



## KONKURENCES PADOME

Brīvības ielā 55, Rīgā, LV-1010 ♦ tālr. 67282865 ♦ fakss 67242141 ♦ e-pasts: konkurence@kp.gov.lv

### L Ē M U M S

Rīgā

Nr. E02-4

(Prot. Nr.2, 3.§)

2011. gada 13.janvārī

#### **Par pārkāpuma konstatēšanu un naudas soda uzlikšanu**

#### **Lieta Nr. P/09/06/7**

„Par Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „MAXIMA Latvija” darbībās”

Veicot ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības uzraudzību lielveikalu vidē 2009.gadā, tika pieprasīta informācija no SIA „MAXIMA Latvija” par norēķinu termiņiem (faktiskie grāmatvedības dokumenti, kas atspoguļo pavadzīmes – rēķina iegrāmatošanas datumu un datumu, kad izdarīts maksājums). Izvērtējot minēto informāciju, secināts, ka SIA „MAXIMA Latvija” samērā bieži kavē norēķina termiņus ar piegādātājiem. Viena no komercsabiedrībām, kurai bija noteikts (\*) dienu samaksas termiņš (\*), ir SIA „Siguldas Maiznieks”.

Ievērojot minēto, Konkurences padome, pamatojoties uz Konkurences likuma 6.panta pirmās daļas 1.punktu, 8.panta pirmās daļas 1.punktu, 13.panta otrās daļas 5.punktu, 22.panta 2.punktu un 24.pantu, 21.05.2009. ierosināja lietas izpēti par Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „MAXIMA Latvija” darbībās.

Pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 2.punktu, 8.panta otro daļu un 27.panta trešo daļu, Konkurences padome 22.12.2010. pieņēma lēmumu Nr.93 pagarināt lēmuma pieņemšanas termiņu lietā Nr. P/09/06/7 uz laiku līdz 13.01.2011., par to atbilstoši informējot lietas dalībnieku.

SIA „MAXIMA Latvija” ir reģistrēta Latvijas Republikas Komercreģistrā ar reģistrācijas Nr.4000350643, juridiskā adrese: Ķekavas novads, Ķekavas pag., „Abrās”, LV-2111.

Ņemot vērā iepriekš minēto, papildus iegūto informāciju, Konkurences padome

### **k o n s t a t ē j a:**

#### **I Konkurences likuma 13.panta otrās daļas regulējuma mērķis**

1. Dominējošā stāvokļa mazumtirdzniecībā ļaunprātīgas izmantošanas aizlieguma mērķis ir vērsties pret konkurenci kavējošo ietekmi, kas rodas, mazumtirdzniecības tirgus dalībniekiem piemērojot netaisnīgus un nepamatotus noteikumus tiesiskajās attiecībās ar piegādātājiem. Konkurences likuma 13.panta otrā

daļa paredz mazumtirdzniecības tirgus dalībnieka rīcības brīvības iegrožošanu par labu piegādātājiem apjomā, kāds noteikts no normas 1. līdz 6.punktam.

1.1. Konkurences likuma 13.panta otrā daļa paredz, ka *dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā* (turpmāk – DSM) *atrodas tāds tirgus dalībnieks vai vairāki tādi tirgus dalībnieki, kas, ņemot vērā savu iepirkuma varu pietiekami ilgā laika posmā un piegādātāju atkarību konkrētajā tirgū, spēj tieši vai netieši piemērot vai uzspiest piegādātājiem netaisnīgus un nepamatotus noteikumus, nosacījumus vai maksājumus un var kavēt, ierobežot vai deformēt konkurenci jebkurā konkrētajā tirgū Latvijas teritorijā. Jebkuram tirgus dalībniekam, kas atrodas dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā, ir aizliegts ļaunprātīgi to izmantot Latvijas teritorijā.*

1.2. Lai piemērotu minēto normu, ir nepieciešams noteikt konkrēto mazumtirdzniecības tirgu, kurā tiek konstatēts DSM, un konkrēto iepirkumu tirgu, kurā DSM ļaunprātīgas izmantošanas rezultātā tiek negatīvi ietekmēta konkurences struktūra. Šāda tirgus varas novērtēšana mazumtirdzniecībā, izdalot divus saistītos tirgus, saskan arī ar Konkurences padomes<sup>1</sup> un Eiropas Komisijas<sup>2</sup> pieeju tirgus koncentrācijas ietekmes uz konkurenci novērtēšanai apvienošanās lietās mazumtirdzniecības nozarē.

2. Lai noskaidrotu DSM jēdziena jēgu, nepieciešams vērtēt normas rašanās vēsturiskos apstākļus, likumdevēja gribu, kā arī sistēmiski novērtēt DSM ļaunprātīgas izmantošanas aizliegumu kopsakarā ar citām Konkurences likuma tiesību normām, Eiropas Savienības konkurences tiesību regulējumu. Tāpat ir analizējama citu Eiropas Savienības dalībvalstu pieredze.

2.1. Iekļaujot DSM jēdzienā atsauci uz mazumtirdzniecību, likumdevējs vēlējās viest skaidrību, ka DSM ļaunprātīgas izmantošanas aizliegums attiecas tikai uz mazumtirdzniecības nozari, jo DSM jēdziena ieviešanas laikā citās nozarēs netika novērotas problēmas, kādas pastāv mazumtirdzniecībā.<sup>3</sup> Turklāt likumdevējs ir vēlējies DSM ļaunprātīgas izmantošanas aizliegumu attiecināt tieši uz mazumtirdzniecības tīkliem<sup>4</sup>, kas jāievēro, nosakot konkrēto mazumtirdzniecības tirgu.

2.2. Lai arī DSM jēdziena nosaukumā iekļauta gramatiska atsauce uz dominējošo stāvokli, jāņem vērā, ka DSM jēdziens principiāli atšķiras no klasiskā dominējošā stāvokļa jēdziena tirgus dalībniekam piemītošās tirgus varas apjoma ziņā. Atbilstoši Konkurences likuma 1.panta 1.punktam tirgus dalībnieks, kurš atrodas klasiskajā dominējošā stāvoklī, ir imūns pret parastajiem konkurences disciplinējošiem spēkiem<sup>5</sup> un var rīkoties neatkarīgi no konkurentiem, klientiem, piegādātājiem vai patērētājiem. Savukārt tirgus dalībniekam, kurš atrodas DSM, piemīt spēja uzspiest netaisnīgus darījuma noteikumus vai maksājumus piegādātājiem, tomēr tas nevar rīkoties neatkarīgi no saviem konkurentiem vai patērētājiem<sup>6</sup>. Līdz ar to DSM raksturo mazumtirgotāja tirgus varu apjomā, kas ir pietiekama, lai spētu negatīvi ietekmēt konkurenci attiecībās ar piegādātājiem, vienlaicīgi nesasniedzot dominējošā stāvokļa

<sup>1</sup> Konkurences padomes vadlīnijas Konkurences likuma 13.panta otrās daļas piemērošanai. [ [http://www.kp.gov.lv/uploaded\\_files/KPPP025Vadlinijas13p.pdf](http://www.kp.gov.lv/uploaded_files/KPPP025Vadlinijas13p.pdf) ] (turpmāk – *Vadlīnijas*). 6. – 10.punkts; Skat. arī: Konkurences padomes 2007.gada 29.jūnija lēmums Nr.81 „Par SIA „MAXIMA Latvija” un SIA „Mahrix” ziņojumu par apvienošanos” (turpmāk – *MAXIMA/Mahrix*), 6.punkts.

<sup>2</sup> Eiropas Komisijas 2004.gada 15.novembra lēmums lieta Nr. COMP/M.3464 – *Kesko/ICA/JV* (turpmāk – *Kesko/ICA/JV*), 10., 19.rindkopa; Eiropas Komisijas 1999.gada 3.februāra lēmums lietā Nr. IV/M.1221 *Rewe/Meinl* (turpmāk – *Rewe/Meinl*), 9.rindkopa.

<sup>3</sup> Likumprojekta „Grozījumi Konkurences likumā” anotācija (turpmāk – *Anotācija*). I. sadaļa, 1.punkts. [ [http://titania.saeima.lv/LIVS/SaeimaLIVS.nsf/0/bb45db7a5734a63dc2257333003eb222/\\$FILE/Lp0417\\_0.doc](http://titania.saeima.lv/LIVS/SaeimaLIVS.nsf/0/bb45db7a5734a63dc2257333003eb222/$FILE/Lp0417_0.doc) ]

<sup>4</sup> *Anotācija*, Turpat.

<sup>5</sup> O'Donoghue & Padilla. *The Law and Economics of Article 82 EC*. ASV: Hart Publishing, 2006, 107.lpp.

<sup>6</sup> *Anotācija*, I. sadaļa, 1.punkts.

tirgus varas sliekšni, kad būtu iespējams darboties neatkarīgi arī no patērētājiem un konkurentiem.

2.3. Likumdevējs ir noteicis arī atšķirīgu DSM un klasiskā dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas aizlieguma pārkāpumu klasifikāciju pēc to smaguma pakāpes. Saskaņā ar Ministru kabineta 2008.gada 29.septembra noteikumu Nr.796 „Kārtība, kādā nosakāms naudas sods par Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā un 13.pantā paredzētajiem pārkāpumiem” 15.punktu DSM ļaunprātīga izmantošana ir viegls pārkāpums, savukārt klasiskā dominējošā stāvokļa ļaunprātīga izmantošana ir smags pārkāpums. Līdz ar to, ja mazumtirgotāja tirgus vara jau atbilstu klasiskajam dominējošajam stāvoklim, tad atbilstoši Konkurences likuma 13.panta trešajai daļai uz to attiektos likuma 13.panta pirmajā daļā noteiktie ierobežojumi, par ko ir paredzēta smagāka atbildība.<sup>7</sup>

3. Šāda tirgus dalībnieka vienpusējas rīcības ierobežošanas izpratne ir nostiprināta arī Padomes 2002.gada 16.decembra regulā Nr.1/2003 „Par to konkurences noteikumu īstenošanu, kas noteikti [Eiropas Kopienas dibināšanas] līguma 81. un 82.pantā”<sup>8</sup> (turpmāk – regula Nr.1/2003). Saskaņā ar regulas Nr.1/2003 3.panta otro daļu regula 1/2003 neliedz dalībvalstīm noteikt tirgus dalībnieku vienpusējai rīcībai stingrākus ierobežojumus par tiem, kas paredzēti Līguma par Eiropas Savienības darbību (turpmāk – LESD) 102.pantā. Tādējādi dalībvalstis savā teritorijā var noteikt kā zemāku dominējošā stāvokļa sliekšni, tā aizliegt darbību, kura nav uzskatāma par aizliegtu saskaņā ar LESD 102.pantu.<sup>9</sup> Šādi dalībvalstu noteikumi var attiekties uz ļaunprātīgu rīcību, kas vērsta pret ekonomiski atkarīgiem (vājākiem) tirgus dalībniekiem.<sup>10</sup> Šādā aspektā, piemēram, Vācijas Konkurences likumā, papildus klasiskā dominējošā stāvokļa regulējumam, paredzēti stingrāki vienpusējas rīcības ierobežojumi tirgus dalībniekiem ar ievērojamu tirgus varu, kuri vēl nav sasnieguši dominances līmeni.<sup>11</sup> Līdzīgi arī Francijas Komerckodekss paredz aizliegumu tirgus dalībniekiem, nesasniedzot klasisko dominējošo stāvokli, ļaunprātīgi izmantot savu tirgus varu pret ekonomiski atkarīgiem klientiem vai piegādātājiem.<sup>12</sup>

4. Ņemot vērā minēto, var secināt, ka Konkurences likuma 13.panta otrā daļa aizsargā ekonomiski atkarīgo tirgus dalībnieku – piegādātāju – tiesiskās intereses attiecībā ar mazumtirgotājiem.

5. Kaut arī par Konkurences likuma 13.panta otrās daļas normas mērķi ir izvirzīta piegādātāju tiesisko interešu aizsardzība un negatīvās ietekmes uz konkurenci novēršana iepirkuma tirgū, DSM ļaunprātīgas izmantošanas aizliegums veicina arī patērētāju tiesisko interešu aizsardzību. Proti, uzlabojot makroekonomisko vidi, sekmējot godīgu konkurenci piegādātāju starpā, novēršot draudus mazo un vidējo uzņēmumu darbībai un kopumā sekmējot tautsaimniecības attīstību<sup>13</sup>, labklājības ieguvumi pastarpināti tiek nodoti arī galapatērētājiem Latvijas teritorijā. Praktiski tas var izpausties tādā veidā, ka, piemēram, DSM esošs mazumtirgotājs spēj ievērojami ietekmēt to, kādas preces nonāk līdz galapatērētājam. Precēm, kuras neizvēlas DSM

<sup>7</sup> Skat. salīdzinājumam: Konkurences likuma 14.panta otrās daļas 1. un 2.punkts.

<sup>8</sup> OV L1 04.01.2003.

<sup>9</sup> Faull & Nikpay. *The EC Law of Competition*. ASV: Oxford University Press, 2007 (turpmāk – *Faull & Nikpay*), 2.34.rindkopa.

<sup>10</sup> Regula Nr.1/2003, Preambulas 8.punkts.

<sup>11</sup> Vācijas Konkurences likuma 20.panta ceturrtā daļa. [ angļu val. – Act against restrains of competition. [http://www.bundeskartellamt.de/wEnglisch/download/pdf/GWB/0911\\_GWB\\_7\\_Nouvelle\\_E.pdf](http://www.bundeskartellamt.de/wEnglisch/download/pdf/GWB/0911_GWB_7_Nouvelle_E.pdf) ]

<sup>12</sup> Francijas Komerckodeksa L420-2.panta otrā daļa. [ franču val. – Code de commerce. [http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do;jsessionid=952013578EBCBAFCEA85894717227AC7.tp djo13v\\_1?idSectionTA=LEGISCTA000006133184&cidTexte=LEGITEXT000005634379&dateTexte=20100712](http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do;jsessionid=952013578EBCBAFCEA85894717227AC7.tp djo13v_1?idSectionTA=LEGISCTA000006133184&cidTexte=LEGITEXT000005634379&dateTexte=20100712) ]

<sup>13</sup> *Anotācija*, II. sadaļa, 1.punkts.

esošs mazumtirgotājs, ir krietni mazākas iespējas sasniegt galapatērētāju. Šādā veidā DSM esošs mazumtirgotājs lielā mērā nosaka arī produktu inovācijas veiksmi, izlemjot pirkt vai atsakoties no konkrēta produkta.<sup>14</sup>

## **II Konkrētie tirgi**

### **Konkrētais mazumtirdzniecības tirgus**

#### 6. Konkrētās preces tirgus

6.1. Izvērtējusi lietas materiālus, Konkurences padome secina, ka konkrētais mazumtirdzniecības tirgus ir nosakāms atbilstoši iestādes un Eiropas Komisijas praksei.<sup>15</sup> Tā *MAXIMA/Mahrix*<sup>16</sup> tirgus dalībnieku apvienošanās lietā Konkurences padome secināja, ka SIA „MAXIMA Latvija” darbojas ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū lielveikalu vidē. Minēto secinājumu iestāde apstiprināja arī turpmākajos lēmumos tirgus dalībnieku apvienošanās lietās<sup>17</sup>, kurās viens no apvienošanās dalībniekiem bija SIA „MAXIMA Latvija”.

6.2. Konkurences padome secina, ka no konkrētās preces tirgus aspekta ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecībā ir atsevišķi izdalāma modernā mazumtirdzniecība (supermārketi, hipermārketi un zemo cenu veikalu ķēdes), kur pārsvarā tiek tirgota pārtika, neņemot vērā iepirkšanos mazajos, specializētajos veikalos.<sup>18</sup> Lielveikali no mazajiem veikalos atšķiras ar to, ka tie spēj piedāvāt plašāku preču klāstu, ieskaitot preces mājāsaimniecības vajadzībām. Patērētāji izvēlas lielveikalus, jo to iepirkšanās modelis ir komplekss un sastāv no vairākiem komponentiem.<sup>19</sup> Apvienojot šādu iepirkšanās pieredzi ar iespēju viegli novietot automašīnu<sup>20</sup>, lielveikali piedāvā iespēju vienuviet iegādāties visas nepieciešamās ikdienas patēriņa preces<sup>21</sup>. Šādos apstākļos iepirkšanās lielveikalos tiek identificēta kā galvenais apgādes veids, savukārt mazie pārtikas veikali vai specializētie veikali bieži vien pilda iepirkšanās papildinošo lomu.<sup>22</sup>

7. Ņemot vērā minēto, atbilstoši Konkurences likuma 1.panta 5.punktam par konkrēto preces tirgu tiek noteikts ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgus lielveikalu vidē.

#### 8. Konkrētais ģeogrāfiskais tirgus

8.1. Vērtējot aizvietojamību no pieprasījuma puses, ģeogrāfiskā teritorija konkrētajam mazumtirdzniecības tirgum tiek noteikta robežās, kādās patērētājs var nokļūt 10 līdz 30 minūtēs, braucot ar automašīnu.<sup>23</sup> Tādējādi valsts teritorijā var tikt noteikti daudzi lokālie tirgi (pilsētas, pilsētu rajoni, novadu centri u.tml.). Vienlaicīgi ģeogrāfiskā teritorija var būt arī lielāka, ja lokālie tirgi savstarpēji savienojas vai pārklājas, tādējādi aptverot lielāku teritoriju (reģionāla vai nacionāla mēroga).<sup>24</sup>

<sup>14</sup> *Rewe/Meinl*, 74.rindkopa.

<sup>15</sup> Skat. Eiropas Komisijas 2004.gada 15.novembra lēmums lieta Nr. COMP/M.3464 – Kesko/ICA/JV (turpmāk – *Kesko/ICA/JV*), 10.rindkopa; *Rewe/Meinl*, 10.rindkopa.

<sup>16</sup> Skat. 1.atsauci.

<sup>17</sup> Skat. Konkurences padomes 2007.gada 25.jūlija lēmums Nr.92, 7.punkts; Konkurences padomes 2007.gada 12.decembra lēmums lietā Nr.171, 7.punkts; Konkurences padomes 2008.gada 8.oktobra lēmums Nr.171, 5.3.punkts.

<sup>18</sup> Eiropas Komisijas 2008.gada 3.jūlija lēmums lietā Nr.COMP/M.5112 – Rewe Plus/Discount, 17.rindkopa (turpmāk – *Rewe Plus/Discount*); Eiropas Komisijas 2007.gada 25.aprīļa lēmums lietā Nr.COMP/M.4590 – Rewe/Delvita, 13.rindkopa.

<sup>19</sup> *MAXIMA/Mahrix*, 6.punkts.

<sup>20</sup> Turpat.

<sup>21</sup> Angļu val. – „one-stop shopping”. *Rewe/Meinl*, 13.rindkopa.

<sup>22</sup> *MAXIMA/Mahrix*, 6.punkts; *Rewe/Meinl*, 13.rindkopa.

<sup>23</sup> *MAXIMA/Mahrix*, 6.punkts; *Kesko/ICA/JV*, 15.rindkopa.

<sup>24</sup> *Kesko/ICA/JV*, 15.rindkopa; *Rewe/Meinl*, 18.rindkopa.

8.2. DSM lietās priekšroka ir dodama nacionāla tirgus teritorijas noteikšanai. Konkrētajā lietā, kad tiek vērtēts mazumtirgotāja tirgus stāvoklis mazumtirdzniecības tirgū un tiek vērtēta tā ietekme uz saistīto iepirkuma tirgu, ir svarīgi veikt piedāvājuma puses (mazumtirgotāja) novērtējumu. Patērētāju intereses tiek ievērotas to kopumā (visā valsts teritorijā), neidentificējot nevienu lokālo tirgu. Turklāt noteicošais ir apstākļi, ka DSM lietās tiek kopumā vērtēta mazumtirdzniecības tirgus un tajā DSM esošā mazumtirgotāja ietekme uz piegādātājiem konkrētajā iepirkuma tirgū. Tādējādi apsvērumiem, kuriem ir nozīme DSM konstatēšanā, ir dodama priekšroka.

8.3. Šādos apstākļos ģeogrāfiskā tirgus teritorijas noteikšanai ir svarīgi novērtēt mazumtirgotāja klātbūtnes līmeni valsts teritorijā un tā darbības organizāciju. Tā SIA „MAXIMA Latvija” ir mazumtirdzniecības tirgus dalībnieks, kas darbojas visā Latvijas teritorijā. SIA „MAXIMA Latvija” lielākoties centralizēti nosaka cenu politiku, preču klāstu, preču izplatīšanu pa veikalu formātiem un mārketinga aktivitātes. Svarīgākais, ka vienošanos par preču piegādi SIA „MAXIMA Latvija” ar piegādātājiem slēdz centralizēti – par piegādi mazumtirgotāja tīklam visā Latvijas teritorijā.<sup>25</sup>

9. Ievērojot minēto, atbilstoši Konkurences likuma 1.panta 3.punktam konkrētais ģeogrāfiskais tirgus ir Latvijas teritorija, un atbilstoši Konkurences likuma 1.panta 4.punktam konkrētais mazumtirdzniecības tirgus ir ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgus lielveikalu vidē Latvijas teritorijā.

## **Konkrētais iepirkumu tirgus**

### 10.Konkrētās preces tirgus

10.1. Tradicionāli konkrētais tirgus tiek noteikts par pamatu ņemot patērētāju viedokli. Tomēr, nosakot konkrēto iepirkuma tirgu, pieeja atšķiras. Atbilstoši Eiropas Komisijas praksei konkrētais iepirkumu tirgus tiek noteikts, ņemot vērā piegādātāju elastību un tiem pieejamos alternatīvos noieta kanālus.<sup>26</sup> Piegādātāji (ražotāji) pārsvarā ražo un piegādā vienu produktu vai vienotu produktu kategoriju (piemēram, piens un piena produkti, maize un maizes produkti) un tiem nav vai ir visai ierobežotas iespējas bez būtiskām investīcijām, tirgus izpēti un papildu zinātnības uzsākt citu preču ražošanu.<sup>27</sup> Arī mazumtirgotājs, kaut arī patērētājiem piedāvā plašu produktu klāstu, nevar visas nepieciešamās preces iegādāties no viena piegādātāja. Tādējādi šādos apstākļos nevar pastāvēt vienots iepirkuma tirgus mazumtirdzniecībai, bet gan atsevišķi iepirkumu tirgi atbilstoši preču kategorijām.<sup>28</sup>

10.2. Šādos apstākļos Konkurences padome uzskata par nepieciešamu norādīt uz sekojošiem apsvērumiem, kas konkrētajā lietā papildus ņemami vērā, nosakot iepirkuma tirgus konkrēto preci. Saskaņā ar Konkurences likuma 13.panta otro daļu DSM ļaunprātīgas izmantošanas rezultātā jākonstatē negatīva ietekme uz konkurenci. Kā minēts iepriekš šī lēmuma (turpmāk-Lēmuma) 1.2.punktā, ietekme uz konkurenci Konkurences likuma 13.panta otrās daļas izpratnē izpaužas konkrētajā iepirkuma tirgū. Vērtējot situāciju no konkurences kavēšanas aspekta, ietekme iepirkuma tirgū DSM ļaunprātīgas izmantošanas rezultātā rodas neatkarīgi no tā, cik plaši ir definēts konkrētās preces tirgus. Ja tiek konstatēta konkurences kavēšana attiecībā uz lietas ietvaros vērtēto atsevišķu preču iepirkumu un konkrētais preces tirgus tiek definēts šauri, tad neatkarīgi no tā, ietekme uz konkurenci rodas arī iepirkuma tirgū kopumā. Turklāt jāņem vērā, ka Konkurences likuma 13.panta otrās daļas ietvaros nav izšķirošas

<sup>25</sup> Līdzīgus apsvērumus par mazumtirgotāja darbības organizāciju izdarīja arī Eiropas Komisija 2000.gada 23.oktobra lēmumā lietā Nr.COMP/M.2161 – Ahold/Superdiplo (turpmāk – *Ahold/Superdiplo*), 18.rindkopā.

<sup>26</sup> *Rewe/Meinl*, 76.rindkopa.

<sup>27</sup> *Vadlīnijas*, 8.punkts.

<sup>28</sup> *Kesko/ICA/JV*, 21.rindkopa; *Rewe/Meinl*, 77.rindkopa.

nozīmes, vai konkurences kavēšana faktiski ir notikusi, vai arī iestāde vērsas pret noteikumiem, kuri potenciāli var kavēt, ierobežot vai deformēt konkurenci iepirkuma tirgū. Jāņem vērā, ka uz DSM esošu mazumtirgotāju ir pamatoti attiecināt klasiskā dominējošā stāvokļa lietās pastāvošo īpašās atbildības jēdzienu<sup>29</sup> tādā mērā, kādā atbildību paredz Konkurences likuma 13.panta otrā daļa. Tas tiešā veidā attiecas uz konkurences saglabāšanu iepirkuma tirgū un saudzīgu izturēšanos pret ekonomiski atkarīgajiem piegādātājiem, kas ir Konkurences likuma 13.panta otrās daļas aizsardzības uzdevums.

10.3. Konkurences padome vienlaicīgi secina, ka ir pieļaujamas arī atkāpes no 10.1.punktā minētās konkrētās preces tirgus noteikšanas. Ja prece ir specifiska un nav daļēji vai pilnība aizvietoājama no patērētāja viedokļa ar citām precēm, kurām ir viens piegādātājs, tad to izdalīt atsevišķā konkrētās preces tirgū nebūtu lietderīgi. Šādos gadījumos tiks aptverts plašāks preču sortiments (grupa), kurā šī prece ietilpst. Jāpiebilst, ka minētais secinājums nemaina negatīvās ietekmes uz konkurenci konstatēšanu, jo tā izpaužas arī iepirkuma tirgū kopumā, konstatējot DSM ļaunprātīgas izmantošanas aizlieguma pārkāpumu atbilstoši Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 1. līdz 6.punktam.

11. Ņemot vērā minēto un Lēmuma 29.punktā ietvertos apsvērumus, atbilstoši Konkurences likuma 1.panta 5.punktam par konkrēto iepirkuma preces tirgu lietā tiek noteikts konditorejas izstrādājumu iepirkuma tirgus.

## 12. Konkrētais ģeogrāfiskais tirgus

Eiropas Komisija iepirkumu tirgu ir vērtējusi nacionālās robežās<sup>30</sup>, lai gan neizslēdza iespēju iepirkuma ģeogrāfisko teritoriju noteikt arī plašākās robežās pastiprinātas iepirkumu tirgu internacionalizācijas<sup>31</sup> dēļ. Ņemot vērā, ka saskaņā ar Konkurences likuma 13.panta otrajā daļā ietverto DSM definīciju ļaunprātīgas izmantošanas aizliegums attiecas uz Latvijas teritoriju, nav pamats iepirkuma tirgus ģeogrāfisko teritoriju noteikt robežās, kas pārsniedz nacionālā tirgus robežas.

13. Bez tam, Konkurences padome uzskata, ka arī citi lietas apstākļi liecina par labu konkrētā tirgus noteikšanu nacionālās robežās.

13.1. Konkurences padome uzskata par nepieciešamu norādīt, ka konkrētās ģeogrāfiskās teritorijas noteikšana, līdzīgi kā konkrētās preces noteikšanas gadījumā, ir vērtējama kopsakarā ar DSM ļaunprātīgas izmantošanas potenciālo ietekmi uz konkurenci iepirkuma tirgū. Neatkarīgi no konkrētās ģeogrāfiskās teritorijas noteikšanas, ja konkurences kavēšana izpaužas šaurākā tirgū (plašāka tirgus sastāvdaļā), tad tas jebkurā gadījumā ietekmē piegādātāja konkurētspēju arī plašākā tirgū. Ņemot vērā minēto, Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 1. līdz 6.punkta piemērošanai ir pietiekami konstatēt, ka konkurence var tikt ietekmēta nacionālā līmenī neatkarīgi no tā, vai iepirkuma tirgus faktiskās ģeogrāfiskās robežas ir plašāka.

13.2. Arī piegādātāju atkarības novērtēšanai precīzi noteiktai konkrētā iepirkuma tirgus preces vai teritorijas robežām nav izšķirošas nozīmes, lai konstatētu vai piegādātājs ir atkarīgs no mazumtirgotāja. Piegādātāju atkarības novērtēšanas pamatā ir mazumtirgotāja un piegādātāja savstarpējo tiesisko attiecību (piegādes līguma) analīze un abu tirgus dalībnieku ekonomiskās varas salīdzināšana. Iepirkumu tirgus šajā ziņā tiek noteikts, lai varētu identificēt DSM ļaunprātīgas izmantošanas aizlieguma pārkāpuma rezultātā ietekmēto vidi.

<sup>29</sup> Lieta Nr.322/81 *Michelin v Commission* [1983] ECR – 3461, 57.rindkopa.

<sup>30</sup> *Rewe/Meinl*, 83.rindkopa; *Rewe Plus/Discount*, 23.rindkopa.

<sup>31</sup> *Ahold/Superdiplo*, 22.rindkopa.

14. Ņemot vērā minēto, atbilstoši Konkurences likuma 1.panta 3.punktam konkrētais ģeogrāfiskais tirgus ir Latvijas teritorija un atbilstoši Konkurences likuma 1.panta 4.punktam par konkrēto iepirkuma tirgu tiek noteikts konditorejas izstrādājumu iepirkuma tirgus Latvijas teritorijā.

### **III DSM ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū lielveikalu vidē Latvijas teritorijā**

15. Konkurences likuma 13.panta otrajā daļā ir ietverti DSM ļaunprātīgas izmantošanas priekšnoteikumi – mazumtirgotāja iepirkuma vara un piegādātāju atkarība.

16.1. Eiropas Komisija iepirkuma varas jēdzienu ir skaidrojusi ar t.s. spirāles efektu. Mazumtirdzniecības tirgus ir nesaraujami saistīts ar iepirkuma tirgu. Mazumtirgotāja tirgus daļa mazumtirdzniecības tirgū nosaka tā iepirkuma apjomu – jo lielāka tirgus daļa mazumtirdzniecības tirgū, jo lielāki iepirkuma apjomi. Savukārt lielāks iepirkuma apjoms mazumtirgotājam nodrošina labvēlīgākus iepirkuma nosacījumus no piegādātājiem. Labvēlīgāki iepirkuma nosacījumi dod iespēju mazumtirgotājam uzlabot tā stāvokli mazumtirdzniecības tirgū, kas tālāk veicina vēl labāku iepirkuma nosacījumu saņemšanu no piegādātājiem.<sup>32</sup> No minētā izriet, ka iepirkuma varas pamata novērtēšanas kritērijs ir tirgus daļa mazumtirdzniecībā un no tā izrietošais iepirkuma apjoms.

16.2. Klasiskā dominējošā stāvokļa novērtēšanas lietās spirāles efekta rezultātā arvien pieaugošā iepirkuma vara neizraisa konkurences kavēšanas bažas, kamēr mazumtirgotāja tirgus varu kopumā atsvēr konkurence par patērētāju un mazumtirdzniecības līmenī nav nostiprinājies klasiskais dominējošais stāvoklis.<sup>33</sup> Tomēr, kā tas tika norādīts iepriekš Lēmuma 2.2.apakšpunktā, DSM lietās tiek vērtēta mazumtirgotāja tirgus varas rezultātā radītā konkurences kavēšana attiecībā uz piegādātājiem, nevērtējot konkurences kavēšanu attiecībā uz patērētājiem un konkurentiem. Līdz ar to DSM lietās ir pietiekami konstatēt tādu iepirkuma varas apjomu, kas mazumtirgotājam jau ļauj darboties neatkarīgi no piegādātājiem, tomēr vēl neļauj darboties neatkarīgi no patērētājiem un citiem mazumtirgotājiem.

17. Vērtējot piegādātāju atkarību, jāņem vērā, ka atšķiras arī piegādātāju kopējās atkarības apmērs, kas nepieciešams, lai varētu noteikt atrašanos klasiskajā dominējošajā stāvoklī vai DSM. Pilnīgu atkarību, kad no mazumtirgotāja ir atkarīgi visi vai lielākā daļa piegādātāju, ir svarīgi konstatēt klasiskā dominējošā stāvokļa lietās.<sup>34</sup> Līdz ar to, ja izpildītos piegādātāju pilnīgas atkarības kritērijs visā konkrētajā iepirkuma tirgū, tad būtu pamats vērtēt mazumtirgotāja atrašanos klasiskajā dominējošajā stāvoklī iepirkumu tirgū, kas nav Konkurences likuma 13.panta otrās daļas mērķis. No minētā izriet, ka DSM lietās, kad mazumtirgotāja tirgus varas sliekšnis ir zem klasiskās dominances līmeņa, piegādātāju atkarība *per se* nevar veidoties visā iepirkuma tirgū. Turklāt jāņem vērā, ka *Rewe/Meinl* lietā noteiktais piegādes īpatsvars no piegādātāja apgrozījuma virs 22% tika izvēlēts, vērtējot klasiskā dominējošā stāvokļa veidošanās iespējas iepirkumu tirgū<sup>35</sup>. Tas ļauj tālāk secināt, ka DSM lietās, kad tirgus varas sliekšnis ir zemāks par klasiskā dominējošā stāvokļa tirgus varas sliekšni, ir pamats vērtēt piegādātāju atkarības veidošanos arī pie zemākā piegādes īpatsvara.

18.1. Ņemot vērā minēto, kā arī Lēmuma punktos 16.– 17. norādīto, secināms, ka mazumtirgotājam sasniedzot noteiktus kvantitatīvos rādītājus (ekonomisko varu),

<sup>32</sup> *Rewe/Meinl*, 72.rindkopa.

<sup>33</sup> *Rewe/Meinl*, 73.rindkopa.

<sup>34</sup> *Rewe/Meinl*, 101. – 103.rindkopa.

<sup>35</sup> *Rewe Meinl*, 101.punkts.

iepirkuma varas konstatēšana Konkurences likuma 13.panta otrās daļas ietvaros liecina, ka iepirkuma tirgū ir piegādātāji, kuriem veidosies atkarība un kuri ir aizsargājami. Līdz ar to iepirkuma tirgū jāatšķir gadījumi, kad iepirkuma vara tiek izmantota pret piegādātājiem, kuriem nav tirgus varas (mazumtirgotāja vienpusēji tirgus varas izpausmes gadījumi), no gadījumiem, kad piegādātājiem arī piemīt tirgus vara (abpusēji tirgus varas izpausmes gadījumi) un mazumtirgotājs nespēj uzspiest netaisnīgus un nepamatotus noteikumus, piemēram, lielu, starptautiska mēroga piegādātāju gadījumā.

18.2. Šādos apstākļos secināms, ka mazumtirgotāja iepirkuma vara pati par sevi liecina, ka iepirkuma tirgū var veidoties piegādātāju atkarība. Līdz ar to, konstatējot iepirkuma varu, piegādātāju atkarība konkrētajā iepirkuma tirgū tiek prezumēta. Apstākļi, ka ne visiem vai arī lielākajai daļai piegādātāju konkrētajā iepirkuma tirgū neveidosies atkarība no mazumtirgotāja, neietekmē DSM stāvokļa esamību un neatbrīvo mazumtirgotāju no atbildības ievērot DSM ļaunprātīgas izmantošanas aizliegumu attiecībā ar atkarīgajiem piegādātājiem. Savukārt, pārejot pie DSM ļaunprātīgas izmantošanas aizlieguma iespējamā pārkāpuma izvērtēšanas, Konkurences likuma 13.panta otrās daļas regulēšanas mērķis tiek sasniegts, katrā konkrētajā gadījumā individuāli novērtējot piegādātāja atkarību, lai tādējādi novērstu normas nepamatotu piemērošanu abpusējiem tirgus varas izpausmes gadījumiem.

18.3. No minētā izriet secinājums, ka iepirkuma vara ir DSM konstituējošs elements, savukārt piegādātāju atkarība ir DSM ļaunprātīgas izmantošanas priekšnoteikums, kas pārbaudāma konkrēta pārkāpuma ietvaros.

19. Par labu apsvērumam, ka DSM pamatā ir mazumtirgotāja iepirkuma varas apmērs, liecina arī citu Eiropas Savienības dalībvalstu pieņemtie mazumtirdzniecību regulējošie normatīvie akti.

19.1. Tā Ungārijas 2005.gada Tirdzniecības likumā<sup>36</sup> paredzēts būtiskas ietekmes jēdziens. Atbilstoši likuma 2.panta „e” punktam, būtiska tirgus vara attiecas uz tādu tirgus stāvokli, kad mazumtirgotājs ir piegādātāja neizbēgams sadarbības partneris, lai piegādātājs varētu sasniegt galapatērētāju, un mazumtirgotājs savas mazumtirdzniecības tirgus daļas dēļ spēj ietekmēt produkta vai produktu grupas piekļuvi mazumtirdzniecības tirgum reģionālā vai nacionālā līmenī. Savukārt likuma 7.panta trešā daļa paredz, ka tirgus dalībniekam ir būtiska ietekme attiecībā ar piegādātājiem, ja tirgus dalībnieka, tā mātes un meitas uzņēmumu vai iepirkuma grupas gadījumā – to dalībnieku iepriekšējā gada konsolidētais gada apgrozījums pārsniedz 100 miljardus forintu, kas, pārrēķinot latos, ir aptuveni 250 – 280 milj. latu atkarībā no tā, vai tiek attiecīgi izmantots aktuālais vai uz likuma pieņemšanas brīdi noteiktais valūtas kurss.

19.2. Līdzīgi arī Lietuvas Tirdzniecības likuma<sup>37</sup> 2.pantā noteikts, ka būtiska ietekme mazumtirdzniecībā<sup>38</sup> ir gadījumā, ja mazumtirgotājam pieder vismaz 20 veikali, kuru komercplatība ir vismaz 400 m<sup>2</sup>, kā arī ja iepriekšējā gada apgrozījums Lietuvas Republikā ir 400 milj. litu, kas pārrēķinot latos ir aptuveni 82 milj. latu.

<sup>36</sup> Ungārijas Tirdzniecības likums. [ angļu val. – Act CLXIV of 2005 on Trade. [http://www.gvh.hu/domain2/files/modules/module25/pdf/Act\\_CLXIV\\_of\\_2005\\_on\\_Trade.pdf](http://www.gvh.hu/domain2/files/modules/module25/pdf/Act_CLXIV_of_2005_on_Trade.pdf) ]

<sup>37</sup> Lietuvas Tirdzniecības likums. [ lietuviešu val. – Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymas. [http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc\\_e?p\\_id=362061&p\\_query=&p\\_tr2=](http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_e?p_id=362061&p_query=&p_tr2=) ]

<sup>38</sup> Bez būtiskas ietekmes jēdziena definīcijas Tirdzniecības likumā, Lietuvas Konkurences likuma 3.panta 11.punkts nosaka arī, kad mazumtirdzniecības uzņēmums atrodas klasiskajā dominējošajā stāvoklī mazumtirdzniecībā, t.i., pārsniedzot 30% no mazumtirdzniecības tirgus daļas. Izpildoties minētajam kritērijam, uz to attieksies klasiskā dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas pārkāpuma aizliegums. [ angļu val. – Law on competition. [http://www.konkuren.lt/en/index.php?show=antitrust&antitrust\\_doc=law\\_competition](http://www.konkuren.lt/en/index.php?show=antitrust&antitrust_doc=law_competition) ] Salīdzinājumam skat.: Konkurences likuma 13.panta trešo daļu.



19.3. No minētā secināms, ka pamata kritērijs būtiskas ietekmes konstatēšanai ir mazumtirgotāja iepirkuma vara, kas balstās uz mazumtirgotāja apgrozījumu atsevišķi vai kopsakarā ar noteiktas platības veikalu skaitu. Piegādātāju atkarība nav obligāts kritērijs būtiskas ietekmes stāvokļa konstatēšanai. Tas izriet no tā, ka praksē paredzami gadījumi, kad spēcīgi piegādātāji, kuru apgrozījums ievērojami pārsniegs likumā noteikto apgrozījumu būtiskās ietekmes konstatēšanai, visticamāk varēs atsvērt mazumtirgotāja spēju uzspiest netaisnīgus noteikumus. Neskatoties uz to, mazumtirgotājam piemīt būtiska ietekme, šāds tirgus stāvoklis pats par sevi neliecina par spēju attiecībās ar jebkuru piegādātāju uzspiest netaisnīgus darījuma noteikumus.

20. Ņemot vērā, ka gan būtiskas ietekmes jēdziens, gan DSM jēdziens atspoguļo tirgus dalībnieka tirgus varas apmēru zem klasiskās dominances līmeņa, turklāt abi jēdzieni attiecas uz vienu tautsaimniecības jomu – mazumtirdzniecību, tad augstāk minētos būtiskās ietekmes jēdziena novērtēšanas kritērijus ir pamats ņemt vērā, noskaidrojot DSM jēdziena saturu. Jāpiebilst, ka atšķirībā no augstāk minēto Eiropas Savienības dalībvalstu regulējuma, Latvijas gadījumā apsvērumu izdarīšana par mazumtirgotājā iepirkuma varas kvantitatīvajiem rādītājiem, kurus sasniedzot, konstatējams DSM, un piegādātāju atkarības līmeni, kad var izpausties DSM ļaunprātīga izmantošana, ir atstāta iestādes ziņā.

### **Iepirkuma varas un iepirkuma tirgus pieprasījuma puses raksturojums**

21. Atbilstoši Konkurences likuma 13.panta otrajai daļai DSM konstatēšanai nepieciešams konstatēt iepirkuma varu, kura pastāv pietiekami ilgu laiku. Likums nesniedz pietiekami ilga laika jēdziena tālāku skaidrojumu. Konkurences padome ieskatā, iepirkuma varu pietiekami ilgā laika posmā raksturo tāds mazumtirgotāja tirgus varas stāvoklis, kad nav gaidāms, ka esošie tirgus dalībnieki (gan konkurenti, gan piegādātāji) varētu krasī ietekmēt konkrētā mazumtirgotāja tirgus pozīciju mazumtirdzniecības vai iepirkuma tirgū un ievērojami mainīt tirgus sadalījumu.<sup>39</sup> Par minēto var liecināt tirgus vēsturiskā attīstība. Ņemot vērā minēto, iepirkuma varas raksturojumam pietiekami ilgā laika posmā tiks izmantoti divu pēdējo gadu dati, lai gan turpmāk izklāstītās tirgus tendences un kopsakarības mazumtirdzniecībā vērojamas jau gandrīz desmit gadu garumā<sup>40</sup>.

### 22. Vispārējais mazumtirdzniecības raksturojums

Vispārējo situāciju mazumtirdzniecībā raksturo šādi fakti:

1) mazumtirdzniecības nespécializētos veikalos, kur pārsvarā tiek tirgota pārtika, dzērieni vai tabaka (NACE kods 5211) kopējais apgrozījums 2008.gadā bija Ls 1 821 702 000, bet 2009.gadā – Ls 1 511 107 000. Lai gan 2009.gadā ekonomiskās krīzes ietekmē piedzīvots būtisks mazumtirdzniecības apgrozījuma kritums par 17%, mazumtirdzniecības nozare ir tā, kurai pēdējā desmitgadē Latvijas tautsaimniecībā vērojama dinamiska attīstība;

2) modernās mazumtirdzniecības uzņēmumu, kas veido lielveikalu vidi, skaits 2008.gadā bija 12 (neskaitot SIA „BAF LTD” apvienību un SIA „BALSTOR”<sup>41</sup>, un 2008.gadā to kopējais apgrozījums bija Ls 1 379 873 284, kas veidoja 76% no kopējās mazumtirdzniecības nespécializētos veikalos, kur pārsvarā tiek tirgota pārtika, dzērieni vai tabaka, un 69% no kopējās mazumtirdzniecības nespécializētos veikalos; 2009.gadā minētie rādītāji attiecīgi bija 80% un 73%;

<sup>39</sup> Salīdzinājumam skat.: *Faull & Nikpay*, 1.208.rindkopa.

<sup>40</sup> Skat. *Kesko/ICA/JV*, 49.rindkopa.

<sup>41</sup> BALSTOR lielākais dalībnieks SIA „Mego” tiek vērtēts kā atsevišķs mazumtirdzniecības tīkls.

3) kopējais ikdienas patēriņa preču apgrozījuma lielveikalu vidē īpatsvars attiecībā pret kopējo apgrozījumu vispārējā mazumtirdzniecībā nespecializētajos veikalos ir ar augošu tendenci, proti, 2005.g. – 51%, 2006.g. – 51%, 2007.g. – 64%, 2008.g. – 69%, 2009.g. – 73%<sup>42</sup>. Līdz ar to šī tirdzniecības vide kļuvusi par neaizstājamu un būtiskāko tirdzniecības formu.

Mazumtirdzniecības tirgū 2008.gadā koncentrācijas pakāpe CR (angļu val. – *concentration ratio*) četriem lielākajiem tirgus dalībniekiem - SIA „RIMI Latvia”, SIA „MAXIMA Latvija”, SIA „ELVI Grupa”<sup>43</sup>, SIA „Latvijas tirgotāju kooperācija „Aibe”” – bija 79%, kas liecina par augstu tirgus koncentrāciju, jo atlikušie astoņi daļa 21% tirgus. CR diviem lielākajiem tirgus dalībniekiem - SIA „RIMI Latvia” un SIA „MAXIMA Latvija” - bija (\*) (>60%), pārējie desmit mazumtirdzniecības tīkli nodrošina atlikušo (\*) (<40%) noietu. Trešais lielākais mazumtirdzniecības tīkls nodrošina (\*) (<10%) noietu, kas ir vairāk nekā 4 reizes mazāk kā katrs no pirmajiem diviem mazumtirgotājiem.

Četru iepriekš minēto lielāko tirgus dalībnieku HHI (angļu val. – *Herfindahl-Hirschman Index*) 2008.gadā bija 2158, bet diviem lielākajiem tirgus dalībniekiem HHI bija (\*) (>2000), kas liecina par augstu tirgus koncentrāciju.

2009.gadā CR četriem lielākajiem tirgus dalībniekiem bija 79%, diviem lielākajiem – (\*)(>60%), bet pārējie deviņi mazumtirdzniecības tīkli nodrošināja (\*) (<40%) noietu. Četru lielāko (SIA „RIMI Latvia”, SIA „MAXIMA Latvija”, SIA „Pārtikas tirdzniecības kooperācija „Aibe””, SIA „Iepirkumu grupa”) HHI bija 2317, kas liecina par augstu tirgus koncentrāciju, savukārt diviem lielākajiem (SIA „RIMI Latvia” un SIA „MAXIMA Latvija”) koncentrācija konkrētajā tirgū bija palielinājusies līdz (\*)(>2000).

Minētie rādītāji liecina par augstu tirgus koncentrācijas līmeni lielveikalu vidē, kā arī par divu lielāko mazumtirgotāju tirgus varas pakāpi konkrētajā tirgū.

### 23. SIA „MAXIMA Latvija” tirgus pozīcija mazumtirdzniecībā

SIA „MAXIMA Latvija” mazumtirdzniecības veikalu tīkls jau ilgā laika periodā Latvijas teritorijā stabili attīstās un paplašinās. Ienākšana Latvijas teritorijā notika 2001.gadā, kad Latvijas teritorijā tika atklāts pirmais veikals un bija iespējams aizņemt daudzas stratēģiski izdevīgas vietas mazumtirdzniecības veikšanai.

Tirdzniecības vietu izvietojuma stratēģija – lielākajās Latvijas pilsētās un apdzīvotajās vietās, kur ir pietiekami daudz ekonomiski aktīvu iedzīvotāju un līdz ar to arī lielāka pirktpēja. SIA „MAXIMA Latvija” ir plašākais veikalu tīklojums Latvijas teritorijā. (\*)<sup>44</sup>

SIA „MAXIMA Latvija” ir Lietuvas uzņēmums, kurš ietilpst *MAXIMA GRUPE, UAB*<sup>45</sup>, kas ir pārstāvēts visās Baltijas valstīs un Bulgārijā. Tas dod iespēju centralizēti veikt konsolidētus iepirkumus, lielu apjomu ietekmē panākot zemākas iepirkuma cenas un citus piegādes noteikumus izdevīgākus nekā pārējiem mazākajiem mazumtirdzniecības tīkliem.

<sup>42</sup> Mazumtirdzniecības apgrozījums (Ls), kas ņemts par atskaites punktu tirgus daļu aprēķināšanai, ir iegūts no Centrālās statistikas pārvaldes (turpmāk – CSP) datiem. Tas attiecas uz visu kopējo mazumtirdzniecības apgrozījumu visā tekstā.

<sup>43</sup> SIA „ELVI grupa” apgrozījums samazinājies salīdzinot 2009.gadu ar 2008.gadu (pēc Konkurences padomes rīcībā esošās neapstiprinātās informācijas).

<sup>44</sup> SIA „MAXIMA Latvija” 2010.gada 14.aprīļa vēstule Nr.112.

<sup>45</sup> <http://www.maximagrupe.eu/en/>

Neviens no konkurentiem, izņemot SIA „RIMI Latvia”, nav spējis apdraudēt šīs komercsabiedrības pozīcijas mazumtirdzniecības tirgū<sup>46</sup>. SIA „RIMI Latvia” apgrozījums konkrētajā tirgū ir līdzīgs SIA „MAXIMA Latvija” apgrozījumam.

SIA „MAXIMA Latvija” darbojas visā valsts teritorijā. Minētie apstākļi (apgrozījums, tirgus daļa, mazumtirdzniecības tīkla izplatība un pārklājums) kopumā norāda, ka SIA „MAXIMA Latvija” piesaista būtisku patērētāju daļu Latvijā un tā ir būtisks un neaizstājams sadarbības partneris ražotājam/piegādātājam to preču izplatīšanai (tirdzniecībai) galapatērētājam, t.i., komercsabiedrībai, kura vēlas izplatīt savu produkciju visā valsts teritorijā esošajos veikalos vai lielākajā daļā no tiem.

Ikdienas patēriņa preču uzraudzība lietas ietvaros iegūtā informācija liecina, ka SIA „MAXIMA Latvija” veic iepirkumus ārvalstīs, un šāda iepirkuma politika palielina aizvietojamību tirgus pieprasījuma pusē.

#### 24. SIA „MAXIMA Latvija” apgrozījums un tirgus daļa ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū lielveikalu vidē

SIA „MAXIMA Latvija” apgrozījums:

1) 2008.gadā – Ls (\*) (bez PVN), (\*) (<40%) no ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības lielveikalu vidē;

2) 2009.gadā – Ls (\*) (bez PVN), (\*) (<40%) no ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības lielveikalu vidē.

2009.gadā, salīdzinot ar 2008.gadu, mazumtirdzniecības kopējam apgrozījumam Latvijā samazinoties par apmēram 17%, SIA „MAXIMA Latvija” apgrozījums krities par apmēram (\*) (<10%), kas liecina par tās spēju krītoša pieprasījuma apstākļos noturēt savu tirgus daļu.

#### **Tabula Nr.1**

*SIA „MAXIMA Latvija” apgrozījuma sadalījums 2008.-2009.gadā*

	Pārtikas preču grupas	Nepārtikas preču grupas	Kopā
2008.gads:	(*)	(*)	(*)
2009.gads:	(*)	(*)	(*)
Īpatsvars kopējā apgrozījumā:	(*) (>70%)	(*) (<30%)	100%

No minētās informācijas var secināt, ka ikdienai nepieciešamās pārtikas preces rada ievērojamu apjomu no SIA „MAXIMA Latvija” apgrozījuma, bet ikdienai nepieciešamās nepārtikas preces, kas šajā lietā netiks detalizētāk vērtētas, daudz mazāku apjomu.

#### 25. SIA „MAXIMA Latvija” iepirkuma īpatsvars iepirkuma tirgū

SIA „MAXIMA Latvija” īpatsvars kopējā pārtikas preču iepirkumā, kā arī atsevišķu pārtikas preču iepirkumā lielveikalu vidē (informācija par iepirkuma apjomu tika iegūta no lielākajām mazumtirgotāju ķēdēm) ir tuvs tās mazumtirdzniecības tirgus daļai lietā definētajā tirgū, t.i., ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū lielveikalu vidē Latvijas teritorijā.

<sup>46</sup> 2009.gadā kā salīdzinoši nozīmīgs tirgus dalībnieks bija SIA „Elvi Grupa”, kurai ir uzsākts maksātnespējas process. Līdz ar maksātnespējas procesa uzsākšanu tiesības pārvaldīt Elvi mazumtirdzniecības veikalu tīkla zīmolu „ELVI”, ieskaitot franšīzes līgumu slēgšanu, zīmola uzturēšanu, mārketinga pakalpojumu un vienotā iepirkuma sniegšanu, IT un tirdzniecības pakalpojumu nodrošināšanu, pārgāja SIA „Pārtikas tirdzniecības apvienība”.

Pašreizējā konkrētā tirgus struktūra liecina, ka mazumtirdzniecības ķēdes vietējiem pārtikas preču ražotājiem/piegādātājiem ir neaizvietoājams noieta kanāls. Tā kā SIA „MAXIMA Latvija” un SIA „RIMI Latvia” aizņem konkrētajā tirgū kopā vairāk kā 60% un pārējo daļu dala citas mazākās veikalu ķēdes, kuras preču iepirkšanas noteikumu izveidē cenšas sekot tirgus līderiem, secināms, ka lielākā daļa preču Latvijas tirgū tiek iepirktas atbilstoši nosacījumiem, kurus ir izvirzījušas lielveikalu ķēdes, un starp tiem nav būtisku atšķirību. Piegādātāji, kuriem nav līdzvērtīgu alternatīvu izplatīšanas kanālu, spiesti šos nosacījumus pieņemt, jo labi attīstīts un plaši sazarots mazumtirdzniecības kanāls ir būtisks priekšnosacījums preces nonākšanai līdz plašam galapatērētāju lokam. Citi izplatīšanas kanāli līdzvērtīgu alternatīvu nepiedāvā. Savukārt, lai mazākās ķēdes varētu konkurēt ar lielajām, tām arī ir jāiepērk preces ar pēc iespējas tām labvēlīgākiem noteikumiem. Arī šajā gadījumā līgumu slēgšanas procesā bieži vien vadošā loma ir mazumtirgotājam.

## 26. Citi SIA „MAXIMA Latvija” veikalu tīkla ietekmes un iepirkuma varas rādītāji

26.1. Lai salīdzinātu lielāko mazumtirdzniecības tīklu darbības produktivitāti un efektivitāti, izmantots viens no mazumtirdzniecības standarta rādītājiem – tirdzniecības platību efektīvas izmantošanas rādītājs (norāda, cik lielu apgrozījumu dod katrs tirdzniecības platības m<sup>2</sup>)<sup>47</sup>.

Kā norādīts SIA „MAXIMA Latvija” 14.04.2010. vēstulē Nr.112: (\*).

SIA „MAXIMA Latvija” tirdzniecības platību efektīvas izmantošanas rādītājs:

1) 2008.gadā (\*) Ls/m<sup>2</sup>;

2) 2009.gadā (\*) Ls/m<sup>2</sup>.

Vidējais tirdzniecības platību efektīvas izmantošanas rādītājs visiem mazumtirdzniecības tīkliem Latvijā 2008.gadā bija 2996 Ls/m<sup>2</sup>, bet 2009.gadā - 2532 Ls/m<sup>2</sup>.

Ievērojot minēto var secināt, ka tirdzniecības platību efektīvas izmantošanas rādītājs SIA „MAXIMA Latvija” ir būtiski augstāks nekā vidēji citiem konkrētā tirgus dalībniekiem.

26.2. Fakts, kas palielina SIA „MAXIMA Latvija” kā mazumtirgotāja ietekmi uz ražotājiem/piegādātājiem, ir tā pašzīmola preču esamība, kuras mazumtirgotājs ievieš, lai efektīvizētu savu darbību, t.sk. samazinātu izmaksas, lietderīgāk izmantotu savu tirdzniecības platību u.tml.

Pašzīmola preces palielina SIA „MAXIMA Latvija” kā mazumtirgotāja iepirkuma varu attiecībā ar piegādātājiem, jo mazumtirgotājs, pieņemot savus komerciālos lēmumus gan par pašzīmolu preču virzīšanu un realizāciju, gan par ražotāja zīmola preču izvietojumu un realizācijas nosacījumiem, neizbēgami saglabā konkurences priekšrocības attiecībā pret ražotāju zīmolu precēm.

Pašzīmola preces dod iespēju SIA „MAXIMA Latvija” tirgū īstenot samērā neatkarīgu cenu veidošanas stratēģiju, jo patērētājiem un konkurentiem attiecībā uz šīm precēm lielākoties nav iespējams veikt tiešu cenu salīdzinājumu, kā tas ir zīmola preču gadījumā.<sup>48</sup>

Pēc Konkurences padomes iegūtās informācijas SIA „MAXIMA Latvija” pašzīmola preču īpatsvars kopējā pārtikas preču grupā pēc apjoma 2008.gadā bija (\*) (<10%) un 2009.gadā bija (\*)(<10%), bet pēc apgrozījuma 2008.gadā bija (\*) (<10%)

<sup>47</sup> Dion & Topping. *Start and Run a Retail Business*. USA, Canada: International Self Counsel Press. 2008, 3rd ed., 56.lpp, saskaņā ar kuru ļoti labs (*best sales*) tirdzniecības rādītājs ir ~ 7000 USD uz m<sup>2</sup>.

<sup>48</sup> Sk. lietu No IV/M.890 - Blokker/Toys'R'Us, para 65

un 2009.gadā (\*) (<10%). Pašzīmola preču īpatsvars kopējā apgrozījumā ir vērtējams kā nebūtisks, taču jāņem vērā, ka tas ir ar pieaugošu tendenci. Turklāt tikai atsevišķās pārtikas preču grupās tiek tirgotas pašzīmola preces un attiecīgās preču grupas ietvaros pašzīmola preču īpatsvars gan pēc apjoma, gan apgrozījuma ir lielāks.

26.3. Iepirkuma varu pastiprina arī mazumtirgotāju piedāvātās spēcīgas un atpazīstamas lojalitātes programmas, kuru mērķis ir veicināt patērētāju uzticību konkrētā mazumtirgotāja piedāvājumam un motivēt tos turpmākiem pirkumiem. Tā SIA „MAXIMA Latvija” piedāvātās *Paldies kartes* programmu ietvaros pircējam tiek atvērts konts „MAXIMA” naudas uzkrāšanai, proti, katru reizi, iepērkoties par summu virs viena lata, pircējs tajā saņem 1% no pirkuma summas, ko var izlietot turpmāko pirkumu apmaksai SIA „MAXIMA Latvija” veikalos.

26.4. Attiecībā uz sortimenta daudzveidību un piegādātāju skaitu konstatējams, ka 2008. un 2009.gadā SIA „MAXIMA Latvija” iepirkuma politikā bijušas izmaiņas. Tā visā pārtikas preču grupā 2008.gadā uzņēmums veicis iepirkumu no (\*) piegādātājiem, 2009.gadā – no (\*), t.i., par (\*) palielinot savu piegādātāju skaitu. Kas attiecas uz sortimenta vienību skaitu, tad pārtikas preču grupā 2009.gadā tas samazinājies par apmēram (\*), t.i., no (\*) uz (\*). Līdz ar to konstatējams, ka SIA „MAXIMA Latvija” 2009.gadā iepirkumā orientējusies uz plašāku piegādātāju loku, vienlaicīgi nedaudz sašaurinot sortimentu.

## **Piegādātāju atkarība un iepirkuma tirgus piedāvājuma puses raksturojums**

### **27. Piedāvājuma puses aizvietojamība**

Piedāvājuma (piegādes) puses aizvietojamība iepirkuma tirgū lietas izpētes gaitā tika izvērtēta pie nosacījuma, ka komercsabiedrība ir nokļuvusi tādā situācijā, kad tā ir spiesta ciest zaudējumus nozīmīga nerealizētā apjoma dēļ. Šajā gadījumā uzņēmums var izvērtēt iespēju pārorientēties uz citu preču ražošanu, kas ir visgrūtākais ceļš, vienlaicīgi tas var pārorientēt preču piegādi ģeogrāfiskā aspektā vai pārorientēties uz citiem realizācijas kanāliem.

Piegādes puses izvērtēšanā vēl ir jāņem vērā šādi faktori:

- 1) ražotāju/piegādātāju struktūra;
- 2) piegādātāju lielums, jo mazo un vidējo uzņēmumu preces visātrāk ir pakļautas izslēgšanas riskam no mazumtirgotāju sortimenta, ja vien tie nav patērētāju iecienīti vai/un nišas produkti);
- 3) vai attiecīgajā preču kategorijā ir izteikta patērētāju lojalitāte pret vietējiem produktiem.

### **27.1. Piegādātāja spēja pārorientēties uz citu preču ražošanu**

Šajā gadījumā ir jāvērtē ražošanas uzņēmuma pārorientēšanas iespējas uz jaunu konkrēto tirgu, kas ietver cita veida preču/preču grupas ražošanu/piegādi. Šī pārorientācijas iespēja īstermiņā ir vērtējama kritiski, īpaši ražošanas uzņēmumiem, kuri ir ieguldījuši salīdzinoši būtiskus līdzekļus savas ražotnes un zinātības izveidei. Šādas pārorientēšanās iespējas izvērtēšanai ražošanas uzņēmumam jānodrošina: (1) jaunu izejvielu piegādes kanāli; (2) jauno preču ražošanai nepieciešamo iekārtu iegāde un tehnoloģiju ieviešana; (3) attiecīgi apmācīta un kvalificēta darba spēka piesaiste; (4) mārketinga programmas, reklāma jaunu preču atpazīstamībai patērētājam. Savukārt gadījumā, ja pārorientācija notiek uz tādu preču ražošanu, kas tirgū jau pastāv, ražošanas uzņēmumam jānodrošina stratēģija, kā iegūt konkurenta tirgus daļu, kas līdz šim ir jau ražojis/piegādājis attiecīgo produktu. Visi minētie apstākļi ir saistīti ar papildu līdzekļu ieguldīšanu un ir īstenojami tikai ilgtermiņā. Turklāt iespēja pārorientēties uz citu preču ražošanu nenodrošina iespēju realizēt šīs preces un nemazina piegādātāja atkarību no mazumtirgotāja.

### 27.2. Piegādātāja spēja pārorientēt preču piegādi ģeogrāfiskā aspektā

Lai ieietu kādā jaunā mazumtirdzniecības tirgū jaunā ģeogrāfiskajā teritorijā, sākotnējā posmā ir nepieciešami resursi, kas saistīti ar izplatīšanas nodrošināšanu, preču zīmolu atpazīstamības veidošanu u.c. faktoriem. Tāpat ilgtermiņā iespēja ienākt citos tirgos saistīta ar ražotāja spēju nodrošināt regulārus un lielus piegādes apjomus. Vieglāk un ātrāk ražotājam pārorientēt savas preces uz citiem tirgiem, ja tas jau tur izplata šīs preces, t.i., palielinot savus pārdošanas apjomus uz to preču rēķina, kuru tirgus bija jāpamet, nekā situācijā, ja tas tikai ienāk tirgū. Tāpat vieglāk tas izdarāms citā ģeogrāfiskā tirgū pieprasījuma pieauguma apstākļos.

Atsevišķos gadījumos ražošanas uzņēmums citos tirgos var ieiet minimāli mainot tehnoloģiju, piemērojot iekārtas izmaiņām – tas ir gadījumos, ja ražošanas uzņēmums pārorientē savu ražoto produkciju uz tāda veida produkcijas ražošanu, kas jau ir zināma tirgū.

Tādējādi Lēmuma 27.1. un 27.2.apakšpunktā apskatītās iespējas ienākt citā tirgū vai palielināt savas piegādes prasa papildu resursus, tās ir realizējamās ilgtermiņā un nav uzskatāmas par vērā ņemamu alternatīvu DSM lietās. Vienlaicīgi secināms, jo piegādātājam ir lielāka ģeogrāfiskā aptveramība un pārdošanas apjomu īpatsvars citās ģeogrāfiskās teritorijās, jo tas varētu būt mazāk atkarīgs no mazumtirgotāja.

### 27.3. Piegādātāja spēja pārorientēties uz citiem realizācijas kanāliem

Preču piegāde mazumtirdzniecībai ir nodalāma no citiem realizācijas kanāliem, jo šeit bieži ir citi piegādes noteikumi, iepakojums u.c. faktori.

Ievērojot teikto, konditorejas izstrādājumu piegādi mazumtirdzniecībai ir iespējams nošķirt no citiem piegādes kanāliem (sabiedriskā ēdināšana, skolas u.c.), jo tur ir cita fasējuma produkti, to sortiments u.c. piegādes atšķirības.

Konkrētajā gadījumā piegādātājs ir konditorejas izstrādājumu ražotājs, bet pircējs ir mazumtirdzniecības uzņēmums, kuram sortimenta nodrošināšanai ir nepieciešami dažādi konditorejas izstrādājumi.

Izvēloties konkrēto piegādātāju, apspriežot līguma noteikumus un turpmāko sadarbību, tiek ņemts vērā gan kopīgais attiecīgā piegādātāja sortiments, gan atsevišķu produktu konkurētspēja starp citiem līdzīgiem produktiem.

No Lēmuma II sadaļā veiktās mazumtirdzniecības tirgus analīzes un lēmuma III sadaļā veiktās iepirkuma varas analīzes izriet, ka pārtikas preču ražotājiem un piegādātājiem SIA „MAXIMA Latvija” kā mazumtirdzniecības uzņēmums ir svarīgs un neaizvietoājams darījumu partneris. SIA „MAXIMA Latvija” ir viens no diviem lielākajiem mazumtirdzniecības uzņēmumiem Latvijā. Ražotājam, ja to izslēdz no SIA „MAXIMA Latvija” piegādāju saraksta, varētu būt salīdzinoši grūti un pat neiespējami šo preču apjomu pārdot citam mazumtirgotājam, kuram var būt maza komerciāla interese vai iespējas iekļaut sortimentā papildu preces, jo tam jau ir noslēgti līgumi ar piegādātājiem, tā plaukti ir aizpildīti, papildu preču iekļaušana sortimentā var radīt papildu izmaksas, nepalielinot kopējo sortimenta apgrozījumu, bet pārdalot to starp mazumtirgotāja jau esošā sortimenta produktiem. Līdz ar to, lai iekļūtu jaunā tīklā, ražotājam/piegādātājam ir jāpiedāvā mazumtirgotājam nosacījumus, kas dod lielāku labumu konkrētajam mazumtirgotājam, nekā sadarbība ar citiem ražotājiem vai piegādātājiem.

Tāpat piegādātājam, ja pret viņu tiek vērsti netaisnīgi nosacījumi no mazumtirgotāja puses, ir liegta iespēja investēt tālākā attīstībā, jaunu produktu ieviešanā, turklāt var tikt apdraudēta tā atrašanās konkrētajā tirgū.

Katram uzņēmumam ir sava ražošanas un pārdošanas stratēģija. Līdz ar to konkrētais uzņēmums līdz zināmam brīdim var pielāgoties mazumtirgotāja prasībām,

bet, ja tiek uzspiesti nosacījumi, kas neatbilst uzņēmuma biznesa plānam un nepieciešamībai nodrošināt uzņēmuma darbību ilgtermiņā, tad šim uzņēmumam ir jāpamet attiecīgais konkrētais tirgus.

Vēl ir jāņem vērā fakts, ka konkrētajā tirgū vienmēr pastāvēs sāncensība no konkurējošiem piegādātājiem, kuri nekavējoties būs gatavi paplašināt savus piegādes apjomus un aizpildīt atbrīvotos veikala plauktus.<sup>49</sup> Mazumtirgotājs diezgan ātri un bez nozīmīgiem zaudējumiem var aizstāt viena piegādātāja sortimentu ar citu (par to liecina dati par piegādātāju skaita izmaiņām SIA „MAXIMA Latvija” un uzņēmuma 2008., 2009.gada Gada pārskati, kur redzams samērā nemainīgs peļņas apmērs pēc nodokļu nomaksas, t.i., ap 3,7%).

Izņēmums no minētās situācijas ir tikai tie piegādātāji un to ražotās/piegādātās preces, pret kurām galapatērētāji ir īpaši lojāli (tādējādi mazumtirgotājs nevar atteikties no šo preču tirdzniecības), t.i., kuriem var prezumēt tirgus varu attiecīgo produktu piegādē mazumtirdzniecībā.

Lēmuma 26.4.apakšpunktā konstatētais piegādātāju skaita palielinājums par (\*) liecina, ka jauniem piegādātājiem ir iespējams uzsākt sadarbību ar SIA „MAXIMA Latvija”, tai pašā laikā samazinoties SIA „MAXIMA Latvija” vidējai iepirkuma vērtībai un apjomam, piegādātājiem jārēķinās ar mazumtirgotāja realizējamo iespēju operatīvi pārslēgties uz citiem iepirkuma avotiem - jauniem piegādātājiem - un optimizēt sortimentu, atsakoties no patērētāju mazāk pieprasītām precēm vai citādi mazumtirgotāja skatījumā nelietderīgiem iepirkumiem.

Līdz ar to secināms, ka, lai gan vidējais gada iepirkums (kas gan neatspoguļo reālo viena piegādātāja nodrošināto iepirkuma vērtību) no viena piegādātāja pārtikas preču grupā uzskatāms par būtisku, tomēr piegādātāju sadrumstalotības palielinājums, SIA „MAXIMA Latvija” palielinot piegādātāju skaitu un samazinot vidējo iepirkuma apjomu no viena piegādātāja, liecina par tās spēju attiecībā pret piegādātājiem realizēt rīcības brīvību atbilstoši savai mārketinga stratēģijai preču klāsta un tā pieejamības nodrošināšanā.

## 28. Piegādātāju un SIA „MAXIMA Latvija” apgrozījumu salīdzināšana

Viens no lietā analizējamajiem piegādātāja atkarības rādītājiem ir tā apgrozījums salīdzinājumā ar mazumtirgotāja apgrozījumu. Minētais kritērijs jāvērtē kopā ar piegādes tirgus struktūru, jo arī piegādātājam ar samērā nelielu apgrozījumu var būt tirgus vara attiecīgā produkta piegādē.

Vislielākais apgrozījums saskaņā ar Centrālās statistikas pārvaldes sniegto informāciju 2008.gadā no Latvijas pārtikas ražošanas uzņēmumiem bija AS „Latvijas balzams” (103 milj. Ls), AS „Rīgas piena kombināts” (60 milj. Ls), SIA „Cido Grupa” (45,64 milj. Ls). Minētais norāda, ka pat Latvijas lielāko pārtikas ražošanas komercsabiedrību apgrozījums ir vairākas reizes mazāks nekā SIA „MAXIMA Latvija” kopējais apgrozījums, kas 2009.gadā bija Ls 397 082 436. SIA „Siguldas Maiznieks” apgrozījums saskaņā ar šīs komercsabiedrības gada pārskatu 2008.gadā bija Ls 453 899 un 2009.gadā bija Ls 372 506.

## 29. Konditorejas izstrādājumu iepirkuma tirgus

Konditorejas izstrādājumu piegāde ir samērā sadrumstalota, blakus Latvijas ražotājiem ir daudz ārvalstu piegādātāju. Šī tirgus dalībniekiem nav plaši pazīstamu preču zīmju, visatpazīstamākais zīmols ir AS „Staburadze” ražotajiem cepumiem, vafelēm, kūkai. Latvijas tirgū ir sastopami vairāki populāri ārvalstu produkti.

---

<sup>49</sup> Exploiting buyer power: lessons from the British grocery trade. 72 Antitrust Law Journal No. 2 (2005), 533.lpp. [ [www.antitrustinstitute.org/archives/files/384.pdf](http://www.antitrustinstitute.org/archives/files/384.pdf) ]

Kopumā kā maizes un miltu izstrādājumu ražotāji Pārtikas veterinārā dienesta reģistrā ir reģistrētas vairāk nekā 300 komercsabiedrības.

Konkrētajā konditorejas preču piegādātāju grupā 2009.gadā SIA „MAXIMA Latvija” ir palielinājusi piegādātāju skaitu salīdzinājumā ar 2008.gadu no (\*) uz (\*). Vienlaikus no (\*) uz (\*) samazināts sortimenta vienību skaits.

Viens piegādātājs konditorejas preču grupā vidēji SIA „MAXIMA Latvija” piegādāja:

1. 2008.gadā – (\*) kg un Ls (\*);
2. 2009.gadā – attiecīgi (\*) kg un Ls (\*), tātad 2009.gadā apjoms palielinājies par (\*), bet apgrozījums par (\*).

Tas norāda, ka, palielinot kopējo konditorejas preču iepirkumu 2009.gadā, salīdzinājumā ar 2008.gadu, SIA „MAXIMA Latvija” spējusi no esošiem/jauniem piegādātājiem vai nu realizēt lētāku preču iepirkumus, vai arī veikusi agresīvāku iepirkuma cenu politiku, kas liecina par SIA „MAXIMA Latvija” ietekmi attiecībā pret piegādātājiem.

Saskaņā ar SIA „MAXIMA Latvija” sniegto informāciju par 10 lielākajiem piegādātājiem 2009.gadā (\*) piegādāja (\*) (<40%) no SIA „MAXIMA Latvija” nepieciešamā konditorejas izstrādājumu apjoma un bija lielākais piegādātājs konditorejas preču grupā. Pārējās šīs preču grupas piegādes ir sadrumstalotas, t.i., katra no pārējo 9 lielāko piegādātāju īpatsvars SIA „MAXIMA Latvija” konditorejas izstrādājumu apjomā ir samērā neliels, t.i., nerasniedz 10 %. SIA „Siguldas Maiznieks” nav norādīts 9 lielāko piegādātāju vidū. Tas nozīmē, ka tās produkcijas īpatsvars piegādes apjomā SIA „MAXIMA Latvija” konditorejas preču grupā ir zem (\*) (<10%) (desmitā lielākā konditorejas preču piegādātāja īpatsvars).

No desmit lielākajiem piegādātājiem deviņi ir Latvijā reģistrētas komercsabiedrības, no kurām sešas komercsabiedrības produkciju ražo Latvijas teritorijā.

SIA „Siguldas Maiznieks” piegāžu apjoms SIA „MAXIMA Latvija” 2009.gadā bija (\*) (>50%) no šī ražotāja saražotās produkcijas (SIA „Siguldas Maiznieks” 24.08.2010. sniegtā informācija).

SIA „Siguldas Maiznieks” jau vairākus gadus ražo tikai cepumus, sausiņus un kūkus. Šīs komercsabiedrības sortiments ir līdzīgs citu šīs nozares komercsabiedrību sortimentam. Konkurences padome, ņemot vērā minēto, secina, ka SIA „Siguldas maiznieks” specializējas vienas – konditorejas – preču grupas ražošanā un pārslēgties uz citas produkcijas ražošanu ātri un bez lieliem ieguldījumiem nespēj.

Konkurences padome secina, ka, jo sadrumstalotāka ir piegādes puse gan pārtikas grupas kopumā, gan arī atsevišķās grupās, piemēram, konditorejas preču grupā, un jo neelastīgāks ir piedāvājums (nespējot pārslēgties uz citu preču piegādi), jo lielāka piegādātāju atkarība no SIA „MAXIMA Latvija” iepirkuma varas ir prezumējama, t.i., tādējādi piegādātājs spiests piekrist/pakļauties mazumtirgotāja noteiktajam iepirkuma apjomam un iepirkuma cenai, ja vien (un tas ir primāri) par attiecīgā produkta iepirkumu tas ir izdarījis savu izvēli.

30. Ņemot vērā Lēmumā 21. un 26.punktā konstatētos apstākļus un izdarītos apsvērumus, Konkurences padome secina, ka SIA „MAXIMA Latvija” piemīt iepirkuma vara pietiekami ilgā laika periodā, kas, ņemot vērā Lēmuma 17. – 18. un 27. – 29. punktus izdarītos apsvērumus, rada piegādātāju atkarību konditorejas izstrādājumu iepirkuma tirgū. Līdz ar to konstatējams, ka SIA „MAXIMA Latvija” atrodas DSM ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū lielveikalu vidē Latvijas teritorijā.

Līdz ar to pamatojoties uz Lēmuma 29.punktā konstatēto, Konkurences padome secina, ka konditorejas izstrādājumu iepirkumu tirgū pastāv SIA „Siguldas Maiznieks”



atkarība no SIA „MAXIMA Latvija”. Tādējādi ir pamats vērtēt SIA „MAXIMA Latvija” DSM ļaunprātīgas izmantošanas aizlieguma iespējamo pārkāpumu attiecībā pret SIA „Siguldas Maiznieks”.

#### **IV Konkurences likuma pārkāpums**

31. Līdz 2009.gada 1.septembrim Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punkts noteica, ka DSM ļaunprātīga izmantošana mazumtirdzniecībā izpaužas kā *netaisnīgu un nepamatoti garu norēķinu termiņu piemērošana vai uzspiešana par piegādātajām precēm*. Pēc 2009.gada 1.septembra norma papildināta ar otro teikumu, savukārt sākotnējais panta teksts iekļauts normas pirmajā teikumā. Atbilstoši normas otrajam teikumam, *norēķinu termiņš par piegādātajām pārtikas precēm, kuru derīguma termiņš nav ilgāks par 20 dienām, ir netaisnīgs un nepamatoti garš, ja tas pārsniedz 30 dienas no preču piegādes dienas*.

Derīguma termiņš ir objektīvs kritērijs, kas ļauj novērtēt to, ka prece ilgāk par noteikto derīguma termiņu nevar tikt tirgota un nevar notikt tās aprite<sup>50</sup> ar mērķi pārdot patērētājam. Likumdevējs ir noteicis, ka par precēm, kuru derīguma termiņš nav ilgāks par 20 dienām, jānorēķinās ne ilgāk kā 30 dienās. Vienlaikus Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punkta pirmais teikums regulē citus gadījumus, uzliekot tiesību normas piemērotājam novērtēt norēķinu termiņa taisnīgumu un pamatotību. Ņemot vērā, ka SIA „Siguldas Maiznieks” produkcijas derīguma termiņš pārsniedz 20 dienas, taisnīgs un pamatots norēķinu termiņš ir vērtējams atbilstoši Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punkta pirmajam teikumam.

32. Līguma, kas 2008.gada 1.oktobrī ir noslēgts starp SIA „MAXIMA Latvija” un SIA „Siguldas Maiznieks”, (turpmāk- Līgums) IX daļas „Norēķini un maksājumi” 1.punktā ir norādīts, (\*).

Attiecībā uz to, kura puse bija Līgumā noteiktā (\*) dienu apmaksas termiņa iniciators, SIA „Siguldas Maiznieks” ir sniegusi informāciju (18.10.2010. protokols) (\*).

Vienlaikus ir izvērtējams, vai šī līguma noteikuma ietveršana Līgumā un tā piemērošana ir atbilstoša Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 2.punktam.

Ievērojot minētos apstākļus, Konkurences padome secina, ka, lai izvērtētu, vai SIA „MAXIMA Latvija” SIA „Siguldas Maiznieks” piemērotais samaksas termiņš ir atbilstošs attiecīgajam normatīvajam regulējumam (Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punktam), būtu jāvērtē šādi apstākļi:

1) SIA „MAXIMA Latvija” līgumos ar cepumu un vafeļu piegādātājiem noteiktie samaksas noteikumi salīdzinājumā ar samaksas noteikumiem, kuri atrunāti Līgumā;

2) SIA „Siguldas Maiznieks” preču aprites rādītāji SIA „MAXIMA Latvija” veikalu tīklā, lai izvērtētu, vai un kāda saistība (attiecība) pastāv starp preču apriti un piegādes biežumu;

---

<sup>50</sup> Lēmumā termins „aprite” attiecināts uz preces aprites posmu no brīža, kad piegādātājs (ražotājs) to ir piegādājis un nodevis mazumtirgotājam, līdz brīdim, kad tā tiek realizēta patērētājam un ietver to preču kopumu, par kurām mazumtirgotājam ir pienākums norēķināties (piegādātu nekvalitatīvu preci tas ir tiesīgs atdot atpakaļ). Aprite neizslēdz arī to, ka prece var netikt realizēta līdz derīguma termiņa beigām, bet vienlaikus secināms, ka sakarā ar notecējušu derīguma termiņu nerealizētas preces apjoms ir neliels attiecībā pret piegādāto preču apjomu. Tieši mazumtirgotājs plāno, lai maksimāli vairāk preces tiktu iztirgotas, un veic pasūtījumus par preču daudzumu, tam ir jābūt ieinteresētam pasūtīt tās maksimāli optimālā apjomā, lai neizveidotos situācija, kad precēm ir iztecējis derīguma termiņš un tās nav pārdotas, kā arī, lai preču apjoms būtu pietiekams tādā mērā, lai veikalā plaukta vieta nebūtu tukšā kādu periodu līdz nākamai piegādei.

3) SIA „Siguldas Maiznieks” norēķināšanās ar saviem piegādātājiem un tās finansiālā situācija – lai izvērtētu, vai un kā Līgumā noteiktā samaksas kārtība ietekmēja SIA „Siguldas Maiznieks” saimniecisko darbību un finansiālo stāvokli.

### 32.1. SIA „MAXIMA Latvija” veikalos esošo cepumu un vafeļu piegādātāju līgumu noteikumi

Lai izvērtētu iepriekš minētos faktoros, Lietas izpētes laikā tika vērtēti uzņēmumam SIA „Siguldas Maiznieks” noteiktie samaksas noteikumi salīdzinājumā ar citu līdzīgu preču piegādātājiem.

2010.gada 1.oktobrī Konkurences padomes Izpilddirekcija nosūtīja SIA „MAXIMA Latvija” informācijas pieprasījumu Nr.2139, kurā lūdza sniegt informāciju par SIA „MAXIMA Latvija” noslēgtajos līgumos ar lielāko, vidējo un trīs mazākajiem piegādātājiem cepumu un vafeļu grupā (pēc apgrozījuma 2009.gadā Ls, bez PVN) noteiktajiem samaksas noteikumiem.

2010.gada 18.oktobrī tika saņemta SIA „MAXIMA Latvija” atbildes vēstule Nr.297, kurā tika sniegta šāda informācija, kas apkopota tabulā Nr.2.

#### **Tabula Nr.2**

*SIA „MAXIMA Latvija” cepumu un vafeļu piegādātāju īpatsvars SIA „MAXIMA Latvija” iepirktajā konditorejas izstrādājumu apjomā, līgumos ar tiem iekļautie samaksas noteikumi (preču apmaksas termiņi, procenti par kapitāla izmantošanu) un norāde par rēķinu par kapitāla izmantošanu/piestādīšanu*

(\*)

No tabulā norādītajiem datiem var redzēt, ka SIA „MAXIMA Latvija” lielākajam cepumu piegādātājam (\*) ir noteikts samaksas termiņš (\*) dienas, kā arī ir pielīgti procenti par kapitāla izmantošanu, bet (\*) šos rēķinus nav piestādījusi.

Attiecībā uz SIA „MAXIMA Latvija” mazākajiem piegādātājiem, t.i., tiem, kuru piegādes īpatsvars SIA „MAXIMA Latvija” kopējā iepirkumā veido ne vairāk kā (\*) (<10%) – (\*) – var redzēt, ka līgumos atrunātie termiņi ir ļoti dažādi – (\*), un ir pielīgti procenti par kapitāla izmantošanu. SIA „Siguldas Maiznieks”, kuras piegāžu īpatsvars ir mazāks nekā (\*) (<10 %), tāpat kā (\*) dienas.

Pamatojoties uz minēto analīzi, secināms (\*).

Tāpat konstatējams, (\*). No minētā ir pamatoti secināt, ka SIA „Siguldas Maiznieks” nav ieguvusi kādus labumus (t.sk. finansiālus ieguvumus) salīdzinājumā ar citiem līdzīgu produktu piegādātājiem, noslēdzot šādu Līgumu ar SIA „MAXIMA Latvija”.

### 32.2. SIA „Siguldas Maiznieks” piegādāto preču aprīte SIA „MAXIMA Latvija” veikalos

Lietas izpētes gaitā preču aprītes saistība (attiecība) ar piegāžu biežumu tika vērtēta, vadoties no šādiem rādītājiem:

1) visa SIA „Siguldas Maiznieks” piegāžu intensitāte SIA „MAXIMA Latvija” veikalos;

2) sešu vairāk pirktu SIA „Siguldas maiznieks” ražotu preču vidējais piegāžu biežums un šo preču īpatsvars kopējā SIA „Siguldas Maiznieks” SIA „MAXIMA Latvija” piegādāto preču apgrozījumā. Tā kā tās veido lielāko īpatsvaru SIA „Siguldas Maiznieks” piegādēs SIA „MAXIMA Latvija, uzskatāms, ka tās ir pieprasītākās preces SIA „Siguldas Maiznieks” piedāvājumā, tāpēc ir svarīgi noskaidrot, cik ilgā laikā tās tiek realizētas SIA „MAXIMA Latvija” veikalos, krājumiem pārvēršoties naudas līdzekļos;

3) SIA „Siguldas Maiznieks” piegādāto preču krājumu aprites koeficients un vidējais SIA „Siguldas Maiznieks” produkcijas aprites termiņš SIA „MAXIMA Latvija” veikalos<sup>51</sup>.

Konkurences padome Lietas izpētes ietvaros ieguva kopsavilkumu par SIA „MAXIMA Latvija” veiktajiem maksājumiem SIA „Siguldas Maiznieks” par laika periodu no 2008.gada oktobra līdz 2010.gada februārim (SIA „MAXIMA Latvija” 21.04.2009. vēstule Nr.126 un SIA „MAXIMA Latvija” 14.02.2010. vēstule Nr.112). Izvērtējot minētos dokumentus, var secināt, ka šajā laika periodā SIA „MAXIMA Latvija” ir maksājusi SIA „Siguldas Maiznieks” par piegādāto produkciju pamatā Līgumā noteiktajās (\*) dienās ar nelielu nobīdi vienā vai otrā virzienā.

Pašlaik SIA „MAXIMA Latvija” Latvijas teritorijā ir ap 127 veikaliem. Tā kā uz SIA „MAXIMA Latvija” veikaliem SIA „Siguldas Maiznieks” vidēji mēnesī veic preču piegādes kopā (\*) reizes un, pieņemot, ka piegādes tiek veiktas visiem 127 veikaliem vai lielākajai daļai no tiem (Līguma pielikumā Nr.4 ir norādīti (\*) veikali), produkcija tiek piegādāta vidēji (\*) reizes mēnesī katram veikalam. Līdz ar to var secināt, ka produktu aprite ir samērā intensīva.

32.3. SIA „MAXIMA Latvija” 18.10.2010. vēstulē Nr.297 ir sniegta informācija, ka (\*) Vēl SIA „MAXIMA Latvija” minētajā vēstulē norāda, ka „Piegāžu biežums nenorāda, cik ilgi produkts uzskavējas veikala plauktā, jo pasūtījumi tiek veikti, lai veikalā uzturētu noteiktu krājumu apjomu visam piegādātāja produktu portfelim. Tas nozīmē, ka preču pasūtījums un piegāde var notikt izsīkstot tikai vienam vienīgam produktu veidam. Līdz ar to piegāžu biežums nevar kalpot par produktu aprites rādītāju (...)”.

Izvērtējot minēto, Konkurences padome secina, ka preču pasūtīšana nav darbība, kas formāli vērsta uz noteiktu piegāžu biežuma/retuma līmeņa sasniegšanu no mazumtirgotāja puses. Tā ir vērsta uz to, lai nepārtraukti un maksimāli ātri realizētu (pārdotu) preces (notiktu to aprite), nevis nodrošinātu preču ilgstošu klātbūtni plauktos vai noliktavā, kas rada papildu izmaksas. Tādējādi preču pasūtīšana ir cieši saistīta ar to realizēšanu.

Konkurences padome 01.10.2010. vēstulē Nr.2139 lūdza SIA „MAXIMA Latvija” sniegt skaidrojumu SIA „MAXIMA Latvija” 09.08.2010. vēstulē Nr.211 „Viedoklis lietā Nr. P/09/06/7” A.daļas 2.punktā izteiktajam argumentam, ka „SIA „Siguldas Maiznieks” piegāžu biežums nenorāda, cik ilgi produkts uzskavējas veikala

---

<sup>51</sup> Krājumu aprites periods ir laika posms, kurā notiek krājumu aprite no iepirkšanas brīža līdz pārdošanai. (Ekonomikas un finanšu terminu vārdnīca., R., Norden AB, 199.lpp.). Konkrētajā gadījumā produktu krājumi SIA „MAXIMA Latvija” veikalos ir no SIA „Siguldas maiznieks” iepirktā gatavā produkcija – dažāda veida cepumi u.c. izstrādājumi jeb kopā SIA „Siguldas Maiznieks” piegādātais produktu portfelis. Attiecībā uz procesiem mazumtirdzniecības uzņēmumā, produktu krājumu aprites periods ir laika posms, kas pagājis no brīža, kad piegādātais veicis preces piegādi mazumtirdzniecības uzņēmumam, nododot to mazumtirgotāja rīcībā, līdz tās pārdošanas brīdim. Šis lielums labi raksturo arī preču pieprasījuma intensitāti, t.i., jo ātrāk kāda prece apritējusi mazumtirdzniecības uzņēmumā, jo lielāks ir bijis pircēju pieprasījums pēc tās, precīzāk un par to veicot samaksu.

Savukārt konkrētajā gadījumā būtiski ir konstatēt, ka, noteiktā laikā apritot precei veikalā, vienlaikus par to mazumtirgotājs ir saņēmis maksu no pircēja, radot reālo naudas līdzekļu palielinājumu kasē, vienlaicīgi nodrošinot tam naudas ieņēmumu plūsmu. Savukārt piegādātājam, kamēr tas no mazumtirgotāja nav saņēmis samaksu par piegādātajām un jau pārdotajām precēm, naudas līdzekļi ir iesaldēti debitora – mazumtirdzniecības uzņēmuma - parādos. Līdz ar to ilgstošu laiku piegādātājam liedzot piekļuvi pie tā apgrozāmajiem līdzekļiem – naudas līdzekļiem par piegādātajām precēm, mazumtirgotājs mazina piegādātājam iespējas efektīvi pārvaldīt apgrozāmos līdzekļus, jo naudas deficīts ierobežo katra uzņēmuma darbību.

plauktā”, pamatojot ar sešu 2009.gadā lielāko apgrozījumu (virs 10 000 Ls) guvušo SIA „Siguldas Maiznieks” produktu piegāžu biežumu, apjomu 2009.gada 4.ceturksnī”.

SIA „MAXIMA Latvija” 18.10.2010. vēstules Nr.297 2.punktā tika sniegta šāda atbilde: (\*) Minētās vēstules pielikumā Nr.1 bija sniegta informācija par sešu visvairāk pārdoto produktu pārdošanas apjomu 2009.gada 4.ceturksnī.

Tātad, vērtējot kopsakarā Konkurences padomes jautājumu un SIA „MAXIMA Latvija” atbildi, var secināt, ka šo produktu, kuri minēti SIA „MAXIMA Latvija” 18.10.2010. vēstules Nr.2139 Pielikumā Nr.1, piegāžu biežums katrā veikalā vidēji bija (apmēram) (\*).

### **Tabula Nr.3**

*SIA „Siguldas Maiznieks” sniegtā informācija par 8 visvairāk piegādātajiem produktiem SIA „MAXIMA Latvija” 2009.gadā*

(\*)

Saskaņā ar tabulā Nr.3 iekļauto informāciju SIA „Siguldas Maiznieks” sešu visvairāk piegādāto produktu apgrozījums sastādīja apmēram, (\*) (>50%) no piegādāto preču apgrozījuma. Kopā sortimentā vienību skaits ir (\*).

Saskaņā ar SIA „MAXIMA Latvija” 18.10.2010. vēstules Nr.2139 pielikumā Nr.1 sniegto informāciju par 6 pieprasītākām SIA „Siguldas Maiznieks” precēm 2009.gada 4.ceturksnī konstatējams, ka pieprasītāko preču sortiments sakrīt, izņemot precī (\*).

32.4. Lietas izpētes laikā, lai gūtu priekšstatu par piegāžu biežumu vienam veikalam, kā piemērs tika izvērtētas SIA „Siguldas Maiznieks” 2009.gadā veiktās piegādes SIA „MAXIMA Latvija” veikalam Rīgā. 2009.gada laikā SIA „Siguldas Maiznieks” šim veikalam veica (\*) piegādes. Preču pavadzīmēs iekļautie dati liecina, ka piegādes notika vidēji (\*). Katrā piegādes reizē ir piegādāti vidēji (\*) preču sortimenta veidi, kopumā mēnesī pasūtījumi ir veikti vidēji (\*) produktiem (kopējais sortimenta vienību skaits ir aptuveni (\*\*)).

Izvērtējot minētā veikala pasūtījumus (pēc šī veikala pasūtījumiem piegādātās preces), var secināt, ka tiek pasūtīti pamatā populārākie produkti, pārējie mazāk, bet no sortimenta šie mazāk populārie produkti izslēgti netiek, tādējādi var secināt, ka tie apmierina SIA „MAXIMA Latvija” prasības attiecībā pret preču apriti, jo citādi jau būtu izslēgti no sortimenta un to vietā SIA „MAXIMA Latvija” realizētu citas konkurējošo piegādātāju preces.

### 32.5. Vidējais SIA „Siguldas Maiznieks” preču portfeļa aprites biežums gadā

Lietas izpētes gaitā tika aprēķināts vidējais SIA „Siguldas Maiznieks” preču portfeļa aprites koeficients un aprites ilgums gadā, neizdalot atsevišķi šos rādītājus precēm, kas aprit lēnāk un kas intensīvāk.

Vidējais SIA „Siguldas Maiznieks” preču portfeļa aprites koeficients rāda, cik vidēji reizes gadā SIA „MAXIMA Latvija” veikalos pilnībā tiek atjaunoti SIA „Siguldas Maiznieks” piegādātās produkcijas krājumi. Šo lielumu aprēķina, gadā pārdoto preču iepirkšanas izmaksas izdalot ar vidējā preču atlikuma vērtību.<sup>52</sup> Vidējā preču atlikuma vērtību iegūst, summējot mēnešu atlikuma vērtības un kopējo skaitli izdalot ar attiecīgo atlikuma reižu skaitu.

---

<sup>52</sup> dažādu aprites koeficientu un periodu aprēķināšanā izmantotas uzņēmumu finanšu analizē plaši izmantojamās formulas, sk., piem., [www.vid.lv/lv/.../Formulas](http://www.vid.lv/lv/.../Formulas); atsevišķu izmantojamo rādītāju skaidrojums, piem., K.G.Hofs (sadarbībā ar K.Marinsku). Biznesa ekonomika. R., J. Rozes apgāds, 2002, 325.--333.lpp.

Aprēķinam tiek izmantota SIA „MAXIMA Latvija” 18.10.2010. vēstulē Nr.2139 un tās pielikumā Nr.2 iekļautā informācija. Gadā pārdoto preču iepirkšanas izmaksas precizētas, ņemot vērā preču atlikumu gada sākumā un gada beigās.

$$\begin{array}{l} \text{Aprites} \\ \text{koeficients} \\ \text{(reizes)} \end{array} = \frac{(*)}{(*)} \cdot \frac{(*)}{(*)} = (*)$$

Kopumā SIA „MAXIMA Latvija” tīklā SIA „Siguldas Maiznieks” piegādātā produkcija 2009.gadā apritēja (\*) reizes.

### 32.6. Vidējais SIA „Siguldas Maiznieks” (visas) produkcijas aprites ilgums SIA „MAXIMA Latvija” veikalos

Vidējais produkcijas aprites ilgums aprēķināts, perioda ilgumu (365 dienas gadā) izdalot ar preču aprites koeficientu:

(\*).

Tātad attiecīgi SIA „MAXIMA Latvija” veikalu tīklā SIA „Siguldas Maiznieks” preču pilns aprites cikls 2009.gadā bija vidēji (\*) dienas, tātad aptuveni (\*). Tas ir vidējais rādītājs. Lēmuma 32.3.apakšpunktā iekļautā informācija liecina, ka ir pamatoti uzskatīt, ka, apmēram, (\*) SIA „Siguldas Maiznieks” piegādāto preču aprite ir bijusi daudz intensīvāka par (\*) dienām (\*\*).

Ievērojot teikto, Konkurences padome secina, ka preču piegāžu biežums ir atkarīgs no tā, kā veikalā tiek pirktas noteiktas preces, līdz ar to rodas nepieciešamība nodrošināt noteiktu preču daudzumu veikalos (krājumus (\*) dienām). Tā kā preču portfeļa sastāvs ir daudzveidīgs, līdz ar to katram produktam ir atšķirīgs piegāžu un attiecīgi krājumu, un attiecīgi aprites cikls. Termins, kādā tika pārdota piegādātā prece, ir atkarīgs no dažādiem faktoriem - gan mazumtirdzniecības iekšējiem faktoriem, kā, piemēram, tirdzniecības akcijas, liels vai jauns citu preču papildu piedāvājums, gan ārējiem, piemēram, svētku dienas, pircēju ienākumu gūšanas periodiskums, akcijas vai piedāvājums tuvējos veikalos u.tml.

Turklāt ir jāņem vērā aizvietojamība ražošanas pusē, t.i., SIA „Siguldas Maiznieks” ražošanu organizē, t.sk., atkarībā no SIA „MAXIMA Latvija” vidējā pieprasījuma pēc tās produkcijas un rēķinoties ar nepieciešamību spēt operatīvi veikt pasūtījuma izpildi. Kā piegādātājs SIA „Siguldas Maiznieks” nodrošina regulāras dažādu savu preču piegādes, kuras ražotas pamatā no vienām un tām pašām izejvielām, ar vienām un tām pašām iekārtām. Būtībā SIA „Siguldas Maiznieks” nepieciešamajā daudzumā un intensitātē var saražot jebkuru no tā sortimentā esošajām precēm. Līdz ar to ir izvērtējams, cik intensīvi SIA „Siguldas Maiznieks” kopumā veic piegādes SIA „MAXIMA Latvija”, kuras veikalos tālāk tiek nodrošināta nepārtraukta šo preču aprite (realizācija).

### 33. Procentu nomaksa

33.1. SIA „MAXIMA Latvija” tīklā 2009.gadā vidējais SIA „Siguldas Maiznieks” preču atlikums mēnesī bijis Ls (\*) vērtībā, pa mēnešiem svārstoties Ls (\*) līdz (\*) robežās. Tomēr SIA „MAXIMA Latvija” saistības pret SIA „Siguldas Maiznieks” 2009.gadā mēnesī vidēji bija vairāk nekā divas reizes lielākas nekā veikalos esošie preču atlikumi, t.i., ja esošais preču atlikums SIA „MAXIMA Latvija” veikalos bija vidēji Ls (\*), tad SIA „MAXIMA Latvija” saistības vidēji bija Ls (\*) vērtībā. Tas

nozīmē, ka SIA „Siguldas Maiznieks” pieeja saviem līdzekļiem par konkrētu piegādi SIA „MAXIMA Latvija” bija liegta (\*)<sup>53</sup>. Minētais ir nozīmīgi, jo SIA „Siguldas Maiznieks”, vairāk par pusi no saražotās produkcijas 2009.gadā piegādāja SIA „MAXIMA Latvija” veikalos.

33.2. Saskaņā ar Līguma noteikumiem pusēm, t.i., SIA „MAXIMA Latvija” un SIA „Siguldas Maiznieks” attiecībā uz preču apmaksas termiņiem un procentu par kapitāla izmantošanu maksājumiem ir šādi norēķināšanās varianti: viens – SIA „MAXIMA Latvija” var veikt apmaksu (\*) dienu termiņā, tādējādi nav pamata maksāt SIA „Siguldas Maiznieks” procentu maksājumus par kapitāla izmantošanu, un otrs – samaksu veikt vēlāk kā (\*) dienās, bet par kapitāla izmantošanu maksāt procentus SIA „Siguldas Maiznieks”. Konkurences padome konstatēja, ka laika periodā, kurā tika veikta lietas izpēte (2008.gada oktobris – 2010.gada februāris) (\*). Tomēr, neskatoties uz to, ka apmaksas par piegādāto precī veikšana pēc (\*) dienas nozīmē SIA „MAXIMA Latvija” papildu izdevumus – procentu maksājumus par kapitāla izmantošanu-, SIA „MAXIMA Latvija” apmaksas kārtību nav mainījusi, t.i., neatteicās no kārtības, kad apmaksu tiek veikta pēc (\*) dienām. Vienlaicīgi Konkurences padome konstatē (33.3.apakšpunkts, 34.punkts), ka šī kārtība SIA „Siguldas Maiznieks” ir ne tikai daudz nelabvēlīgāka, salīdzinot ar to, kā būtu, ja SIA „MAXIMA Latvija” apmaksu veiktu (\*) dienu laikā, bet pretēja SIA „Siguldas Maiznieks” komerciālajām interesēm jeb normālai saimnieciskai darbībai.

Ņemot vērā faktisko situāciju – to, ka SIA „Siguldas Maiznieks” nav spējīga norēķināties ar saviem piegādātājiem un līdz ar to nav spējīga iepirkt tik daudz izejvielu, cik būtu nepieciešams, gan to ka SIA „Siguldas Maiznieks” ir izveidojis nodokļu parāds, kas līdz ar to bojā uzņēmuma reputāciju, īpaši kaitējot SIA „Siguldas Maiznieks” interesēm, ja SIA „Siguldas Maiznieks” vēlētos saņemt kredītu, kādā no kredītu iestādēm, tādējādi, ievērojot visu iepriekš minēto, nav pamata uzskatīt, ka SIA „Siguldas Maiznieks” būtu interese vai labums no šādiem Līguma nosacījumiem.

Lietas izpētē ir secināts, ka šāda prakse jau turpinās ilgstoši un tā ir kļuvusi par līdzekli SIA „MAXIMA Latvija”, kā norēķināties ar piegādātājiem, konkrētājā gadījumā ar SIA „Siguldas Maiznieks”, sev vēlamajā laika periodā, izmantojot no attiecīgā piegādātāja produkcijas realizācijas iegūtos naudas līdzekļus savām vajadzībām. Lietas izpētē iegūtā informācija liecina, ka SIA „Siguldas Maiznieks” regulāri šādi kredītē SIA „MAXIMA Latvija”. Tādējādi var secināt, ka šī kārtība SIA „MAXIMA Latvija” ir izdevīgāka, nekā tāda, kas būtu labvēlīgāka SIA „Siguldas Maiznieks”.

Nav konstatējams, ka SIA „MAXIMA Latvija” būtu finansiālas grūtības, kas traucētu veikt apmaksu par piegādātajām precēm savlaicīgi.

Ņemot vērā spēkā esošo regulējumu, Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punkts paredz mazumtirgotājam pienākumu noteikt taisnīgu un pamatotu norēķinu termiņu par piegādātajām precēm. Tādējādi ir izvērtējams, vai kapitāla (nokavējuma) procentu maksāšana par to, ka samaksa par precēm netiek veikta termiņā, attiecīgās normas izpratnē „kompensē” vai atsver paša maksājuma termiņa netaisnīgumu.

33.3. SIA „Siguldas Maiznieks” ir sniegusi informāciju (18.10.2010. protokols), ka (\*)<sup>54</sup>(\*).

---

<sup>53</sup> SIA „MAXIMA Latvija” saistību pret SIA „Siguldas Maiznieks” gada vidējais aprites koeficients aprēķināts, preču iepirkšanas vērtību (ar PVN) dalot ar vidējo saistību pret SIA „Siguldas Maiznieks” vērtību. (\*). Vidējais parāda dzēšanas ilgums aprēķināts, perioda ilgumu (365 dienas) dalot ar saistību aprites koeficientu: (\*).

<sup>54</sup> 13.03.2008. grozījumi Konkurences likumā, kas stājās spēkā ar 01.10.2008.

SIA „MAXIMA Latvija” 18.10.2010. vēstulē ir sniegta informācija, ka „Maksājumi par kapitāla izmantošanu nodrošina taisnīgu atlīdzību par kapitāla izmantošanu par laika periodu, kas pārsniedz 30 dienas, un tādējādi nodrošina piegādātājam papildus ienākumus. Tā piemēram, SIA „Siguldas Maiznieks” 2009.gadā kā maksu par kapitāla izmantošanu guvis papildus ienākumu (\*). Papildus ienākuma saņemšana uzņēmuma konkurētspēju ietekmē labvēlīgi”.

Izvērtējot minēto, Konkurences padome secina, ka, vērtējot procentu maksājumu apmēru, iegūtais papildu ienākums SIA „Siguldas Maiznieks” neatsver savlaicīgi nesaņemto samaksu par piegādāto preci. Minētais fakts detalizētāk tiks izvērtēts Lēmuma 34.punktā.

#### 34. Termiņš, kādā SIA „Siguldas Maiznieks” 2009.gadā norēķinājās ar saviem piegādātājiem

SIA „Siguldas Maiznieks” nepārtraukta piegādes procesa uzturēšanai bija spiesta finansēt savu preču ražošanu, t.sk., iepērkot no piegādātājiem izejvielas un materiālus preču ražošanai, kā arī segt visas citas izmaksas.

34.1. SIA „Siguldas Maiznieks” ir sniegusi šādu informāciju par secību, kādā pēc prioritātes šajā uzņēmējdarbībā tiek apmaksāti rēķini (18.10.2010. tikšanās laikā iegūtā informācija): (\*).

34.2. Pēc SIA „Siguldas Maiznieks” aprēķiniem (20.10.2010. SIA „Siguldas Maiznieks” vēstule un 02.11.2010. SIA „Siguldas Maiznieks” elektroniskā pasta vēstule) 2009.gadā tā vidēji ar saviem piegādātājiem norēķinājās 71 dienā, bet 2008.gadā – 62 dienās. 2008.gada kreditoru parādu aprites periods precizēts, ņemot vērā, ka iepriekšējā gadā pie parādiem piegādātājiem pieskaitīts arī īpašnieka aizdevums 88 960 Ls vērtībā, kas, pēc SIA „Siguldas Maiznieks” paskaidrojuma, neietilpst īstermiņa saistību grupā, jo par to ir cita vienošanās. SIA „Siguldas Maiznieks” debitoru parādos un krājumos ir piesaistīti ievērojami līdzekļi (vai SIA „Siguldas Maiznieks” būtiski līdzekļi), kas tam rada zemas likviditātes risku.

Par SIA „Siguldas Maiznieks” apgrozāmo līdzekļu trūkumu liecina arī fakts, ka laiku pa laikam 2009. un 2010.gadā SIA „Siguldas Maiznieks” nav laicīgi nomaksājusi visus paredzētos nodokļus valsts budžetā un tai ir aprēķināta nokavējuma nauda. Valsts ieņēmumu dienesta 10.11.2010. vēstulē Nr.8.21.6.1/1596 norādīti šādi attiecībā pret SIA „Siguldas Maiznieks” aprēķinātie kavējuma maksājumi:

- 2009.gadā iedzīvotāju ienākumu nodoklī Ls 128,20, uzņēmumu ienākuma nodoklī Ls 10,09, valsts sociālās apdrošināšanas obligātajās iemaksās Ls 159,72, pievienotās vērtības nodoklī Ls 264,06;

- 2010.gadā (līdz 09.11.2010.) iedzīvotāju ienākuma nodoklī Ls 141,93, uzņēmumu ienākuma nodoklī Ls 44,63, valsts sociālās apdrošināšanas obligātajās iemaksās Ls 133,26, pievienotās vērtības nodoklī Ls 159,86, uzņēmējdarbības riska valsts nodevā Ls 0,03.

Tādējādi Konkurences padome secina, ka SIA „Siguldas Maiznieks” finansiālais stāvoklis ir tāds, ka uzņēmumam trūkst līdzekļu, lai varētu savlaicīgi norēķināties ar piegādātājiem, kā arī lai savlaicīgi samaksātu attiecīgos nodokļus. Līdz ar to var secināt, ka SIA „MAXIMA Latvija” nelabvēlīgā norēķinu politika attiecībā pret SIA „Siguldas Maiznieks” neļauj šai komercsabiedrībai būt labticīgai nodokļu maksātājai. SIA „MAXIMA Latvija” piemērotās norēķinu kārtības kaitējums var izpausties kā SIA „Siguldas Maiznieks” reputācijas bojāšana, kas no uzņēmēja viedokļa nav mazsvarīgs aspekts, turklāt tas var liegt arī piedalīties publiskajos iepirkuma konkursos (arī konkursos par ES finansējuma piešķiršanu). Jānorāda, ka, jo lielākam piegādātāju

skaitam tiek piemērota aprakstītā norēķinu kārtība, jo vairāk tiek kaitēts godīgas komercdarbības pamatiem un līdz ar to – jo lielāka un nelabvēlīgāka var būt ietekme uz tautsaimniecības attīstību kopumā.

34.3. Jānorāda, ka ražošanas uzņēmums SIA „Siguldas Maiznieks” kā jebkura saimnieciska vienība, ražojot noteiktas preces, veic mērķtiecīgu saimniecisko darbību to nepieciešamo līdzekļu iegūšanā, kas jebkuras saimnieciskas vienības rīcībā ir ierobežotā daudzumā<sup>55</sup>. Tieši tāpēc visi uzņēmumi, t.sk. SIA „Siguldas Maiznieks” ir ieinteresēti, lai preces vai pakalpojumi pēc piegādes ātri tiktu pārvērsti naudā, proti, norēķini par realizētajām precēm vai pakalpojumiem notiktu maksimāli īsā termiņā, ja ne maksājot avansā, tad pakalpojuma saņemšanas dienā vai ļoti drīz pēc tam. Debitoru parādi, ko veido nenomaksātie rēķini par klientiem piegādātajām precēm, ir daļa no uzņēmuma apgrozāmā kapitāla, kas ietekmē jebkura uzņēmuma naudas plūsmu, likviditāti un arī paša uzņēmuma vērtību. Tieši tāpēc operatīva debitoru parādu iekasēšana ir ārkārtīgi svarīgs naudas līdzekļu avots visiem uzņēmumiem, kas piegādā preces.

34.4. Ievērojot teikto, preču piegādātāji, lai nodrošinātu ilgstošu sadarbību, ir gatavi risināt šo jautājumu elastīgi, t.i., gatavi gaidīt maksājumus ilgāk nekā paredzēts līgumos, tomēr galvenais ieguvējs no tā ir uzņēmums, kurš nav nostādīts situācijā, kad jāgaida samaksu ilgāk, nekā noteikts līgumā. Šajā gadījumā tas ir SIA „MAXIMA Latvija”. Ņemot vērā Lēmuma 32.6.punktā aprēķināto vidējo SIA „Siguldas Maiznieks” produkcijas aprites ilgumu SIA „MAXIMA Latvija” veikalos un faktu, ka (\*) (Līguma pielikuma Nr.3 3.noteikums), tad Konkurences padome secina, ka par netaisnīgu un nepamatotu tiek uzskatīts samaksas termiņš, kas pārsniedz (\*) dienu periodu no attiecīgo preču piegādes.

Tiek uzskatīts, ka naudas summa, kuru pircējs savlaicīgi nesamaksā piegādātajam, tiek novirzīta šī uzņēmuma finansēšanai<sup>56</sup>. Pat, ja Līgumā ir paredzēta procentu par maksājuma termiņa kavēšanu, samaksa pēc noteiktā termiņa, SIA „Siguldas Maiznieks” gadījumā (\*), ekonomiskā būtība samaksai par piegādātajām precēm ilgā periodā pēc preču piegādes ir tāda, ka, neskatoties uz to, ka SIA „Siguldas Maiznieks” regulāri pieprasa samaksu par kapitāla izmantošanu, SIA „MAXIMA Latvija” šis savas darbības finansēšanas veids ir alternatīva kredīta ņemšanai bankā. Konkurences padome uzskata, ka šāds princips, kad piegādātājs nesāņem samaksu savlaicīgi, t.i., uzreiz pēc preces piegādes brīža (vai brīža, kad attiecīgā prece tika realizēta gala patērētājiem), ir pēc būtības pielīdzināms kredīta piešķiršanai. „Lielākajai daļai uzņēmumu kredīts, par ko vienojušies uzņēmums un piegādātājs, ir svarīgs finansēšanas avots, jo tas parasti ir lēts un viegli iegūstams, un, jo garāks ir tā dzēšanas termiņš, jo izdevīgāk uzņēmumam”<sup>57</sup>. Līdz ar to šajā gadījumā konstatējams, ka ieguvējs no Līgumā paredzētā norēķinu termiņa un tā pārsniegšanas nosacījumiem ir SIA „MAXIMA Latvija”, jo SIA „Siguldas Maiznieks” kā ražojošā uzņēmuma interesēs nevar būt, piegādājot preces pircējam, piedāvāt tik garus samaksas termiņus, kas ierobežo tā spēju segt regulārās maksājumu saistības savas saimnieciskās darbības nodrošināšanai.

### 35. Apgrozījuma atlaides nomaksa

(\*).

<sup>55</sup> Sk., piem., Roberts Škapars. Mikroekonomika. R., LU, 2001, 328.lpp

<sup>56</sup> S. Kjells Gunnars Hofš (sadarbībā ar Karinu Marinsku). Biznesa ekonomika. R., J.Rozes apgāds, 2002, 331.lpp.

<sup>57</sup> Turpat.



Tādējādi ir konstatējams, ka ir iespējamās situācijas, kad SIA „Siguldas Maiznieks” vēl nav saņēmusi naudu par piegādāto produkciju (jo pēc Līguma tā ir jāgaida vidēji (\*) dienas), bet pielikumā Nr.3 noteiktā atlaide ir jau jāmaksā. Atlaide ir jāmaksā (\*) dienu laikā no rēķina izrakstīšanas dienas, t.i., ja prece piegādāta, piemēram, (\*)

Ņemot vērā, ka SIA „Siguldas Maiznieks”, vēl nesaņemot naudu no SIA „MAXIMA Latvija” par piegādāto precī, jau ir jāmaksā SIA „MAXIMA Latvija” atlaides summa. Konkurences padome uzskata, ka prakse, kad mazumtirgotājam, vēl nesamaksājot par saņemto precī, ir tiesības pieprasīt no piegādātāja atlaides summas samaksu, ir netaisnīga un rada ekspluatējošas attiecības ar piegādātāju.

Konkurences padome secina, ka minētais aspekts liecina par SIA „MAXIMA Latvija” norēķinu politikas nodarīto kaitējumu SIA „Siguldas Maiznieks”. Bez tam tas liecina, ka SIA „MAXIMA Latvija” un SIA „Siguldas Maiznieks” ir būtiski nevienlīdzīgi darījuma partneri. SIA „MAXIMA Latvija” stāvoklis ļauj SIA „MAXIMA Latvija” piemērot attiecībā uz šo piegādātāju ekspluatējošus noteikumus.

### 36. SIA „Siguldas Maiznieks” finansiālais stāvoklis

Izvērtējot SIA „Siguldas Maiznieks” gada pārskatu par 2009.gadu, var secināt, ka 2009.gadā, salīdzinot ar 2008.gadu, par 20% samazinoties neto apgrozījumam, ražošanas izmaksu grupa samazinājusies par 28%, līdz ar to par 15% palielinājusies bruto peļņa salīdzinājumā ar 2008.gadu. Konkurences padomes skatījumā minētais liecina, ka SIA „Siguldas Maiznieks” operatīvi reaģējusi uz gaidāmo pieprasījuma kritumu, efektīvizējot ražošanas izmaksas (it īpaši „pārējās ārējās izmaksas”, „citas ražošanas izmaksas”).

Kopumā SIA „Siguldas Maiznieks” ir spējusi krītoša pieprasījuma un apgrozījuma apstākļos veidot tādu saimnieciskās darbības disciplīnu, ka peļņa pirms nodokļiem 2009.gadā salīdzinājumā ar 2008.gadu ir pieaugusi par 8,8%.

Tomēr Konkurences padome secina, ka SIA „Siguldas Maiznieks” gada pārskata analīze liecina nevis par uzņēmuma attīstību, bet gan tā spēju pagaidām izdzīvot krīzes un apgrozījuma krituma apstākļos, operatīvi samazinot ražošanas izdevumus.

SIA „Siguldas Maiznieks” gada pārskatā ir minēts, ka „Uzņēmums ir pakļauts kredītriskam saistībā ar tā pircēju un pasūtītāju parādiem”. Jāsecina, ka tas ir neatbilstoši uzņēmumam ekonomiskajām interesēm aizdot kādam naudu brīdī, kad tam pašam ir nepieciešami apgrozāmie līdzekļi, lai laicīgi norēķinātos ar saviem kreditoriem. Turklāt SIA „Siguldas Maiznieks” īpašnieki ir aizdevuši savam uzņēmumam būtisku naudas summu.

### 37. SIA „MAXIMA Latvija” viedokļa analīze

Konkurences padome ir izvērtējusi SIA „MAXIMA Latvija” viedokli (argumentus), kas ietverts 2010.gada 9.augusta vēstulē Nr.211, atbildot uz Konkurences padomes Izpilddirekcijas nosūtīto 26.07.2010. vēstuli Nr.1512 (turpmāk-KP Vēstule), un izsaka savu pozīciju par šiem argumentiem:

37.1. SIA „MAXIMA Latvija” ir norādījusi, ka „*Gan loģika, gan Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punkta pieņemšanas vēsture atklāj, ka tā pirmais teikums neaizliedz norēķinu termiņus, kuri pārsniedz 30 dienas*”.

Vēl SIA „MAXIMA Latvija” ir minējusi, ka „*Vadlīnijās nav atrodama argumentācija, kas ļautu apgalvot, ka „par taisnīgu un pamatotu norēķinu termiņu Konkurences likuma 13.panta otrās daļas izpratnē parasti tiek uzskatīts trīsdesmit dienu termiņš* (citāts no KP Vēstules).”

Konkurences padome norāda, ka minētā sakarā ir jāņem vērā Konkurences likuma grozījumu (pieņemti 2009.gada 18.jūnijā) pieņemšanas vēsturiskie apstākļi:  
Redakcija uz 1.lasījumu:

„5) netaisnīgu un nepamatoti garu norēķinu termiņu piemērošana vai uzspiešana par piegādātajām precēm. Norēķinu termiņš par piegādātajām pārtikas precēm ir netaisnīgs un nepamatoti garš, ja tas pārsniedz desmit dienas no tādu preču derīguma termiņa beigām, kuru derīguma termiņš nav ilgāks par 20 dienām, bet pārējām pārtikas precēm – 30 dienas no preču piegādes dienas.”

Redakcija uz 2.lasījumu:

5) netaisnīgu un nepamatoti garu norēķinu termiņu piemērošana vai uzspiešana par piegādātajām precēm. Norēķinu termiņš par piegādātajām pārtikas precēm ir netaisnīgs un nepamatoti garš, ja tas pārsniedz 30 dienas no preču piegādes dienas tādām pārtikas precēm, kuru derīguma termiņš nav ilgāks par 20 dienām.

Izvērtējot minētos apstākļus, Konkurences padome secina, ka, tā kā noteikums par 30 dienu norēķinu attiecībā uz „pārējām pārtikas precēm” tika svītrots no normas, bet attiecināts tikai uz „ātri bojājošām” pārtikas precēm (ar līdz 20 dienu derīguma termiņu), likumdevējs līdz konkrētam termiņam nav ierobežojis norēķinus ar „pārējām pārtikas precēm”.

Tādējādi norēķināšanās termiņš par „pārējām pārtikas precēm” ir pakārtots diviem noteiktiem jēdzieniem – „netaisnīgs” un „nepamatoti garš” norēķinu termiņš. Attiecīgi, lai noteiktu, ka konkrēts samaksas termiņš ir netaisnīgs un nepamatoti garš, ir jāvērtē katru situāciju atsevišķi, neatkarīgi no tā, cik garš ir preču derīguma termiņš. Konkurences padome savu vērtējumu ir sniegusi un kritērijus pēc kādiem tas ir veikts identificējusi Lēmuma 32.punktā.

37.2. SIA „MAXIMA Latvija” ir norādījusi, ka „(..) *Vadlīniju kļūdainība izriet no Konkurences padomes atturēšanās atzīt, ka norēķinu termiņi ir tāds pats konkurences parametrs, kā, piemēram, cena un kvalitāte. Pircējs gūst labumu no garākiem norēķinu termiņiem un konkurences spiediena rezultātā vismaz daļēji to nodod patērētājiem, savukārt piegādātājs tādējādi cenšas pārspēt konkurentus.*”

„ (...) *Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punkta tagadējais pirmais teikums, kā to interpretējusi Konkurences padome, nav piemērots leģitīma mērķa sasniegšanai, jo kavē nevis veicina veselās piegādātāju grupas piekļuvi patērētājiem, kā arī, ka nav taisnīga līdzsvara starp gūto labumu un tiesību ierobežojumu, jo „neatkarīgo” piegādātāju iespējas konkurēt palielināsies uz „atkarīgo” piegādātāju un „dominējošo mazumtirgotāju” civiltiesiskās brīvības ierobežojuma rēķina.*”

Lietas izpētes gaitā Konkurences padome neguva apstiprinājumu, ka SIA „Siguldas Maiznieks” ir guvis kādu labumu konkurences cīņā (skat. Lēmuma 32.1.punkta, pēdējā rindkopa). Vienlaicīgi Konkurences padome norāda, ka SIA „MAXIMA Latvija” kā komercsabiedrībai, kas darbojas Latvijas teritorijā, ir jāievēro valsts teritorijā spēkā esošais normatīvais regulējums. Līdz ar to piegādātāju savstarpēja konkurence ar norēķinu termiņu garumu ir pieļaujama tikai tiktāl, ciktāl netiek pārkāpts DSM ļaunprātīgas izmantošanas aizliegums.

37.3. SIA „MAXIMA Latvija” ir norādījusi, ka „*Konkurences padomes apgalvojums, ka „ražotājs nevar būt tas, kas kreditē mazumtirgotāju”, ir ne tikai nepamatots, bet arī pretrunā ar Satversmes tiesas praksē atrodamo principiālo nostāju,*

ka „no Satversmē garantētajām tiesībām uz īpašumu izriet arī tiesības brīvi rīkoties, piemēram, slēdzot civiltiesiskus līgumus. Šis civiltiesiskās brīvības princips tiktu ierobežots, ja līdzīgiem nebūtu iespējams vienoties par sev pieņemamu līguma saturu”, jo „tiesības uz īpašumu ietver arī tiesības lemt ar īpašumu saistītus jautājumus.” Ja Konkurences padome uzskata, ka „Konkurences likums neparedz mazumtirgotājam pienākumu obligāti noteikt maksu par kapitāla izmantošanu, bet tas paredz mazumtirgotājam noteikt taisnīgu un pamatotu norēķinu termiņu par piegādātām precēm”, tā bez pamatojuma atsakās vērtēt SIA „Maxima Latvija” pausto argumentu, ka „maksu par kapitāla izmantošanu” ir faktors, kas ņemams vērā, nosakot, vai norēķinu termiņš ir „taisnīgs un pamatots”, un tādējādi pārkāpj pienākumu pēc iespējas samērīgi, proti, atbilstoši leģitīmajam mērķim, saudzīgi un taisnīgi interpretēt izņēmumu, kas izdarīts no Satversmes aizsargātajām pamattiesībām uz līgumslēgšanas brīvību”.

Konkurences padome noraida minēto SIA „MAXIMA Latvija” argumentu kā nepamatotu balstoties uz Lēmuma 33. punktā iekļautajiem argumentiem. Līgumslēdzēju brīvība nav absolūta un dažādu sabiedrības grupu interesēs tai var tikt noteikti ierobežojumi. Tādus ierobežojumus nosaka citi normatīvie akti, t.sk. Konkurences likuma 11.panta pirmā daļa un 13.panta pirmā un otrā daļa.

37.4. SIA „MAXIMA Latvija” ir norādījusi, ka „Konkurences padome ir konstatējusi, ka „SIA „Siguldas Maiznieks” produkcijas derīguma termiņš pārsniedz 20 dienas”, bet vienlaikus arī izdarījusi šādus – kļūdainus – apsvērumus, piegāžu biežumu sasaistot ar preču aprites ātrumu. SIA „Siguldas Maiznieks” veiktās piegādes nepatver visus produktus. Piegāžu biežums nenorāda, cik ilgi produkts uzskatāms par veikala plauktā. Kā novērojis katrs, kurš mēdz iepirkties lielveikalos, konkrēta veida produkti prasti nemēdz „beigties”, kas savukārt, nozīmē, ka piegādes tiek veiktas vēl pirms nopirkts viss agrāk piegādātais. Tātad Konkurences padome ir kļūdījies, uzskatīdama, ka no veikalu piegāžu skaita izdarāms secinājums par produkcijas aprites ātrumu”.

Konkurences padome Lēmuma 32. punktā ir iekļāvusi vairākus rādītājus, kas tieši raksturo preču apriti, t.i., sasaista produktu piegāžu intensitāti ar produktu aprites intensitāti.

37.5. SIA „MAXIMA Latvija” ir norādījusi, ka „Konkurences padome nav pierādījusi, kādu kaitējumu SIA „Siguldas Maiznieks” nodarījis ar SIA „Maxima Latvija” noslēgtais līgums. Ja „Konkurences likuma 13.panta otrās daļas aizsargā ekonomiski atkarīgo tirgus dalībnieku – piegādātāju- tiesiskās intereses attiecībās ar mazumtirgotājiem”, piemērojot šo normu, nepieciešams identificēt aizsargājamo „tiesisko interešu” saturu pietiekami precīzi, lai būtu iespējams novērtēt, kāds kaitējums radies aizsardzības trūkuma dēļ, jo pretējā gadījumā nebūtu iespējams pārbaudīt, vai administratīva iejaukšanās līgumiskās attiecībās sasniedz ko derīgu. Piemēram, norāde uz „tiesiskajām interesēm” 30 dienu laikā saņemt samaksu par piegādātajām precēm nav uzskatāma par pietiekami precīzu, jo ir itin viegli iztēloties situācijas, kurās piegādātājs objektīvu un racionālu iemeslu dēļ ir ieinteresēts šo „labumu” mainīt pret citu – piemēram, pret iespēju saņemt „maksu par kapitāla izmantošanu” vai konkurences cīņā pieveikt citu piegādātāju.”

Konkurences padome uzskata, ka ir vairākas „tiesiskās intereses”, kuras šajā gadījumā būtu aizsargājamas, pirmkārt, SIA „Siguldas Maiznieks” nodarītais kaitējums izpaužas faktā, ka SIA „Siguldas Maiznieks” nespēj laikus norēķināties ar saviem piegādātājiem, otrkārt, SIA „Siguldas Maiznieks” 2009. un 2010.gadā izveidojušies parādi valsts budžetam (t.sk. jāmaksā nokavējuma nauda), jo sabiedrība nav laicīgi

nomaksājusi visus paredzētos nodokļus (detalizēti aprakstīts Lēmuma 34.punktā). SIA „MAXIMA Latvija” norēķinu politikas nodarītais kaitējums izpaužas tādējādi, ka SIA „Siguldas Maiznieks” tiek liegta iespēja būt labticīgai nodokļu maksātājai un norēķināties īsākos termiņos ar saviem piegādātājiem. Līdz ar to tiek bojāta SIA „Siguldas Maiznieks” reputācija, uzņēmēj sabiedrība nevar piedalīties iepirkuma konkursos (arī konkursos par ES finansējuma piešķiršanu). Tādējādi tiek grauti godīgas komercdarbības pamati, un līdz ar to arī tautsaimniecības attīstība kopumā.

Tiesiskā interese veikt normālu, pārdomātu, racionālu saimniecisko darbību sevī ietver savlaicīgu nodokļu maksāšanu un savlaicīgu norēķināšanos ar izejvielu piegādātājiem, kā arī savas uzņēmēja reputācijas celšanu, nevis graušana. Viss iepriekš minētais ir katra normāla uzņēmēja darbības pamatā, uz kuru tam ir visas tiesības, un šis ir vērtību kopums, kas tiesiskā valstī uzņēmējam ir jānodrošina jeb jaaizsargā.

37.6. SIA „MAXIMA Latvija” ir norādījusi: *„Savukārt, ja Vēstulē pausto Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punkta tagadējā pirmā teikuma interpretāciju un no tās izrietošo zemo pierādīšanas standartu iecerēts pamatot ar nekādi neargumentēto apgalvojumu, ka „uz dominējošo stāvokli mazumtirdzniecībā esošu mazumtirgotāju ir pamatoti attiecināt klasiskā dominējošā stāvokļa lietās pastāvošo īpašās atbildības jēdzienu”, nākas atgādināt pašas Konkurences padomes apgalvoto, ka „lai arī DSM jēdziena nosaukumā iekļauta gramatiska atsaucē uz dominējošo stāvokli, jāņem vērā, ka DSM jēdziens principiāli atšķiras no klasiskā dominējošā stāvokļa jēdziena tirgus dalībniekam piemītošās tirgus varas apjoma ziņā”. Tā kā publiskajās tiesībās prioritāte ir slēdzienam par pretējo, nevis analogijas slēdzienam, jo darbojas princips „viss, kas nav atļauts, ir aizliegts”, nepamatota tādu prakses atziņu, kas attīstītas „parastā” dominējošā stāvokļa lietās, attiecināšana uz dominējošā stāvokļa mazumtirdzniecībā lietām nav pieļaujama.*

Pirmkārt, Konkurences padome norāda, ka minētās lietas ietvaros SIA „MAXIMA Latvija” Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punkta pārkāpums ir pamatots ar visiem lietā iegūtajiem pierādījumiem kopsakarā, t.i., gan ar konstatēto konkrētās preces aprites ātrumu, gan SIA „MAXIMA Latvija” konstatēto iepirkuma varu, gan arī SIA „Siguldas Maiznieks” nodarīto kaitējumu (nodokļu parādi, bojāta reputācija, kavēti norēķini ar izejvielu piegādātājiem utt.), veicot maksājumus termiņā, kas pārsniedz (\*) dienu termiņu.

Otrkārt, jānorāda, ka SIA „MAXIMA Latvija” minēto frāzi, ka *uz dominējošo stāvokli mazumtirdzniecībā esošu mazumtirgotāju ir pamatoti attiecināt klasiskā dominējošā stāvokļa lietās pastāvošo īpašās atbildības jēdzienu* nav skatījusi kopējā Lēmuma kontekstā. Šajā Lēmumā ir nepārprotami norādīts, ka DSM un klasiskais dominējošais stāvoklis principiāli atšķiras tirgus varas apjoma ziņā (Lēmuma 2.2.apakšpunkts), turklāt likumdevējs ir noteicis arī atšķirīgu DSM un klasiskā dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas aizlieguma pārkāpumu klasifikāciju pēc to smagumu pakāpes. Tādējādi nav šaubu, ka SIA „MAXIMA Latvija” tirgus vara atbilst DSM un tās izdarītais pārkāpums Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punktam, kas ir pierādīts ar Lēmumā konstatētajiem faktiem. Īpašās atbildības jēdziens DSM neizpaužas analogijas ceļā, bet gan patstāvīgi izriet no likumdevēja gribas iekļaut DSM vienotā sistēmā ar klasisko dominējošo stāvokli, attiecīgi ieviešot DSM jēdzienu un iestrādājot tā regulējumu Konkurences likuma 13.pantā.

37.7. SIA „MAXIMA Latvija” ir norādījusi, ka *„Kaut arī SIA „Maxima Latvija” ieskatā Konkurences padomes atturēšanās pierādīt, ka ar SIA „Maxima Latvija” noslēgtais līgums SIA „Siguldas Maiznieks” nodarījis jebkādu kaitējumu, ir*

pietiekams iemesls noraidīt Vēstulē izdarīto secinājumu, ka „ka lietā iegūtie pierādījumi liecina, ka SIA „Maxima Latvija” darbības satur Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punktā noteikto pārkāpuma sastāvu”, ir iespējams arī demonstrēt, ka patiesībā SIA „Siguldas Maiznieks” saimnieciskās darbības rādītāji ir izteikti „veselīgi”. 2008.gadā SIA „Siguldas Maiznieks” peļņa pēc nodokļu nomaksas sasniedza 22 601 LVL, un 2009.gadā tā bija 31 321 LVL. Tas liecina par SIA „Siguldas Maiznieks” veiksmīgu attīstību un finansiālu augšupeju un nevis par recesijas vai citā ietekmē piedzīvotajām finansiālajām grūtībām”.

Turklāt, lai gan saskaņā ar Konkurences padomes secināto „SIA „MAXIMA Latvija” laika periodā no 2008.gada oktobra līdz 2010.gada februārim veica samaksu par SIA „Siguldas Maiznieks” pamatā 60 dienu termiņā” SIA „Siguldas Maiznieks” ar saviem kreditoriem norēķinājies krietni ilgākā laika periodā, proti, 2008.gadā vidēji 199,82 dienu periodā un 2009.gadā vidēji 111,79 dienu periodā.” Tātad pagājušajā gada laikā SIA „Siguldas Maiznieks” maksāšanas termiņš tās kreditoriem bija gandrīz divas reizes garāks nekā termiņš, kurā par saņemtajiem produktiem norēķinājās SIA „MAXIMA Latvija”, savukārt 2008.gadā tas bija pat vairāk nekā trīs reizes lielāks. Šie dati skaidri liecina, ka SIA „Siguldas Maiznieks” ar saviem piegādātājiem var norēķināties krietni garākā laika periodā un ka ar SIA „Maxima Latvija” noslēgtajā piegādes līgumā ietvertais samaksas termiņa regulējums SIA „Siguldas Maiznieks” likviditāti neapdraud.”

Vēl SIA „MAXIMA Latvija” ir norādījusi, ka „SIA „MAXIMA Latvija” ir lielākā SIA „Siguldas Maiznieks” ražotās produkcijas pircēja un līdz ar to tā arī veicina SIA „Siguldas Maiznieks” attīstību”.

Lai arī SIA „Siguldas Maiznieks” 2009.gadā bija peļņa, tā saimnieciskās darbības rādītājus nevar uzskatīt par izteikti veselīgiem (skat. Lēmuma 36.punktu).

Līdz ar to kā nepamatots ir noraidāms SIA „MAXIMA Latvija” apgalvojums, „ka tā kā lielākā SIA „Siguldas Maiznieks” produkcijas pircēja veicina tās attīstību”, jo SIA „Siguldas Maiznieks” gada pārskata analīze liecina nevis par uzņēmuma attīstību, bet gan tā spēju pagaidām izdzīvot krīzes un apgrozījuma krituma apstākļos.

Konkurences padome savos lēmumos ir konstatējusi, ka abiem lielākajiem mazumtirgotājiem, t.i., SIA „MAXIMA Latvija” un SIA „RIMI Latvia”<sup>58</sup> ir tirgus vara ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecībā, un ražotājam, kura efektivitāte balstās uz apjoma efektu atrašanās abos minētajos lielo mazumtirdzniecības uzņēmumu veikalos ir nepieciešama, jo tas ir nosacījums tā ilgspējīgai attīstībai. Tāpēc arī likumdevējs ieviesa Konkurences likumā noteikumus, kas aizliedz DSM ļaunprātīgu izmantošanu.

Savukārt Lēmuma 34.2.punktā ir norādīts, ka pēc SIA „Siguldas Maiznieks” aprēķiniem tā norēķinu periods piegādātājiem ir daudz mazāks nekā pēc SIA „MAXIMA Latvija” aprēķiniem, t.i., 2009.gadā tā vidēji ar saviem piegādātājiem norēķinājās 71 dienā. 2008.gadā – 62 dienās.

37.8. SIA „MAXIMA Latvija” ir norādījusi: *Ja „DSM raksturo mazumtirgotāja tirgus varu apjomā, kas ir pietiekams, lai spētu negatīvi ietekmēt konkurenci attiecībās ar piegādātājiem, proti ja „DSM lietās ir pietiekami konstatēt tādu iepirkuma varas apjomu, kas mazumtirgotājam jau ļauj darboties neatkarīgi no piegādātājiem”, iepirkuma varas pastāvēšana jāvērtē, atsaucoties uz mazumtirgotāja spēju rīkoties*

<sup>58</sup> Skat. Konkurences padomes 2010.gada 16. jūlija lēmumu Nr. 49 un Konkurences padomes 2010.gada 11.novembra lēmumu Nr.E02-85.

*neatkarīgi augšupējā tirgū. Taču, kā atzīst pati Konkurences padome, tas nav ticis darīts”.*

Atbildot uz šo SIA „MAXIMA Latvija” argumentu, Konkurences padome norāda, ka iepirkuma varas konstatēšanai noteicošais apstāklis ir tas, ka SIA „MAXIMA Latvija” ir viens no diviem svarīgākajiem un lielākajiem pārtikas preču noieta kanāliem mazumtirdzniecībā. Konkrētajā Lēmumā Konkurences padome apskata produktus, kas ir paredzēti pārdošanai mazumtirdzniecības veikalos. Lietas izpētes laikā ir secināts, ka sadarbība ar lielākajiem mazumtirgotājiem ir īpaši būtiska uzņēmumiem, kuriem ir svarīgs saražotais un pārdotais apjoms, jo šo komercsabiedrību efektivitāte tiek balstīta uz saražoto apjomu, t.i., izmaksu ekonomiju.

Tā kā SIA „MAXIMA Latvija” ir viens no Latvijas diviem lielākajiem mazumtirgotājiem, tad minētajiem ražotājiem tā ir īpaši pievilcīgs un nepieciešams noieta kanāls. Vienlaicīgi tiek norādīts, ka SIA „MAXIMA Latvija” ir tā, kas izvēlas no kura piegādātāja konkrēto preci pirkt, jo piedāvājums ir nosacīti neierobežots. Lietas izpētes laikā ir secināts, ka mazie veikali nevar nodrošināt līdzvērtīgu preču pieejamību un apjomu, turklāt industriālie patērētāji preces iepērk citiem mērķiem. Savukārt tādas specializētās iestādes kā skolas, slimnīcas un bērnudārzi konditorejas izstrādājumus iepērk ierobežotā apjomā. Līdz ar to minētie iepirkšanas kanāli nav uzskatāmi par konkurentiem SIA „MAXIMA Latvija”, t.i., ja ražotājs vēlas sasniegt pietiekošu patērētāju daudzumu, tad industriālais iepircējs, specializētās iestādes un mazie veikali, nevar to nodrošināt.

Konkurences padome secina, ka mazumtirgotāja SIA „MAXIMA Latvija” spēja rīkoties neatkarīgi augšupējā tirgū ir daudz lielāka nekā industriālo iepircēju vara, piegādātāju vara un mazo mazumtirgotāju vara.

SIA „Siguldas Maiznieks” stratēģija ir būt atpazīstamai sabiedrībai, lai tās produkcija būtu pieejama visiem Latvijas iedzīvotājiem, līdz ar to tai ir jāpieņem un jāievēro SIA „MAXIMA Latvija” izvirzītie noteikumi.

37.9. SIA „MAXIMA Latvija” ir norādījusi: *„Arī par konkrētā ģeogrāfiskā tirgus precīzu definīciju augšupējā, proti iepirkuma tirgū, Konkurences padome ir izteikusies vienaldzīgi: „ņemot vērā, ka saskaņā ar Konkurences likuma 13.panta otrajā daļā ietvertu DSM definīciju ļaunprātīgas izmantošanas aizliegums attiecas uz Latvijas teritoriju, nav pamats iepirkuma tirgus ģeogrāfisko teritoriju noteikt robežās, kas pārsniedz nacionālā tirgus robežas”, un „ietekme uz konkurenci var izpausties gan šauri definētā tirgū, gan plaši definētā tirgū”. Šādos apstākļos ir neiespējami vērtēt SIA „Maxima Latvija” veikalu tīkla ietekmi un iepirkuma varu, lai kādus citus kritērijus Konkurences padome censtos izmantot. Pretēji Vēstulē sacītajam SIA „Maxima Latvija” uzsver, ka iepirkuma vara ir tieši un neizbēgami atkarīga no tā, „cik plaši ir definēta konkrētā prece”, un ka tā nevar vienlīdz izpausties „gan šauri definētā”, gan „plaši definētā” ģeogrāfiskajā tirgū. Vispārīgs apgalvojums, ka dominējošā stāvokļa mazumtirdzniecībā regulējums ir „īpašs”, nav pietiekams, lai izvairītos no acīmredzamās patiesības, ka konkrētās preces un konkrētā ģeogrāfiskā tirgus apmērs ietekmē gan pircēja iespēju atrast konkurējošus piegādātājus, gan piegādātāja iespēju atrast konkurējošus pircējus”.*

Atbildot uz šo SIA „MAXIMA Latvija” argumentu, Konkurences padome atbilstoši jau agrāk KP Vēstulē izteiktajai argumentācijai par iepirkuma tirgus precīzo ģeogrāfisko robežu noteikšanas nepieciešamību norāda, ka: „Ja piegādātājs (nav svarīgi, nacionālais vai starptautiskais) ir orientēts uz Latvijas pārtikas patērētāju, neatkarīgi no tā, cik liels ir iepirkumu tirgus, SIA „MAXIMA Latvija” ir viens no diviem svarīgākajiem sadarbības partneriem”. Pamatojums Lēmuma 14.punktā konstatētajam

konditorejas izstrādājumu iepirkuma tirgum Latvijas teritorijā sniegts Lēmuma 12.-13.punktā.

37.10. „SIA „Maxima Latvija” 2008. un 2009.gada pārskati, kur redzams samērā nemainīgs peļņas apmērs pēc nodokļu nomaksas, t.i., ap 3,7% un ar kuriem, kā redzams, Konkurences padome ir iepazinusies, ir pietiekams iemesls konstatēt, ka konkurence lejupējā tirgū pietiekami intensīva, lai efektivitātes guvumi tiktu nodoti patērētājiem. Ja SIA „Maxima Latvija” nevar darboties neatkarīgi no patērētājiem, jāsecina, ka šis apstāklis vienlaikus liecina par atkarību no piegādātājiem, jo lejupējā tirgū pastāvošā intensīvā konkurence nozīmē, ka arī citiem mazumtirgotājiem nepieciešamas apjomīgas piegādes. Tāpēc turklāt nav pareizs Konkurences padomes vairākkārt atkārtotais apgalvojums, ka „SIA „Maxima Latvija” ir būtisks un neaizstājams sadarbības partneris ražotājam/piegādātājam to preču izplatīšanai (tirdzniecībai) galapatērētājam, t.i., komercsabiedrībai, kura vēlas izplatīt savu produkciju visā valsts teritorijā esošajos veikalos vai lielākajā daļā no tiem”. Konkurence lejupējā tirgū liedz runāt par tirgus varas pastāvēšanu”.

Atbildot uz šo SIA „MAXIMA Latvija” argumentu, Konkurences padome norāda, ka SIA „MAXIMA Latvija” minētais peļņas procenta apmērs vien, kas ir nemainīgs 2008. un 2009.gadā, neliecina par to, ka konkurence lejupējā tirgū ir pietiekami intensīva, jo īpaši ņemot vērā augsti koncentrēto lielveikalu vidi Latvijā. Konkrētais peļņas procenta apmērs jāskata arī kopsakarā ar valstī pastāvošo ekonomisko stāvokli.

37.11. „No Vēstules[KP Vēstule] izriet, ka nav pamata bažām par piegādātāju konkurences mazināšanos iepirkuma tirgū, turklāt pircēju konkurence SIA „MAXIMA Latvija” disciplinē krietni lielākā mērā, nekā to atzinusi Konkurences padome”.

Konkurences padome norāda, ka SIA „MAXIMA Latvija”, acīmredzot, nepareizi ir sapratusi Konkurences padomes argumentāciju. SIA „MAXIMA Latvija” kā viens no lielākajiem mazumtirdzniecības tīkliem Latvijā, kam piemīt iepirkuma vara, spēj būtiski ietekmēt to, kādas preces nonāk līdz galapatērētājiem. Proti, tām, kuras SIA „MAXIMA Latvija” neizvēlas vai no kurām kādu iemeslu dēļ tā atsakās, ir daudz mazākas iespējas sasniegt plašu patērētāju loku visā Latvijā. Neapšaubāmi, pircēju konkurence lejupējā tirgū pastāv, taču, SIA „MAXIMA Latvija”, nesastopot piegādes pusē tirgus varas ziņā sev līdzvērtīgu partneri (sk. Lēmuma 18.1. punktu par vienpusējiem un abpusējiem tirgus varas izpausmes gadījumiem), šo pircēju konkurences radīto „disciplīnu”, spēj pilnā mērā pārnest uz piegādātāju, t.sk. piemērojot vai uzspiežot netaisnīgus un nepamatotus noteikumus, nosacījumus u.tml., šādu darbību rezultātā vājinot piegādātāja konkurences spējas.

37.12. SIA „MAXIMA Latvija” ir norādījusi: „Konkurences padomes sacītais, ka „tirgū vienmēr pastāvēs sāncensība no konkurējošiem piegādātājiem, kuri nekavējoties būs gatavi paplašināt savus piegādes apjomus un aizpildīt atbrīvotos veikala plauktus”, vienlaikus apliecina bažu par iepirkuma varas ļaunprātīgu izmantošanu nepamatojumu. Ja konkurējošu piegādātāju sāncensība tirgū pastāvēs „vienmēr”, ir gluži nesaprotamas Konkurences padomes bažas, ka „var tikt apdraudēta (piegādātāja) atrašanās konkrētajā tirgū” un ka, „ja tiek uzspiesti nosacījumi, kas neatbilst uzņēmuma biznesa plānam – nodrošināt uzņēmuma darbību ilgtermiņā, tad šim uzņēmumam ir jāpamet attiecīgais konkrētais tirgus”. Pieņemot, ka tik tiešām „DSM ļaunprātīgas izmantošanas aizliegums veicina arī patērētāju tiesisko interešu

aizsardzību”, tirgum nevajadzīgu, proti, nepietiekami efektīvu „biznesu plānu” neveiksme nebūtu ar administratīviem līdzekļiem aizkavējama. Proti, lai rastos „labklājības ieguvumi pastarpināti tiek nodoti arī galapatērētājiem Latvijas teritorijā”, dominējošā stāvokļa mazumtirdzniecībā regulējumam „kopumā sekmējot tautsaimniecības attīstību” – nevis aizsargājot kādu konkrētu piegādātāju, - Konkurences padome nedrīkst rīkoties veidā, kas neveiksmīgo „biznesa plānu” administratīvas aizsardzības dēļ patērētājiem liek maksāt vairāk. Atkāpes no šīs loģikas nebūtu attaisnojamas par atsauci uz piegādātāju īpašas aizsardzības nozīmi ilgtermiņā, jo bažām par to vispārēju izzušana nav vietas: kā jau sacīts, pati Konkurences padome ir atzinusi, ka piegādātāju sāncensība tirgū pastāvēs „vienmēr”.

Konkurences padome secina, ka SIA „MAXIMA Latvija” nepareizi ir izpratusi Konkurences padomes Vēstules 27. punktā norādīto, ka Konkurences padomei nav bažu par piegādātāju konkurences mazināšanos. Tas, ka būs uzņēmumi, kas aizstās no tīkla vai konkrētā tirgus izgājušu uzņēmumu, nenozīmē to, ka konkurences līmenis attiecīgajā konkrētajā tirgū paliks nemainīgs un pastāvošā konkurence patērētājiem spēs ilgtermiņā nodrošināt nepieciešamo kvalitātes, cenas un inovāciju līmeni. Vienlaicīgi Konkurences padome norāda, ka DSM konstatēšana SIA „MAXIMA Latvija” nekāda gadījumā nenozīmē un nevar nozīmēt to, ka Konkurences padome ar administratīvām metodēm veicina neefektīvo piegādātāju aizsardzību. DSM pats par sevi nav aizliegts, aizliegta ir tā ļaunprātīga izmantošana, kas var izpausties konkrētos veidos (t.sk. KL 13.panta otrās daļas 5.punkts), un tie nosacījumi, kurus SIA „MAXIMA Latvija” piemēro piegādātājiem (vai tie taisnīgi vai nē), ir analizējami konkrētā pārkāpuma sastāva ietvaros. Konkurences padomei DSM esamības izvērtēšanai nav nozīmes, vai piegādātājs ir efektīvs vai neefektīvs. Šim faktam ir nozīme pārkāpuma izvērtēšanas procesā.

Lietas izpētē ir secināts, ka ir pamats uzskatīt, ka SIA „Siguldas Maiznieks” ir uz attīstību orientēta komercsabiedrība, kura racionāli izvērtē situāciju tirgū un meklē iespējas pielāgoties situācijai tajā. Tas, ka Konkurences padome, izvērtējot SIA „MAXIMA Latvija” norēķinu politiku, konstatēja, ka tā ir ekspluatējoša attiecībā pret konkrēto piegādātāju, nav saprotams kā neefektīva uzņēmuma aizsardzība.

37.13. SIA „MAXIMA Latvija” ir norādījusi: „Vēstulē Konkurences padome ir apgalvojusi, ka „SIA „Maxima Latvija” īpatsvars kopējā pārtikas preču iepirkumā, kā arī atsevišķu pārtikas preču iepirkumā lielveikalu vidē (informācija par iepirkuma apjomu tika iegūta no lielākajām mazumtirgotāju ķēdēm) ir tuva tās mazumtirdzniecības tirgus daļai lietā definētajā tirgū, t.i., ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgū lielveikalu vidē Latvijas teritorijā”, tomēr nākas norādīt, ka SIA „Maxima Latvija” tirgus daļa iepirkuma tirgū būtiski mazāka, nekā lejupējā tirgū. Tas tādēļ, ka SIA „Maxima Latvija” preces iepērk tajā pašā tirgū, kur preces iepērk tirgus dalībnieki, kas nav SIA „Maxima Latvija” konkurenti lejupējā tirgū, bet ir konkurenti iepirkuma tirgū, proti, specializētie pārtikas un dzērienu veikali un visi citi šo preču mazumtirdzniecības uzņēmumi, bet dažās tādu preču grupās, kuras tiek izmantotas kā izejvielas – piemēram, milti, cukurs, olas, - arī pārtikas preču ražotāji”.

Pat, ja piekristu SIA „MAXIMA Latvija” argumentam, ka konkrētajā gadījumā iepirkumu SIA „MAXIMA Latvija” veic tajā tirgū, kur darbojas ne tikai lielveikali, bet arī specializētie pārtikas un dzērienu veikali un visi citi šo preču mazumtirdzniecības uzņēmumi, konstatējams, ka 2008.-2009.gadā SIA „MAXIMA Latvija” tirgus daļa bija mazāka, nekā ja to aprēķina no lielveikalu tirgus dalībnieku veiktā kopējā iepirkuma,



tomēr tā ir lielāka par 20%. Kas ir ļoti nozīmīga daļa, arī ņemot vērā, ka katram piegādātājam, kas spēj nodrošināt lielākus piegādes apjomus, tik liels iepircējs kā SIA „MAXIMA Latvija” ir daudzkārt izdevīgāks un svarīgāks sadarbības partneris nekā fragmentētu piegāžu organizēšana mazākiem tirgus dalībniekiem.

Konkrētajā lietā konstatēts, ka 2009.gadā, apmēram, vairāk kā puse SIA „Siguldas Maiznieks” ražotās produkcijas ir piegādāti tieši SIA „MAXIMA Latvija”. Tāda apjoma piegādes uzņēmumam, ņemot vērā ilgstošas sadarbības pieredzi, dod iespēju laikus plānot ražošanas apjomus, efektīvāk organizēt ražošanas un piegādes posmus un to izmaksu struktūru, daudzveidīgāk attīstīt sortimentu, atbilstoši dažādu pircēju kategoriju vēlmēm, nekā tas būtu iespējams sadrumstalotu un nenoteiktu apjomu piegāžu gadījumā.

37.14. SIA „MAXIMA Latvija” ir norādījusi, ka „*Iepirkuma tirgū SIA „Maxima Latvija” tirgus daļas ne tuvu nelīdzinās Konkurences padomes nosauktajiem rādītājiem – 31% 2009.gadā – un tādēļ jāapšaubā secinājums, ka SIA „Maxima Latvija” piemīt iepirkuma vara pietiekami ilgā laika periodā. Vēstulē nav skaidrots, kā, pastāvot tik nelielai daļai iepirkuma tirgū, var būt konstatējama tirgus vara*”.

Konkurences padome uzskata, ka iepirkuma varu raksturo gan tirgus daļa (kas ir viena no lielākajiem starp visiem iepircējiem, kas precīzi iepērk realizācijai mazumtirdzniecībā), gan jau iepriekš minētais fakts, ka SIA „MAXIMA Latvija” ir neizbēgams sadarbības partneris, ja piegādātājs ir orientēts uz Latvijas patērētāju.

37.15. 2010.gada 16.decembrī tika saņemta SIA „MAXIMA Latvija” vēstule Nr.361. SIA „MAXIMA Latvija” norāda, ka „*Sakarā ar 06.12.2010. no Konkurences padomes saņemto vēstuli par to, ka lietā Nr.P/09/06/7 „Par Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „MAXIMA Latvija” darbībā”, kas ierosināta 2009.gada 21.maijā, esot konstatēti Konkurences padomes lēmuma pieņemšanai nepieciešamie fakti, MAXIMA Latvija SIA pārstāvis 06.12.2010. iepazīnās ar tiem lietai kopš iepriekšējās iepazīšanās reizes pievienotajiem materiāliem, kuri viņam tika uzrādīti kā MAXIMA Latvija SIA pārstāvim pieejami (turpmāk – jaunie materiāli) un saņēma šo jauno materiālu kopijas*”.

Minētajā vēstulē ir norādīts, ka „*Ņemot vērā Konkurences Padomes 26.07.2010. vēstulē Nr.1512 „Par Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punkta noteikto pārkāpumu SIA „MAXIMA Latvija” darbībā” 29.punktā (16.lapaspušes 3.rindkopā no apakšas) minētos SIA Siguldas maiznieks produkcijas piegāžu apjomus MAXIMA Latvija SIA un MAXIMA Latvija SIA aprēķinātās 09.08.2010. vēstulē Nr.211 norādītās SIA Siguldas mazinieks debitoru dienas, kuru pareizība netiek apstrīdēta (2008.gadā – 56,32 un 2009.gadā – 59,11) jāsecina, ka citi SIA Siguldas maiznieks debitori vidēji norēķinās līdzīgā laika periodā, kā MAXIMA Latvija SIA. Šis fakts līdzās SIA Siguldas maiznieks 20.10.2010 vēstules b/n „Par paskaidrojumu sniegšanu lietā Nr.P/09/06/7” pēdējā teikumā paustajai domai, ka „uzņēmumam nepieciešama kredītpolitikas maiņa – īsāku norēķināšanās termiņu noteikšana” liecina, ka šādi norēķinu termiņi ir parastie norēķinu termiņi un atbilst SIA Siguldas maiznieks apzināti realizētajai kredītpolitikai, kuru Siguldas maiznieks spriežot pēc vēstules ir nolēmis grozīt. Šādā gadījumā jautājums par norēķinu termiņu grozīšanu būtu jārisina ar sarunās ar debitoriem. MAXIMA Latvija SIA no SIA Siguldas maiznieks pagaidām nav saņēmusi priekšlikumu grozīt apmaksas termiņus*”.

Minētajā SIA „MAXIMA Latvija” vēstulē netika sniegti citi papildu argumenti.

Ievērojot Lēmuma 22.punkta 2.apakšpunktā norādīto, ka „Modernās mazumtirdzniecības uzņēmumu, kas veido lielveikalu vidi, skaits 2008.gadā bija 12 (neskaitot SIA „BAF LTD” apvienību un SIA „BALSTOR” (no BALSTOR lielākais dalībnieks SIA „Mego” tiek vērtēts kā atsevišķs mazumtirdzniecības tīkls), un 2008.gadā to kopējais apgrozījums bija 1 379 873 284 Ls, kas veidoja 76% no kopējās mazumtirdzniecības nespecializētos veikalos, kur pārsvarā tiek tirgota pārtika, dzērieni vai tabaka, un 69% no kopējās mazumtirdzniecības nespecializētos veikalos; 2009.gadā minētie rādītāji attiecīgi bija 80% un 73%”, tad no šiem faktiem var secināt, ka vairākumā gadījumu SIA „Siguldas Maiznieks” pircēji ir lielākas vai mazākas mazumtirdzniecības veikalu ķēdes vai kāda no mazumtirgotāju kooperācijas formām, kurām visdrīzāk ir darījumu vara attiecībā pret SIA „Siguldas Maiznieks”. Konkurences padomes rīcībā esošā informācija, kas ir iegūta Ikdienas patēriņa preču uzraudzības lietā, liecina, ka arī salīdzinoši mazās veikalu ķēdes ietver savos līgumos piegādātājiem nelabvēlīgus noteikumus, t.sk. pārmērīgi garus norēķinu termiņus, turklāt mēdz tos arī neievērot. Latvijā ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības vide ir tāda, ka šo preču ražotājam ir jāiet uz mazumtirdzniecības veikalu tīklu. Tā nav ražotāju izvēle, bet neizbēgama realitāte, kas izriet no ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības tirgus lielveikalu vidē Latvijas teritorijā struktūras.

Ievērojot teikto, kā arī ņemot vērā Lēmuma 34.punktā iekļautos argumentus, Konkurences padome noraida SIA „MAXIMA Latvija” argumentu, ka „šādi norēķinu termiņi ir parastie norēķinu termiņi un atbilst SIA „Siguldas Maiznieks” apzināti realizētajai kredītpolitikai”.

### 38. Secinājumi

Konkurences padome, izvērtējot visus lietas apstākļus, uzskata, ka taisnīgs un pamatots termiņš, kad attiecīgajam mazumtirgotājam kā pircējam ir jānorēķinās par piegādāto produkciju, ir šo preču vidējais aprites laiks konkrētajā mazumtirdzniecības tīklā, pieskaitot tam līdz 10 dienu termiņu, kas varētu būt nepieciešams, lai veiktu savstarpējo norēķinu salīdzināšanu un citas ar norēķiniem saistītās darbības.

Konkurences padome uzskata, ka taisnīgs un pamatots SIA „MAXIMA Latvija” norēķināšanas ar SIA „Siguldas Maiznieks” termiņš ir līdz (\*) (ņemot vērā faktu, ka (\*),<sup>59</sup> jo, ņemot vērā SIA „Siguldas Maiznieks” preču piegādes biežumu (\*), aprites rādītājus (\*), konstatējams, ka kopumā (\*) dienu laikā SIA „MAXIMA Latvija” veikali ir saņēmuši samaksu no gala patērētājiem par SIA „Siguldas Maiznieks” piegādāto produkciju. Tāpēc būtu taisnīgi un pamatoti, ja piegādātājs, t.i. SIA „Siguldas Maiznieks” saņemtu samaksu laikā, kas ir samērīgs ar SIA „Siguldas Maiznieks” produkcijas aprites laiku SIA „MAXIMA Latvija” veikalu tīklā t.i., līdz (\*) dienām.

Ievērojot šajā Lēmumā izklāstīto SIA „MAXIMA Latvija” darbību izvērtējumu un SIA „MAXIMA Latvija” sniegto informāciju, Konkurences padome secina, ka SIA „MAXIMA Latvija” laika periodā no 2008.gada oktobra līdz 2010.gada februārim veica samaksu par SIA „Siguldas Maiznieks” piegādātajām precēm pamatā (\*) dienu termiņā ar nelielu nobīdi. Šāds samaksas termiņš nevar tikt uzskatīts par taisnīgu un pamatotu.

---

<sup>59</sup> Ja skatās pēc analogijas, tad jāsecina, ka likumdevējs attiecību uz precēm, kuru derīguma termiņš nav ilgāks par 20 dienām, ir paredzējis līdzīgi – 10 „papildu” dienas 20 dienām, kurās var tikt kārtoti norēķini.

Ievērojot teikto, Konkurences padome secina, ka lietā iegūtie pierādījumi liecina, ka SIA „MAXIMA Latvija” darbības satur Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punktā noteikto pārkāpuma sastāvu.

Turklāt lietas izpētes laikā nav konstatēti objektīvi pamatoti apstākļi, kas liegtu SIA „MAXIMA Latvija” norēķināties (\*) dienu laikā no piegādes/rēķina saņemšanas.

## V Naudas soda aprēķins un tiesiskais pienākums

39. Ņemot vērā Lēmumā konstatēto, secināms, ka laika posmā no 2008.gada 1.oktobra līdz Lēmuma pieņemšanas dienai, t.i., 2010.gada 13.janvārim SIA „MAXIMA Latvija” darbības, piemērojot SIA „Siguldas Maiznieks” pamatā (\*) dienu norēķinu termiņu par šīs uzņēmēj sabiedrības piegādātajām precēm, satur Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punktā noteikto pārkāpuma sastāvu.

Saskaņā ar Konkurences likuma 14.panta pirmo un otro daļu, ja Konkurences padome konstatē tirgus dalībnieku darbībās šī likuma 13.panta pārkāpumu, tā pieņem lēmumu par pārkāpuma konstatēšanu, tiesiskā pienākuma uzlikšanu un naudas soda piemērošanu. Naudas sodu tirgus dalībniekiem, ja tas izdarīts pirmo reizi, var uzlikt līdz 0,05 procentiem no to pēdējā finanšu gada neto apgrozījuma katram, bet ne mazāk kā 250 latu katram. Lai noteiktu soda naudas apmēru, Konkurences padome izvērtēja pārkāpumu atbilstoši Ministru kabineta 2008.gada 29.septembra noteikumiem Nr.796 „Kārtība, kādā nosakāms naudas sods par Konkurences likuma 11. panta pirmajā daļā un 13. pantā paredzētajiem pārkāpumiem” (turpmāk – Noteikumi Nr.796) kopsakarā ar Administratīvā procesa likuma 66.panta pirmajā daļā noteiktajiem lēmuma satura noteikšanas pamatprincipiem. Konkurences padomei ir jāizvērtē lietderības apsvērumi gan attiecībā uz šī lēmuma izdošanu, gan saturu. Ņemot vērā, ka šajā lietā izskatāmais pārkāpums SIA „MAXIMA Latvija” darbībās ir otrais šāda veida konstatētais pārkāpums Konkurences padomes praksē<sup>60</sup>, tirgus situāciju (tirgus ir augsti koncentrēts un pastāv risks, ka citi tirgus dalībnieki var rīkoties līdzīgi SIA „MAXIMA Latvija”), Konkurences padome uzskata, ka ir lietderīgi un nepieciešami izdot lēmumu lietā, konstatējot pārkāpumu, kā arī piemērot sodu.

Noteikumu Nr.796 3.punktā noteikts, ka naudas sodu aprēķina procentos no tirgus dalībnieka pēdējā noslēgtā finanšu gada neto apgrozījuma pirms pārkāpuma konstatēšanas dienas. Tā kā dominējošā stāvokļa mazumtirdzniecībā ļaunprātīgas izmantošanas pārkāpumu Konkurences padome konstatē ar lēmumu 13.01.2011., un 2010.gada pārskats vēl nav pieejams, tad pārkāpumā iesaistītā tirgus dalībnieka naudas soda apmērs tiek aprēķināts no tā 2009.gada neto apgrozījuma. 2009.gada neto apgrozījuma izmantošana ir pamatojama ar apsvērumu, kas izriet no Administratīvās apgabaltiesas izdarītajiem secinājumiem 2010.gada 28.jūnija Spriedumā administratīvajā lietā Nr.A43005309<sup>61</sup>: „Likuma „Par grāmatvedību” 13.panta trešajā daļā noteikts, ka par katru pārskata gadu sastāda gada pārskatu, kura struktūra, apjoms un saturs, kā arī sagatavošanas, pārbaudīšanas un iesniegšanas kārtība noteikta Gada pārskatu likumā, [..]. Atbilstoši minētā likuma 14.panta pirmajai daļai pārskata gads aptver 12 mēnešus, un parasti tas sakrīt ar kalendāra gadu.”<sup>62</sup> SIA „MAXIMA Latvija”

<sup>60</sup> Pirmais Konkurences likuma 13.panta otrās daļas pārkāpums tika konstatēts SIA „RIMI Latvia” darbībās Konkurences padomes 30.11.2010 lēmumā Nr.E02-85 (Prot.Nr.52,2.§) [http://www.kp.gov.lv/uploaded\\_files/2010/DE02-85\\_3011.pdf](http://www.kp.gov.lv/uploaded_files/2010/DE02-85_3011.pdf)

<sup>61</sup> Sk. Administratīvās apgabaltiesas 2010.gada 28.jūnija Spriedumu administratīvajā lietā Nr.A43005309, no 5. – 8.punktam.

<sup>62</sup> Savukārt gada pārskata iesniegšanas termiņus noteic Gada pārskatu likuma 66.panta pirmā daļa, kura paredz, ka sabiedrība ne vēlāk kā mēnesi pēc gada pārskata apstiprināšanas un ne vēlāk kā četrus

2009.gada pārskatā kā pārskata gads ir norādīts 2009.gada 1.janvāris - 2009.gada 31.decembris, savukārt kā iepriekšējais pārskata gads ir norādīts 2008.gada 1.janvāris - 2008.gada 31.decembris. No minētā var secināt, ka SIA „MAXIMA Latvija” pārskata gads sakrīt ar kalendāro gadu un saskaņā ar Gada pārskatu likumā noteikto SIA „MAXIMA Latvija” 2010.gada pārskats ir jāsagatavo 4 mēnešu laikā no pārskata gada sākuma. Tādējādi, ņemot vērā minēto uz lēmuma pieņemšanas brīdi nav pieejams 2010.gada apstiprināts SIA „MAXIMA Latvija” gada pārskats nedz publiski ( LR UR vai Lursoft datu bāzē), nedz arī ir pieejams SIA „MAXIMA Latvija” 2010.gada pārskats, kas būtu apstiprināts dalībnieku sapulcē un būtu pamats, lai to varētu izmantot naudas soda aprēķināšanai. Līdz ar to, ievērojot, iepriekš minēto Administratīvās apgabaltiesas spriedumā noteikto, uz minētā lēmuma pieņemšanas dienu tika ņemti vērā tādi neto apgrozījuma dati, kuri bija iekļauti pēdējā apstiprinātā gada pārskatā, t.i. 2009.gada pārskata dati.

SIA „MAXIMA Latvija” neto apgrozījums 2009.gadā, pamatojoties uz gada pārskatu par 2009.gadu, bija Ls 397 082 436.

Konkurences padome saskaņā ar Noteikumu Nr.796 13.punktu ņēma vērā pārkāpuma smagumu un ilgumu. Saskaņā ar Noteikumu Nr.796 15.punktu: „pēc pārkāpuma veida par vieglu pārkāpumu uzskata (...) dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu mazumtirdzniecībā (...)”. Tādējādi SIA „MAXIMA Latvija” pārkāpums uzskatāms par vieglu pārkāpumu. Noteikumu Nr.796 18.1.apakšpunkts nosaka, ka par vieglu pārkāpumu, kas izpaužas kā dominējoša stāvokļa ļaunprātīga izmantošana mazumtirdzniecībā pirmo reizi naudas soda apmēru nosaka līdz 0,03%.

Saskaņā ar Noteikumu Nr.796 20.2.apakšpunktu, ņemot vērā pārkāpuma ilgumu, naudas sods par pārkāpumu, kas izdarīts pirmo reizi, nosakāms līdz 0,01 procentam. Pārkāpuma ilgums tiek noteikts, ņemot vērā SIA „MAXIMA Latvija” un SIA „Siguldas Maiznieks” spēkā esošā Līguma noslēgšanas brīdi un Konkurences likuma grozījumus attiecībā uz Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punktu, kas ir spēkā kopš 2008.gada 1.oktobra un tā grozījumus, kas ir spēkā no 2009.gada 1.septembra. Līgums starp SIA „MAXIMA Latvija” un SIA „Siguldas Maiznieks” noslēgts 2008.gada 1.oktobrī. Līdz ar to saskaņā ar Noteikumu Nr.796 20.punktu pārkāpums iestājies 2008.gada 1.oktobrī un ildzis līdz šī Konkurences padomes lēmuma pieņemšanas dienai 13.01.2011 (ieskaitot). Tādējādi pārkāpuma kopējais ilgums ir 2 gadi, 3 mēneši un 13 dienas.

Naudas soda preventīvais mērķis ir atturēt konkrēto tirgus dalībnieku un citus tirgus dalībniekus no šādu pārkāpumu izdarīšanas nākotnē. Tādējādi, ņemot vērā pārkāpuma smagumu, raksturu un būtību (šī Lēmuma IV sadaļa), SIA „MAXIMA Latvija” saskaņā ar Noteikumu Nr.796 18.1.apakšpunktu piemērojams naudas sods ir 0,015% no 2009.gada neto apgrozījuma, bet, ievērojot pārkāpuma ilgumu, saskaņā ar Noteikumu Nr.796 20.2.apakšpunktu piemērojamais naudas sods ir 0,007% no 2009.gada neto apgrozījuma.

Noteikumi Nr.796 satur neapzinātu likuma robu, jo tajos nav noteikts, ka kopējo naudas soda apmēru pārkāpumam, kas noteikts Konkurences likuma 13.panta otrajā

---

mēnešus pēc pārskata gada beigām, bet sabiedrība, kuras darbības apjoms pārsniedz divus no šā likuma 24.panta otrajā daļā minētajiem kritērijiem, un sabiedrība, kas ir koncerna mātes sabiedrība, kura sagatavo konsolidēto gada pārskatu, ne vēlāk kā septiņus mēnešus pēc pārskata gada beigām iesniedz Valsts ieņēmumu dienestam gada pārskata un zvērināta revidenta ziņojuma (ja tāds ir) norakstu kopā ar paskaidrojumu par to, kad gada pārskats apstiprināts.

Ievērojot minētās normas, apgabaltiesa secina, ka neto apgrozījums kļūst zināms tikai pēc gada pārskata sastādīšanas, bet tiesisku noteiktību šie dati iegūst tikai pēc gada pārskata apstiprināšanas dalībnieku sapulcē, citiem vārdiem, šie dati var tikt ņemti vērā tikai pēc tam, kad tie apstiprināti ar dalībnieku sapulces lēmumu.

daļā, aprēķina, summējot 18.<sup>63</sup> un 20.<sup>64</sup> punktā noteiktos naudas sodus. Par to liecina tas, ka Noteikumu Nr.796 13.punkts paredz, nosakot naudas soda apmēru, ņemt vērā pārkāpuma smagumu un ilgumu. Papildus jāņem vērā arī, ka šāda summēšana attiecībā uz pārējiem Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā un 13.panta pirmajā daļā noteiktajiem pārkāpumiem ir paredzēta Noteikumu Nr.796 17.punktā. Šajos gadījumos papildus pārkāpuma smagumam, nosakot naudas soda apmēru, ņem vērā Noteikumu Nr.796 19.punktā noteikto naudas soda palielinājumu par pārkāpuma ilgumu. Attiecībā uz Konkurences likuma 13.panta otrās daļas pārkāpumiem naudas soda apmērs (palielinājums), ņemot vērā pārkāpuma ilgumu, noteikts Noteikumu Nr.796 20.punktā.

Ja likumdevējs būtu vēlējies, lai naudas sodu par Konkurences likuma 13.panta otrās daļas pārkāpumiem noteiktu, neņemot vērā pārkāpuma ilgumu, tas Noteikumos Nr.796 sistēmiski nemaz nebūtu iekļāvis 20.punktu pašreizējā redakcijā, jo bez nodoma noteikt kopējo naudas sodu summējot naudas sodu, kas noteikts, ņemot vērā pārkāpuma smaguma pakāpi un pārkāpuma ilgumu, Noteikumu Nr.796 20. punkts ir bezmērķīgs un nepiemērojams. Tāpat jāsecina, ka šādā gadījumā Noteikumu Nr.796 13.punktā būtu ticis paredzēts atbilstošs izņēmums dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas mazumtirdzniecībā pārkāpumiem.

Līdz ar to ir pamatoti arī attiecībā uz Konkurences likuma 13.panta otrās daļas pārkāpumiem analogiski piemērot Noteikumu Nr.796 17.punktā noteikto un kopējo naudas sodu noteikt, summējot 18. un 20.punktā noteiktos naudas sodus. Tādējādi, pamatojoties uz augstāk minēto, kopējais naudas sods nosakāms 0,022 procentu apmērā, t.i., Ls 87 358 (0,022% no Ls 397 082 436).

Saskaņā ar Noteikumu Nr.796 23.punktu kopējo naudas soda apmēru var samazināt, ja pastāv vismaz viens no 23.1.apakšpunktā uzskaitītajiem atbildību mīkstinošiem apstākļiem, t.i.: pārkāpums pārtraukts, tiklīdz tirgus dalībnieks saņēmis no padomes informāciju par iespējamo Konkurences likuma 13.pantā minēto pārkāpumu (23.1.1.), tirgus dalībnieks brīvprātīgi novērsis pārkāpuma sekas, pirms Konkurences padome pieņēmusi lēmumu par pārkāpuma konstatēšanu (23.1.2.), tirgus dalībnieks pēc savas iniciatīvas sniedzis pilnīgu un patiesu informāciju vai pierādījumus, kuriem bijusi būtiska nozīme Konkurences likuma 13.pantā minēto pārkāpumu konstatēšanā (23.1.3.), tirgus dalībnieks atlīdzinājis zaudējumus, kas radušies no izdarītā pārkāpuma (23.1.5.).

Konkurences padome ieskatā nav konstatējami Noteikumu Nr.796 23.1.apakšpunktā norādītie apstākļi naudas soda samazināšanai.

Tāpat Konkurences padome ir tiesīga samazināt naudas soda apmēru, ievērojot Noteikumu Nr.796 23.2.apakšpunktu, ja SIA „MAXIMA Latvija” apgrozījums konditorijas preču grupas kopējā apgrozījumā ir mazāks par 10% no kopējā neto apgrozījuma. Konkurences padome rīcībā esošā informācija liecina, ka SIA „MAXIMA Latvija” konditorejas preču iepirktais apjoms (bez PVN) 2009.gadā bija (\*), kas nesasniedz 10 procentus (\*) no kopējā SIA „MAXIMA Latvija” 2009.gada neto apgrozījuma. Tādējādi ir pamats samazināt naudas soda apmēru.

Saskaņā ar Noteikumu Nr.796 21.punktu kopējo naudas soda apmēru var palielināt, ja pastāv vismaz viens no 21.1.apakšpunktā uzskaitītajiem atbildību pastiprinošiem apstākļiem, t.i., tirgus dalībnieks tā paša veida pārkāpumu izdarījis atkārtoti, un Konkurences padome to ir konstatējusi un pieņēmusi attiecīgu lēmumu (21.1.1.) un tirgus dalībnieks kavē izmeklēšanu un slēpj izdarīto pārkāpumu (21.1.3.).

<sup>63</sup> Naudas soda apmērs, ņemot vērā pārkāpuma smaguma pakāpi.

<sup>64</sup> Naudas soda apmērs, ņemot vērā pārkāpuma ilgumu

Konkurences padome, izvērtējot konkrētās lietas apstākļus, secina, ka SIA „MAXIMA Latvija” darbībā nav konstatējami atbildību pastiprinoši apstākļi atbilstoši Noteikumu Nr.796 21.1.1., 21.1.3. un 21.2.apakšpunktos norādītajam.

Konkurences padome uzskata, ka labums sabiedrības interesēm var tikt sasniegts ar mazāka naudas soda piemērošanu nekā iepriekš lēmumā noteiktais.

Vienlaikus Konkurences padome ir ņēmusi vērā, ka minētais SIA „MAXIMA Latvija” pārkāpums nav izraisījis neatgriežamas sekas, piemēram, tirgus dalībnieks izstumts no tirgus un SIA „MAXIMA Latvija” ietekmē ir spiests saimniecisko darbību pārtraukt. Ievērojot Administratīvā procesa likuma 13.pantu, 65.panta trešo daļu un 66.panta pirmo daļu, kas nosaka samērīguma principa un lietderības apsvērumu piemērošanu administratīvā procesa ietvaros, un Noteikumu Nr.796 23.2.apakšpunktu Konkurences padome uzskata par pamatotu piemērot naudas sodu Ls 45 000 apmērā.

Konkurences padome, izvērtējot Lietā konstatētos faktiskos apstākļus un ņemot vērā samērīgumu un lietderības apsvērumus, secina, ka SIA „MAXIMA Latvija” ir uzliekams tiesiskais pienākums, kas nodrošinātu Lēmumā konstatētā pārkāpuma, kas izpaužas pārkāpuma gara maksājuma termiņa piemērošanā SIA „Siguldas Maiznieks”, izbeigšanu un nepieļaušanu nākotnē, uzliekot SIA „MAXIMA Latvija” tiesisko pienākumu izbeigt konstatēto pārkāpumu.

Konkurences padome, ņemot vērā iepriekš minēto un pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 3.punktu, 13.panta otrās daļas 2.punktu, 14.panta pirmo daļu un otrās daļas 2.punktu, Administratīvā procesa likuma 8., 13.pantu, 65.panta trešo daļu un 66.pantu, Ministru kabineta 2008.gada 29.septembra noteikumu Nr.796 „Kārtība, kādā nosakāms naudas sods par Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā un 13.pantā paredzētajiem pārkāpumiem” 3., 13., 14., 15., 17.punktu, 18.1., 20.2., 23.2.apakšpunktu

#### **nolēma:**

1. Konstatēt Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „MAXIMA Latvija” darbībā.
2. Uzlikt SIA „MAXIMA Latvija” tiesisko pienākumu izbeigt konstatēto pārkāpumu, kas izpaužas kā pārkāpuma gara maksājuma termiņa piemērošana, piemērojot Līguma noteikumus.
3. Uzlikt naudas sodu Ls 45 000 (četrdesmit pieci tūkstoši latu nulle santīmu) apmērā, naudas soda summu 45 dienu laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas ieskaitot Valsts budžetā (Saņēmējs: Valsts kase reģ. Nr.90000050138, konta Nr. LV78TREL1060001019900, BIC:TRELLV22). Uzlikt SIA „MAXIMA Latvija” pienākumu 10 dienu laikā pēc šajā punktā minētā termiņa paziņot Konkurences padomei par uzliktā pienākuma izpildi, iesniedzot naudas soda samaksu apstiprinošus pierādījumus.

Konkurences padomes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā apgabaltiesā saskaņā ar Konkurences likuma 8.panta otro daļu viena mēneša laikā no šī lēmuma spēkā stāšanās dienas.

(\*) – Ierobežotas pieejamības informācija

