



Pieaug uzņēmumu vēlme audzēt tirgus varu un apvienoties

Publicēts pirms vairāk nekā 6 gadiem

Publicēts: 25.01.2019.

2018. gadā Konkurences padomē (KP) [izvērtēto uzņēmumu apvienošanās ziņojumu](#) skaits salīdzinājumā ar 2017. gadu pieaudzis par 60 %. Apvienošanās darījumu pieaugoša tendence vērojama jau pēdējos trīs gadus, spēkus apvienojot gan vietējiem uzņēmumiem, gan ārvalstu uzņēmumiem, pārpērkot vietējos.

Pieaugošās uzņēmumu konsolidācijas tendences pamatā ir dažādi iemesli: tirgus pozīciju nostiprināšana, biznesa fokusa maiņa, eksportspējas stiprināšana, sinerģijas radīšana starp vairākiem uzņēmumiem ar mērķi samazināt izmaksas, veidot vienotu attīstības politiku un palielināt konkurētspēju tirgū.

Apvienošanās notikušas vismaz 25 Latvijas tautsaimniecības nozarēs

KP pērn izskatīja 20 apvienošanās ziņojumus, no kuriem ceturtdaļa ir bijuši par sarežģītiem darījumiem, kur nepieciešama padziļināta tirgus analīze. Vērtētie apvienošanās darījumi kopumā ietekmējuši vismaz 25 Latvijas tautsaimniecības nozares, savukārt sarežģītākās apvienošanās ietekmējušas tādas komercdarbības jomas kā pārtikas un nepārtikas preču mazumtirdzniecība, telekomunikācijas, apdrošināšanas pakalpojumi, lauksaimniecības dzīvnieku barības ražošana, graudu vairumtirdzniecība, kā arī siltumenerģijas un elektroenerģijas ražošana un piegāde.

19 lēmumos ir pieņemts pozitīvs atzinums – apvienošanās atļauta, jo konkurencei nav paredzams kaitējums, taču vienā gadījumā apvienošanās aizliegta. Tas bija pērnā gada izskaņā pieņemtais lēmums aizliegt SIA “MAXIMA Latvija” izmantot tirdzniecības telpas Tērbatas ielā, kur līdz tam darbojās veikals ar preču zīmi “top!”. Šāds lēmums pieņemts, jo darījuma rezultātā ietekmētajā tirgū vairs darbotos tikai divi mazumtirdzniecības uzņēmumi, tādējādi stiprinot konkurences duopolu – SIA “RIMI LATVIA” un SIA “MAXIMA Latvija” –, kā rezultātā samazinātos konkurence un patērētājiem tiktu ierobežotas izvēles iespējas.

Mazie tirgotāji apvieno spēkus

Tāpat kā iepriekšējos gados, arī pērn ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecības nozarē ir novērojama augsta tirgus dalībnieku aktivitāte. Ja 2017. gadā galvenā konkurences cīņa notika plaša sortimenta veikalu attīstībā, tai skaitā multifunkcionālajos iepirkšanās centros, tad 2018. gadā vadošie nozares tirgus dalībnieki SIA “RIMI LATVIA” un SIA “MAXIMA Latvija” arvien aktīvāk sāka paplašināt savu darbību mazo veikalu jeb ekspresveikalu nišā.

Pamatā šie veikali ir orientēti uz klientu ātru iepirkšanos un atrodas vietās, kur ir augsta klientu plūsma. Tāpat arī tradicionālie pārtikas veikali pilsētu centra rajonos tiek pielāgoti, lai apmierinātu tūlītēja patēriņa (grab-and-go) pircēju vēlmes.

Lielo tirgus dalībnieku aktivitāte mudina citus nozares spēlētājus meklēt risinājumus, lai palielinātu savu konkurētspēju. Uzņēmumi, kas darbojas ar “top!” preču zīmi, cenšas efektīvāk iekšējo organizatorisko struktūru iepirkumu grupas ietvaros, samazinot tās sadrumstalotību. 2018. gadā SIA “FIRMA MADARA 89” ieguva kontroli pār SIA “LARS LIMITED” un 13 tai piederošiem veikaliem, tādējādi palielinot savā īpašumā esošo veikalu skaitu līdz 113 vienībām. Organizatoriskās sadrumstalotības mazināšana iepirkumu grupas ietvaros sniedz iespēju efektīvāk iekšējo darbību, veidot vienotāku attīstības politiku un palielināt konkurētspēju.

Ņemot vērā digitalizācijas attīstību un mūsdienu patērētāja paradumus, nākotnē varētu pieaugt pārtikas internetveikalu nozīme, kas līdz šim Latvijā nav plaši izplatīti. Tas paver jaunas iespējas tirgus dalībniekiem, it īpaši radot aktīvāku konkurenci vietās, kur jaunu veikalu atvēršana ir apgrūtināta ierobežotu platību, stratēģiski nozīmīgu vietu trūkuma vai pārlietu augstu investīciju dēļ.

Tāpat tā ir iespēja paplašināt piedāvājumu tai patērētāju daļai, kam tuvumā nav pieejami plaša sortimenta veikali.

Telekomunikāciju tirgus apmierina pieprasījumu

Telekomunikāciju nozare Eiropas Savienībā (ES) pēdējo gadu laikā piedzīvo straujas pārmaiņas un konsolidācijas procesu. Mūsdienu patērētāji arvien vairāk novērtē kompleksu komunikāciju, interneta un digitālās izklaides pakalpojumu pieejamību, tāpēc tirgus dalībnieki meklē risinājumus, kā šo pieprasījumu apmierināt. Tirgū ir novērojama komunikāciju, mediju un citu tehnoloģiju uzņēmumu saplūšana, kas rada iespēju attīstīties un izstrādāt jaunus un inovatīvus produktus.

Arī Latvijā pēdējo gadu laikā vadošie komunikāciju uzņēmumi ir paplašinājuši savu darbību, patērētājiem piedāvājot ne tikai mobilo sakaru pakalpojumus, bet arī citus digitālos pakalpojumus. 2018. gadā KP noslēdza SIA "Bite Latvija" un SIA "Stream Networks" apvienošanās darījuma izvērtēšanu komunikāciju tirgū. Veicot tirgus izpēti, KP secināja, ka konkrētais darījums var radīt arī vairākas pozitīvus ieguvumus – pakalpojuma kvalitātes uzlabojumus un kompleksu digitālo pakalpojumu piedāvājumus, tāpēc darījumus tika atļauts.

Apvienojot resursus, ir iespēja iegūt jaunas zināšanas un citus nozīmīgus aktīvus, piemēram, kvalitatīvu sakaru infrastruktūru, kā rezultātā tirgū rodas daudzveidīgi pakalpojumi. Dažādu sakaru un digitālo pakalpojumu komplektēšana var palīdzēt uzlabot arī tirgus dalībnieka konkurētspēju.

Arī citi komunikāciju operatori pēdējo gadu laikā ir paplašinājuši savu piedāvājuma portfeli, arvien vairāk attīstot digitālo mediju (satura) pakalpojumus, kas norāda uz komunikāciju nozares spēlētāju vēlmi un nepieciešamību attīstīties arī ārpus savas pamatdarbības. KP paredz, ka šādas attīstības tendences būs novērojamas arī turpmāk.

Pieejamība klientu datiem sniegs konkurences priekšrocības

Attīstoties digitālajai ekonomikai, lielo datu jeb big data koncepts kļūst arvien nozīmīgāks gan apvienošanās, gan citu konkurences pārkāpumu, piemēram, dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas lietu izvērtēšanas procesā. KP paredz, ka nākotnē iestādei nāksies vērtēt, kādas konkurences priekšrocības uzņēmumam rada big data esamība, it īpaši tādos tirgos kā finanses, apdrošināšana, medicīna un digitālie pakalpojumi.

Būtiska nozīme big data varētu būt arī patēriņa preču mazumtirdzniecības nozarē. Uzņēmumi arvien vairāk savu stratēģiju veido, balstoties uz klientu datiem. Šāda informācijas analīze spēj nodrošināt arī konkurences priekšrocības, proti, jo tirgus dalībniekam ir pieejams lielāks apjoms datu par patērētāju paradumiem, jo atbilstošāku piedāvājumu tas var sniegt, pielāgojot piedāvājumus atbilstoši konkrētā patērētāja dzīvesveidam un tā izmaiņām, vairojot patērētāja lojalitāti. Līdz ar to patērētāju datiem ir būtiska nozīme. Tas var pavērt iespējas tirgus dalībniekam izstrādāt algoritmus, kas radīs iespēju pilnīgi personalizētai pieredzei ikdienas patēriņa preču veikalā. Tāpat big data ļautu uzņēmumiem precīzāk prognozēt preču noietu, izvairoties no pārpalikumiem vai deficītiem. Datu nozīme tikai pieaugs, līdz ar to KP viens no izaicinājumiem būs aktīvi analizēt, kā šos datus izmanto tirgus dalībnieki.

Apvienošanās sarežģītība stimulē KP darbību

Turpinoties līdzšinējām tendencēm, prognozējams, ka arī 2019. gadā apvienošanās darījumu skaits varētu sasniegt 16 – 19 vienības.

Tirgus dalībnieku koncentrācijas patērētājiem nozīmīgās nozarēs un to sarežģītība ir stimulējusi dažādas pārmaiņas KP darbībā. Lielāka uzmanība tiek akcentēta uz apvienošanās dalībnieku nākotnes stratēģijām un to iespējamo ietekmi uz konkurences procesu. Tāpat KP padziļināti vērtē apvienošanās darījumu ekonomiskos faktorus, piemēram, nosakot patērētāju izvēles iespējas ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecībā un konkurentu rīcības stimulus apdrošināšanas tirgū.

KP arī turpmāk piemēros vispusīgu, bet konkrētajam tirgum piemērotu apvienošanās izvērtēšanas politiku, nepaļaujoties tikai uz strukturāliem rādītājiem, piemēram, tirgus daļu sadalījumu, bet arī analizējot konkurences intensitāti, efektivitātes un apjoma ekonomijas ieguvumus, patērētāju pārorientēšanās iespējas un citus faktorus.

Saistītas tēmas

[Jaunami](#)

<https://www.kp.gov.lv/lv/jaunums/pieaug-uznemumu-velme-audzet-tirgus-varu-un-apvienoties-0>