
| 27 | 22.1 | Izdevējdarbība |
| 28 | 22.2 | Poligrāfiskā izpilde un ar to saistīti pakalpojumi |
| 29 | 22.3 | Ierakstu reproducēšana |
| 30 | 24.1 | Ķīmisko vielu ražošana |
| 31 | 24.2 | Pesticīdu u.c. agroķīmisko preparātu ražošana |
| 32 | 24.3 | Krāsu, pernicu u.tml. pārklājumu, tipogrāfijas krāsu un mastikas ražošana |
| 33 | 24.4 | Farmaceutisko, medicīnisko un fitoķīmisko preparātu ražošana |
| 34 | 24.5 | Ziepju, mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas līdzekļu, smaržu un kosmētisko līdzekļu ražošana |
| 35 | 25.1 | Gumijas izstrādājumu ražošana |
| 36 | 25.2 | Plastmasas izstrādājumu ražošana |
| 37 | 26.1 | Stikla un stikla izstrādājumu ražošana |
| 38 | 26.2 | Keramikas izstrādājumu ražošana, izņemot būvkeramiku |
| 39 | 26.3 | Keramikas flīžu un plākšņu ražošana |
| 40 | 26.4 | Māla ķieģeļu, flīžu un citu apdedzināto būvmateriālu ražošana |
| 41 | 26.6 | Betona, ģipša un cementa izstrādājumu ražošana |

| | | |
|----|------|--|
| 42 | 28.1 | Metāla konstrukciju ražošana |
| 43 | 28.2 | Metāla cisternu, rezervuāru un konteineru ražošana; centrālapkures katlu un radiatoru ražošana |
| 44 | 28.4 | Metāla kalšana, presēšana, štancēšana un velmēšana; pulvermetalurģija |
| 45 | 28.6 | Griešanas instrumentu, darbarīku, slēdzeņu un eņģu ražošana |
| 46 | 29.3 | Lauksaimniecības un mežsaimniecības mašīnu ražošana |
| 47 | 29.4 | Darbgaldu ražošana |
| 48 | 29.7 | Sadzīves aparatūras un iekārtu ražošana |
| 49 | 30 | Biroja tehnikas un datoru ražošana |
| 50 | 31.2 | Elektrosadales un kontroles aparātu ražošana |
| 51 | 31.3 | Izolēto vadu un kabeļu ražošana |
| 52 | 31.4 | Akumulatoru, galvanisko elementu un galvanisko bateriju ražošana |
| 53 | 31.5 | Apgaismes ierīču un elektrisko lampu ražošana |
| 54 | 33.1 | Medicīnisko, ķirurģisko iekārtu un ortopēdisko ierīču ražošana |
| 55 | 33.2 | Instrumentu un aparātu ražošana mērīšanai, pārbaudei, izmēģināšanai, navigācijai un citiem mērķiem |
| 56 | 33.4 | Optisko instrumentu un fotoiekārtu ražošana |
| 57 | 33.5 | Pulksteņu ražošana |
| 58 | 34.1 | Automobiļu ražošana |
| 59 | 34.2 | Automobiļu virsbūvju ražošana; piekabju un puspiekabju ražošana |
| 60 | 34.3 | Daļu un piederumu ražošana automobiļiem un to dzinējiem |
| 61 | 36.1 | Mēbeļu ražošana |
| 62 | 36.2 | Juvelierizstrādājumu un līdzīgu izstrādājumu ražošana |
| 63 | 36.3 | Mūzikas instrumentu ražošana |
| 64 | 36.4 | Sporta preču ražošana |
| 65 | 36.5 | Spēļu un rotaļlietu ražošana |
| 66 | 37.1 | Metāla atkritumu un lūžņu pārstrāde |
| 67 | 37.2 | Nemetāla atkritumu un lūžņu pārstrāde |
| 68 | 40.1 | Elektroenerģijas ražošana un sadale |
| 69 | 40.2 | Gāzes ražošana un sadale pa gāzes vadiem |
| 70 | 40.3 | Tvaika un karstā ūdens piegāde |
| 71 | 41 | Ūdens ieguve, attīrīšana un sadale |
| 72 | 45.2 | Ēku, būvju vai to daļu būvēšana; civilā būvniecība |
| 73 | 45.3 | Inženiersistēmu montāža |
| 74 | 45.4 | Būvdarbu pabeigšana |
| 75 | 50.1 | Automobiļu pārdošana |
| 76 | 50.2 | Automobiļu apkope un remonts |
| 77 | 50.3 | Automobiļu detaļu un piederumu pārdošana |
| 78 | 50.4 | Motociklu, to detaļu un piederumu pārdošana, apkope un remonts |
| 79 | 50.5 | Autodegvielas mazumtirdzniecība |
| 80 | 51.3 | Pārtikas, dzērienu un tabakas izstrādājumu vairumtirdzniecība |
| 81 | 51.4 | Individuālās lietošanas priekšmetu, sadzīves tehnikas un aparatūras vairumtirdzniecība |
| 82 | 52.1 | Mazumtirdzniecība nespecializētajos veikalos |
| 83 | 52.2 | Pārtikas, dzērienu un tabakas mazumtirdzniecība specializētajos veikalos |
| 84 | 52.3 | Farmaceutisko un medicīnisko preču, kosmētikas un tualetes piederumu mazumtirdzniecība |
| 85 | 52.4 | Pārējā jaunu preču mazumtirdzniecība specializētajos veikalos |
| 86 | 52.5 | Lietotu preču mazumtirdzniecība veikalos |
| 87 | 52.7 | Individuālās lietošanas priekšmetu, sadzīves aparatūras un iekārtu remonts |
| 88 | 55.1 | Viesnīcas |
| 89 | 55.2 | Kempingi un citas īslaicīgas apmešanās vietas |
| 90 | 55.3 | Restorāni |

| | | |
|-----|-------|---|
| 91 | 55.4 | Bāri |
| 92 | 55.5 | Slēgtās ēdnīcas un gatavo ēdienu piegāde |
| 93 | 60.1 | Dzelzceļa transports |
| 94 | 60.2 | Autotransports |
| 95 | 62.1 | Regulārais gaisa transports |
| 96 | 63.3 | Komplekso tūrisma uzņēmumu, tūrisma operatoru un tūrisma aģentūru darbība; citur neklasificēta darbība, kas saistīta ar tūristu apkalpošanu |
| 97 | 64.1 | Pasta un kurjeru darbība |
| 98 | 64.2 | Telekomunikācijas |
| 99 | 66.03 | Apdrošināšana un pensiju finansēšana, izņemot obligāto sociālo apdrošināšanu |
| 100 | 67.1 | Finanšu starpniecību papildinoša darbība, izņemot apdrošināšanu un pensiju finansēšanu |
| 101 | 70.3 | Darbības ar nekustamo īpašumu uz līguma pamata vai par atlīdzību |
| 102 | 71.1 | Automobiļu iznomāšana |
| 103 | 72.4 | Datu bāzu un Interneta portālu uzturēšana un ekspluatācija |
| 104 | 72.5 | Datoru un biroja tehnikas remonts un ekspluatācija |
| 105 | 74.1 | Juridiskie, grāmatvedības, auditorpakalpojumi un konsultācijas; tirgus un sabiedriskās domas izpēte; konsultēšana komercdarbībā |
| 106 | 74.4 | Reklāma |
| 107 | 74.6 | Apsardzes pakalpojumi un izmeklēšana |
| 108 | 74.7 | Ēku tīrīšana un uzkopšana |
| 109 | 80.4 | Pieaugušo un pārējā izglītība |
| 110 | 85.1 | Cilvēku veselības aizsardzība |
| 111 | 85.2 | Veterinārā darbība |
| 112 | 90 | Atkritumu apsaimniekošana, teritorijas tīrīšana, veterinārā darbība |
| 113 | 92.1 | Ar kino un video saistīta darbība |
| 114 | 92.2 | Radio un televīzijas darbība |
| 115 | 92.3 | Pārējā izklaides darbība |
| 116 | 92.4 | Ziņu aģentūru darbība |
| 117 | 92.5 | Bibliotēku, arhīvu, muzeju un citu kultūras iestāžu darbība |
| 118 | 92.6 | Sports |

Avots: EM projekta (Iepirkuma līguma Nr.2008/24) tehniska specifikācija

2. PIELIKUMS

Latvijas tautsaimniecības nozaru saraksts, kas tika atlasīts tirgus koncentrācijas līmeņa novērtēšanas rezultātā ar mērķi izanalizēt tirgū ienākšanas barjeras

| Nr.p.k. | Grupa pēc NACE 1.1.red. | Nozare |
|---------|-------------------------|---|
| 1 | 15.4 | Augu un dzīvnieku eļļu un tauku ražošana |
| 2 | 15.6 | Graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošana |
| 3 | 20.2 | Finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas) ražošana, saplākšņu ražošana, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošana |
| 4 | 24.2 | Pesticīdi u.c. agroķīmisko preparātu ražošana |
| 5 | 24.3 | Krāsu, pernicu u.tml. pārklājumu, tipogrāfijas krāsu un mastikas ražošana |
| 6 | 24.4 | Farmaceutisko, medicīnisko un fitoķīmisko preparātu ražošana |
| 7 | 24.5 | Ziepju, mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas līdzekļu, smaržu un kosmētisko līdzekļu ražošana |
| 8 | 25.1 | Gumijas izstrādājumu ražošana |
| 9 | 26.1 | Stikla un stikla izstrādājumu ražošana |
| 10 | 30 | Biroja tehnikas un datoru ražošana |
| 11 | 31.2 | Elektrosadales un kontroles aparātu ražošana |
| 12 | 31.3 | Izolēto vadu un kabeļu ražošana |
| 13 | 31.5 | Apgaismes ierīču un elektrisko lampu ražošana |
| 14 | 34.2 | Automobiļu virsbūvju ražošana, piekabju un puspiekabju ražošana |
| 15 | 34.3 | Detaļu un piederumu ražošana automobiļiem un to dzinējiem |
| 16 | 37.2 | Nemetāla atkritumu un lūžņu pārstrāde |
| 17 | 40.3 | Tvaika un karstā ūdens piegāde |
| 18 | 41 | Ūdens ieguve, attīrīšana un sadale |
| 19 | 64.1 | Pasta un kurjeru darbība |
| 20 | 64.2 | Telekomunikācijas |

Avots: RSEBAA apkopojums

3. PIELIKUMS

Latvijas tautsaimniecības nozaru ranžējums pēc Herfindāhla-Hiršmana indeksa, kas tika aprēķināts 2006.gadam katrai nozarei (saskaņā ar 1.pielikumā uzradīto nozaru sarakstu)

| N | Grupa pēc NACE 1.1. red. | Nozare | Herfindāhla-Hiršmana indekss | Uzņēmumu skaits | Kopējie realizācijas apjomi 4 lielākajiem uzņēmumiem* | Kopējie realizācijas apjomi visos uzņēmumos | CR4, % |
|----|--------------------------|---|------------------------------|-----------------|---|---|--------|
| 1 | 62.1 | Regulārais gaisa transports | 9457 | 4 | 120710421 | 120710421 | 100 |
| 2 | 92.5 | Bibliotēku, arhīvu, muzeju un citu kultūras iestāžu darbība | 7592 | 14 | 1745948 | 1817956 | 96 |
| 3 | 31.5 | Apgaismes ierīču un elektrisko lampu ražošana | 7354 | 9 | 2448290 | 2472790 | 99 |
| 4 | 31.3 | Izolēto vadu un kabeļu ražošana | 6603 | 6 | 10077373 | 10318865 | 98 |
| 5 | 36.3 | Mūzikas instrumentu ražošana | 6600 | 4 | 228403 | 228403 | 100 |
| 6 | 40.1 | Elektroenerģijas ražošana un sadale | 6488 | 130 | 369200382 | 382085797 | 97 |
| 7 | 24.2 | Pesticīdu u.c. agroķīmisko preparātu ražošana | 6125 | 4 | 285261 | 285261 | 100 |
| 8 | 60.1 | Dzelzceļa transports | 6079 | 12 | 239346210 | 247419870 | 97 |
| 9 | 64.1 | Pasta un kurjeru darbība | 6004 | 22 | 46777059 | 49925170 | 94 |
| 10 | 15.4 | Augu un dzīvnieku eļļu un tauku ražošana | 5235 | 5 | 7655549 | 7685685 | 100 |
| 11 | 41 | Ūdens ieguve, attīrīšana un sadale | 4945 | 21 | 26159805 | 28621265 | 91 |
| 12 | 24.4 | Farmaceutisko, medicīnisko un fitoķīmisko preparātu ražošana | 4840 | 22 | 61793643 | 64846183 | 95 |
| 13 | 30 | Biroja tehnikas un datoru ražošana | 4480 | 21 | 18121179 | 18999933 | 95 |
| 14 | 92.4 | Ziņu aģentūru darbība | 4427 | 6 | 2832012 | 2844276 | 100 |
| 15 | 26.1 | Stikla un stikla izstrādājumu ražošana | 4397 | 33 | 42914407 | 53479628 | 80 |
| 16 | 20.2 | Finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas) ražošana, saplākšņu ražošana, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošana | 4232 | 20 | 158903606 | 178311879 | 89 |
| 17 | 24.3 | Krāsu, pernicu u.tml. pārklājumu, tipogrāfijas krāsu un mastikas ražošana | 4118 | 12 | 13795872 | 14608933 | 94 |
| 18 | 22.3 | Ierakstu reproducēšana | 3858 | 16 | 2797299 | 3195455 | 88 |
| 19 | 37.2 | Nemetāla atkritumu un lūžņu pārstrāde | 3832 | 15 | 2933385 | 3249022 | 90 |
| 20 | 29.4 | Darbgaldu ražošana | 3829 | 39 | 21627351 | 27776717 | 78 |
| 21 | 26.4 | Māla ķieģeļu, flīžu un citu apdedzināto būvmateriālu ražošana | 3807 | 4 | 3211307 | 3211307 | 100 |
| 22 | 29.7 | Sadzīves aparatūras un iekārtu ražošana | 3545 | 4 | 233853 | 233853 | 100 |
| 23 | 34.3 | Detaļu un piederumu ražošana automobiļiem un to dzinējiem | 3356 | 9 | 18808954 | 19001040 | 99 |
| 24 | 24.5 | Ziepju, mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas līdzekļu, smaržu un kosmētisko līdzekļu ražošana | 3353 | 30 | 15755872 | 18660462 | 84 |
| 25 | 15.6 | Graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošana | 3219 | 25 | 39887003 | 45369572 | 88 |

| | | | | | | | |
|----|------|--|------|-----|-----------|-----------|----|
| 26 | 18.3 | Kažokādu izstrādāšana un krāsošana; kažokādu izstrādājumu ražošana | 3217 | 6 | 266060 | 285726 | 93 |
| 27 | 31.2 | Elektrosadales un kontroles aparātu ražošana | 3080 | 13 | 33372031 | 35857754 | 93 |
| 28 | 34.2 | Automobiļu virsbūvju ražošana; piekabju un puspiekabju ražošana | 2929 | 6 | 21270581 | 22865872 | 93 |
| 29 | 40.3 | Tvaika un karstā ūdens piegāde | 2734 | 106 | 88578164 | 134884310 | 66 |
| 30 | 25.1 | Gumijas izstrādājumu ražošana | 2679 | 15 | 8546700 | 9992939 | 86 |
| 31 | 33.4 | Optisko instrumentu un fotoiekārtu ražošana | 2643 | 7 | 4751581 | 4911231 | 97 |
| 32 | 15.7 | Dzīvnieku barības ražošana | 2440 | 12 | 17951711 | 19964420 | 90 |
| 33 | 26.2 | Keramikas izstrādājumu ražošana, izņemot būvkeramiku | 2431 | 20 | 1158045 | 1517347 | 76 |
| 34 | 36.5 | Spēļu un rotaļlietu ražošana | 2355 | 23 | 2856297 | 3659200 | 78 |
| 35 | 64.2 | Telekomunikācijas | 2333 | 276 | 430393230 | 517977604 | 83 |
| 36 | 92.1 | Ar kino un video saistīta darbība | 2283 | 77 | 9514326 | 14431714 | 66 |
| 37 | 28.4 | Metāla kalšana, presēšana, štancēšana un velmēšana; pulvermetalurģija | 2155 | 14 | 2242006 | 3187129 | 70 |
| 38 | 15.3 | Augļu un dārzeņu pārstrāde un konservēšana | 1964 | 25 | 17455369 | 24126132 | 72 |
| 39 | 15.9 | Dzērienu ražošana (ja iespējams, tikai bezalkoholiskos dzērienus) | 1841 | 50 | 163141466 | 236371741 | 69 |
| 40 | 36.4 | Sporta preču ražošana | 1766 | 10 | 455286 | 653350 | 70 |
| 41 | 50.5 | Autodegvielas mazumtirdzniecība | 1700 | 183 | 475643955 | 739516684 | 64 |
| 42 | 17.7 | Adīto un tamborēto izstrādājumu ražošana | 1667 | 50 | 17569984 | 25722258 | 68 |
| 43 | 36.2 | Juvelierizstrādājumu un līdzīgu izstrādājumu ražošana | 1661 | 21 | 1125824 | 1492945 | 75 |
| 44 | 19.3 | Apavu ražošana | 1655 | 11 | 1116069 | 1514444 | 74 |
| 45 | 67.1 | Finanšu starpniecību papildinoša darbība, izņemot apdrošināšanu un pensiju finansēšanu | 1621 | 83 | 47571643 | 65173417 | 73 |
| 46 | 21.2 | Papīra un kartona izstrādājumu ražošana | 1561 | 51 | 29591526 | 48719138 | 61 |
| 47 | 52.5 | Lietotu preču mazumtirdzniecība veikalos | 1556 | 348 | 9310769 | 17805869 | 52 |
| 48 | 33.2 | Instrumentu un aparātu ražošana mērīšanai, pārbaudei, izmēģināšanai, navigācijai un citiem mērķiem | 1489 | 34 | 12538917 | 19114342 | 66 |
| 49 | 33.1 | Medicīnisko, ķirurģisko iekārtu un ortopēdisko ierīču ražošana | 1487 | 70 | 5509489 | 9761984 | 56 |
| 50 | 29.3 | Lauksaimniecības un mežsaimniecības mašīnu ražošana | 1397 | 46 | 10583584 | 14935847 | 71 |
| 51 | 02.0 | Mežsaimniecība, kokmateriālu sagatavošana un ar to saistīti pakalpojumi | 1329 | 501 | 176625513 | 308429514 | 57 |
| 52 | 92.2 | Radio un televīzijas darbība | 1248 | 90 | 35646966 | 55279452 | 64 |
| 53 | 37.1 | Metāla atkritumu un lūžņu pārstrāde | 1206 | 33 | 33755574 | 59431030 | 57 |
| 54 | 28.6 | Griešanas instrumentu, darbarīku, slēdzeņu un eņģu ražošana | 1186 | 26 | 6351762 | 10242697 | 62 |
| 55 | 14.2 | Smilšu un māla ieguve | 1150 | 44 | 10127656 | 18387048 | 55 |

| | | | | | | | |
|----|------|---|------|------|-----------|------------|----|
| 56 | 50.4 | Motociklu, to detaļu un piederumu pārdošana, apkope un remonts | 1147 | 31 | 7916384 | 13241076 | 60 |
| 57 | 10.3 | Kūdras ieguve, apstrāde un aglomerācija | 1108 | 42 | 25143272 | 43308641 | 58 |
| 58 | 15.5 | Piena produktu ražošana | 1102 | 41 | 126721637 | 211853893 | 60 |
| 59 | 24.1 | Ķīmisko vielu ražošana | 1047 | 28 | 3620624 | 6875977 | 53 |
| 60 | 71.1 | Automobiļu iznomāšana | 1035 | 122 | 7494855 | 14822274 | 51 |
| 61 | 52.1 | Mazumtirdzniecība nespecializētajos veikalos | 962 | 2191 | 687970146 | 1396155376 | 49 |
| 62 | 26.6 | Betona, ģipša un cementa izstrādājumu ražošana | 925 | 112 | 69336942 | 159225791 | 44 |
| 63 | 28.2 | Metāla cisternu, rezervuāru un konteineru ražošana; centrālapkures katlu un radiatoru ražošana | 903 | 25 | 2930483 | 5943718 | 49 |
| 64 | 90 | Atkritumu apsaimniekošana, teritorijas tīrīšana Veterinārā darbība | 858 | 170 | 43724410 | 107005906 | 41 |
| 65 | 19.2 | Somu un līdzīgu izstrādājumu ražošana; zirglietu ražošana | 853 | 25 | 951865 | 1919974 | 50 |
| 66 | 20.3 | Koka celtniecības un galdniecības izstrādājumu ražošana | 789 | 284 | 48383285 | 100273093 | 48 |
| 67 | 92.6 | Sports | 733 | 216 | 12628686 | 33123735 | 38 |
| 68 | 55.5 | Slēgtās ēdnīcas un gatavo ēdienu piegāde | 673 | 161 | 7587567 | 17531009 | 43 |
| 69 | 15.2 | Zivju un zivju produktu pārstrāde un konservēšana | 667 | 93 | 43661370 | 111813566 | 39 |
| 70 | 85.2 | Veterinārā darbība | 655 | 51 | 1125601 | 2746745 | 41 |
| 71 | 52.3 | Farmaceutisko un medicīnisko preču, kosmētikas un tualetes piederumu mazumtirdzniecība | 591 | 513 | 90993678 | 228194903 | 40 |
| 72 | 55.4 | Bāri | 533 | 300 | 12064121 | 34064240 | 35 |
| 73 | 52.2 | Pārtikas, dzērienu un tabakas mazumtirdzniecība specializētajos veikalos | 529 | 199 | 21178726 | 53987904 | 39 |
| 74 | 28.1 | Metāla konstrukciju ražošana | 500 | 218 | 38419583 | 118390639 | 32 |
| 75 | 01.2 | Lopkopība | 494 | 170 | 21554305 | 66497868 | 32 |
| 76 | 01.3 | Augkopība un lopkopība (jauktā saimniecība) | 487 | 96 | 14905359 | 41520550 | 36 |
| 77 | 72.4 | Datu bāzu un Interneta portālu uzturēšana un ekspluatācija | 473 | 149 | 6578478 | 17429763 | 38 |
| 78 | 55.1 | Viesnīcas | 452 | 204 | 30139326 | 90682612 | 33 |
| 79 | 25.2 | Plastmasas izstrādājumu ražošana | 445 | 176 | 41461452 | 120187594 | 34 |
| 80 | 92.3 | Pārējā izklaides darbība | 407 | 216 | 8039979 | 28592209 | 28 |
| 81 | 74.6 | Apsardzes pakalpojumi un izmeklēšana | 396 | 185 | 16814504 | 55473021 | 30 |
| 82 | 15.1 | Gaļas un gaļas produktu ražošana, pārstrāde un konservēšana | 393 | 105 | 56576695 | 205421694 | 28 |
| 83 | 63.3 | Komplekso tūrisma uzņēmumu, tūrisma operatoru un tūrisma aģentūru darbība; citur neklasificēta darbība, kas saistīta ar tūristu apkalpošanu | 381 | 306 | 45935635 | 147543932 | 31 |
| 84 | 52.7 | Individuālās lietošanas priekšmetu, sadzīves aparatūras un iekārtu remonts | 370 | 223 | 2809602 | 9439635 | 30 |

| | | | | | | | |
|-----|-------|---|-----|------|-----------|------------|----|
| 85 | 22.2 | Poligrāfiskā izpilde un ar to saistīti pakalpojumi | 366 | 388 | 38038252 | 125948754 | 30 |
| 86 | 22.1 | Izdevējdarbība | 345 | 294 | 29496277 | 97431820 | 30 |
| 87 | 74.7 | Ēku tīrīšana un uzkopšana | 342 | 171 | 7217472 | 24483994 | 29 |
| 88 | 85.1 | Cilvēku veselības aizsardzība | 338 | 711 | 86501991 | 293288664 | 29 |
| 89 | 72.5 | Datoru un biroja tehnikas remonts un ekspluatācija | 331 | 177 | 5181908 | 18085054 | 29 |
| 90 | 50.1 | Automobiļu pārdošana | 307 | 377 | 215014744 | 870782956 | 25 |
| 91 | 18.2 | Pārējo apģērbu un apģērbu piederumu ražošana | 273 | 393 | 24689423 | 97879809 | 25 |
| 92 | 01.4 | Lauksaimnieciskie pakalpojumi, izņemot veterināro darbību; daiļdārzniecība | 243 | 236 | 3749510 | 17635243 | 21 |
| 93 | 80.4 | Pieaugušo un pārējā izglītība | 237 | 353 | 6015537 | 28987421 | 21 |
| 94 | 36.1 | Mēbeļu ražošana | 225 | 499 | 39518273 | 169172440 | 23 |
| 95 | 55.2 | Kempingi un citas īslaicīgas apmešanās vietas | 195 | 212 | 1673455 | 8909790 | 19 |
| 96 | 01.1 | Augkopība; dārzenkopība; dārzkopība | 186 | 271 | 8108024 | 43523547 | 19 |
| 97 | 55.3 | Restorāni | 179 | 1374 | 38943333 | 194153393 | 20 |
| 98 | 50.3 | Automobiļu detaļu un piederumu pārdošana | 155 | 709 | 42427780 | 233148447 | 18 |
| 99 | 51.4 | Individuālās lietošanas priekšmetu, sadzīves tehnikas un aparatūras vairumtirdzniecība | 133 | 1472 | 213763037 | 1193225662 | 18 |
| 100 | 51.3 | Pārtikas, dzērienu un tabakas izstrādājumu vairumtirdzniecība | 132 | 864 | 233237127 | 1348913898 | 17 |
| 101 | 60.2 | Autotransports | 128 | 2101 | 90095871 | 686633169 | 13 |
| 102 | 74.4 | Reklāma | 108 | 682 | 27367389 | 229182422 | 12 |
| 103 | 70.3 | Darbības ar nekustamo īpašumu uz līguma pamata vai par atlīdzību | 97 | 1393 | 29556506 | 207035379 | 14 |
| 104 | 45.3 | Inženiersistēmu montāža | 86 | 1040 | 45847316 | 382140385 | 12 |
| 105 | 45.2 | Ēku, būvju vai to daļu būvēšana; civilā būvniecība | 70 | 1420 | 184205101 | 1881260806 | 10 |
| 106 | 52.4 | Pārējā jaunu preču mazumtirdzniecība specializētajos veikalos | 64 | 3287 | 126212945 | 1263007654 | 10 |
| 107 | 50.2 | Automobiļu apkope un remonts | 60 | 1015 | 7457165 | 85522434 | 9 |
| 108 | 45.4 | Būvdarbu pabeigšana | 56 | 1249 | 34392489 | 333694390 | 10 |
| 109 | 74.1 | Juridiskie, grāmatvedības, auditorpakalpojumi un konsultācijas; tirgus un sabiedriskās domas izpēte; konsultēšana komercdarbībā | 49 | 2359 | 18164965 | 218610409 | 8 |
| 110 | 66.03 | Apdrošināšana un pensiju finansēšana, izņemot obligāto sociālo apdrošināšanu | | | | | |
| 111 | 18.1 | Ādas apģērbu ražošana | ● | 2 | ● | ● | |
| 112 | 21.1 | Celulozes, papīra un kartona ražošana | ● | 2 | ● | ● | |
| 113 | 26.3 | Keramikas flīžu un plākšņu ražošana | ● | 1 | ● | ● | |
| 114 | 31.4 | Akumulatoru, galvanisko elementu un galvanisko bateriju ražošana | ● | 2 | ● | ● | |
| 115 | 34.1 | Automobiļu ražošana | ● | 2 | ● | ● | |
| 116 | 40.2 | Gāzes ražošana un sadale pa gāzes | ● | 2 | ● | ● | |

| | | | | | | | |
|-----|------|---|-----|-----|-----|-----|--|
| | | vadiem | | | | | |
| 117 | 14.3 | Ķīmikāliju un minerālmēslu ražošanā izmantojamo minerālu ieguve | ... | ... | ... | ... | |
| 118 | 33.5 | Pulksteņu ražošana | ... | ... | ... | ... | |

**lielākos uzņēmumus izvēlējies pēc ražošanas apjomiem*

- *dati nav publicējami to konfidencialitātes dēļ (CSP piezīme)*

... parādība nav konstatēta (CSP piezīme)

Avots: RSEBAA apkopojums pēc CSP nepublicētiem materiāliem

4. PIELIKUMS

Latvijas tautsaimniecības nozaru ranžējums pēc Koncentrācijas indeksa (CR4, četriem nozarē lielākajiem uzņēmumiem), kas tika aprēķināts 2006.gadam katrai nozarei (saskaņā ar 1.pielikumā uzradīto nozaru sarakstu)

| N | Grupa pēc NACE 1.1. red. | Nozare | CR4, % | Uzņēmumu skaits | Kopējie realizācijas apjomi 4 lielākajiem uzņēmumiem, Ls | Kopējie realizācijas apjomi visos uzņēmumos, Ls | Herfindahla-Hiršmana indekss |
|----|--------------------------|---|--------|-----------------|--|---|------------------------------|
| 1 | 24.2 | Pesticīdu u.c. agroķīmisko preparātu ražošana | 100 | 4 | 285261 | 285261 | 6125 |
| 2 | 26.4 | Māla ķieģeļu, flīžu un citu apdedzināto būvmateriālu ražošana | 100 | 4 | 3211307 | 3211307 | 3807 |
| 3 | 29.7 | Sadzīves aparatūras un iekārtu ražošana | 100 | 4 | 233853 | 233853 | 3545 |
| 4 | 36.3 | Mūzikas instrumentu ražošana | 100 | 4 | 228403 | 228403 | 6600 |
| 5 | 62.1 | Regulārais gaisa transports | 100 | 4 | 120710421 | 120710421 | 9457 |
| 6 | 15.4 | Augu un dzīvnieku eļļu un tauku ražošana | 100 | 5 | 7655549 | 7685685 | 5235 |
| 7 | 92.4 | Ziņu aģentūru darbība | 100 | 6 | 2832012 | 2844276 | 4427 |
| 8 | 31.5 | Apgaismes ierīču un elektrisko lampu ražošana | 99 | 9 | 2448290 | 2472790 | 7354 |
| 9 | 34.3 | Detaju un piederumu ražošana automobiļiem un to dzinējiem | 99 | 9 | 18808954 | 19001040 | 3356 |
| 10 | 31.3 | Izolēto vadu un kabeļu ražošana | 98 | 6 | 10077373 | 10318865 | 6603 |
| 11 | 33.4 | Optisko instrumentu un fotoiekārtu ražošana | 97 | 7 | 4751581 | 4911231 | 2643 |
| 12 | 60.1 | Dzelzceļa transports | 97 | 12 | 239346210 | 247419870 | 6079 |
| 13 | 40.1 | Elektroenerģijas ražošana un sadale | 97 | 130 | 369200382 | 382085797 | 6488 |
| 14 | 92.5 | Bibliotēku, arhīvu, muzeju un citu kultūras iestāžu darbība | 96 | 14 | 1745948 | 1817956 | 7592 |
| 15 | 30 | Biroja tehnikas un datoru ražošana | 95 | 21 | 18121179 | 18999933 | 4480 |
| 16 | 24.4 | Farmaceutisko, medicīnisko un fitoķīmisko preparātu ražošana | 95 | 22 | 61793643 | 64846183 | 4840 |
| 17 | 24.3 | Krāsu, pernicu u.tml. pārklājumu, tipogrāfijas krāsu un mastikas ražošana | 94 | 12 | 13795872 | 14608933 | 4118 |
| 18 | 64.1 | Pasta un kurjeru darbība | 94 | 22 | 46777059 | 49925170 | 6004 |
| 19 | 18.3 | Kažokādu izstrādāšana un krāsošana; kažokādu izstrādājumu ražošana | 93 | 6 | 266060 | 285726 | 3217 |
| 20 | 31.2 | Elektrosadales un kontroles aparātu ražošana | 93 | 13 | 33372031 | 35857754 | 3080 |
| 21 | 34.2 | Automobiļu virsbūvju ražošana; piekabju un puspiekabju ražošana | 93 | 6 | 21270581 | 22865872 | 2929 |
| 22 | 41 | Ūdens ieguve, attīrīšana un sadale | 91 | 21 | 26159805 | 28621265 | 4945 |
| 23 | 37.2 | Nemetāla atkritumu un lūžņu pārstrāde | 90 | 15 | 2933385 | 3249022 | 3832 |
| 24 | 15.7 | Dzīvnieku barības ražošana | 90 | 12 | 17951711 | 19964420 | 2440 |
| 25 | 20.2 | Finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas) ražošana, saplākšņu ražošana, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošana | 89 | 20 | 158903606 | 178311879 | 4232 |
| 26 | 15.6 | Graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošana | 88 | 25 | 39887003 | 45369572 | 3219 |
| 27 | 22.3 | Ierakstu reproducēšana | 88 | 16 | 2797299 | 3195455 | 3858 |

| | | | | | | | |
|----|------|--|----|-----|-----------|-----------|------|
| 28 | 25.1 | Gumijas izstrādājumu ražošana | 86 | 15 | 8546700 | 9992939 | 2679 |
| 29 | 24.5 | Ziepju, mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas līdzekļu, smaržu un kosmētisko līdzekļu ražošana | 84 | 30 | 15755872 | 18660462 | 3353 |
| 30 | 64.2 | Telekomunikācijas | 83 | 276 | 430393230 | 517977604 | 2333 |
| 31 | 26.1 | Stikla un stikla izstrādājumu ražošana | 80 | 33 | 42914407 | 53479628 | 4397 |
| 32 | 36.5 | Spēļu un rotaļlietu ražošana | 78 | 23 | 2856297 | 3659200 | 2355 |
| 33 | 29.4 | Darbgaldu ražošana | 78 | 39 | 21627351 | 27776717 | 3829 |
| 34 | 26.2 | Keramikas izstrādājumu ražošana, izņemot būvkeramiku | 76 | 20 | 1158045 | 1517347 | 2431 |
| 35 | 36.2 | Juvelierizstrādājumu un līdzīgu izstrādājumu ražošana | 75 | 21 | 1125824 | 1492945 | 1661 |
| 36 | 19.3 | Apavu ražošana | 74 | 11 | 1116069 | 1514444 | 1655 |
| 37 | 67.1 | Finanšu starpniecību papildinoša darbība, izņemot apdrošināšanu un pensiju finansēšanu | 73 | 83 | 47571643 | 65173417 | 1621 |
| 38 | 15.3 | Augļu un dārzeņu pārstrāde un konservēšana | 72 | 25 | 17455369 | 24126132 | 1964 |
| 39 | 29.3 | Lauksaimniecības un mežsaimniecības mašīnu ražošana | 71 | 46 | 10583584 | 14935847 | 1397 |
| 40 | 28.4 | Metāla kalšana, presēšana, štancēšana un velmēšana; pulvermetallurģija | 70 | 14 | 2242006 | 3187129 | 2155 |
| 41 | 36.4 | Sporta preču ražošana | 70 | 10 | 455286 | 653350 | 1766 |
| 42 | 15.9 | Dzērienu ražošana (ja iespējams, tikai bezalkoholiskos dzērienus) | 69 | 50 | 163141466 | 236371741 | 1841 |
| 43 | 17.7 | Adīto un tamborēto izstrādājumu ražošana | 68 | 50 | 17569984 | 25722258 | 1667 |
| 44 | 92.1 | Ar kino un video saistīta darbība | 66 | 77 | 9514326 | 14431714 | 2283 |
| 45 | 40.3 | Tvaika un karstā ūdens piegāde | 66 | 106 | 88578164 | 134884310 | 2734 |
| 46 | 33.2 | Instrumentu un aparātu ražošana mērīšanai, pārbaudei, izmēģināšanai, navigācijai un citiem mērķiem | 66 | 34 | 12538917 | 19114342 | 1489 |
| 47 | 92.2 | Radio un televīzijas darbība | 64 | 90 | 35646966 | 55279452 | 1248 |
| 48 | 50.5 | Autodegvielas mazumtirdzniecība | 64 | 183 | 475643955 | 739516684 | 1700 |
| 49 | 28.6 | Griešanas instrumentu, darbarīku, slēdzeņu un eņģu ražošana | 62 | 26 | 6351762 | 10242697 | 1186 |
| 50 | 21.2 | Papīra un kartona izstrādājumu ražošana | 61 | 51 | 29591526 | 48719138 | 1561 |
| 51 | 15.5 | Piena produktu ražošana | 60 | 41 | 126721637 | 211853893 | 1102 |
| 52 | 50.4 | Motociklu, to detaļu un piederumu pārdošana, apkope un remonts | 60 | 31 | 7916384 | 13241076 | 1147 |
| 53 | 10.3 | Kūdras ieguve, apstrāde un aglomerācija | 58 | 42 | 25143272 | 43308641 | 1108 |
| 54 | 02.0 | Mežsaimniecība, kokmateriālu sagatavošana un ar to saistīti pakalpojumi | 57 | 501 | 176625513 | 308429514 | 1329 |
| 55 | 37.1 | Metāla atkritumu un lūžņu pārstrāde | 57 | 33 | 33755574 | 59431030 | 1206 |
| 56 | 33.1 | Medicīnisko, ķirurģisko iekārtu un ortopēdisko ierīču ražošana | 56 | 70 | 5509489 | 9761984 | 1487 |
| 57 | 14.2 | Smilšu un māla ieguve | 55 | 44 | 10127656 | 18387048 | 1150 |
| 58 | 24.1 | Ķīmisko vielu ražošana | 53 | 28 | 3620624 | 6875977 | 1047 |
| 59 | 52.5 | Lietotu preču mazumtirdzniecība veikalos | 52 | 348 | 9310769 | 17805869 | 1556 |
| 60 | 71.1 | Automobiļu iznomāšana | 51 | 122 | 7494855 | 14822274 | 1035 |
| 61 | 19.2 | Somu un līdzīgu izstrādājumu ražošana; zirglietu ražošana | 50 | 25 | 951865 | 1919974 | 853 |

| | | | | | | | |
|----|------|---|----|------|-----------|------------|-----|
| 62 | 28.2 | Metāla cisternu, rezervuāru un konteineru ražošana; centrālapkures katlu un radiatoru ražošana | 49 | 25 | 2930483 | 5943718 | 903 |
| 63 | 52.1 | Mazumtirdzniecība nespecializētajos veikalos | 49 | 2191 | 687970146 | 1396155376 | 962 |
| 64 | 20.3 | Koka celtniecības un galdniecības izstrādājumu ražošana | 48 | 284 | 48383285 | 100273093 | 789 |
| 65 | 26.6 | Betona, ģipša un cementa izstrādājumu ražošana | 44 | 112 | 69336942 | 159225791 | 925 |
| 66 | 55.5 | Slēgtās ēdnīcas un gatavo ēdienu piegāde | 43 | 161 | 7587567 | 17531009 | 673 |
| 67 | 85.2 | Veterinārā darbība | 41 | 51 | 1125601 | 2746745 | 655 |
| 68 | 90 | Atkritumu apsaimniekošana, teritorijas tīrīšana Veterinārā darbība | 41 | 170 | 43724410 | 107005906 | 858 |
| 69 | 52.3 | Farmaceutisko un medicīnisko preču, kosmētikas un tualetes piederumu mazumtirdzniecība | 40 | 513 | 90993678 | 228194903 | 591 |
| 70 | 52.2 | Pārtikas, dzērienu un tabakas mazumtirdzniecība specializētajos veikalos | 39 | 199 | 21178726 | 53987904 | 529 |
| 71 | 15.2 | Zivju un zivju produktu pārstrāde un konservēšana | 39 | 93 | 43661370 | 111813566 | 667 |
| 72 | 92.6 | Sports | 38 | 216 | 12628686 | 33123735 | 733 |
| 73 | 72.4 | Datu bāzu un Interneta portālu uzturēšana un ekspluatācija | 38 | 149 | 6578478 | 17429763 | 473 |
| 74 | 01.3 | Augkopība un lopkopība (jauktā saimniecība) | 36 | 96 | 14905359 | 41520550 | 487 |
| 75 | 55.4 | Bāri | 35 | 300 | 12064121 | 34064240 | 533 |
| 76 | 25.2 | Plastmasas izstrādājumu ražošana | 34 | 176 | 41461452 | 120187594 | 445 |
| 77 | 55.1 | Viesnīcas | 33 | 204 | 30139326 | 90682612 | 452 |
| 78 | 28.1 | Metāla konstrukciju ražošana | 32 | 218 | 38419583 | 118390639 | 500 |
| 79 | 01.2 | Lopkopība | 32 | 170 | 21554305 | 66497868 | 494 |
| 80 | 63.3 | Komplekso tūrisma uzņēmumu, tūrisma operatoru un tūrisma aģentūru darbība; citur neklasificēta darbība, kas saistīta ar tūristu apkalpošanu | 31 | 306 | 45935635 | 147543932 | 381 |
| 81 | 74.6 | Apsardzes pakalpojumi un izmeklēšana | 30 | 185 | 16814504 | 55473021 | 396 |
| 82 | 22.1 | Izdevējdarbība | 30 | 294 | 29496277 | 97431820 | 345 |
| 83 | 22.2 | Poligrāfiskā izpilde un ar to saistīti pakalpojumi | 30 | 388 | 38038252 | 125948754 | 366 |
| 84 | 52.7 | Individuālās lietošanas priekšmetu, sadzīves aparātūras un iekārtu remonts | 30 | 223 | 2809602 | 9439635 | 370 |
| 85 | 85.1 | Cilvēku veselības aizsardzība | 29 | 711 | 86501991 | 293288664 | 338 |
| 86 | 74.7 | Ēku tīrīšana un uzkopšana | 29 | 171 | 7217472 | 24483994 | 342 |
| 87 | 72.5 | Datoru un biroja tehnikas remonts un ekspluatācija | 29 | 177 | 5181908 | 18085054 | 331 |
| 88 | 92.3 | Pārējā izklaides darbība | 28 | 216 | 8039979 | 28592209 | 407 |
| 89 | 15.1 | Gaļas un gaļas produktu ražošana, pārstrāde un konservēšana | 28 | 105 | 56576695 | 205421694 | 393 |
| 90 | 18.2 | Pārējo apģērbu un apģērbu piederumu ražošana | 25 | 393 | 24689423 | 97879809 | 273 |
| 91 | 50.1 | Automobiļu pārdošana | 25 | 377 | 215014744 | 870782956 | 307 |
| 92 | 36.1 | Mēbeļu ražošana | 23 | 499 | 39518273 | 169172440 | 225 |
| 93 | 01.4 | Lauksaimnieciskie pakalpojumi, izņemot veterināro darbību; daiļdārzniecība | 21 | 236 | 3749510 | 17635243 | 243 |
| 94 | 80.4 | Pieaugušo un pārējā izglītība | 21 | 353 | 6015537 | 28987421 | 237 |
| 95 | 55.3 | Restorāni | 20 | 1374 | 38943333 | 194153393 | 179 |
| 96 | 55.2 | Kempingi un citas īslaicīgas apmešanās vietas | 19 | 212 | 1673455 | 8909790 | 195 |

| | | | | | | | |
|-----|-------|---|----|------|-----------|------------|-----|
| 97 | 01.1 | Augkopība; dārzenkopība; dārzkopība | 19 | 271 | 8108024 | 43523547 | 186 |
| 98 | 50.3 | Automobiļu detaļu un piederumu pārdošana | 18 | 709 | 42427780 | 233148447 | 155 |
| 99 | 51.4 | Individuālās lietošanas priekšmetu, sadzīves tehnikas un aparatūras vairumtirdzniecība | 18 | 1472 | 213763037 | 1193225662 | 133 |
| 100 | 51.3 | Pārtikas, dzērienu un tabakas izstrādājumu vairumtirdzniecība | 17 | 864 | 233237127 | 1348913898 | 132 |
| 101 | 70.3 | Darbības ar nekustamo īpašumu uz līguma pamata vai par atlīdzību | 14 | 1393 | 29556506 | 207035379 | 97 |
| 102 | 60.2 | Autotransports | 13 | 2101 | 90095871 | 686633169 | 128 |
| 103 | 45.3 | Inženiersistēmu montāža | 12 | 1040 | 45847316 | 382140385 | 86 |
| 104 | 74.4 | Reklāma | 12 | 682 | 27367389 | 229182422 | 108 |
| 105 | 45.4 | Būvdarbu pabeigšana | 10 | 1249 | 34392489 | 333694390 | 56 |
| 106 | 52.4 | Pārējā jaunu preču mazumtirdzniecība specializētajos veikalos | 10 | 3287 | 126212945 | 1263007654 | 64 |
| 107 | 45.2 | Ēku, būvju vai to daļu būvēšana; civilā būvniecība | 10 | 1420 | 184205101 | 1881260806 | 70 |
| 108 | 50.2 | Automobiļu apkope un remonts | 9 | 1015 | 7457165 | 85522434 | 60 |
| 109 | 74.1 | Juridiskie, grāmatvedības, auditorpakalpojumi un konsultācijas; tirgus un sabiedriskās domas izpēte; konsultēšana komercdarbībā | 8 | 2359 | 18164965 | 218610409 | 49 |
| 110 | 14.3 | Ķīmikāliju un minerālmēslu ražošanā izmantojamo minerālu ieguve | | ... | ... | ... | ... |
| 111 | 18.1 | Ādas apģērbu ražošana | | 2 | ● | ● | ● |
| 112 | 21.1 | Celulozes, papīra un kartona ražošana | | 2 | ● | ● | ● |
| 113 | 26.3 | Keramikas flīžu un plākšņu ražošana | | 1 | ● | ● | ● |
| 114 | 31.4 | Akumulatoru, galvanisko elementu un galvanisko bateriju ražošana | | 2 | ● | ● | ● |
| 115 | 33.5 | Pulksteņu ražošana | | ... | ... | ... | ... |
| 116 | 34.1 | Automobiļu ražošana | | 2 | ● | ● | ● |
| 117 | 40.2 | Gāzes ražošana un sadale pa gāzes vadiem | | 2 | ● | ● | ● |
| 118 | 66.03 | Apdrošināšana un pensiju finansēšana, izņemot obligāto sociālo apdrošināšanu | | | | | |

*lielākos uzņēmumus izvēlējies pēc ražošanas apjomiem

● dati nav publicējami to konfidencialitātes dēļ (CSP piezīme)

... parādība nav konstatēta (CSP piezīme)

Avots: RSEBAA apkopojums pēc CSP nepublicētiem materiāliem

5. PIELIKUMS

Latvijas tautsaimniecības nozaru ranžējums pēc nozares kopējiem realizācijas apjomiem, kas tika aprēķināti 2006.gadam katrai nozarei (saskaņā ar 1.pielikumā uzradīto nozaru sarakstu)

| N | Grupa pēc NACE 1.1. red. | Nozare | Kopējie realizācijas apjomi visos uzņēmumos, Ls | Uzņēmumu skaits kopējā | realizācijas apjomi 4 lielākajiem uzņēmumiem*, Ls | Herfindāla-Hiršmana idekss | CR4, % |
|----|--------------------------|---|---|------------------------|---|----------------------------|--------|
| 1 | 45.2 | Ēku, būvju vai to daļu būvēšana; civilā būvniecība | 1 881 260 806 | 1420 | 184205101 | 70 | 10 |
| 2 | 52.1 | Mazumtirdzniecība nespecializētajos veikalos | 1 396 155 376 | 2191 | 687970146 | 962 | 49 |
| 3 | 51.3 | Pārtikas, dzērienu un tabakas izstrādājumu vairumtirdzniecība | 1 348 913 898 | 864 | 233237127 | 132 | 17 |
| 4 | 52.4 | Pārējā jaunu preču mazumtirdzniecība specializētajos veikalos | 1 263 007 654 | 3287 | 126212945 | 64 | 10 |
| 5 | 51.4 | Individuālās lietošanas priekšmetu, sadzīves tehnikas un aparatūras vairumtirdzniecība | 1 193 225 662 | 1472 | 213763037 | 133 | 18 |
| 6 | 50.1 | Automobiļu pārdošana | 870 782 956 | 377 | 215014744 | 307 | 25 |
| 7 | 50.5 | Autodeģvielas mazumtirdzniecība | 739 516 684 | 183 | 475643955 | 1700 | 64 |
| 8 | 60.2 | Autotransports | 686 633 169 | 2101 | 90095871 | 128 | 13 |
| 9 | 64.2 | Telekomunikācijas | 517 977 604 | 276 | 430393230 | 2333 | 83 |
| 10 | 45.3 | Inženiersistēmu montāža | 382 140 385 | 1040 | 45847316 | 86 | 12 |
| 11 | 40.1 | Elektroenerģijas ražošana un sadale | 382 085 797 | 130 | 369200382 | 6488 | 97 |
| 12 | 45.4 | Būvdarbu pabeigšana | 333 694 390 | 1249 | 34392489 | 56 | 10 |
| 13 | 02.0 | Mežsaimniecība, kokmateriālu sagatavošana un ar to saistīti pakalpojumi | 308 429 514 | 501 | 176625513 | 1329 | 57 |
| 14 | 85.1 | Cilvēku veselības aizsardzība | 293 288 664 | 711 | 86501991 | 338 | 29 |
| 15 | 60.1 | Dzelzceļa transports | 247 419 870 | 12 | 239346210 | 6079 | 97 |
| 16 | 15.9 | Dzērienu ražošana (ja iespējams, tikai bezalkoholiskos dzērienus) | 236 371 741 | 50 | 163141466 | 1841 | 69 |
| 17 | 50.3 | Automobiļu detaļu un piederumu pārdošana | 233 148 447 | 709 | 42427780 | 155 | 18 |
| 18 | 74.4 | Reklāma | 229 182 422 | 682 | 27367389 | 108 | 12 |
| 19 | 52.3 | Farmaceutisko un medicīnisko preču, kosmētikas un tualetes piederumu mazumtirdzniecība | 228 194 903 | 513 | 90993678 | 591 | 40 |
| 20 | 74.1 | Juridiskie, grāmatvedības, auditorpakalpojumi un konsultācijas; tirgus un sabiedriskās domas izpēte; konsultēšana komercdarbībā | 218 610 409 | 2359 | 18164965 | 49 | 8 |
| 21 | 15.5 | Piena produktu ražošana | 211 853 893 | 41 | 126721637 | 1102 | 60 |
| 22 | 70.3 | Darbības ar nekustamo īpašumu uz līguma pamata vai par atlīdzību | 207 035 379 | 1393 | 29556506 | 97 | 14 |
| 23 | 15.1 | Gaļas un gaļas produktu ražošana, pārstrāde un konservēšana | 205 421 694 | 105 | 56576695 | 393 | 28 |
| 24 | 55.3 | Restorāni | 194 153 393 | 1374 | 38943333 | 179 | 20 |
| 25 | 20.2 | Finiera lokšņu (finierskaidas un lobskaidas) ražošana, saplākšņu ražošana, līmēto plātņu, skaidu plātņu, šķiedru plātņu un citu paneļu un plātņu ražošana | 178 311 879 | 20 | 158903606 | 4232 | 89 |

| | | | | | | | |
|----|------|---|-------------|------|-----------|------|-----|
| 26 | 36.1 | Mēbeļu ražošana | 169 172 440 | 499 | 39518273 | 225 | 23 |
| 27 | 26.6 | Betona, ģipša un cementa izstrādājumu ražošana | 159 225 791 | 112 | 69336942 | 925 | 44 |
| 28 | 63.3 | Komplekso tūrisma uzņēmumu, tūrisma operatoru un tūrisma aģentūru darbība; citur neklasificēta darbība, kas saistīta ar tūristu apkalpošanu | 147 543 932 | 306 | 45935635 | 381 | 31 |
| 29 | 40.3 | Tvaika un karstā ūdens piegāde | 134 884 310 | 106 | 88578164 | 2734 | 66 |
| 30 | 22.2 | Poligrāfiskā izpilde un ar to saistīti pakalpojumi | 125 948 754 | 388 | 38038252 | 366 | 30 |
| 31 | 62.1 | Regulārais gaisa transports | 120 710 421 | 4 | 120710421 | 9457 | 100 |
| 32 | 25.2 | Plastmasas izstrādājumu ražošana | 120 187 594 | 176 | 41461452 | 445 | 34 |
| 33 | 28.1 | Metāla konstrukciju ražošana | 118 390 639 | 218 | 38419583 | 500 | 32 |
| 34 | 15.2 | Zivju un zivju produktu pārstrāde un konservēšana | 111 813 566 | 93 | 43661370 | 667 | 39 |
| 35 | 90 | Atkritumu apsaimniekošana, teritorijas tīrīšana Veterinārā darbība | 107 005 906 | 170 | 43724410 | 858 | 41 |
| 36 | 20.3 | Koka celtniecības un galdniecības izstrādājumu ražošana | 100 273 093 | 284 | 48383285 | 789 | 48 |
| 37 | 18.2 | Pārējo apģērbu un apģērbu piederumu ražošana | 97 879 809 | 393 | 24689423 | 273 | 25 |
| 38 | 22.1 | Izdevējdarbība | 97 431 820 | 294 | 29496277 | 345 | 30 |
| 39 | 55.1 | Viesnīcas | 90 682 612 | 204 | 30139326 | 452 | 33 |
| 40 | 50.2 | Automobiļu apkope un remonts | 85 522 434 | 1015 | 7457165 | 60 | 9 |
| 41 | 01.2 | Lopkopība | 66 497 868 | 170 | 21554305 | 494 | 32 |
| 42 | 67.1 | Finanšu starpniecību papildinoša darbība, izņemot apdrošināšanu un pensiju finansēšanu | 65 173 417 | 83 | 47571643 | 1621 | 73 |
| 43 | 24.4 | Farmaceutisko, medicīnisko un fitoķīmisko preparātu ražošana | 64 846 183 | 22 | 61793643 | 4840 | 95 |
| 44 | 37.1 | Metāla atkritumu un lūžņu pārstrāde | 59 431 030 | 33 | 33755574 | 1206 | 57 |
| 45 | 74.6 | Apsardzes pakalpojumi un izmeklēšana | 55 473 021 | 185 | 16814504 | 396 | 30 |
| 46 | 92.2 | Radio un televīzijas darbība | 55 279 452 | 90 | 35646966 | 1248 | 64 |
| 47 | 52.2 | Pārtikas, dzērienu un tabakas mazumtirdzniecība specializētajos veikalos | 53 987 904 | 199 | 21178726 | 529 | 39 |
| 48 | 26.1 | Stikla un stikla izstrādājumu ražošana | 53 479 628 | 33 | 42914407 | 4397 | 80 |
| 49 | 64.1 | Pasta un kurjeru darbība | 49 925 170 | 22 | 46777059 | 6004 | 94 |
| 50 | 21.2 | Papīra un kartona izstrādājumu ražošana | 48 719 138 | 51 | 29591526 | 1561 | 61 |
| 51 | 15.6 | Graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošana | 45 369 572 | 25 | 39887003 | 3219 | 88 |
| 52 | 01.1 | Augkopība; dārzenkopība; dārzkopība | 43 523 547 | 271 | 8108024 | 186 | 19 |
| 53 | 10.3 | Kūdras ieguve, apstrāde un aglomerācija | 43 308 641 | 42 | 25143272 | 1108 | 58 |
| 54 | 01.3 | Augkopība un lopkopība (jauktā saimniecība) | 41 520 550 | 96 | 14905359 | 487 | 36 |
| 55 | 31.2 | Elektrosadales un kontroles aparātu ražošana | 35 857 754 | 13 | 33372031 | 3080 | 93 |
| 56 | 55.4 | Bāri | 34 064 240 | 300 | 12064121 | 533 | 35 |
| 57 | 92.6 | Sports | 33 123 735 | 216 | 12628686 | 733 | 38 |
| 58 | 80.4 | Pieaugušo un pārējā izglītība | 28 987 421 | 353 | 6015537 | 237 | 21 |
| 59 | 41 | Ūdens ieguve, attīrīšana un sadale | 28 621 265 | 21 | 26159805 | 4945 | 91 |
| 60 | 92.3 | Pārējā izklaides darbība | 28 592 209 | 216 | 8039979 | 407 | 28 |
| 61 | 29.4 | Darbgaldu ražošana | 27 776 717 | 39 | 21627351 | 3829 | 78 |
| 62 | 17.7 | Adīto un tamborēto izstrādājumu ražošana | 25 722 258 | 50 | 17569984 | 1667 | 68 |
| 63 | 74.7 | Ēku tīrīšana un uzkopšana | 24 483 994 | 171 | 7217472 | 342 | 29 |
| 64 | 15.3 | Augļu un dārzeņu pārstrāde un konservēšana | 24 126 132 | 25 | 17455369 | 1964 | 72 |

| | | | | | | | |
|----|------|--|------------|-----|----------|------|-----|
| 65 | 34.2 | Automobiļu virsbūvju ražošana; piekabju un puspiekabju ražošana | 22 865 872 | 6 | 21270581 | 2929 | 93 |
| 66 | 15.7 | Dzīvnieku barības ražošana | 19 964 420 | 12 | 17951711 | 2440 | 90 |
| 67 | 33.2 | Instrumentu un aparātu ražošana mērīšanai, pārbaudei, izmēģināšanai, navigācijai un citiem mērķiem | 19 114 342 | 34 | 12538917 | 1489 | 66 |
| 68 | 34.3 | Daļu un piederumu ražošana automobiļiem un to dzinējiem | 19 001 040 | 9 | 18808954 | 3356 | 99 |
| 69 | 30 | Biroja tehnikas un datoru ražošana | 18 999 933 | 21 | 18121179 | 4480 | 95 |
| 70 | 24.5 | Ziepju, mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas līdzekļu, smaržu un kosmētisko līdzekļu ražošana | 18 660 462 | 30 | 15755872 | 3353 | 84 |
| 71 | 14.2 | Smilšu un māla ieguve | 18 387 048 | 44 | 10127656 | 1150 | 55 |
| 72 | 72.5 | Datoru un biroja tehnikas remonts un ekspluatācija | 18 085 054 | 177 | 5181908 | 331 | 29 |
| 73 | 52.5 | Lietotu preču mazumtirdzniecība veikalos | 17 805 869 | 348 | 9310769 | 1556 | 52 |
| 74 | 01.4 | Lauksaimnieciskie pakalpojumi, izņemot veterināro darbību; daiļdārzniecība | 17 635 243 | 236 | 3749510 | 243 | 21 |
| 75 | 55.5 | Slēgtās ēdnīcas un gatavo ēdienu piegāde | 17 531 009 | 161 | 7587567 | 673 | 43 |
| 76 | 72.4 | Datu bāzu un Interneta portālu uzturēšana un ekspluatācija | 17 429 763 | 149 | 6578478 | 473 | 38 |
| 77 | 29.3 | Lauksaimniecības un mežsaimniecības mašīnu ražošana | 14 935 847 | 46 | 10583584 | 1397 | 71 |
| 78 | 71.1 | Automobiļu iznomāšana | 14 822 274 | 122 | 7494855 | 1035 | 51 |
| 79 | 24.3 | Krāsu, pernicu u.tml. pārklājumu, tipogrāfijas krāsu un mastikas ražošana | 14 608 933 | 12 | 13795872 | 4118 | 94 |
| 80 | 92.1 | Ar kino un video saistīta darbība | 14 431 714 | 77 | 9514326 | 2283 | 66 |
| 81 | 50.4 | Motociklu, to detaļu un piederumu pārdošana, apkope un remonts | 13 241 076 | 31 | 7916384 | 1147 | 60 |
| 82 | 31.3 | Izolēto vadu un kabeļu ražošana | 10 318 865 | 6 | 10077373 | 6603 | 98 |
| 83 | 28.6 | Griešanas instrumentu, darbarīku, slēdzeņu un eņģu ražošana | 10 242 697 | 26 | 6351762 | 1186 | 62 |
| 84 | 25.1 | Gumijas izstrādājumu ražošana | 9 992 939 | 15 | 8546700 | 2679 | 86 |
| 85 | 33.1 | Medicīnisko, ķirurģisko iekārtu un ortopēdisko ierīču ražošana | 9 761 984 | 70 | 5509489 | 1487 | 56 |
| 86 | 52.7 | Individuālās lietošanas priekšmetu, sadzīves aparatūras un iekārtu remonts | 9 439 635 | 223 | 2809602 | 370 | 30 |
| 87 | 55.2 | Kempingi un citas īslaicīgas apmešanās vietas | 8 909 790 | 212 | 1673455 | 195 | 19 |
| 88 | 15.4 | Augu un dzīvnieku eļļu un tauku ražošana | 7 685 685 | 5 | 7655549 | 5235 | 100 |
| 89 | 24.1 | Ķīmisko vielu ražošana | 6 875 977 | 28 | 3620624 | 1047 | 53 |
| 90 | 28.2 | Metāla cisternu, rezervuāru un konteineru ražošana; centrālapkures katlu un radiatoru ražošana | 5 943 718 | 25 | 2930483 | 903 | 49 |
| 91 | 33.4 | Optisko instrumentu un fotoiekārtu ražošana | 4 911 231 | 7 | 4751581 | 2643 | 97 |
| 92 | 36.5 | Spēļu un rotaļlietu ražošana | 3 659 200 | 23 | 2856297 | 2355 | 78 |
| 93 | 37.2 | Nemetāla atkritumu un lūžņu pārstrāde | 3 249 022 | 15 | 2933385 | 3832 | 90 |
| 94 | 26.4 | Māla ķieģeļu, flīžu un citu apdedzināto būvmateriālu ražošana | 3 211 307 | 4 | 3211307 | 3807 | 100 |
| 95 | 22.3 | Ierakstu reproducēšana | 3 195 455 | 16 | 2797299 | 3858 | 88 |
| 96 | 28.4 | Metāla kalšana, presēšana, štancēšana un velmēšana; pulvermetallurģija | 3 187 129 | 14 | 2242006 | 2155 | 70 |
| 97 | 92.4 | Ziņu aģentūru darbība | 2 844 276 | 6 | 2832012 | 4427 | 100 |

| | | | | | | | |
|-----|------|--|-----------|-----|---------|------|-----|
| 98 | 85.2 | Veterinārā darbība | 2 746 745 | 51 | 1125601 | 655 | 41 |
| 99 | 31.5 | Apgaismes ierīču un elektrisko lampu ražošana | 2 472 790 | 9 | 2448290 | 7354 | 99 |
| 100 | 19.2 | Somu un līdzīgu izstrādājumu ražošana; zirglietu ražošana | 1 919 974 | 25 | 951865 | 853 | 50 |
| 101 | 92.5 | Bibliotēku, arhīvu, muzeju un citu kultūras iestāžu darbība | 1 817 956 | 14 | 1745948 | 7592 | 96 |
| 102 | 26.2 | Keramikas izstrādājumu ražošana, izņemot būvkeramiku | 1 517 347 | 20 | 1158045 | 2431 | 76 |
| 103 | 19.3 | Apavu ražošana | 1 514 444 | 11 | 1116069 | 1655 | 74 |
| 104 | 36.2 | Juvelierizstrādājumu un līdzīgu izstrādājumu ražošana | 1 492 945 | 21 | 1125824 | 1661 | 75 |
| 105 | 36.4 | Sporta preču ražošana | 653 350 | 10 | 455286 | 1766 | 70 |
| 106 | 18.3 | Kažokādu izstrādāšana un krāsošana; kažokādu izstrādājumu ražošana | 285 726 | 6 | 266060 | 3217 | 93 |
| 107 | 24.2 | Pesticīdu u.c. agroķīmisko preparātu ražošana | 285 261 | 4 | 285261 | 6125 | 100 |
| 108 | 29.7 | Sadzīves aparatūras un iekārtu ražošana | 233 853 | 4 | 233853 | 3545 | 100 |
| 109 | 36.3 | Mūzikas instrumentu ražošana | 228 403 | 4 | 228403 | 6600 | 100 |
| 110 | 66 | Apdrošināšana un pensiju finansēšana, izņemot obligāto sociālo apdrošināšanu | | | | | |
| 111 | 18.1 | Ādas apģērbu ražošana | ● | 2 | ● | ● | |
| 112 | 21.1 | Celulozes, papīra un kartona ražošana | ● | 2 | ● | ● | |
| 113 | 26.3 | Keramikas flīžu un plāksņu ražošana | ● | 1 | ● | ● | |
| 114 | 31.4 | Akumulatoru, galvanisko elementu un galvanisko bateriju ražošana | ● | 2 | ● | ● | |
| 115 | 34.1 | Automobiļu ražošana | ● | 2 | ● | ● | |
| 116 | 40.2 | Gāzes ražošana un sadale pa gāzes vadiem | ● | 2 | ● | ● | |
| 117 | 14.3 | Ķīmikāliju un minerālmēsļu ražošanā izmantojamo minerālu ieguve | ... | ... | ... | ... | |
| 118 | 33.5 | Pulksteņu ražošana | ... | ... | ... | ... | |

*lielākos uzņēmumus izvēlējies pēc ražošanas apjomiem

● dati nav publicējami to konfidencialitātes dēļ (CSP piezīme)

... parādība nav konstatēta (CSP piezīme)

Avots: RSEBAA apkopojums pēc CSP npublicētiem materiāliem

6. PIELIKUMS

2006. gadā reāli dzimušu uzņēmumu saraksts 2. pielikumā uzrādītajās Latvijas tautsaimniecības nozarēs

| Reģistrācijas datums | Nosaukums | NACE 1.1.red. | Vidējais nodarbināto skaits 2006.gadā |
|----------------------|---|---------------|---------------------------------------|
| 16.02.2006 | '3G METRIX' SIA | 6420 | 3 |
| 28.02.2006 | 'A3A' SIA | 6420 | 1 |
| 23.01.2006 | 'ALLNETS' SIA | 6420 | 4 |
| 16.02.2006 | 'ALVA PLUSS' SIA | 6420 | 2 |
| 11.09.2006 | 'AVICOM' SIA | 6420 | 1 |
| 21.06.2006 | 'BALTIC BUSINESS CALLING CENTRE' SIA | 6420 | 1 |
| 06.10.2006 | 'CDS' SIA | 6420 | 1 |
| 10.01.2006 | 'DATNET' individuālais komersants | 6420 | 1 |
| 23.09.2004 | 'DATU DROŠĪBA' SIA | 6420 | 1 |
| 01.03.2006 | 'DELFA COMMUNICATIONS' SIA | 6420 | 1 |
| 26.09.2006 | 'DIRECT MARKETING GROUP' SIA | 6420 | 1 |
| 13.06.2006 | 'DIVPUNKTS' SIA | 6420 | 1 |
| 10.03.2006 | 'HONESTUS' SIA | 6420 | 5 |
| 16.03.2006 | 'IT BROKERS' SIA | 6420 | 1 |
| 30.03.2006 | 'IXCOM BŪVE' SIA | 6420 | 1 |
| 19.07.2006 | 'KRAISNET' SIA | 6420 | 1 |
| 20.02.2006 | 'NETGROUP' SIA | 6420 | 1 |
| 22.03.2006 | 'PMT' SIA | 6420 | 2 |
| 21.12.2005 | 'SALMAT' SIA | 6420 | 2 |
| 25.07.2006 | 'SAVANA' SIA | 6420 | 2 |
| 11.01.2006 | 'STARNET' SIA | 6420 | 3 |
| 11.07.2006 | 'TIF UND FINANCE LLP' ārvalsts komersanta filiāle Latvijā | 6420 | 1 |
| 07.03.2006 | 'TOPRADIO' individuālais komersants | 6420 | 1 |
| 17.03.2006 | 'TSF KOMPĀNIJA' SIA | 6420 | 1 |
| 09.02.2006 | 'TXL INTERACTIVE' SIA | 6420 | 1 |
| 20.06.2006 | 'VIGDOMUS' SIA | 6420 | 4 |
| 19.01.2006 | 'AVE KURJERS' SIA | 6412 | 2 |
| 02.08.2006 | 'BAIBA D' individuālais komersants | 6412 | 1 |
| 03.03.2006 | 'UNIKURJERS' SIA | 6412 | 3 |
| 07.09.2006 | 'JŪRMALAS URBUMS' individuālais komersants | 4100 | 1 |
| 30.03.2006 | 'KORAL-V' SIA | 4100 | 1 |
| 19.12.2006 | 'LATGALES ĢEOLOGS' individuālais komersants | 4100 | 1 |
| 11.05.2006 | 'TERMO AD' SIA | 4100 | 1 |
| 23.11.2006 | 'FLORENERGO' SIA | 4030 | 1 |
| 19.05.2006 | 'VEKTRI' SIA | 3720 | 1 |
| 21.08.1992 | 'TRANS PLASTIK' Slesarenokas individuālais pakalpojumu uzņēmums | 3430 | 1 |
| 26.01.2006 | 'ELEKTRO MEHĀNISKĀ DARBNĪCA' SIA | 3150 | 1 |
| 26.04.2006 | 'SATEMA BALTIC' SIA | 3120 | 1 |
| 16.05.2006 | 'MICRO DATORS' SIA | 3002 | 2 |
| 13.07.2006 | 'STOCK.LV' SIA | 3002 | 1 |
| 10.04.2006 | 'ELFU FABRIKA' SIA | 2615 | 2 |

| | | | |
|------------|-------------------------------------|------|-----|
| 31.01.2006 | 'FENSTER EU' SIA | 2615 | 3 |
| 02.01.2006 | 'CULIMETA BALTICS' SIA | 2614 | 3 |
| 07.04.2006 | 'SECURITY GLASS' SIA | 2612 | 7 |
| 15.02.2006 | 'FROSTS-K' individuālais komersants | 2511 | 1 |
| 28.07.2006 | 'MADARA COSMETICS' SIA | 2452 | 1 |
| 22.02.2006 | 'TREJDEVIŅI' SIA | 2451 | 2 |
| 12.10.2005 | 'BOLDERAJA LTD' SIA | 2020 | 217 |
| 06.04.2006 | 'KURZEMES FINIERIS' SIA | 2020 | 1 |
| 13.06.2006 | 'PINUS GB' SIA | 2020 | 20 |

Avots: nepublicētie CSP dati