

# KONKURENCES PADOMES PIENA TIRGUS UZRAUDZĪBA

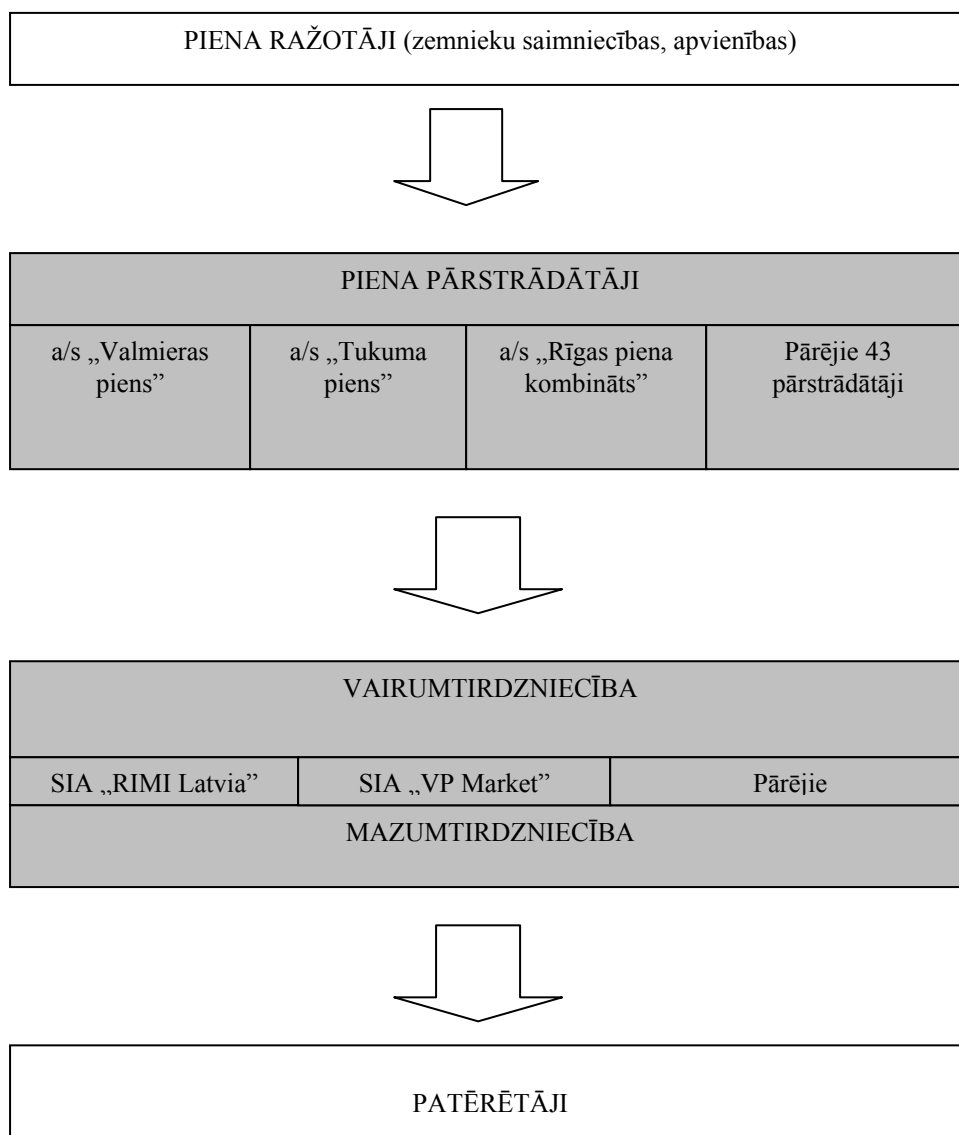
PUBLISKOJAMĀ VERSIJA

Autori:  
Analītiskā departamenta vecākā referente **Sanita Kuplā**  
Metodoloģijas un ekonomiskās analīzes departamenta  
direktora vietniece **Ilze Tarvāne**

2006.gada sākumā Konkurences padome sāka izvērtēt piena un biezpiena cenu izmaiņas 2004. un 2005.gadā ar mērķi veikt pārbaudi, vai piena ražotāju, piena pārstrādātāju un mazumtirgotāju darbības minētajā laika periodā nav saskatāmas Konkurences likuma pārkāpuma pazīmes. Piens ir ikdienas lietošanas prece ar samērā neelastīgu pieprasījumu, bet tajā pat laikā šis produkts no pārstrādātāju viedokļa tiek atzīts par nerentablu produktu. Savukārt biezpiens pretēji pienam tiek uzskatīts par rentablāku produktu, līdz ar to biezpiena pārstrādes process ienes peļņu.

## Uzraugāmais tirgus un dalībnieku struktūra

Piensaimniecības nozarē ir vairāki līmeņi no lauksaimniecības līdz patērētājam, ar dažādiem procesiem tajos, mērķiem un atšķirīgām tirgus situācijām. Tomēr visas iesaistītās puses ir savstarpēji saistītas pieprasījuma/piedāvājuma un piegādātāja/klienta attiecībās, ko shematiski var atspoguļot šādi:



SIA „RIMI Latvia” un SIA „VP Market” no piena pārstrādātājiem pienu iepērk vairumā un tālāk pārdod mazumtirdzniecībā. Mazumtirdzniecība ir jebkura darbība, pārdodot preces vai pakalpojumus tieši gala pircējam viņa personīgām, nekomerciālām vajadzībām.

Tirgus uzraudzības ietvaros tika analizēta situācija piena pārstrādes uzņēmumos un mazumtirdzniecībā, minimāli skarot piena ražošanu (piena ieguvu) un gala produkta patērētāju, kurš pienu un tā produktus iegādājas kādā no mazumtirdzniecības uzņēmumiem.

Piena produkcija veido ļoti būtisku pārtikas rūpniecības daļu, raugoties kā no ražošanas, tā arī no patēriņa viedokļa (skat. *Tabula Nr.1*). Piena un gaļas produkcijas ražošanas kopējie apjomi naudas izteiksmē ir līdzīgi, bet kā liecina statistikas dati, piens ir visvairāk lietotais pārtikas uztura produkts. Jāatzīst gan, ka piena patēriņš vidēji uz vienu mājsaimniecības locekli gadā laika periodā no 2003.gada līdz 2005.gadam ir nedaudz samazinājies, bet izmaiņas ir ļoti minimālas. Salīdzinot vairākus mājsaimniecību uzturā lietotos pārtikas produktus, varam pārliecināties, ka piens un tā produkti ir visiecienītākie no tiem (skat. *Zīmējums Nr.1*).

Iespējams, ka piena produktu patēriņa samazinājums vidēji uz vienu mājsaimniecības locekli pēdējos gados saistīts ar patēriņa cenu pieaugumu. Salīdzinot patēriņa cenu izmaiņas vidēji visiem pārtikas produktiem un pienam laika periodā no 2000.gada līdz 2005.gadam, var secināt, ka pienam patēriņa cenas ir augušas straujāk (skat. *Zīmējums Nr.2*).

Analizējot sīkāk, secinām, ka laika periodā no 2000.gada līdz 2005.gadam ir pieaugušas gan piena iepirkuma, gan mazumtirdzniecības cenas, straujāks pieaugums bijis 2004.gadā un 2005.gadā (skat. *Zīmējums Nr.3*). Cenu pieauguma temps kā piena iepirkšanā tā arī mazumtirdzniecībā bija līdzīgs, tomēr piena iepirkuma cenas pieauga nedaudz straujāk kā mazumtirdzniecības cenas – laika periodā no 2000.gada līdz 2005.gadam piena iepirkuma cenas augušas par 78%, bet piena mazumtirdzniecības cenas – par 59%. Līdz ar to 2000.gadā piena mazumtirdzniecības cenā iepirkuma cena veidoja 39.6%, pieaugot šim īpatsvaram līdz 44.3% 2005.gadā. Relatīvi (procentuāli) pārējās mazumtirdzniecības izmaksas, ieskaitot uzcenojumu, šajā laika periodā bija zemākas, bet, veicot aprēķinus absolūtās vērtībās, 2000.gadā piena mazumtirdzniecības cena iepirkuma cenu pārsniedza par ~ Ls 0.13, bet 2005.gadā – par ~ Ls 0.19.

Par salīdzinoši vienmērīgo cenu pieaugumu piena ražošanā un mazumtirdzniecībā liecina arī ražotāju cenu un patēriņa cenu salīdzinājums (skat. *Zīmējums Nr.4*).

### Latvijas piena tirgus attīstības pamatnostādnes 2005. gadā

Piena ražošanas apjomu sezonālā maksimuma vērtība nesasniedz iepriekšējā gada līmeni, tajā pašā laikā apjomu samazinājums periodā pēc maksimuma sasniegšanas ir mazāk izteikts. Palielinās divvirzienu ārējā tirdzniecība ar piena izejvielu, ievērojamus apjomus eksportējot uz Lietuvu un importējot no Igaunijas.

Palielinoties pieprasījumam, pastāvīgi pieaug eksports uz Īriju. Pastāvīgi palielinās Polijas īpatsvars piena produktu importā. Pastāvīgi palielinās Vācijas īpatsvars piena produktu eksportā. Pastāvīgi palielinās vidējās importa cenas

Piena produktu cenas mazumtirdzniecībā Eiropā pastāvīgi palielinās, tomēr cenu pieauguma tempi jaunajās dalībvalstīs ir straujāki.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Lauksaimniecības tirgus veicināšanas centra sagatavotais materiāls - [http://www.neo.lv/?object\\_id=2545](http://www.neo.lv/?object_id=2545)

## Konkurence piena pārstrādē un tirdzniecībā

Pēc iegūtajiem datiem no Pārtikas un veterinārā dienesta oficiālā saraksta, var secināt, ka kopā Latvijā ir 46 piena pārstrādes uzņēmumi.

Pētījumam esam izvēlējušies trīs pārstrādes uzņēmumus – a/s „Rīgas piena kombināts”, a/s „Tukuma piens” un a/s „Valmieras piens”. Šos pārstrādes uzņēmumus esam izvēlējušies tā iemesla dēļ, ka to produkcija ir atrodama lielveikalu plauktos, kā arī ir iespējams salīdzināt šo uzņēmumu produktus pēc līdzīgām/vienādām un līdz ar to salīdzināmām īpašībām. Turklāt, šo tirgus dalībnieku kopējā tirgus daļa ir 43% piena iepirkuma tirgū.

Mazumtirdzniecības līmenī pētījumam esam izvēlējušies divus spēcīgākos tirgus dalībniekus – SIA „RIMI Latvia” un SIA „VP Market”, kuru kopējā tirgus daļa ir 64% no ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības lielveikalu vidē Latvijā.

## Datu ieguve un analīzes metodoloģija

Statistikas dati par nozari kopumā iegūti no Centrālās statistikas pārvaldes. Konkrētos datus par iepirkuma un realizācijas cenām pēc Konkurences padomes pieprasījuma sniedza pētījumā iekļautie tirgus dalībnieki: piena un piena produktu pārstrādātāji – a/s „Valmieras piens”, a/s „Tukuma piens”, a/s „Rīgas piena kombināts”; lielveikalu tīkli – SIA „RIMI Latvia” un SIA „VP Market”. Informācija apkopota par katru konkrēto tirgus dalībnieku Latvijā kopumā, neveicot sīkāku ģeogrāfiskā tirgus detalizāciju.

Analīzei pielietota aprakstošā statistika, ietverot tādus rādītājus kā minimālās, maksimālās un vidējās vērtības. Aprēķini veikti izmantojot ikmēneša dinamikas rindas rādītājus laika periodā no 2004.gada janvāra līdz 2005.gada decembrim, par katru no analizējamajiem tirgus dalībniekiem un produktiem.

Cenu izmaiņu izvērtēšana tika veikta analizējot situāciju trijos līmeņos: piena ražotāji; piena pārstrādātāji; mazumtirdzniecības komercsabiedrības (lielveikali).

Tā kā piena pārstrādes produktu sortiments ir ļoti dažāds, tai skaitā, piena un biezpiena (tauku saturs, iepakojuma apjoms u.c.), tad analīzei tika izvēlēti produkti, kas pēc savām kvalitatīvajām un kvantitatīvajām īpašībām ir savstarpēji salīdzināmi:

### Piens

- a/s „Valmieras piens”, 2%, 1 litrs;
- a/s „Tukuma piens”, 2,5% (Baltais, 1 litrs);
- a/s „Rīgas piena kombināts”, 2,0% (RASA, 1 litrs);
- a/s „Rīgas piena kombināts”, 2,5% (Limbažu piens, 1 litrs).

### Biezpiens

- a/s „Valmieras piens”, 0,5% (200 g);
- a/s „Tukuma piens”, 0,6% (Baltais, 200 g);
- a/s „Rīgas piena kombināts”, 0,6% (RASA, 200 g).

Jāatzīmē, ka Konkurences padomes veiktajā pētījumā ar vārdu „uzcenojums” tiek definēta starpība starp pārstrādes uzņēmumu cenu, ar kādu produkts tiek realizēts lielveikaliem, un galaproduktu cenu jeb lielveikalu realizācijas cenu veikalos.

Diagrammās atspoguļotās komercsabiedrības netiek atšifrētas, komercsabiedrībām ir doti nosaukumi – komercsabiedrība A, komercsabiedrība B un komercsabiedrība C. Būtiski ievērot, ka katras tēmas diagrammā komercsabiedrību nosaukumi mainās, t.i., kas vienas tēmas diagrammā ir komercsabiedrība A, citā var būt komercsabiedrība B vai C.

Diagrammās atspoguļotie lielveikalu tīkli netiek atšifrēti. Tiem ir doti nosaukumi – lielveikals X un lielveikals Y, kā arī būtiski ir norādīt, ka grafikos nosaukumi mainās un tas lielveikals, kas vienā grafikā parādās kā lielveikals X, otrā var būt lielveikals Y.

Konkurences padomes rīcībā esošie dati ir bijuši pietiekami, lai veiktu analīzi un izdarītu attiecīgos secinājumus.

## **Konstatējuma daļa**

Piena un piena produktu pārstrādes līmenī Latvijas teritorijā darbojas šādas trīs lielākās komercsabiedrības un to tirgus daļas piena iepirkuma tirgū<sup>2</sup> (skat. *Zīmējums Nr.5; Nr.6*):

### 2004. gadā

- a/s „Valmieras piens” – 11%,
- a/s „Rīgas piena kombināts” – 26%,
- a/s „Tukuma piens” – 7%,
- citi – 56%.

### 2005. gadā

- a/s „Valmieras piens” – 12%,
- a/s „Rīgas piena kombināts” – 24%,
- a/s „Tukuma piens” – 7%,
- citi – 57%.

Pēc iegūtajiem datiem no Pārtikas un veterinārā dienesta oficiālā saraksta, var secināt, ka kopā Latvijā darbojas 46 piena pārstrādes uzņēmumi, no tiem - 3 iepriekš minētie. Starp pārējiem, kas augšminētajā aprēķinā apzīmēti ar „citi”, minamas tādas piena pārstrādes komercsabiedrības kā a/s „Cesvaines piens”, a/s „Rankas piens”, a/s „Rīgas piensaimnieks” u.c.

Analizējot iegūtos datus no a/s „Valmieras piens”, a/s „Tukuma piens” un a/s „Rīgas piena kombināts” par piena realizācijas cenām, piena iepirkuma daudzumu, iepirkuma cenām, biežpiena realizācijas cenām, Konkurences padome konstatēja sekojošo:

### Piena iepirkuma cenas

(skat. *Zīmējums Nr.7; Nr.8; Nr.9*)

1. 2004.gadā visvairāk piens ir iepirkts Valmieras rajonā un Tukuma rajonā. 2005.gadā iepirkta piena apjoms salīdzinot ar 2004.gada kopējiem piena iepirkuma apjomiem ir palielinājies par 9,9%, taču joprojām lielākie iepirkumu rajoni paliek nemainīgi, proti, Valmieras rajons un Tukuma rajons.
2. Piena iepirkuma cenai 2004. un 2005.gadā ir novērojams neliels kāpums. Piemēram, komercsabiedrībai A salīdzinot 2005.gada janvāra piena iepirkuma vidējo cenu ar 2005.gada decembra mēneša vidējo iepirkuma cenu, var secināt, ka tās pieaugums ir bijis par 4%. Salīdzinot 2004.gadu un 2005.gadu ir secināts, ka katras komercsabiedrības vidējā piena iepirkuma cena gada laikā ir pieaugusi vidēji par 15-20%.

### Piena realizācijas cenas

(skat. *Zīmējums Nr.10; Nr.14a; Nr.14b; Nr.14c; Nr.14d; Nr.14e; Nr.15a; Nr.15b; Nr.15c*)

1. No rādītājiem izdarām secinājumu, ka ne tikai piena realizācijas cenas paaugstinājums ir noticis realizējot pienu lielveikalu tīkliem, bet tas ir noticis vidēji visā Latvijā, kā arī novērojams, ka komercsabiedrības A un komercsabiedrības B pienam cena 2005.gada

<sup>2</sup> Ar piena iepirkuma tirgu tiek saprasts iepirktais piens Latvijā, gan arī iepirktais piens, kas importēts no ārvalstīm.

decembrī ir pazeminājusies, bet komercsabiedrības C produkcijai - nav novērojams krass cenu pazeminājums 2005.gada beigās.

### **Biezpiena realizācijas cenas**

1. Izvērtējot faktiskās pārstrādātāju realizācijas cenas lielveikaliem, Konkurences padome ir konstatējusi, ka uz 2005.gada sākumu salīdzinājumā ar 2004.gada sākumu ir novērojams pārstrādes uzņēmumu realizācijas cenu pieaugums – komercsabiedrības A realizācijas cena biezpienam lielveikalam X ir pieaugusi par 23% uz vienu vienību, bet komercsabiedrības B biezpiena realizācijas cena lielveikalam X ir paaugstinājusies par 29% salīdzinot 2004.gadu ar 2005.gada maija mēnesi.
2. Lielveikala X faktiskās realizācijas cenas biezpienam 200g. iepakojumā 2004.gada pirmajos mēnešos (janvāris-septembris) ir bijušas nemainīgas.
3. Lielveikala X uzcelojums fasētajam komercsabiedrības A biezpienam 2005.gada decembrī ir 91%. Secināts, ka šajā periodā pārstrādes uzņēmums ir pēkšņi samazinājis realizācijas cenu lielveikalam vienai vienībai par 34%, savukārt lielveikali realizācijas cenu tā dēļ nav mainījuši, līdz ar to gūstot lielāku peļņu. Izskaidrojums krasi pazeminātajai pārstrādes uzņēmuma realizācijas cenai var būt saistīts ar statistisko kļūdu, līdz ar to nav izslēgts, ka uzcelojums nav bijis tik liels.

Lielveikala X biezpiena realizācijas cena laika posmā no 01.2004. – 03.2005. ir bijusi nemainīga – 0,33 LVL/200g, no 03.2005. – 0,35 LVL/200g, no 05.2005. – 0,4 LVL/200g, savukārt uz gada beigām ir vērojams cenu kritums, kas, iespējams, ir skaidrojams ar atlaižu politikas piemērošanu no lielveikala X puses (11.2005. – 0,38 LVL/200g, 12.2005. – 0,35 LVL/200g).

### **Lielveikalu uzcelojums**<sup>3</sup>

(skat. *Zīmējums Nr.11; Nr.12; Nr.13; Nr.13a*)

1. Lielveikali, nosakot uzcelojumu produkcijai, vairākumā gadījumu nevadās pēc iepirkumu cenu svārstībām, bet nosaka cenas individuāli. Atsevišķos gadījumos, kad iepirkumu cenas tiek paaugstinātas par dažiem santīmiem, lielveikali uz šī rēķina paaugstina pienu cenas, palielinot uzcelojumu.
2. No uzcelojuma apmēriem izriet, ka lielveikala X uzcelojums pienam ir svārstījies no 1-100% un lielveikalam Y - no 7-36%. Jāņem vērā, ka augstākā lielveikala X uzcelojuma robeža pienam novērota 2005.gada decembrī, un tajā pat laikā konstatēts, ka pārstrādātāja komercsabiedrība bija realizējusi pienu par 34% lētāk nekā iepriekšējā mēnesī. Iepriekš minētais liecina, ka lielveikali pārdošanas preces cenu nav pazeminājuši attiecīgi iepirktās cenas samazinājumam, kā rezultātā guvuši peļņu, kas mērāma 100% apmērā no pārstrādātāju pārdotās cenas lielveikalam.
3. Lielveikala X uzcelojums 0,5% un 0,6% biezpienam 200g. iepakojumā ir svārstījies no 14% - 91%, kur augstākais uzcelojums novērots 2005.gada decembrī. Savukārt lielveikala Y uzcelojuma biezpienam ir novērots no 19 – 36%, augstāko uzcelojuma robežu sasniedzot 2005.gada jūnija mēnesī.
4. Lielveikala X vidējais uzcelojums pienam par 2004.gadu un 2005.gadu ir bijis no 22-25% atsevišķi par katra pārstrādātāja pienu, bet vidējais biezpiena uzcelojums pētījuma periodā ir bijis no 27 - 36%.
5. Lielveikala Y vidējais uzcelojums par laika periodu no 2004.gada janvāra līdz 2005.gada decembrim pienam ir bijis no 20 – 23%, savukārt vidējais biezpiena uzcelojums – 25%.

<sup>3</sup> SIA „RIMI Latvia” uzcelojums konkrētam pienam un biezpienam aprēķināts no precizētajiem datiem, ko 08.09.2006. Konkurences padomē iesniedza SIA „RIMI Latvia”.

## **Secinājumi par komercsabiedrību piena iepirkuma daudzuma sakarību ar piena iepirkuma cenu**

### **Komercsabiedrība A**

No komercsabiedrības A piena daudzuma un cenu sakarībām var secināt ka iepirkta piena daudzums laika posmā no 2004.gada aprīļa līdz 2004.gada novembrim ir bijis vairāk kā 8000t mēnesī, 2004.gada jūnijā un jūlijā sasniedzot pat virs 12000t/mēnesī, tajā pat laikā cenu svārstības ir bijušas robežās vidēji no 130 – 140 LVL/t. No 2004.gada oktobra ir novērojams cenas pieaugums, augstākā cena par tonnu tika novērota 2005.gada decembrī. Piena iepirkuma daudzums gada beigās samazinājās.

Komercsabiedrības A iepirkuma daudzums netiek veikts vadoties no piena iepirkuma cenas par tonnu – komercsabiedrība visticamāk nav vadījies pēc principa – jo zemāka cena, jo vairāk piena tiek iepirkts. No Konkurences padomes rīcībā esošās informācijas izriet, ka laika posmā no 2004.gada aprīļa līdz 2004.gada novembrim komercsabiedrība A, iespējams, ir spējusi prognozēt iepirkuma cenu paaugstināšanos, iepērkot vairāk piena nekā citos 2004.gada mēnešos, taču nav izslēgti arī citi iemesli piena iepirkuma daudzuma samazinājumam/palielinājumam, par kuriem Konkurences padomē ziņu nav. Piena iepirkuma cenas paaugstināšanās ir novērojama visu apsekoto laika periodu – laika periodā no 2004.gada janvāra līdz 2005.gada decembrim – pieaugums par 44%.

### **Komercsabiedrība B**

Salīdzinot komercsabiedrības B piena iepirkuma daudzumu ar cenu/t, var secināt, ka komercsabiedrība B, salīdzinot ar komercsabiedrību A, pienu ir iepirkusi daudz mazāk, turklāt tās iepirktie daudzumi nav krasi samazinājušies pie novērojamā cenu kāpuma.

### **Komercsabiedrība C**

Komercsabiedrības C iepirkuma cena pienam laika posmā no 2004.gada janvāra līdz 2005.gada decembrim ir ar tendenci pieaugt. Attiecīgi piena iepirkuma daudzums ir mainījies neatkarīgi no cenu paaugstināšanas, pazemināšanas.

### **Pašizmaksas un rentabilitātes rādītāji**

(skat. *Zīmējums Nr.14(a,d,e); Nr.15(a,b,c); Nr.16; Nr.17*)

Ražošanas pašizmaksu nosaka summējot izejvielu, pamatmateriālu un palīgmateriālu izlietojumu atbilstoši iegādes izmaksām un blakus izmaksām, kas saistītas ar ražošanas izgatavošanu.

1. Komercsabiedrības A ražotā piena pašizmaksu aptuveni 70% apmērā veido piena iepirkuma cena no zemnieku saimniecībām. Atlikušos 30% veido piena ražošanas blakus izmaksas.

Komercsabiedrības A piena pašizmaksa 2004.gada laikā palielinājās par 11% par 1 litru un 2005.gadā attiecīgi pieaugusi par 13% par 1 litru.

Pašizmaksas pieaugums šo divu gadu laikā bija vienmērīgs un nebija vērojamas krasas tā izmaiņas. Straujāks komercsabiedrības A pašizmaksas pieaugums konstatēts sākoties 2005.gadam, proti, par 10%, ko varētu izskaidrot ar blakus izmaksu (piemēram, ūdens, elektrības u.c. izmaksu) vispārēju paaugstināšanos valstī, jo piena iepirkuma cenā nebija vērojamas būtiskas izmaiņas. Piena iepirkuma cenai bija tendence pat nedaudz samazināties.

Ja salīdzina komercsabiedrības A piena ražošanas pašizmaksu ar lielveikalos realizētā piena cenu, tad jāsecina, ka ieguvēji nepārprotami ir lielveikali, jo komercsabiedrība A lielveikaliem pienu realizē tuvu pašizmaksas vērtībai un tādēļ negūst pietiekamu peļņu.

2. Komerksabiedrības A un komerksabiedrības B ražotā biezpiena pašizmaksu aptuveni 80% - 90% apmērā veidoja piena iepirkuma cena no lauksaimniekiem. Atlikušos 10% - 20% - ražošanas blakus izmaksas.

Biezpiena pašizmaksas vērtībā bija vērojams vienmērīgs pieaugums gan 2004.gadā, gan 2005.gadā attiecīgi par 13% par 1 vienību un par 10% par 1 vienību.

Komerksabiedrības B pašizmaksai noteiktajā periodā bija novērojams lēciens 2004.gada nogalē un 2005.gada janvārī, kas nevarētu būt skaidrojams ar iepirkuma cenu krasu paaugstināšanos, jo šajā laika periodā piena iepirkuma cenas pieauga nedaudz un vienmērīgi un arī blakus izmaksām nav bijis novērojams tik krass pieaugums.

Produkta rentabilitātes noteikšanā tiek izmantoti peļņas, ko gūst realizējot attiecīgo produktu, un realizācijas cenas rādītāji, tādējādi rentabilitātes rādītāja izmaiņas ir jāaplūko ciešā saistībā ar minētajiem diviem rādītājiem.

Abi pārstrādes uzņēmumi biezpienu realizē par cenām, kas ir augstākas par pašizmaksu, gūstot vismaz minimālu peļņu. Tas ļauj secināt, ka arī attiecīgā uzņēmuma produkta rentabilitātes rādītāji šajā periodā būs pozitīvi. Lai arī abiem uzņēmumiem rentabilitātes rādītāji tādi bija, to vērtībā īsā laika periodā bija vērojamas krasas svārstības.

### **Gala cenas sadalījums pa tirdzniecības līmeņiem atspoguļots pielikumā** (skat. *Zīmējums Nr.14a; Nr.14b; Nr.14c; Nr.14d; Nr.14e; Nr.15a; Nr.15b; Nr.15c*)

Lielāko daļu no piena un biezpiena gala cenas sastāda piena iepirkuma cena – aptuveni 50%.

Būtisks fakts, kas jāatzīmē, ka piena pārstrādātāju gala cenas būtisku īpatsvaru ieņem to pašizmaksu un ir novērots, ka atsevišķos laika periodos piens tiek realizēts lielveikaliem par cenu, kas ir zemāka par pašizmaksu, no kā arī izriet, ka piens kā pārtikas produkts ir nerentabls.

## **Secinājumi**

### **Piena ražotāji**

- ✓ Vidējais piena iepirkuma cenas paaugstinājums konkrētajā pētījuma periodā (no 2004.gada janvāra līdz 2005.gada decembrim) var tikt skaidrots ar energoresursu un citu izmaksu pieaugumu, bet nav gūta pārliecība, ka tas ir adekvāts. Laika periodā no 10.2005. – 12.2005. Konkurences padome ir novērojusi gandrīz identiskas iepirkuma cenas pienam komerksabiedrībai B un komerksabiedrībai C, kas neizslēdz piena ražotāju paralēlās darbības. Nav izprotama un ar Konkurences padomes rīcībā esošajiem datiem objektīvi izskaidrojama komerksabiedrību B un C piena iepirkuma cenu sakritība.
- ✓ Iegūstot informāciju par elektrības, gāzes un degvielas cenu tarifu izmaiņām pēdējo gadu laikā, Konkurences padome secināja, ka piena pārstrādes izmaksas nevarēja ietekmēt elektrības cenu pieaugums, kas divu gadu laikā nav mainījies. Tomēr gāze un degviela ir padārdzinājusies un, iespējams, arī darbaspēka izmaksas ir pieaugušas.

### **Piena pārstrādātāji**

- ✓ Pēdējos divos gados piena pārstrādātāju tirgū ir saglabājusies nemainīga struktūra. Tirgū darbojas trīs lielākie tirgus spēlētāji un salīdzinoši daudz mazāki tirgus dalībnieki. Trīs lielāko tirgus dalībnieku tirgus daļas, kas aprēķinātas pēc piena iepirkuma apjomiem pēc Konkurences padomes rīcībā esošās informācijas 2004.gadā un 2005.gadā ir mainījušās par 1-2%.
- ✓ Analizējot piena iepirkuma vidējo cenu, Konkurences padome secināja, ka sākot no 2004.gada janvāra līdz 2005.gada decembrim ir novērojams cenu kāpums ar izlīdzinātu tendenci, kas liecina,

ka vidējai piena iepirkuma cenai nav bijis krass kāpums vai kritums kādā noteiktā laika periodā. Iepriekš minētais noved pie secinājuma, ka piena un piena produktu pārstrādātāju uzliktie cenu paaugstinājumi nav pamatojami ar iepirkuma cenu paaugstināšanos. Pārdomas rosina fakts, ka 2005.gada janvārī, kad noticis būtisks rentabilitātes samazinājums (kas liecina arī par realizācijas samazinājumu), produkcijas cena patērētājiem netika samazināta, kas varētu liecināt gan par to, ka tirgū ir nepietiekoša konkurence, gan par to, ka cenu vairs nav bijis iespējams samazināt, neciešot zaudējumus.

- ✓ Visas trīs komercsabiedrības pienu ir iepirkušas par līdzīgām cenām, tomēr komercsabiedrībai A ir novērojama salīdzinoši zemāka piena iepirkuma cena, kas liecina par to, ka lētākais piens tiek sarazots tieši šīs komercsabiedrības rajonā. Komercsabiedrība A gan 2004.gadā, gan 2005.gadā attiecīgā rajonā bija iepirkusi vairāk kā 20 000 tonnas piena.
- ✓ Ņemot vērā atšķirīgos faktorus piena pārstrādātāju komercdarbībā, t.i., piena pārstrādātāju piena iepirkuma cenas, piena realizācijas cenas un piena realizācijas noteikumus ar mazumtirgotājiem, Konkurences padome nav konstatējusi aizliegtas vienošanās pazīmes vai paralēlas darbības cenu veidošanā piena pārstrādes uzņēmumu darbībās, kas varētu liecināt par nepamatotu cenu pacelšanu un noturēšanu. Konkrētajā pētījuma periodā Konkurences padome nav konstatējusi aizliegtas vienošanās pazīmes, taču pilnībā izslēgt šādas darbības turpmāk nevar.
- ✓ Nav izskaidrojams piena pārstrādātāju cenu veidošanās mehānisms pienu un biezpienu realizējot lielveikaliem, jo tiek novērots, ka viens un tas pats produkts lielveikaliem tiek realizēts par dažādām cenām.

### **Lielveikali (mazumtirgotāji)**

- ✓ Lielveikali, nosakot uzcenojumu produkcijai, visbiežāk nevadās pēc iepirkumu cenu svārstībām, bet nosaka cenas, ievērojot individuālus cenu noteikšanas principus. Lielveikalu noteiktajos uzcenojumos ir novērota minimāla vai nekāda proporcionalitāte to iepirkumu cenās no pārstrādes uzņēmumiem.
- ✓ Pienam un biezpienam ir salīdzinoši īss derīguma termiņš, proti, produkti nav ilgstoši uzglabājami, līdz ar to - lielākajā daļā no apsekotā laika perioda divu gadu laikā nepastāv sakarības starp mazumtirdzniecības cenu svārstībām un iepirktā piena daudzuma svārstībām.
- ✓ Iespējams, daudzos gadījumos attiecībā uz piena realizāciju, lielveikali gūst peļņu no cenu paaugstināšanas, jo uzcenojumam ir tendence pieaugt arī naudas izteiksmē. Iespējams, ka lielveikali tādējādi kompensē zaudējumus no realizācijas apjoma samazināšanās. Tā kā piens ir produkts ar samērā neelastīgu pieprasījumu, tad realizācijas apjomam nevajadzētu būtiski samazināties, taču pilnībā izslēgt šādu situāciju nevar.
- ✓ Neskatoties uz to, ka piena pārstrādātāju pievienotā vērtība un izmaksas ražošanas procesā ir lielākas nekā piena tālākpārdošanas procesā mazumtirdzniecībā, lielveikalu gūtā peļņa uz attiecīgā produkta vienību ir būtiski lielāka, kas liecina par nevienlīdzīgu spēku samēru tirgū starp piena pārstrādātājiem un diviem lielākajiem tirgotājiem, kuru kopējā tirgus daļa ir apmēram 64%. Minētais apstiprina Konkurences padomes iepriekš paustās bažas par lielveikalu iepirkuma varu un nepieciešamību radīt mehānismu, kas novērstu ļaunprātīgu šīs varas izmantošanu.

Izvērtējot Konkurences padomes rīcībā esošo informāciju, ir izdarīti minētie secinājumi, tos izdalot atsevišķi pa tirgus līmeņiem. Konkurences padome iespējams turpmāk veiks padziļinātu to jautājumu izpēti, par kuriem vēl nebija iespējams izdarīt secinājumus.

Konkurences padome, veicot šī konkrētā tirgus analīzi, ir sasniegusi izvirzīto mērķi. Tirgus analīzes rezultātā ir iegūts atspoguļojums cenu veidošanās modelim, nav konstatētas redzamas vienošanās pazīmes, tajā pat laikā tika identificēti produkcijas aprites posmi, kuros iespējami aizliegtās vienošanās riski, līdz ar to Konkurences padome turpinās konkrētā tirgus padziļinātu izpēti.

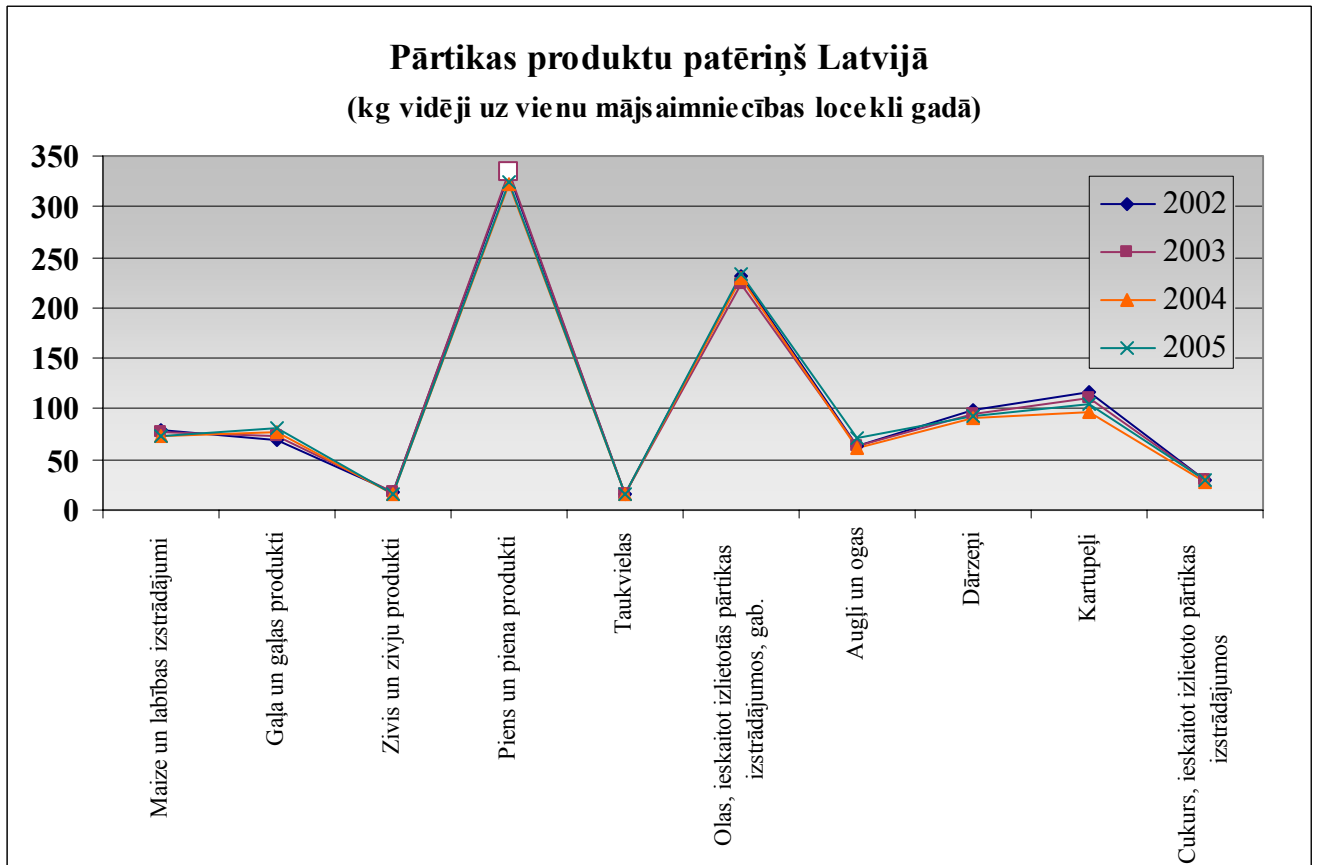


**Tabula Nr. 1**

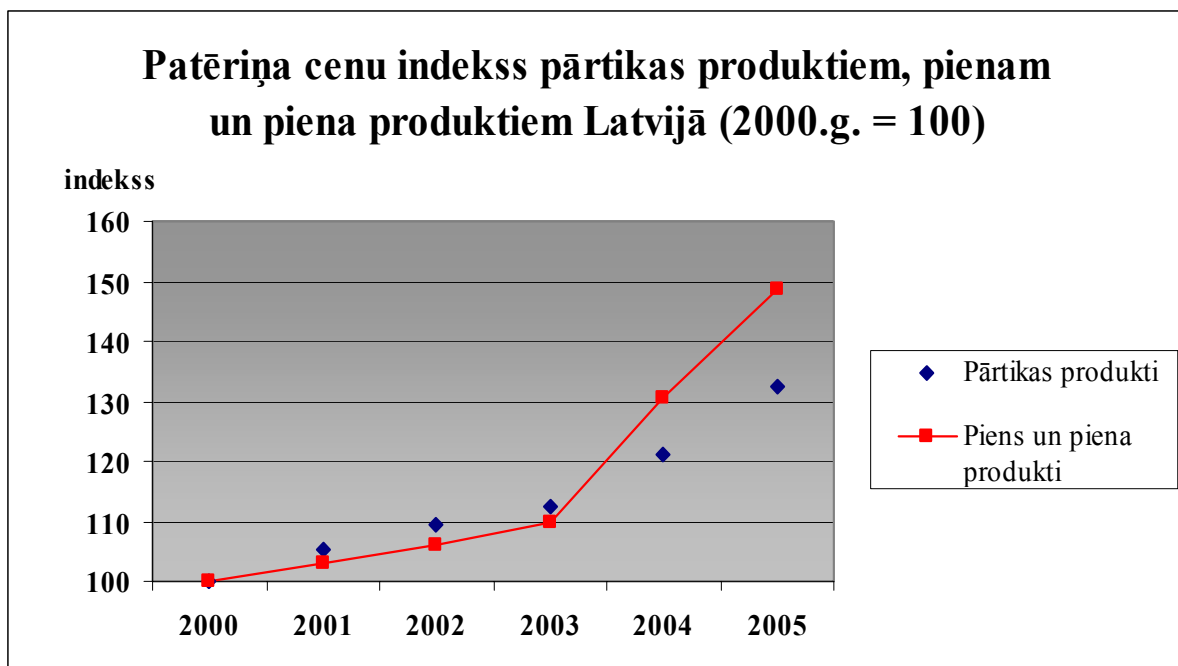
**Rūpniecības produkcijas izlaide gadā (Latvijā kopā, tūkst. latu)**

	2000		2001		2002		2003		2004	
Pārtikas produkti un dzērieni	490034,4	100,0%	552436,7	100,0%	571518,3	100,0%	599455,2	100,0%	697357,4	100,0%
Gaļas un gaļas produktu ražošana, pārstrāde un konservēšana	78002,3	15,9%	94971,6	17,2%	106428,5	18,6%	119533,8	19,9%	138856	19,9%
Zivju un zivju produktu pārstrāde un konservēšana	66406	13,6%	88069,2	15,9%	80847,3	14,1%	67822,1	11,3%	72867,6	10,4%
Augļu un dārzeņu pārstrāde un konservēšana	14389,3	2,9%	14647,4	2,7%	22729,5	4,0%	23005,2	3,8%	26164,3	3,8%
Piena produktu ražošana	87458,3	17,8%	101195,2	18,3%	93876,2	16,4%	105909	17,7%	130925,9	18,8%
Graudu malšanas produktu, cietes un cietes produktu ražošana	26466,9	5,4%	24680,5	4,5%	24726,8	4,3%	24476,2	4,1%	28795,5	4,1%
Dzīvnieku barības ražošana	11483,6	2,3%	17444,9	3,2%	17292,4	3,0%	16642	2,8%	18932,7	2,7%
Citu pārtikas produktu ražošana	89946,3	18,4%	94477,3	17,1%	106342,9	18,6%	112592	18,8%	132810,1	19,0%
Dzērienu ražošana	82672,5	16,9%	81727,9	14,8%	84217,3	14,7%	92711,2	15,5%	110348,4	15,8%
Alus ražošana	33209,2	6,8%	35222,7	6,4%	35057,4	6,1%	36763,7	6,1%	37656,9	5,4%

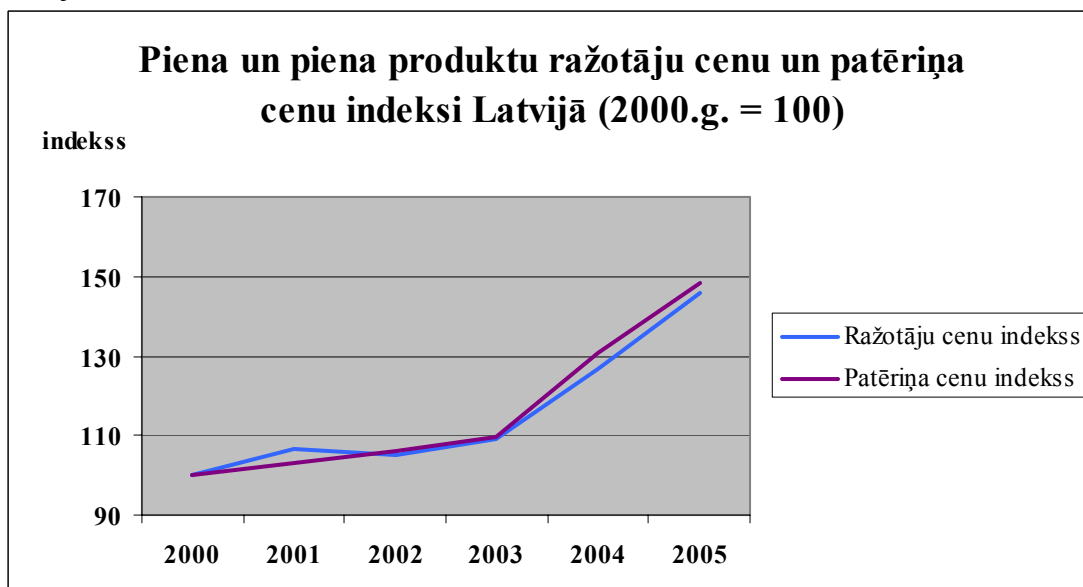
Zīmējums Nr.1



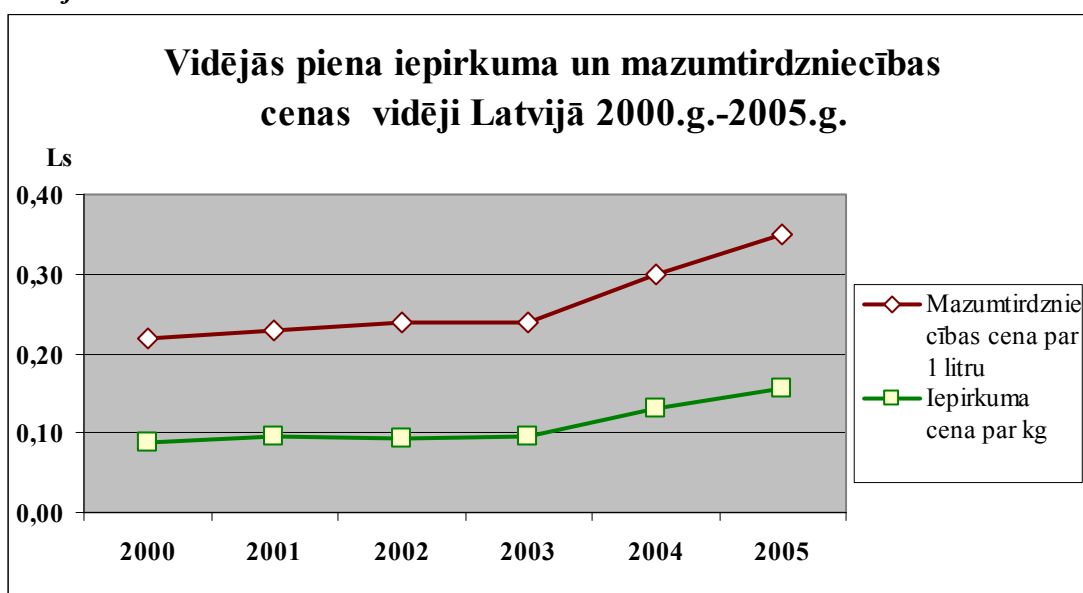
Zīmējums Nr.2



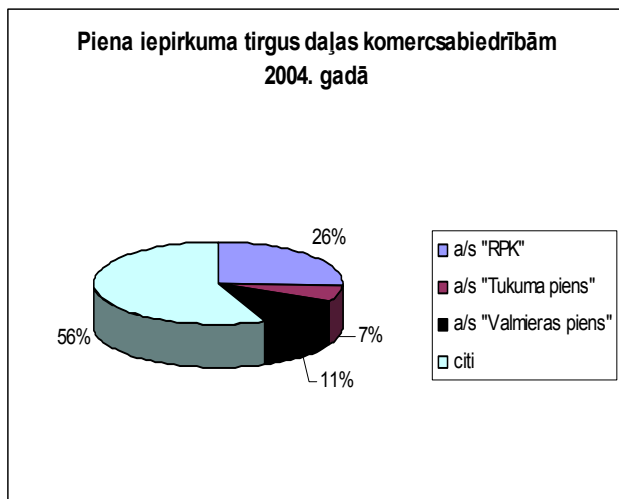
### Zīmējums Nr.3



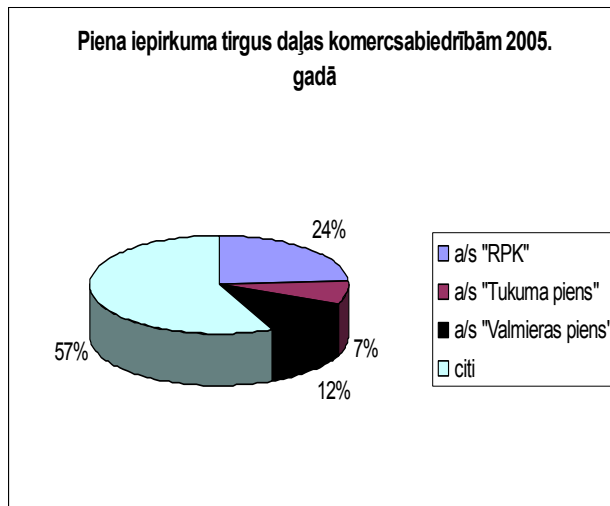
### Zīmējums Nr. 4



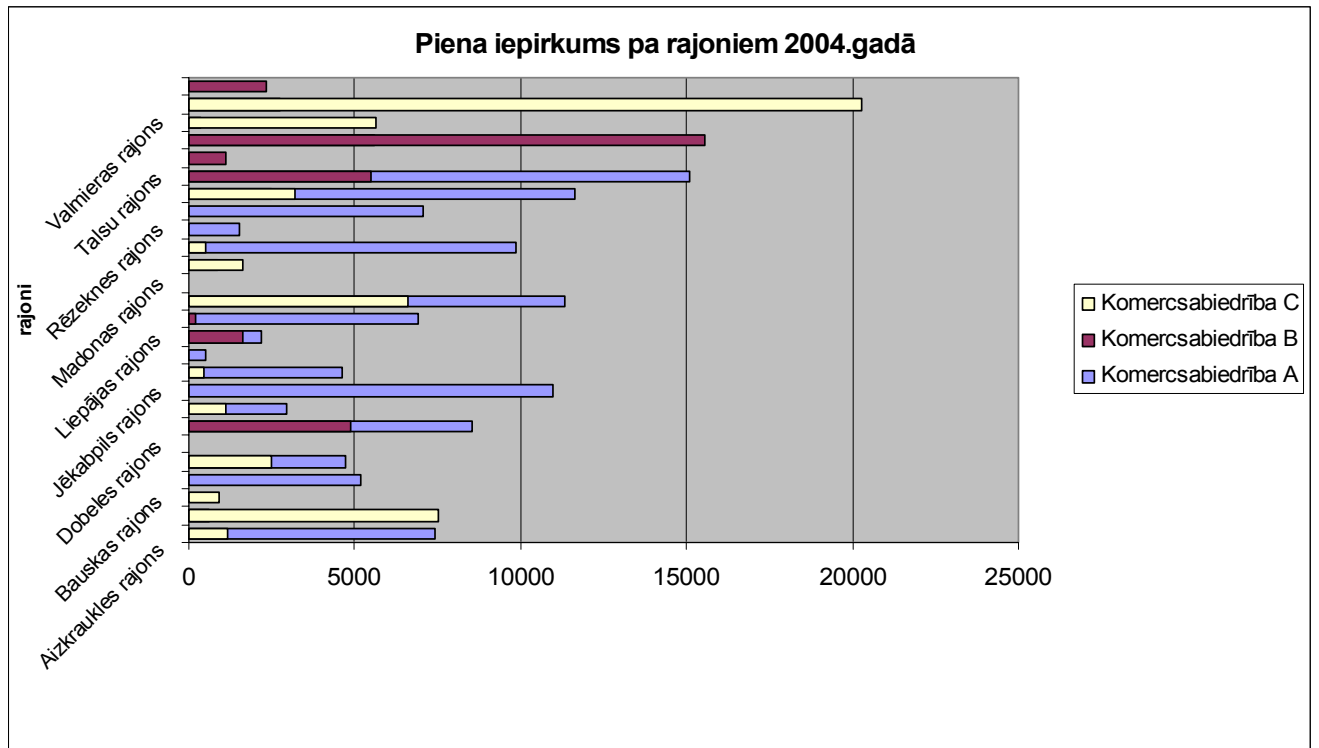
**Zīmējums Nr.5**



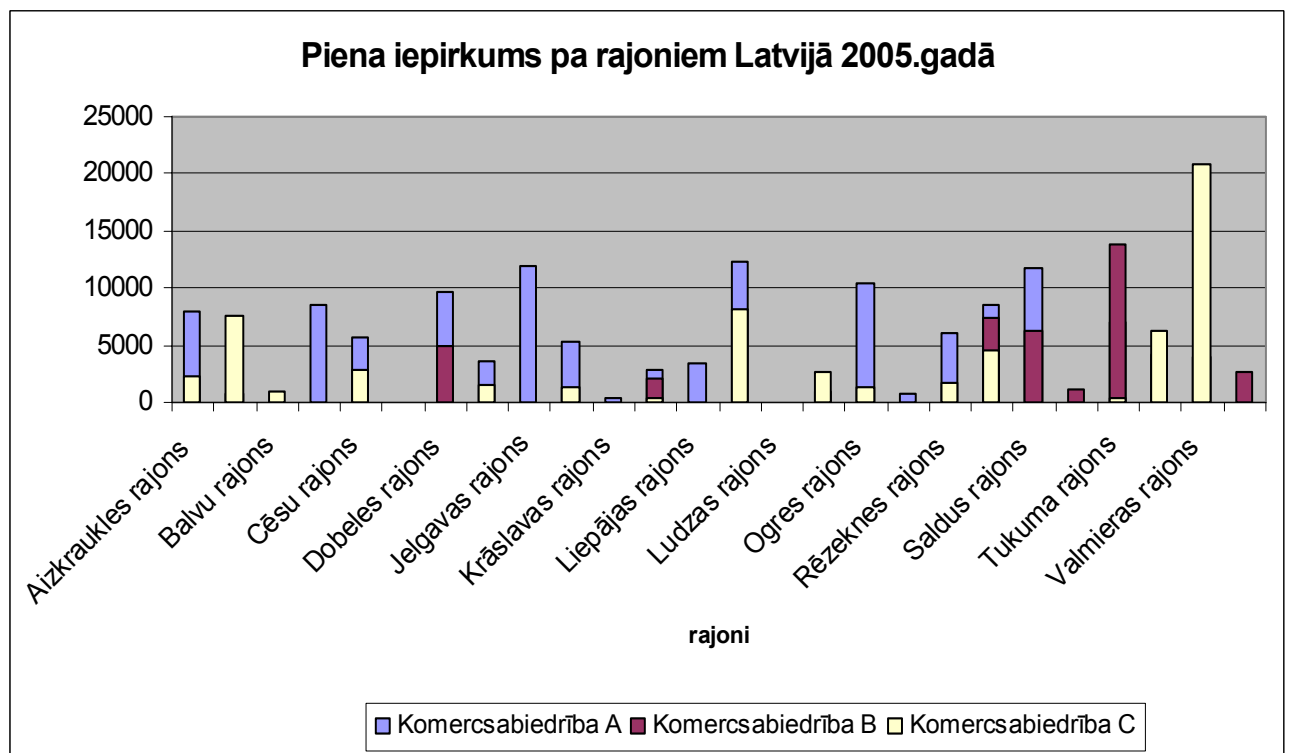
**Zīmējums Nr.6**



**Zīmējums Nr.7**

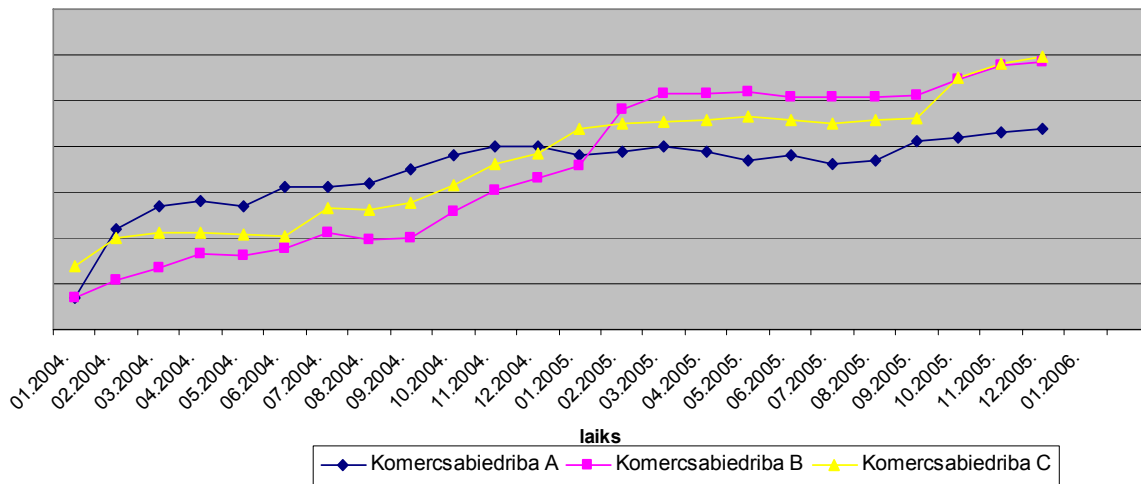


**Zīmējums Nr.8**



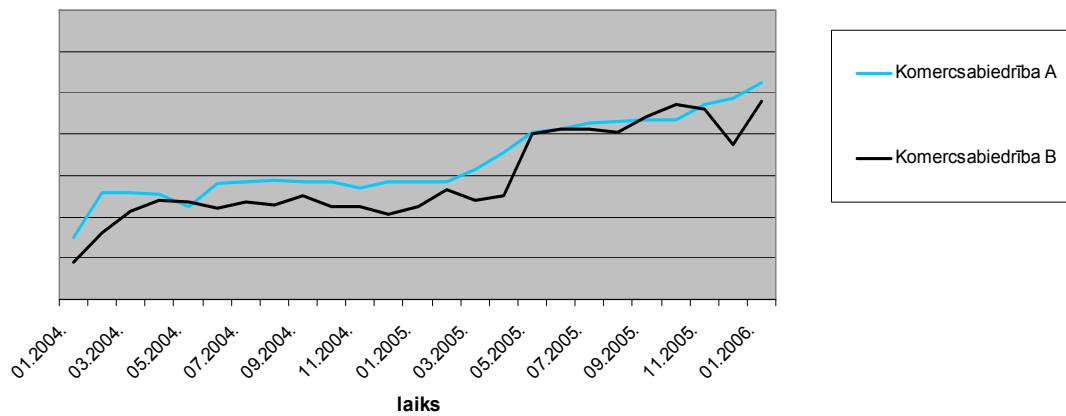
### Zīmējums Nr.9

#### Piena iepirkuma vidējās cenas salīdzinājums

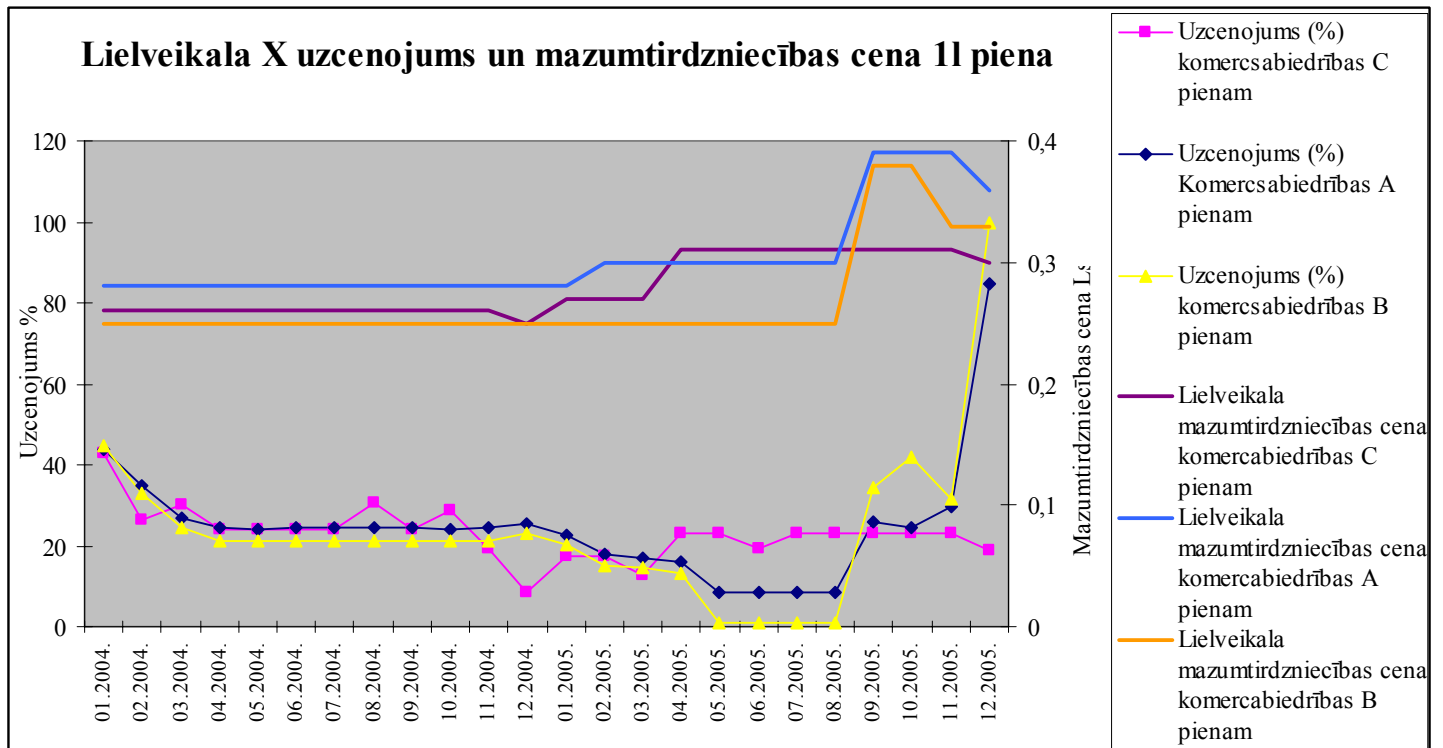


### Zīmējums Nr.10

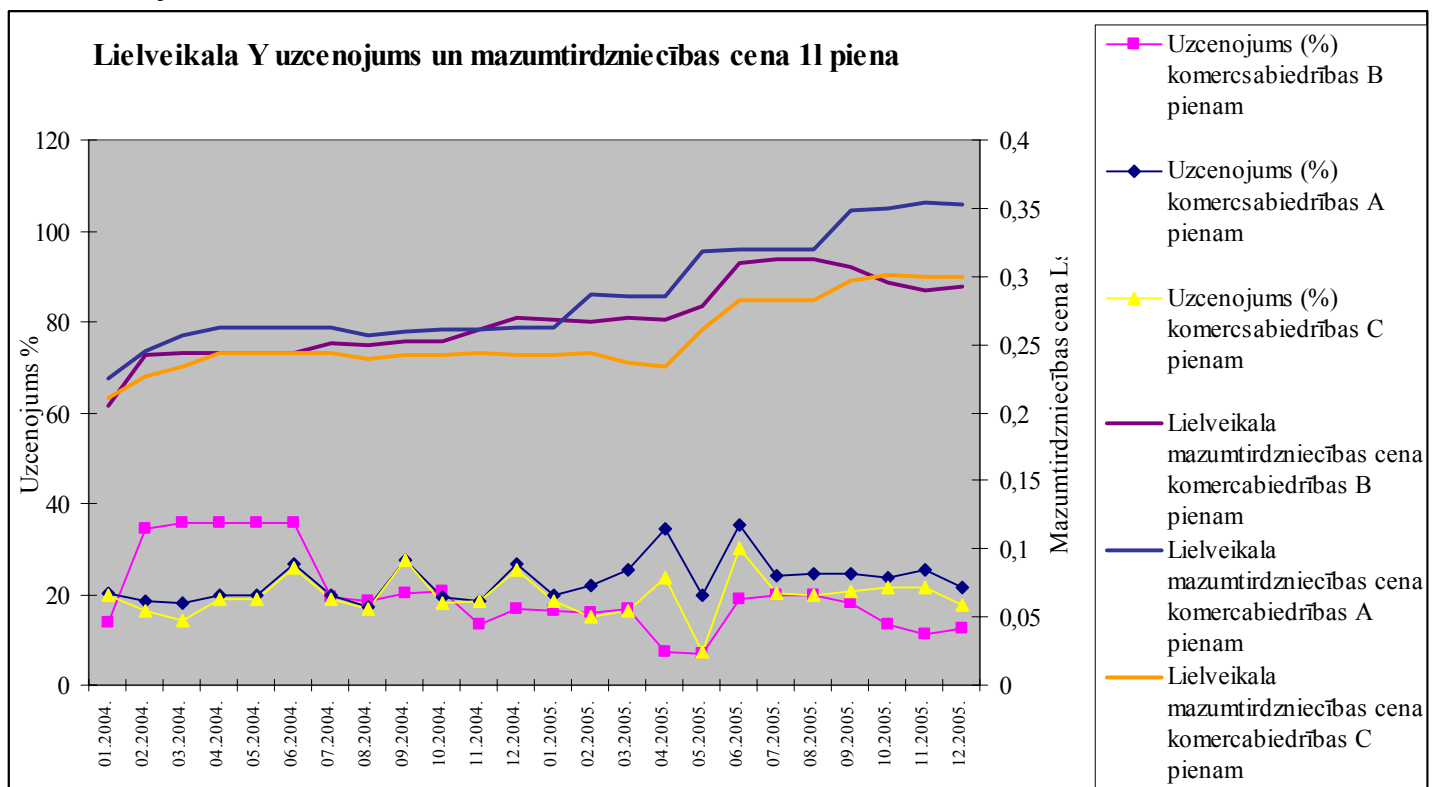
#### Pārstrādes uzņēmumu vidējās faktiskās realizācijas cenas Latvijā salīdzinājums par 1l piena



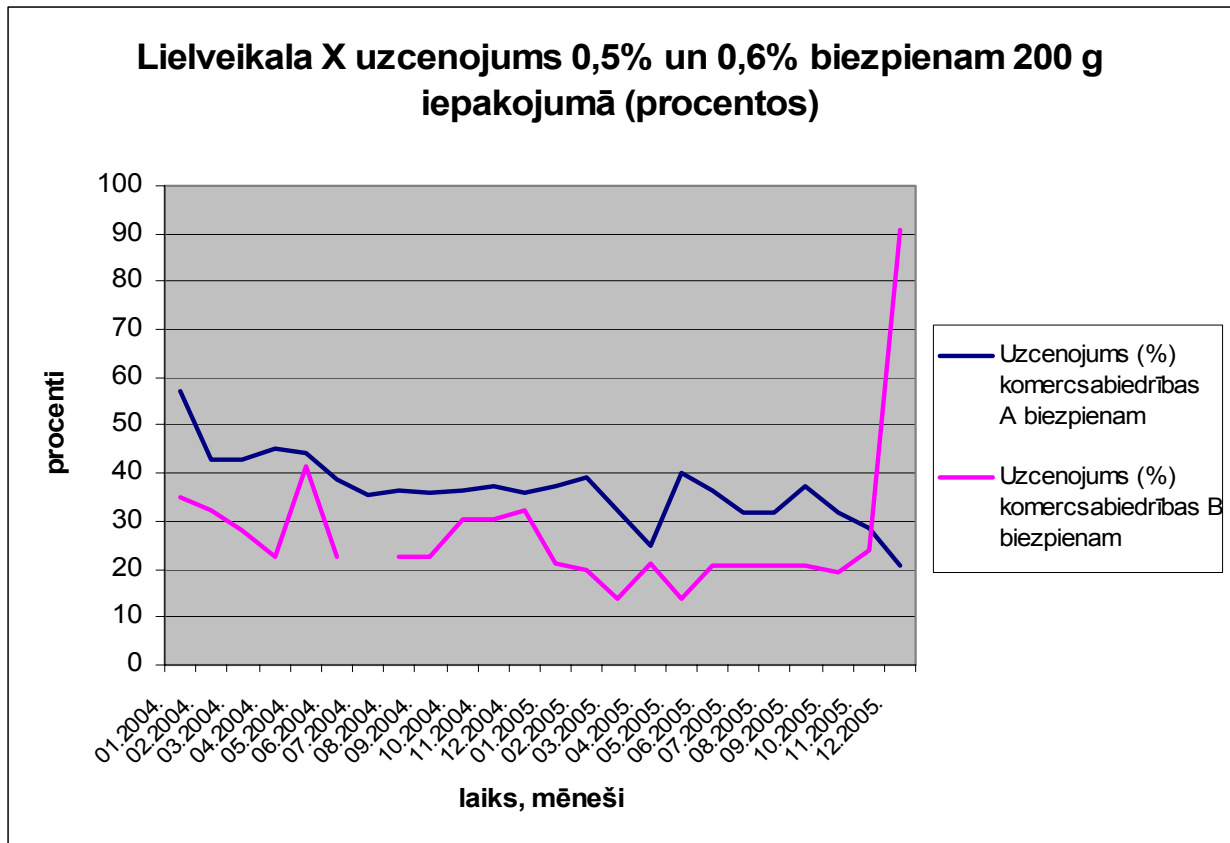
Zīmējums Nr.11



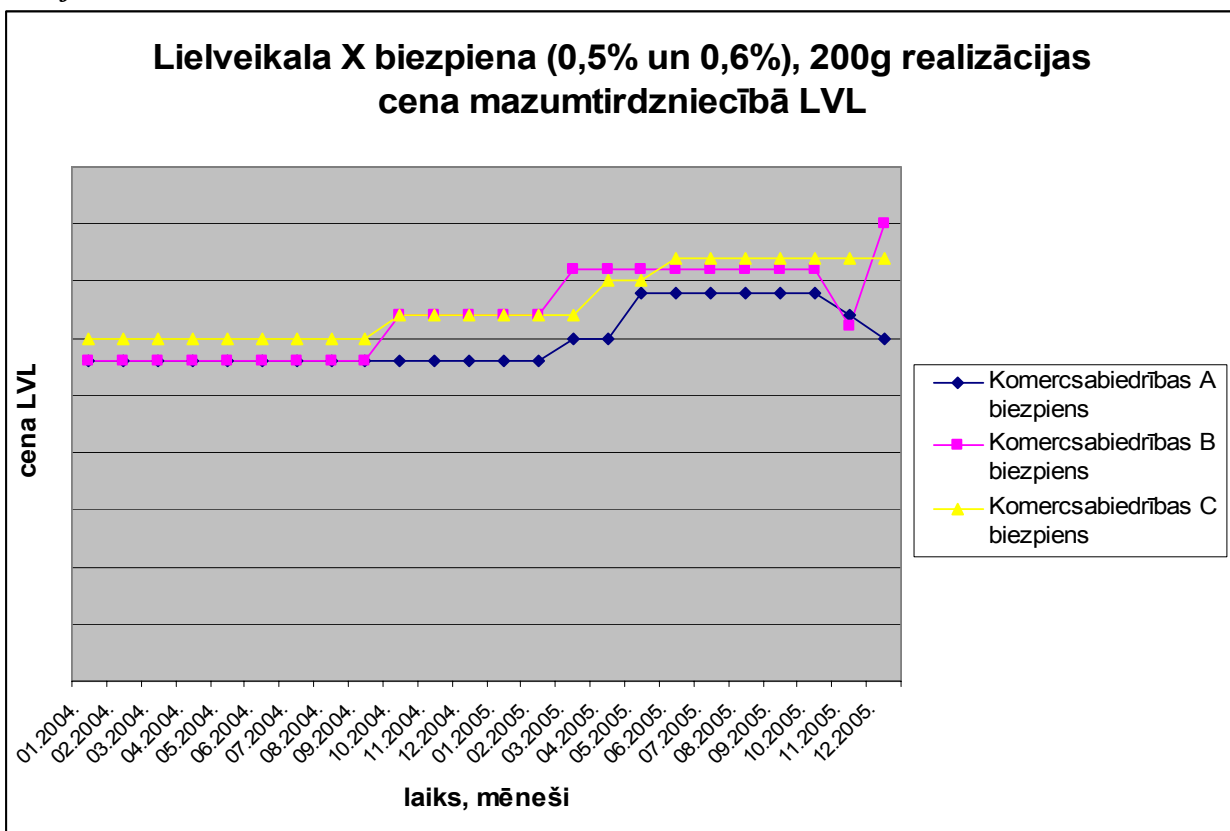
Zīmējums Nr.12



Zīmējums Nr.13

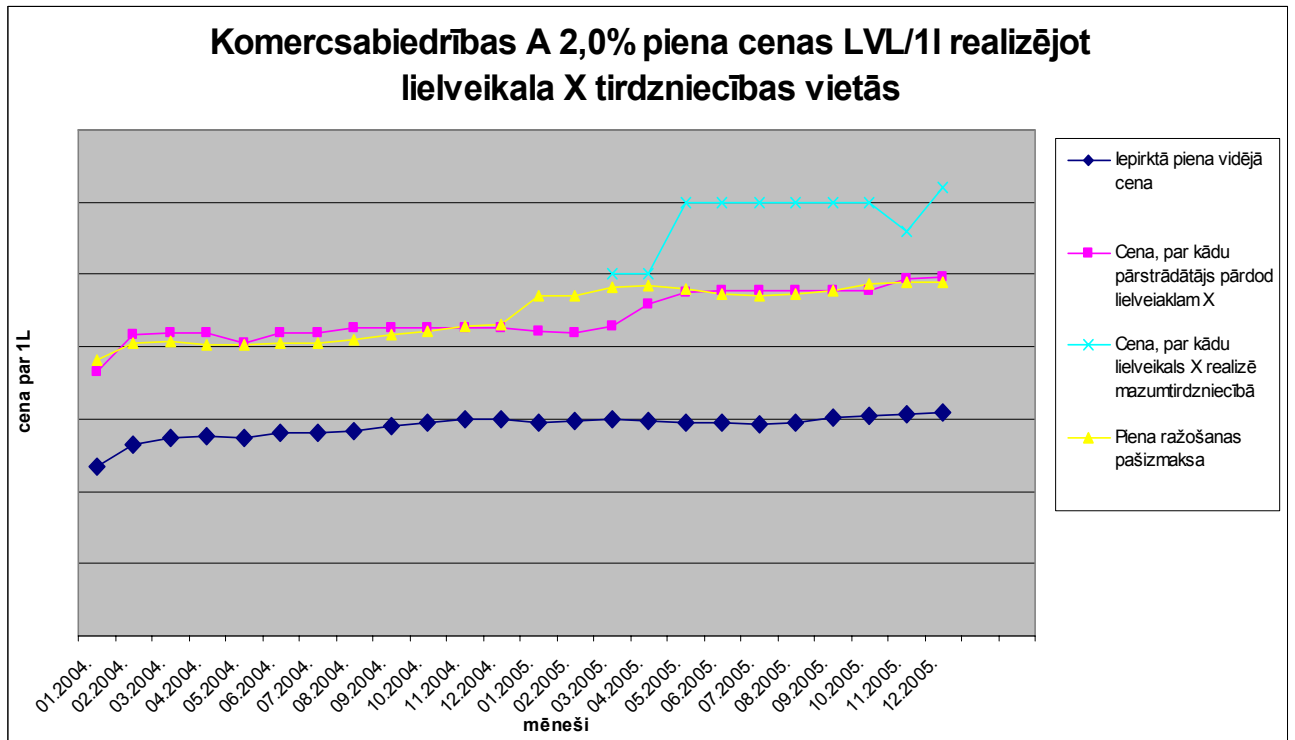


Zīmējums Nr.13a

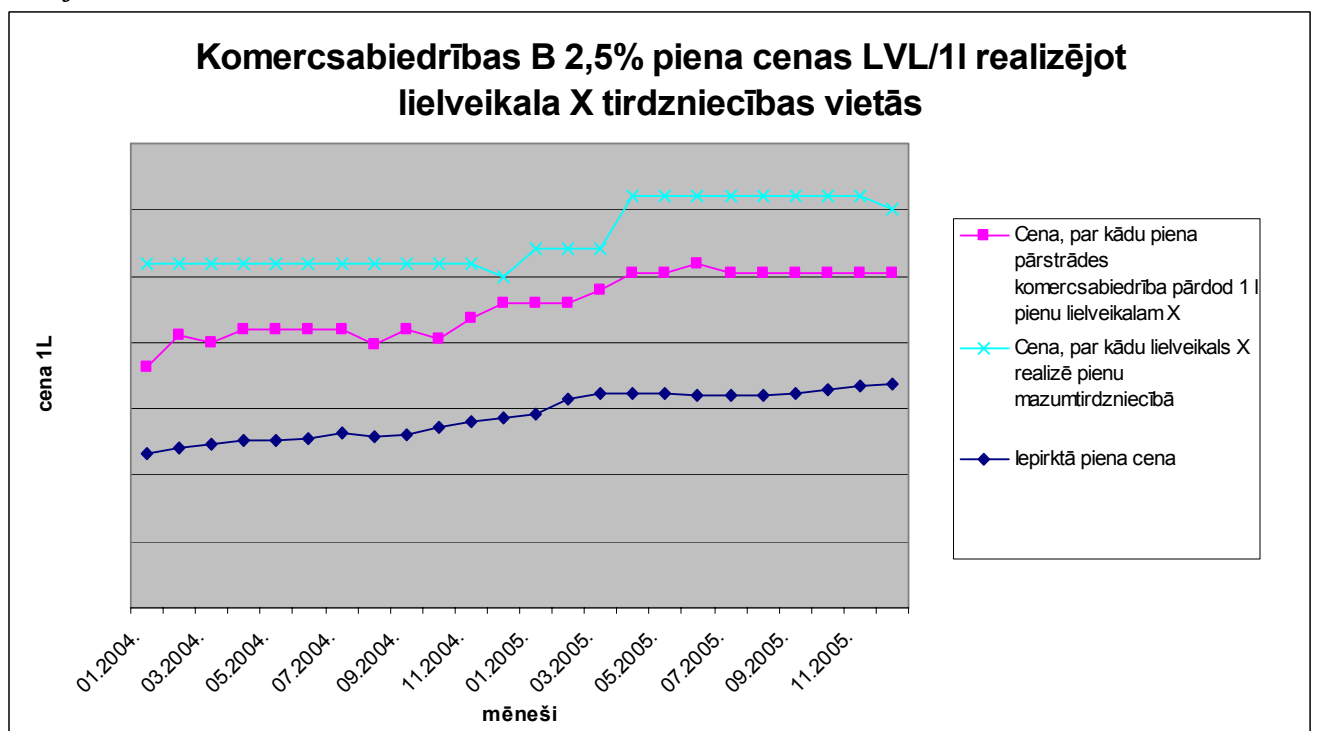




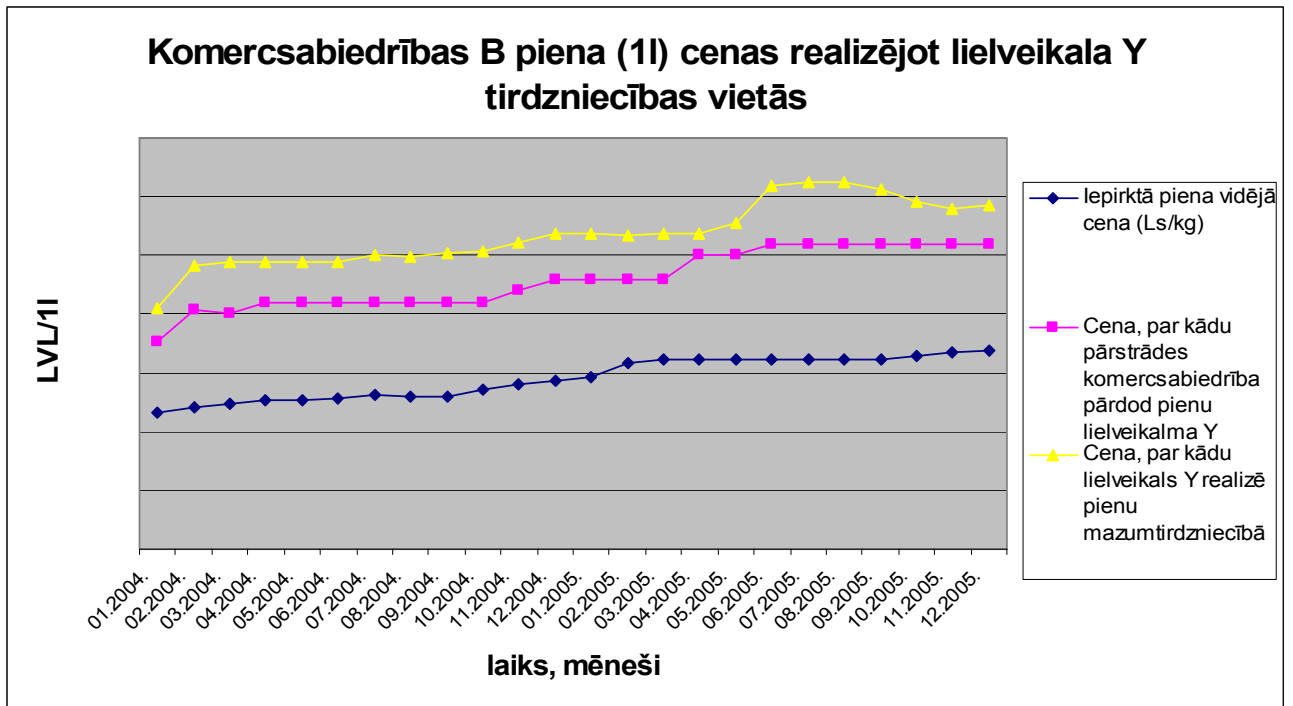
Zīmējums Nr. 14a



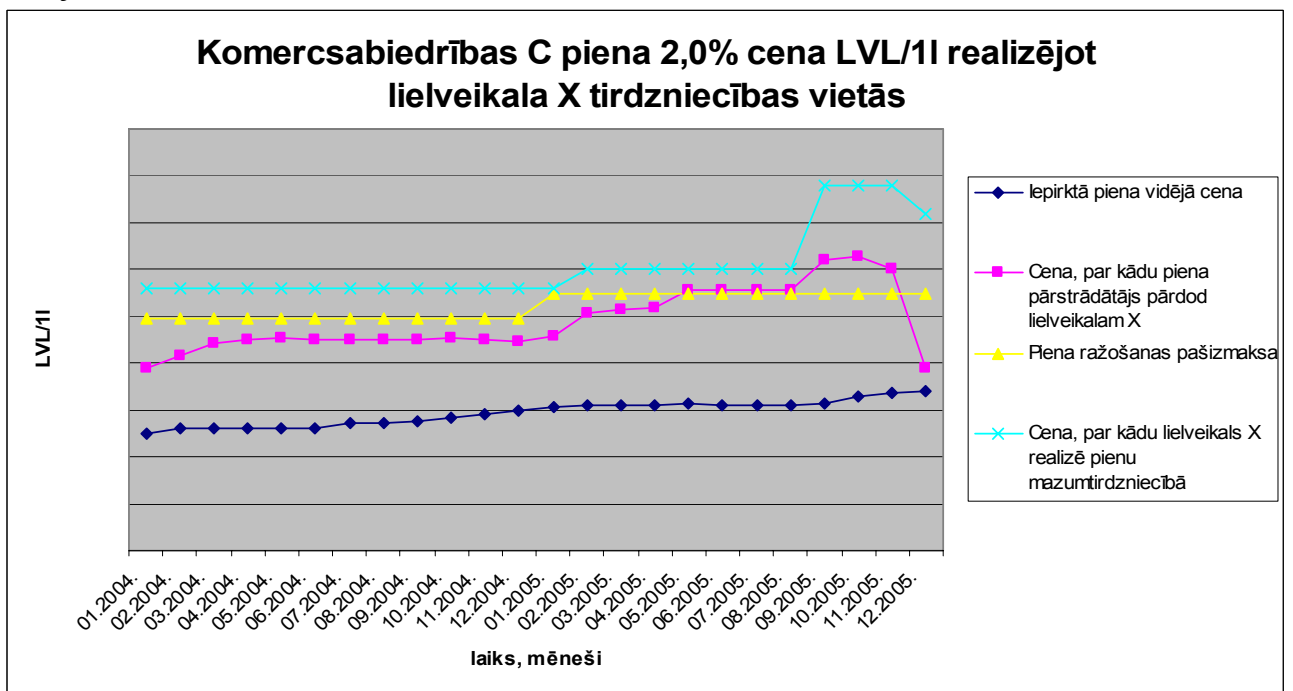
Zīmējums Nr. 14b



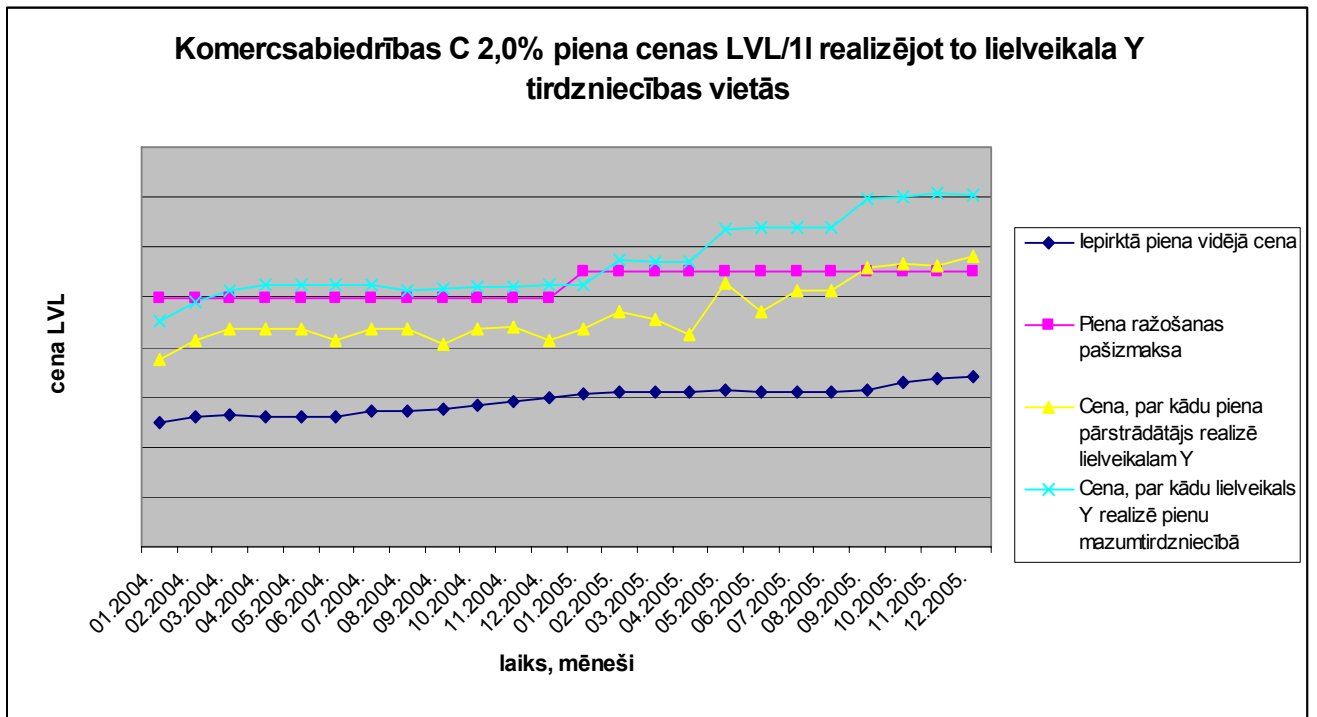
Zīmējums Nr. 14c



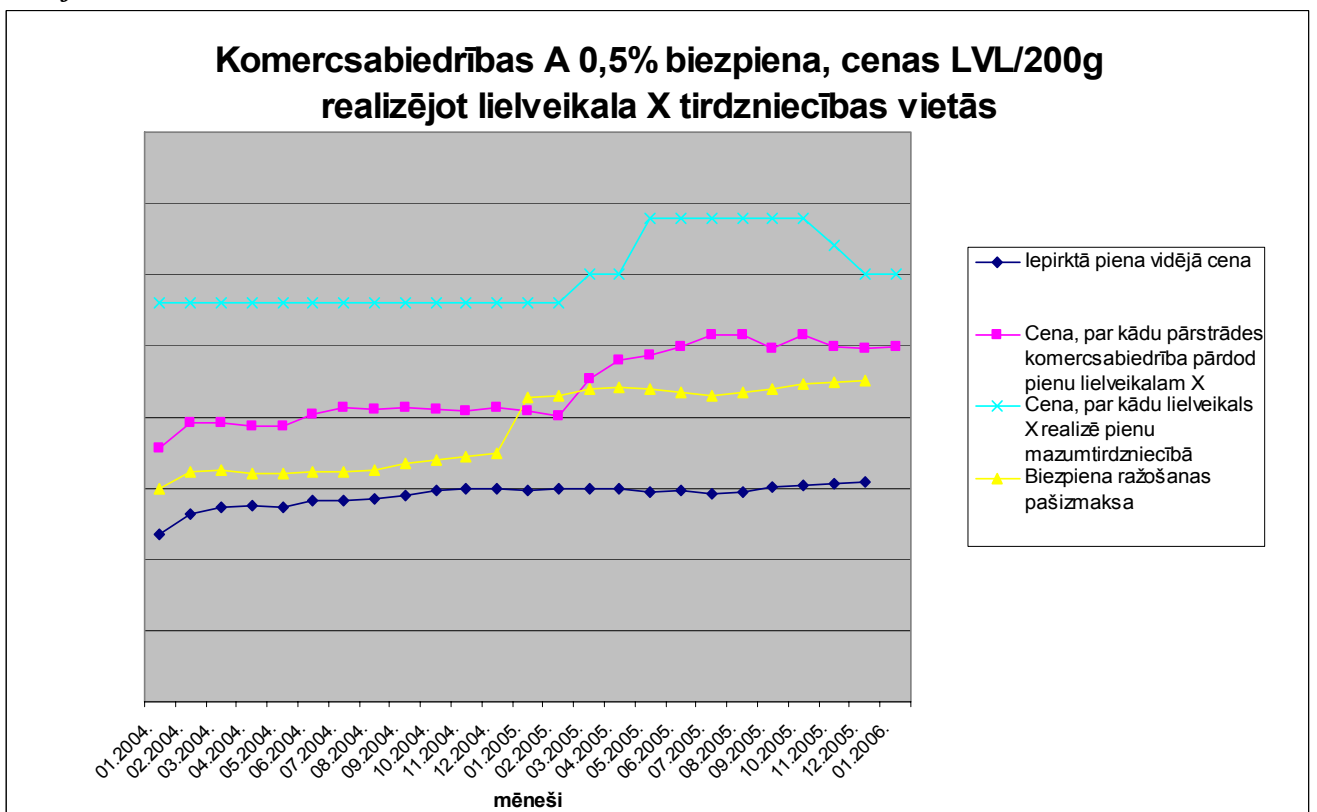
Zīmējums Nr. 14d



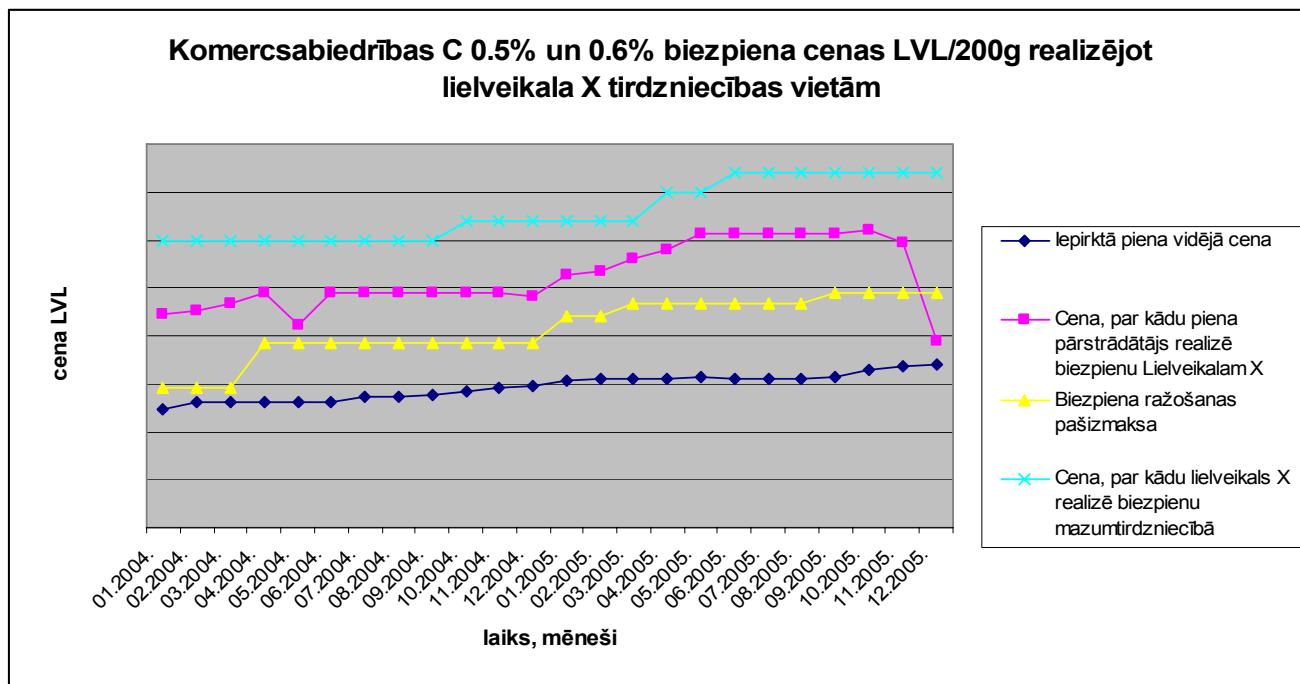
Zīmējums Nr. 14e



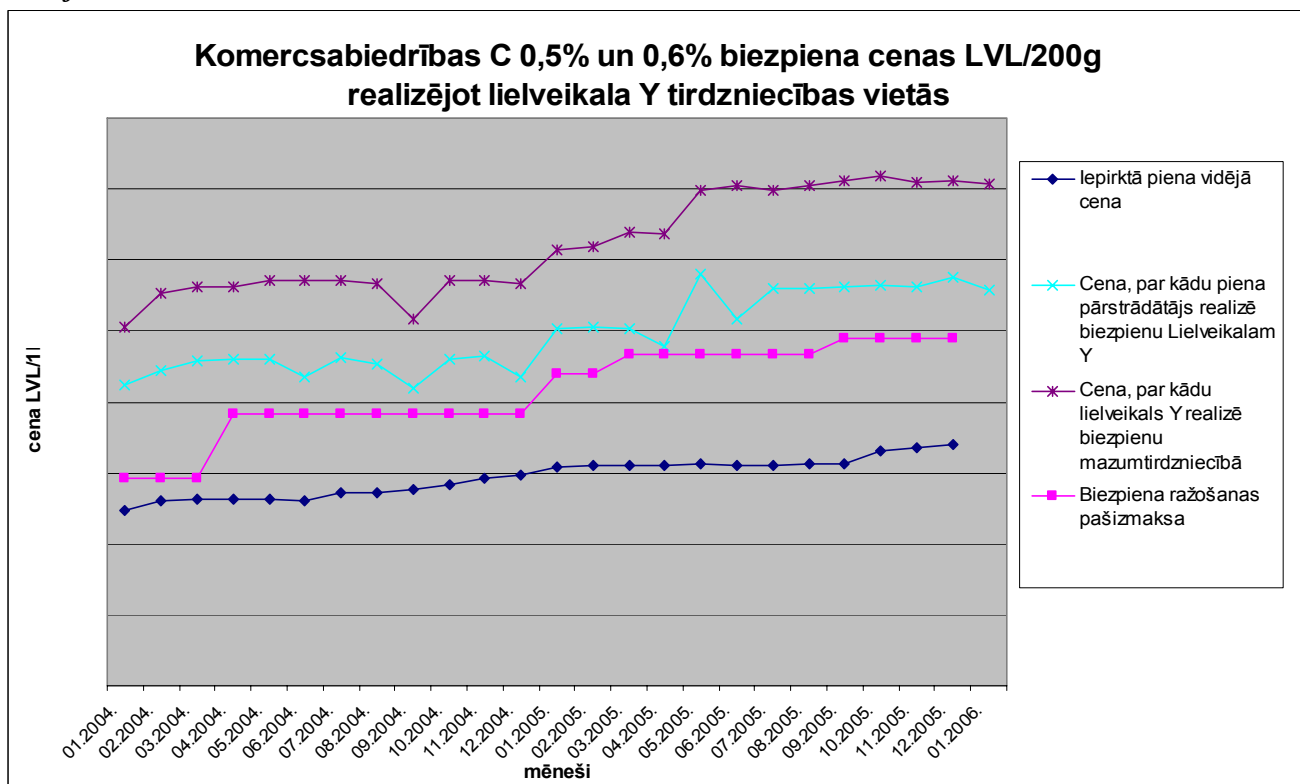
Zīmējums Nr. 15a



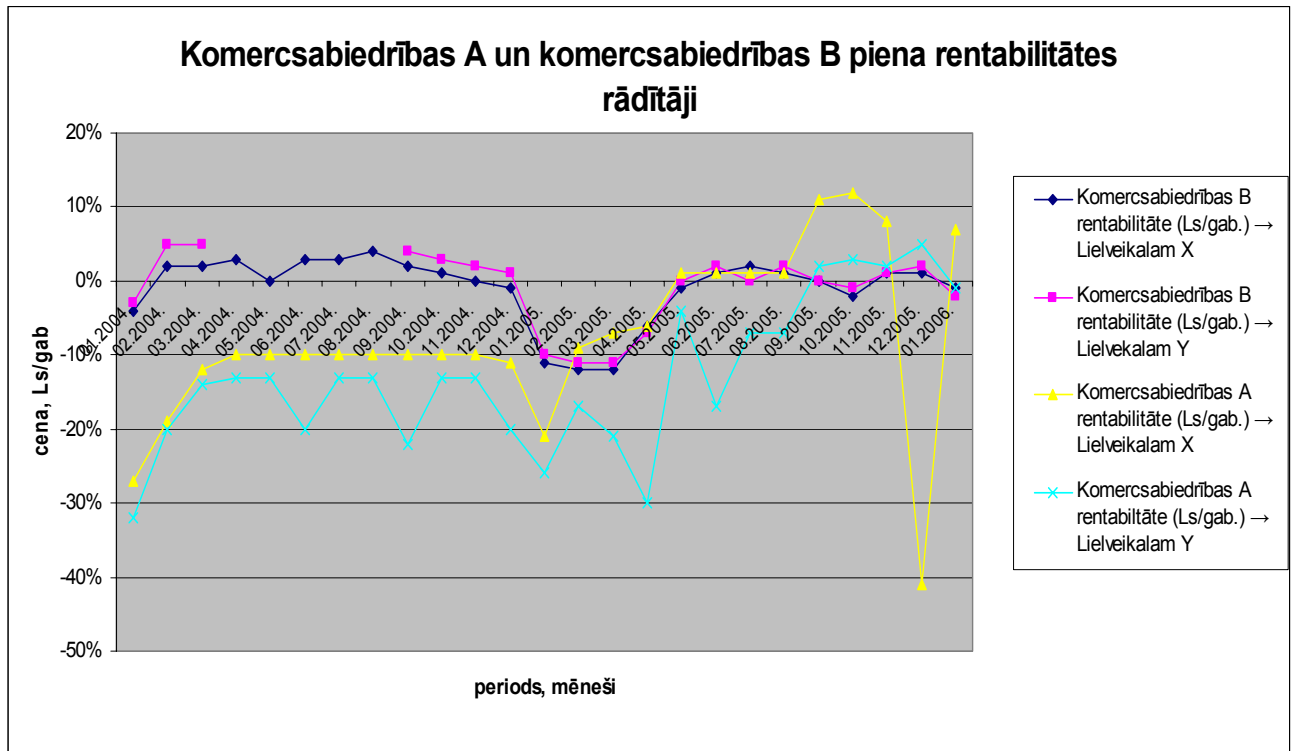
Zīmējums Nr.15b



Zīmējums Nr.15c



Zīmējums Nr.16



Zīmējums Nr.17

