



Domino efekts, ko rada veikalu piegādes ķēdes dalībnieku negodprātīga rīcība, ir apgrūtinājums patērētājiem

Publicēts pirms vairāk nekā 1 gada

Publicēts: 13.10.2023.

Speciāli gatavots laikrakstam "Latvijas Avīze"

Lauksaimniecības un pārtikas preču ceļš no ražošanas līdz mazumtirdzniecībai ietver dažādus posmus, tostarp pārstrādi, iepakojšanu, transportēšanu un izplatīšanu. Katrs posms rada savu pievienoto vērtību un izmaksas. Pat, ja izejvielu cenas samazinās, citas izmaksas piegādes ķēdē var palikt nemainīgas vai svārstīties.

Kopš 2022. gada pārtikas cenas gan Latvijas, gan starptautiskā mērogā ir palielinājušās dažādu faktoru ietekmē. Svārstības izejvielu cenās izraisīja karš Ukrainā, Apvienotās Karalistes izstāšanās no Eiropas Savienības jeb Brexit, arī mainīgie un pat ekstremālie laikapstākļi. Enerģija ir būtisks izejmateriāls lauksaimniecības un pārtikas ražošanas nozarēs, un ievērojamais enerģijas cenu, īpaši naftas cenu, kāpums ir ietekmējis transporta un ražošanas procesu izmaksas. Nenoliedzami enerģijas izmaksu pieaugums var palielināt kopējās preču ražošanas un izplatīšanas izmaksas, ietekmējot patērētājus ar augstākām pārtikas cenām.

Katram no piegādes ķēdes dalībniekiem – lauksaimniekiem un zemniekiem, pārstrādātājiem un ražotājiem, vairumtirgotājiem, mazumtirgotājiem – ir būtiska loma, lai preces sasniegtu patērētājus. Visnotaļ katra tirgus dalībnieka viena no primārajām interesēm ir nodot patērētājam kvalitatīvu preci par konkurētspējīgāko cenu. To var panākt, ja visi piegādes ķēdes dalībnieki harmoniski sadarbojas un ievēro ētiskus un godprātīgus sadarbības principus. Ja kāds no šīs piegādes ķēdes dalībniekiem teorētiski nepārkāpj Negodīgas tirdzniecības prakses aizlieguma likumā (NTPAL) uzskaitītās aizliegtās tirdzniecības prakses, tomēr negodprātīgi vai neētiski rīkojas, tas var negatīvi ietekmēt gala patērētājus.

Šādas darbības var būt:

Novēlota rīcība dažādos piegādes ķēdes posmos izejvielu cenu samazināšanās gadījumos.

Kad izejvielu cenas samazinās, patērētāji sagaida, ka attiecīgi samazināsies arī gatavo produktu cenas mazumtirdzniecības veikalu plauktos. Tomēr realitātē izejvielu cenu samazinājumam ne vienmēr seko cenu samazinājums nākamajos piegādes ķēdes posmos. Un pat tad, ja cenu izmaiņas notiek, tās var nebūt proporcionālas izejvielu izmaksu samazinājumam. Tas nozīmē, ka patērētāji nevar pilnībā gūt labumu no zemākām izejvielu izmaksām. Protams, nav izslēgti arī gadījumi, kad vienlaicīgi ar izejvielu samazinājumu notiek neietekmējamu izmaksu palielināšanās citos piegādes ķēdes posmos, taču vairumā gadījumos visiem piegādes ķēdes dalībniekiem būtu jāpārnes vismaz galvenās produktu izejvielas samazinājums līdz gala produktam.

Nesamērīgi augstas preču veicināšanas izmaksas.

Mazumtirgotāju rīcība, iekasējot no piegādātājiem pārmērīgi augstu mārketinga maksu par preču reklamēšanu vai izvietojumu tirdzniecības zālē papildu izvietojuma vietās, var radīt negatīvas sekas patērētājiem. Proti, piegādātāji pēc dalības šajos pārmērīgi dārgajos veicināšanu pasākumos ir spiesti paaugstināt preču regulārās cenas. Rezultātā patērētāji par precēm maksā vairāk, un šīs papildu izmaksas ne vienmēr nozīmē labāku preču kvalitāti. Piemēram, ja piegādātājs piekrīt pārdot preces mazumtirgotājam par summu, kas mazāka par 200 eiro, bet tam par preču veicināšanas aktivitāti tiek piemērota 300 eiro mārketinga maksa, tas var paaugstināt cenas konkrētai precei vai kādai citai konkrētā piegādātāja precei, lai atgūtu nesamērīgās izmaksas. Tas ietekmē gala patērētāju maciņus.

Akcijas cenas aizstāj regulārās cenas.

Ievērojot, ka liela daļa ikdienas patērīna preču tiek piedāvātas preču veicināšanas kampaņās par akcijas cenu, nereti rodas gadījumi, kad akcijas kampaņu ilgums viena gada griezumā sakrīt ar periodu, kad konkrētā prece tiek piedāvāta par regulāro cenu. Var rasties jautājums, kāpēc lai tas būtu negatīvs ieguvums gala patērētājiem, ja akciju periodā konkrēto preci var nopirkt par zemāku cenu? Taču šim ieguvumam ir arī ēnas puse, kas ietver visas ar preču veicināšanas pasākumiem saistītās izmaksas, piemēram, maksu par vietu bukletā, maksu par akcijas cenu zīmi, maksu par atrašanos papildu izvietojuma vietā, maksu par reklāmas rullīti televīzijā. Gala rezultātā visas izmaksas, kas rodas gan piegādātājam un ražotājam, gan mazumtirgotājam kādā brīdī atspoguļosies preces gala cenās. Par godprātīgu pieeju liecinātu savstarpējā sadarbībā panāktas pieejamākas regulārās preces cenas, kas taisnīgi tiktu nodotas galapatērētājiem, savukārt veicināšanas pasākumi tiktu mazināti, tādējādi sabalansējot visu pušu intereses.

Apdraudēta patērīna preču pieejamība.

Piegādātāja un mazumtirgotāja sarunas var ietekmēt preču pieejamību. Ja abi minētie piegādes ķēdes posmi nespēj panākt kompromisu par noteiktām preču kategorijām vai atsevišķām precēm, patērētāji var nesaņemt sev vēlamās preces. Šādas situācijas var rasties, ja strīdu vai nesaskaņu rezultātā, piemēram, par sadarbības nosacījumiem vai preces cenu, vai citu, tikai mazumtirgotājam zināmu, iemeslu dēļ konkrētas preces tiek izņemtas no veikalu plauktiem vai tiešsaistes platformām uz noteiktu vai nenoteiktu laika periodu. Rezultātā patērētājiem tiek liegta iespēja iegādāties preces, kurām tie uzticas. Tas ne tikai ierobežo patērētāju izvēles iespējas, bet arī veicina iepirkumu paradumu maiņu, piespiežot meklēt alternatīvas, kas var neatbilst patērētāju vajadzībām.

Neinformēšanas rezultātā radušās izmaksas.

Mazumtirgotāji, izslēdzot konkrētas preces no sortimenta un par šo faktu neinformējot piegādātāju, var radīt būtiskas preču noieta problēmas piegādātājiem. Proti, piegādātājiem vai ražotājiem var rasties preču pārpalikumi, kam nevar atrast tūlītēju noieta. Vai arī gadījumā, ja tiktu atrasts alternatīvs noieta kanāls, tad nereti ražotājs ir spiests preces pārdot par cenu, kas ir zemāka par preces pašizmaksu īsa derīguma termiņa dēļ. Tostarp domino efektu attiecībā uz izmaksu veidošanos var radīt piegādātāja klusēšana par piegādes termiņu kavējumu vai nepilnīgiem piegādes apjomiem. Tādā gadījumā papildu izmaksu veidošanās notiks mazumtirdzniecības posmā. Šādi zaudējumi un izmaksas var tikt integrēti preces pārdošanas cenā konkrētai precei vai citām precēm.

Neprecīzu prognožu izteikšana preču pasūtījumiem.

Līdzīgs rezultāts ar neparedzētu izmaksu veidošanos var rasties gadījumos, kad mazumtirgotājs ir sniedzis neprecīzas prognozes preču pasūtījumiem, īpaši attiecībā uz preču veicināšanas pasākumiem, kā rezultātā veidojas nepārdoto preču pārpalikumi.

Nenoteiktība un lielākas izmaksas.

Kavēta mazumtirgotāju reakcija uz piegādātāju piedāvātajām cenu izmaiņām var radīt nenoteiktību piegādes ķēdē. Skaidrības trūkums, piegādātājiem neesot pārliecinātiem par mazumtirgotāja rīcību, var radīt pārpalikumus, palielināt izmaksas un cenas patērētājiem.

Negodīga tirdzniecības prakse ietekmē ikvienu gala patērētāju, taču arī piegādes ķēdes dalībnieku negodprātīgai rīcībai, ko tieši neregulē likuma normas, var būt līdzīga ietekme. Kavēta vai neatbilstoša cenu samazināšana, augstas un nesamērīgas preču veicināšanas maksas, ierobežota preču pieejamība, krājumu problēmas piegādātājiem, nenoteiktība un papildu izmaksas - tas viss palielina slogu, kas gulstas uz patērētājiem. Tāpēc ir svarīgi, lai visas piegādes ķēdē iesaistītās puses savā ikdienas rīcībā izvirzītu par prioritāti pārredzamu, godīgu un ētisku uzņēmējdarbības praksi, īstenojot un veicinot godīgu tirdzniecības praksi. Šāda pieeja ne tikai dotu labumu patērētājiem, bet arī veicinātu stabilāku, taisnīgāku un konkurējošāku tirgu, kas atbilstu visu pārtikas piegādes ķēdē iesaistīto pušu interesēm.

[Izpildinstitūcija](#) >

[Tirgu uzraudzības un izpētes departaments](#)



Sanita Uljane

Tirgu uzraudzības un izpētes departamenta
direktore

 [+371 67365229](tel:+37167365229)



Saistītas tēmas

[Jaunumi](#)

<https://www.kp.gov.lv/lv/jaunums/domino-efekts-ko-rada-veikalu-piegades-kedes-dalibnieku-negodpratiga-riciba-ir-apgrutinajums-pateretajiem>