



# Mazumtirdzniecības situācijas vērtējums maiznieku skatījumā pēc NMPAL ieviešanas

Rīga - 27/04/2017

Latvijas Maiznieku biedrības izpilddirektore

Gunta Duka

# Latvijas Maiznieku biedrība

- **LMB** – Latvijā vienīgā profesionālā asociācija, kas apvieno maizes ražotājus un maizes ražošanas izejvielu un iekārtu piegādātājus



# Latvijas Maiznieku biedrība



Šobrīd LMB apvienojušies :

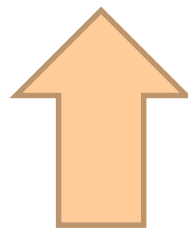
- 15 maizes ražošanas uzņēmumi
- 2 maiznieku sadarbības partneri

SIA "Puratos Latvia"

SIA "Lanordija"



Pirms NMPAL ieviešanas



PLUSI



tirdzniecības plauktos nosacīti daudzveidīgāks maizes sortiments



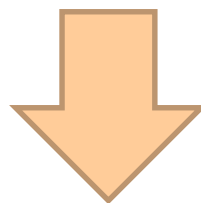
retas situācijas, kad veikala plauktos trūkst maize



rezultātā ieguvējs - patērētājs



Pirms NMPAL ieviešanas



MĪNUSI



līgumos paredzēta produkcijas atgriešana



tirgotājs noņem no sevis atbildību par pasūtījuma apjomiem un riskiem



mārketinga pasākumu maksas - % no piegādātā preču apjoma neatkarīgi - vai piegādātājs piedalās vai nepiedalās



norēķinu termiņi par piegādāto precī līdz pat 45 dienām



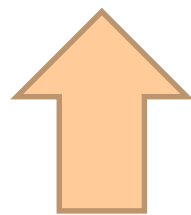
līgumi ar neadekvāti augstiem līgumsodiem



maksa par jaunu veikalu iekārtošanu vai veco atjaunošanu



Pēc NMPAL ieviešanas



PLUSI



veikali spiesti precīzāk plānot pasūtījuma apjomus



nav preču atgriešanas /ar dažiem izņēmumiem/



piegādātājam/ražotājam samazinās izdevumi par atgriezto preču uzskaiti un utilizāciju

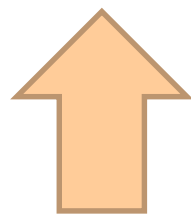


minimālais realizācijas termiņš noteikts  $\frac{3}{4}$  no kopējā /precēm, kuru realizācijas termiņš ir lielāks par 30 dienām/





Pēc NMPAL ieviešanas



PLUSI



piegādes līgumi tiek pārslēgti ar korektākiem līgumsodiem



atrunāta iespēja brīdināt par pamatotiem produkcijas nepiegādes cēloņiem

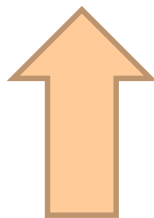


uz vienošanās pamata atrunāta vairuma atlaide



apmaksā par produkciju ne vairāk kā 30 dienas

Pēc NMPAL ieviešanas



PLUSI



mārketinga maksas tiek maksātas pēc faktiskajām aktivitātēm,  
nevis pārdotā apjoma



piegādātājam/ražotājam ir izvēles iespēja dalībai mārketinga  
pasākumos

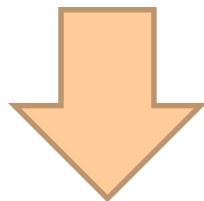


šobrīd mārketinga maksas palielinās





Pēc NMPAL ieviešanas



MĪNUSI



līdz ko nav atgriešanas – mazumtirgotāji zaudējumus netiešā veidā pieprasa caur apjoma atlaides palielināšanu



mazumtirgotāji plāno “piesardzīgākus” preču pasūtījumus

Rezultātā - preču apjomi samazinās

- novērojumi, ka plauktos trūkst produkti



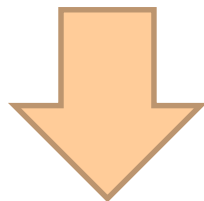
piegādātājs nepakļaujas mazumtirgotāja prasībām atgriezt preces

- seko būtisks apgrozījuma samazinājums

- gadījumos tiek pārtraukta sadarbība no veikala puses



Pēc NMPAL ieviešanas



MĪNUSI



paaugstinājušies lielāko mazumtirgotāju uzcenojumi piegādātajai produkcijai



rezultātā plauktu cena maizei kļuvusi neatbilstoši augsta



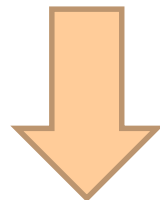
pasliktinās produktu apriti un seko pārdošanas apjomu samazināšanās



netiek pieņemts minimāls, pamatots cenu palielinājums no piegādātāja



Pēc NMPAL ieviešanas



MĪNUSI



no piegādātājiem prasa zemākas cenas, lielākas atlaides un iesaistīšanos mārketinga pasākumos



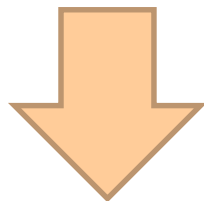
atsevišķi tirgotāji neapstiprina akcijas, ja netiek pirkti mārketinga pakalpojumi



neefektīvas akcijas, kas gulstas tikai uz piegādātāja pleciem



Pēc NMPAL ieviešanas



VIEDOKLIS



ražotāji, kas pakļaujas mazumtirgotāja spiedienam  
RADA NEVIENLĪDZĪGU KONKURENCI



ražotāji, kuri ievēro šo likuma normu  
REZULTĀTĀ IR ZAUDĒTĀJI





# Paldies par uzmanību!

