



Konkurences padome

Nozīmīgākās aktualitātes koncentrācijas kontroles un tirgu uzraudzības jomā

2018

KONKURENCES PADOMES DARBĪBA

Ik gadu Konkurences padome (KP) izvērtē apvienošanās darījumus, kā arī pastiprināti uzrauga nozares, kuras ir būtiskas gan Latvijas patērētājiem, gan valsts tautsaimniecībai kopumā.

2016.gada sabiedriskās domas aptaujas¹ rezultāti norādīja, ka uzņēmēji kā vienas no nozīmīgākajām nozarēm, kurām KP jāpievērš pastiprināta uzmanība, ir farmācija, būvniecība, enerģētika, finanses un apdrošināšana, transports, telekomunikācijas un pārtikas tirdzniecība/ ražošana. Ņemot vērā šos rezultātus, KP 2017. un 2018.gadā arī atbilstoši prioritizēja savu darbību.

2017.gadā KP padziļināti vērtēja enerģētikas, farmācijas, kā arī mazumtirdzniecības nozari. Tāpat telekomunikāciju tirgus dalībnieku aktivitāte motivēja KP analizēt patērētāju paradumu maiņu digitālo pakalpojumu jomā.

2018.gads nav bijis izņēmums, un KP ir aktīvi īstenojusi savas [prioritātes](#), izskatot koncentrācijas darījumus, kā arī padziļināti analizējot vairākus tirgus, tai skaitā farmācijas, telekomunikācijas, pārtikas preču tirdzniecības nozarēs un ar transportu saistītu pakalpojumu jomā.

Tāpat, kā viena no prioritātēm 2018.gadā tika izcelta digitālā ekonomika. Pērn KP uzsāka analīzi par *Big data* (lielie dati)² problemātiku Latvijā, iepazīstoties ar citu valstu organizāciju pieredzi un pētījumos pieejamo informāciju.

Lai nodrošinātu, ka KP ilgtermiņā spētu konsekventi veikt tirgus izpēti procesus un tirgus dalībnieku koncentrācijas uzraudzību, šajā pārskatā ir apkopota informācija un sniegts KP vērtējums par būtiskākajiem tirgiem, kuros 2018.gadā tika vērtētas tirgus dalībnieku [apvienošanās](#) un veikt [tirgu uzraudzība](#).

Balstoties uz KP iekšējās statistikas datiem un dažādos procesos konstatētajiem faktiem, izpētīta konkurences situācijas attīstība atsevišķos nozīmīgākajos tirgos pērn.

¹ KP kopš 2012.gada reizi divos gados veic sabiedriskās domas pētījumu "Par konkurences politikas un tās īstenošanas jautājumiem", lai noskaidrotu dažādu sabiedrības grupu viedokli par konkurences tiesībām un KP darbu. Aptauju rezultātus skatīt <https://www.kp.gov.lv/par-mums/statistika>

² *Big data* (lielie dati) ir termins, kas apraksta strukturētu, daļēji strukturētu vai nestrukturētu apjomīgu datu kopu.

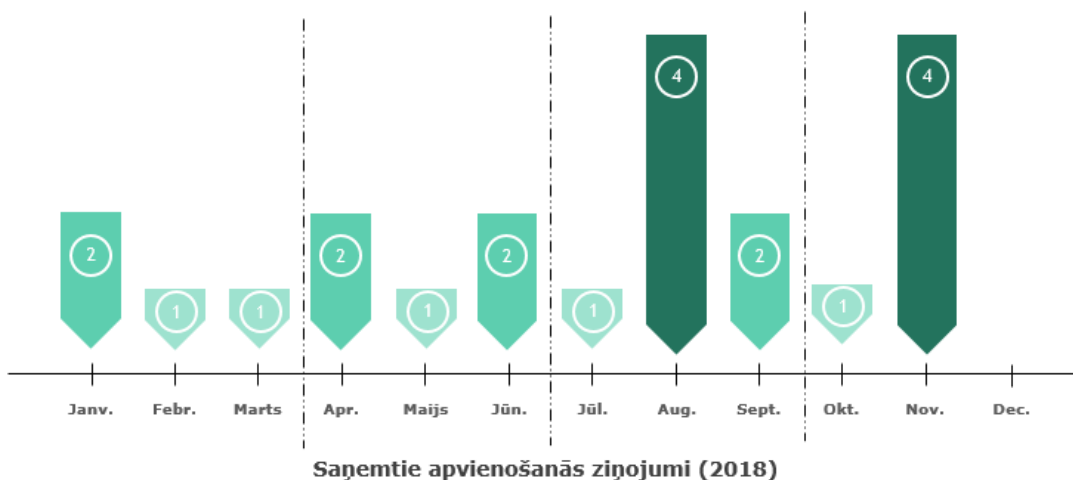
APVIEŅOŠANĀS UN TIRGU UZRAUDZĪBA

Pieaug apvienošanās darījumu skaits

Apvienošanās darījumi 2018. gadā ir bijuši īpaši nozīmīgi KP dienaskārtībā. Ir novērojams ne tikai izteikts darījumu skaita pieaugums (salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu), bet arī to sarežģītība ir motivējusi KP meklēt jaunas pieejas ietekmēto tirgu noteikšanā un izvērtēšanā.

KP pērn kopumā saņēma 21 apvienošanās ziņojumu. Ja 2017. gadā (salīdzinājumā ar 2016.gadu) darījumu pieaugums bija salīdzinoši neliels, tad 2018.gadā ir novērojams būtisks koncentrāciju ziņojumu skaita pieaugums – par vairāk kā 60% (salīdzinājumā ar 2017.gadu) un par 90% (salīdzinājumā ar 2016.gadu). Apvienošanās darījumu pieaugums ir novērojams jau pēdējos trīs gadus. Turpinoties līdzšinējām tendencēm, prognozējams, ka arī 2019.gadā apvienošanās darījumu skaits varētu sasniegt 16-19 vienības.

Vērtējot gada griezumā, secināms, ka KP katru mēnesi (izņemot decembri) saņēma vismaz vienu apvienošanās ziņojumu, tādējādi KP resursi regulāri tika veltīti šo darījumu izvērtēšanai.



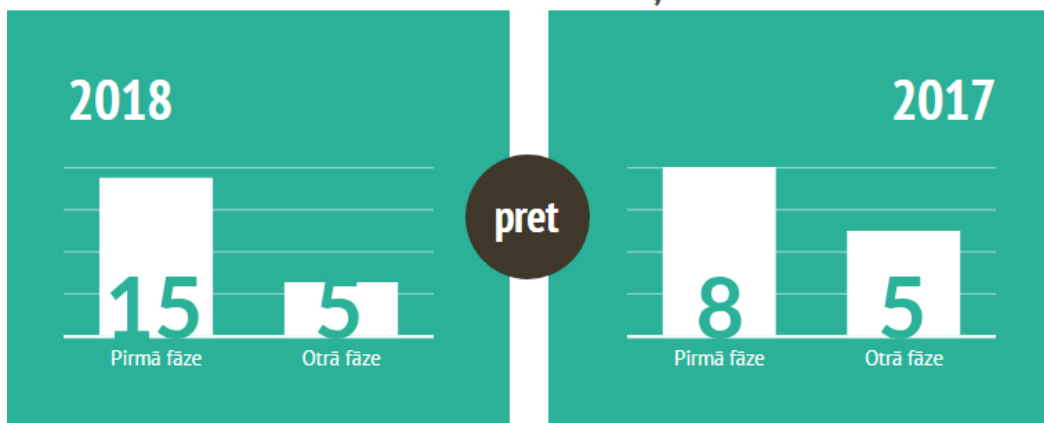
2018.gadā kopumā KP ir pieņēmusi 20 lēmumus³ par apvienošanās darījumiem, kamēr viens apvienošanās darījums joprojām ir izpētes stadijā un viens ir atsaukts.

No pieņemtajiem lēmumiem pieci ir bijuši par sarežģītiem (2.fāzes⁴) darījumiem, kur tika veikta padziļināta tirgus analīze. Šādu darījumu skaits pērn, tāpat kā 2017.gadā, nav mainījies.

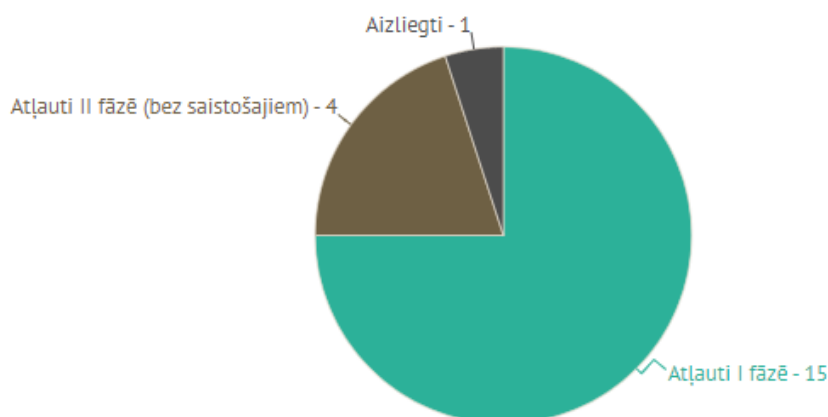
³ SIA "Bite Latvija" un SIA "Stream Networks" un SIA "LATNET SERVISS" apvienošanās ziņojums tika iesniegts 2017. gadā, bet izpēte pabeigta 2018.gadā.

⁴ Pirmā fāze - vienkāršoti apvienošanās darījumi, kur nav nepieciešamība veikt padziļinātāku tirgus analīzi. Otrā fāze - sarežģīti apvienošanās darījumi, kur nepieciešams veikt padziļinātu tirgus analīzi.

DARĪJUMU SAREŽĢĪTĪBA



No 20 izvērtētajiem darījumiem, KP ir aizliegusi tikai vienu⁵. 19 lēmumos ir pieņemts pozitīvs atzinums – apvienošanās atļauta, nepiemērojot saistošos noteikumus.



Pērn vērtētie apvienošanās darījumi kopumā ietekmējuši vismaz 25 Latvijas tautsaimniecības nozares.⁶ Analizējot 2018.gada sarežģītākos (2.fāzes) apvienošanās darījumus, secināms, ka tie galvenokārt ietekmēja tādas komercdarbības jomas kā telekomunikācijas, lauksaimniecības dzīvnieku barības ražošanu, graudu vairumtirdzniecību, apdrošināšanas pakalpojumus, siltumenerģijas un elektroenerģijas ražošanu un piegādi, kā arī pārtikas un nepārtikas preču mazumtirdzniecību.

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

Apvienošanās kontrole, salīdzinājumā ar Konkurences likuma pārkāpumiem, ir fundamentāli atšķirīgs konkurences politikas veids - tas ir prognozēšanas process, kur KP nepieciešams paredzēt, kādas izmaiņas tirgus struktūrā notiks un kā tas ietekmēs konkurenci, patērētāju labklājību un ekonomisko attīstību. Līdz ar to, lai KP spētu

⁵ Par SIA "MAXIMA Latvija" izmantošanas (nomas) tiesību iegūšanu uz mazumtirdzniecības telpām Rīgā, Tērbatas ielā 33/35.

⁶ Nozaru skaits var pārsniegt apvienošanās darījumu kopējo skaitu, jo viena darījuma ietvaros var tikt ietekmētas vairākas nozares.

izstrādāt ticamu prognozes modeli, kas vienlaikus ir pamatots un kvalitatīvs, ir saprotams, kādēļ KP arvien biežāk savā analizē ietver ekonomiskus konceptus un metodes.

Tirgu uzraudzība – patērētājiem svarīgās nozarēs

Būtisku pienesumu konkurences politikas attīstībā sniedz KP nozaru pētījumi jeb [tirgu uzraudzība](#). Tirgu uzraudzība ir veids, kā KP var padziļināti analizēt situāciju konkrētā nozarē. Uzraudzības rezultātā KP ne tikai iegūst padziļinātu izpratni par tirgus specifiku, bet bieži vien atklāj konkurences kropļojumus, tai skaitā normatīvo aktu nepilnības.

Uzraudzība ļauj KP jau proaktīvi iesaistīties nozares turpmākajā attīstības procesā, sniedzot priekšlikumus par nozari atbildīgajām institūcijām. Tāpat uzraudzība ļauj KP paraudzīties uz tirgiem, kur ir notikuši nozīmīgi konkurences attīstības procesi (piemēram, tirgu liberalizācijas), novērtējot, kā notikušās izmaiņas ir ietekmējušas konkurenci un patērētāju labklājību.

Ņemot vērā KP ierobežotos resursus, uzraudzība galvenokārt tiek veikta sabiedrībai nozīmīgos tirgos. Tāpat, prioritāri tiek uzraudzītas nozares un tirgi, kur pastāv augsti riski konkurences kropļojumiem vai šķēršļi godīgas konkurences attīstībai.

Pērn KP pabeidza 9 tirgu uzraudzību, kas kopumā ietekmēja vismaz 11 tautsaimniecības nozares. Nozīmīgākie ziņojumi bija par telekomunikāciju, farmācijas un ar transportu saistītos tirgos. Starp būtiskāko tirgu uzraudzībā, kas tika noslēgtas 2018.gadā, var minēt kompensējamo zāļu izplatīšanas uzraudzību, telekomunikāciju tarifu izmaiņu izpēti, ieviešot viesabonešanu, transportlīdzekļu valsts tehniskās apskates jomas uzraudzību, kā arī atlaižu piemērošanas kārtības izpēti Rīgas pašvaldības maksas autostāvvietās. Analizējot šos tirgus, tika konstatēti riski godīgai konkurencei, kā arī vairāki būtiski publisko personu radīti konkurences kropļojumi.

Tāpat, KP joprojām aktīvā izpētes stadijā ir vairāku tirgu uzraudzība patērētājiem nozīmīgās nozarēs, kas, cita starpā, skar transportlīdzekļu apdrošināšanas tirgu un banku pakalpojumus.



AR TRANSPORTU SAISTĪTIE TIRGI UN PAKALPOJUMI

Transportlīdzekļu tehniskā stāvokļa kontroles tirgus attīstība

2018.gadā viena no nozīmīgākajām KP uzraudzībām tika veikta ar transportu cieši saistītā tirgū - transportlīdzekļu obligātās valsts tehniskās apskates jomā. KP jūlijā nāca klajā ar būtiskiem [secinājumiem](#) par konkurences ierobežojumiem šajā tirgū.

Uzraudzībā KP konstatēja, ka pēdējo 20 gadu laikā gan VAS "Ceļu satiksmes drošības direkcija" (CSDD), gan tai četri daļēji piederoši uzņēmumi ir veiksmīgi nodrošinājuši savu saimnieciskās darbības aizsardzību no jebkādas konkurences.

Vienlaikus tika secināts, ka esošā sistēma ne tikai ļauj izvairīties no konkurences, bet arī pakalpojuma pieejamība patērētājiem ir ierobežota, kas rada papildus izdevumus un neērtības. Piemēram, Igaunijā, kur ir brīvs transportlīdzekļu tehniskā stāvokļa kontroles tirgus, pakalpojums ir pieejamāks. Arī citās valstīs (kur tirgus ir atvērts konkurencei) pieejamība ir daudz augstāka. Tātad brīvais tirgus ir spējīgs patērētājiem nodrošināt augstāku pieejamību nekā Latvijā esošā regulētā sistēma.

Lai novērstu gan kaitējumu patērētājiem, gan konkurences kropļojumus, KP rosināja Satiksmes ministriju (SM) atvērt tirgu konkurencei, paredzot tādas akreditācijas noteikumus, kas ļautu tirgū ienākt jauniem spēlētājiem. Tāpat, tirgus atvēršanas rezultātā, CSDD joprojām saglabātos tiesības un pienākums veikt izvērtēšanu par to, vai uzņēmums atbilst akreditācijas prasībām un arī uzraudzīt vai uzņēmumi, sniedzot tehniskās kontroles pakalpojumu, nepārkāpj noteiktās prasības. Diemžēl KP priekšlikums neguva ne SM, ne Ministru Kabineta atbalstu. KP argumenti tika ignorēti un pieņemta nostāja tirgū saglabāt pilnīgu regulāciju.

Konkurences ierobežošana Rīgas pašvaldības teritorijā

Jau pāris gadus Rīgas pašvaldība atkārtoti apliecina, ka tās interese nav veicināt godīgu konkurences attīstību savā administratīvajā teritorijā, bet tieši pretēji – izmantot dažādas iespējas, lai aizsargātu savu uzņēmumu saimniecisko darbību vai kropļotu konkurences vidi. Sākot no konkurences kropļojumu iestrādāšanas saistošajos noteikumos, lai legalizētu SIA "Rīgas satiksme" un PS "Rīgas mikroautobusu satiksme" cenu [vienošanas](#), vēlmi uzsākt [uzņēmējdarbību](#) tirgos, kur nepastāv tirgus nepilnība un beidzot ar [monopola](#) radīšanu atsevišķās jomās. Tieši Rīgas pašvaldības sistemātiskā nespēja ievērot konkurences neitralitātes principus ir spiedusi KP pastiprināti pievērst uzmanību jautājumiem, kas skar konkurenci Rīgas administratīvajā teritorijā.

Pērn, pabeidzot izpēti par autostāvvietu pakalpojumiem galvaspilsētā, KP secināja, ka Rīgas pašvaldība kropļo godīgas konkurences vidi. KP [konstatēja](#), ka Rīdzinieka kartes īpašnieki atlaides par autostāvvietu pakalpojumiem atsevišķās galvaspilsētas zonās var iegūt tikai tad, ja norēķinās, izmantojot pašvaldības pakalpojumu sniedzēju - SIA "Rīgas karte" (nevis, piemēram, kāda cita privātā uzņēmuma pakalpojumus). Tādējādi pašvaldība ir nodrošinājusi tai piederošam uzņēmumam nepamatotas konkurences priekšrocības, vienlaikus radot kropļojumus tirgū, kas ierobežo patērētāju izvēlēs iespējas.

Diemžēl šāda veida rīcība, kur tiek radītas priekšrocības publiskai personai piederošam biznesam, nav pamatotas ar objektīviem ekonomikas principiem. Proti, vienīgā tirgus dalībnieka priekšrocība, kas brīvas konkurences apstākļos eksistē, ir paša uzņēmuma spēja sniegt labākas kvalitātes precī vai pakalpojumu, palielināt efektivitāti, samazināt cenas, inovēt vai citādi piesaistīt patērētāju. Brīvas konkurences apstākļos tiek īstenota ekonomiskā atlase pēc efektivitātes kritērija. Tirgus ekonomika un konkurence apbalvo uzņēmīgus tirgus dalībniekus. Tos, kuri panāk augstu darbības efektivitāti un prot atrast pircēju. Ja publiska persona sniedz priekšrocību kādam atsevišķam uzņēmumam, tiek būtiski ierobežotas godīgas un vienlīdzīgas konkurences iespējas, kas neveicina uzņēmējdarbības attīstību.

Arī 2018.gadā veiktā Rīgas iedzīvotāju aptauja norāda, ka tikai 36% ir apmierināti ar iespējām uzsākt un īstenot uzņēmējdarbību Rīgā⁷. Pie tam šis rādītājs ir zemāks (lai gan nebūtiski) kā 2016.gadā. Un Rīgas pašvaldības rīcība, atbalstot savus uzņēmumus, var negatīvi ietekmēt citu vēlmi uzsākt uzņēmējdarbību Rīgā, it īpaši tirgos, kur darbojas pašvaldības kapitālsabiedrības.

⁷ Skatīt <https://qoo.gl/Uv4b4X>



TELEKOMUNIKĀCIJAS UN DIGITĀLIE PAKALPOJUMI

Vadošie telekomunikāciju uzņēmumi savā portfeli integrē jaunus pakalpojumus

Pēdējo gadu laikā telekomunikāciju nozare Eiropas Savienībā (ES) piedzīvo straujas pārmaiņas un konsolidācijas procesu. Vairākās ES valstīs ir novērojama telekomunikāciju, mediju un digitālo pakalpojumu tirgus dalībnieku konverģence. Šāda tendence ir novērojama arī Latvijā. Pēdējo gadu laikā vadošie telekomunikāciju uzņēmumi ir paplašinājuši savu darbību, patērētājiem piedāvājot ne tikai mobilo sakaru pakalpojumus, bet arī citus digitālos pakalpojumus.

2018.gadā KP pabeidza viena apvienošanās darījuma izvērtēšanu telekomunikāciju tirgū ([SIA "Bite Latvija" \(BITE\)/SIA "Stream Networks"](#)), nekonstatējot risku būtiskam konkurences samazinājumam. Veicot tirgus izpēti, KP secināja, ka konkrētais darījums var radīt arī vairākas pozitīvas sekas, kā, piemēram, pakalpojuma kvalitātes uzlabojumus un kompleksu digitālo pakalpojumu piedāvājumus (it īpaši biznesa segmenta klientiem). Līdz ar to darījumus tika atļauts.

Nozīmīga loma šādu darījumu realizēšanā ir iespējamajām sinerģijām. Apvienojot resursus, ir iespēja iegūt jaunas zināšanas (*know-how*) un/vai citus nozīmīgus aktīvus (piemēram, kvalitatīvu sakaru infrastruktūru), kā rezultātā radīt tirgū arī jaunus un inovatīvus pakalpojumu veidus. Dažādu sakaru un digitālo pakalpojumu komplektēšana arī var palīdzēt uzlabot tirgus dalībnieka konkurētspēju.

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

Oligopols un rīcības modeļi

Lai gan telekomunikāciju tirgus Latvijā spēj nodrošināt kvalitatīvu pakalpojumu patērētājiem, tieši KP uzraudzība ["viesabonē kā mājās"](#) atklāja oligopoltirgiem raksturīgās negatīvās iezīmes.

Uzraudzībā KP konstatēja, ka vadošie mobilo sakaru pakalpojumu sniedzēji Latvijā (BITE, SIA "Tele2" (Tele2), SIA "Latvijas Mobilais Telefons" (LMT)) ir ierobežojuši patērētājam iespēju izvēlēties tam atbilstošāko pakalpojumu, popularizējot tos tarifu plānus, kas iekļauj viesabonēšanu, vienlaikus nenodrošinot viegli pieejamu informāciju par alternatīvajiem lētākajiem pakalpojumu veidiem (tādi, kas neiekļauj viesabonēšanu). Rezultātā patērētāji ir pārmaksājuši par pakalpojumiem, kuri tiem nav nepieciešami. Lai gan KP vērtēja, vai BITE, Tele2 un LMT darbībās nav saskatāmas aizliegtas vienošanās pazīmes, iegūtā informācija liecināja, ka uzņēmumi lēmumus par cenu izmaiņām ir pieņēmuši neatkarīgi viens no otra. Tai pašā laikā iegūtie fakti atspoguļoja oligopola tirgus specifiku un paralēlās uzvedības riskus, kas šajā tirgū var rasties.

Situācija mobilo sakaru pakalpojumu tirgū faktiski spiež katru no konkurentiem rūpīgi pārdomāt savu stratēģisko rīcību, ņemot vērā arī citu konkurentu darbības politiku. Piemēram, lēmums par cenu pazemināšanu var būt kā priekšrocība konkrētajam tirgus dalībniekam, ja citu konkurentu cenu politika nemainās. Bet, ja no konkurentiem tiks sagaidīta pretreakcija (tie arī samazinās cenu), tas var izveidot lavīnveida agresīvu konkurences cīņu (cenu karu), kuras rezultātā pastāv risks mazāk efektīvākajam konkurentam izstāties no tirgus.

Šādā situācijā, kad cenu pārmaiņas bieži ir saistītas ar augstu saimnieciskās darbības risku, un tirgus dalībnieki ir aptvēruši savstarpējo atkarību, var iestāties paralēlā uzvedība. Rezultātā konkurējoši oligopolisti var necensties rīkoties pārāk agresīvi, bet gan savā starpā radīt cenu noteikšanas līderi. Un par šādu līderi nav obligāti slēpti jāvienojas. Tas, pirmkārt, var būt tirgus dalībnieks, kurš ir iekarojis lielāko tirgus daļu. Otrkārt, pat, ja tirgus daļu sadalījums ir līdzvērtīgs, var izveidoties līderis, kuru pārējie uzskata par zinošāko. Zinošākais, atbilstoši tirgus apstākļu pārmaiņām, uzņemas vadošo lomu cenu noteikšanā, kamēr pārējie pielāgojas tā darbībām. Un tas var radīt cenu pielīdzināšanu pat bez saskaņotām darbībām konkurentu starpā.

Telekomunikāciju tirgū Latvijā, kā tika konstatēts uzraudzībā, pastāv augsts risks paralēlajai uzvedībai, jo tirgus dalībnieki spēj novērtēt un paredzēt iespējamo konkurentu darbību, proti, kā konkurents reaģēs uz tā rīcību tirgū. Tādēļ uzraudzībā KP aicināja patērētājus būt aktīviem un izvērtēt visas pieejamās alternatīvas. Patērētāju aktivitāte var būtiski ietekmēt konkurences vidi. Tas stimulē pakalpojuma sniedzējus aktīvāk konkurēt, ne tikai saglabājot pievilcīgas cenas, bet arī veidojot dažādus diferencētus piedāvājumus un piedāvājot papildus bonusus vai citas priekšrocības patērētājam.

Tehnoloģiskā attīstība

Patērētāju preferenču izmaiņas un tehnoloģiskā attīstība noteikti rada jaunas iespējas telekomunikāciju uzņēmumiem. Mūsdienu patērētājam arvien vairāk novērtējot kompleksu telekomunikāciju, interneta un digitālās izklaides pakalpojumu esamību, arī tirgus dalībnieki meklē risinājumus, kā šo pieprasījumu apmierināt. Līdz ar to ir novērojama telekomunikāciju, mediju un citu tehnoloģiju uzņēmumu saplūšana, kas rada iespēju attīstīties un izstrādāt jaunus, inovatīvus produktus.

Patērētāji Latvijā ļoti aktīvi izmanto digitālo vidi. Gada laikā Latvijā ir [novērots](#) visstraujākais mobilo datu patēriņa pieaugums pasaulē (par 174%). Patērētājiem pieprasot arvien ātrāku un stabilāku datu savienojamību, investīcijas attīstībā un inovācijās ir neizbēgamas. Viena no būtiskākajām inovācijām, kas sagaidāma nākotnē,

ir 5G tehnoloģijas ieviešana. Telekomunikāciju uzņēmumi gan Latvijā, gan pasaulē šobrīd aktīvi gatavojas 5G tīkla ieviešanai, lai nodrošinātu patērētājiem un uzņēmējiem digitālā tīkla pakalpojumus ar lielāku ātrumu, uzticamību un zemāku tīkla reaģēšanas kavējumu. Lai gan šobrīd pastāv nenoteiktība par visām iespējām, ko sniegs 5G, iespējams, nozīmīgākās priekšrocības ir jaunas tīkla pārvaldības iespējas. Tas ļaus, izmantojot viena fiziskā tīkla infrastruktūru, izveidot vairākus virtuālos tīklus, kas pielāgoti konkrētu klientu vajadzībām. Šī spēja diferencēt pakalpojumus bez nepieciešamības veidot fiziskus sakaru tīklus rada iespēju arī jauniem biznesa modeļiem, nodrošinot specializētus pakalpojumus konkrētām rūpniecības vai enerģētikas nozarēm (piemēram, radot iespēju reālā laikā fiksēt un kontrolēt ražošanas iekārtu vai elektrības infrastruktūras darbību).



PATĒRIŅA PREČU MAZUMTIRDZNIECĪBA

Vadošie tirgus dalībnieki aktīvi paplašinās mazo veikalu segmentā

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 (ņemot vērā AS "Prisma Latvija" lēmumu pamest Latvijas tirgu), tad 2018.gads bija īpašs ar to, ka vadošie nozares tirgus dalībnieki (SIA "Rimi Latvia" (RIMI) un SIA "MAXIMA Latvija" (MAXIMA)) arvien aktīvāk sāka paplašināt savu darbību mazo veikalu/kiosku nišā (tā saucamie – *express* veikali). Pamatā šie veikali ir orientēti uz ātro iepirkšanos (gatavā produkcija līdzņemšanai) un atrodas vietās, kur ir augsta klientu plūsma (piemēram, pilsētu centri).

Šāda attīstības tendence nebūt nenozīmē, ka patērētājiem kļūst mazsvarīgs preču sortiments vai iespēja visus nepieciešamos produktus iegādāties vienuviet. Plaša sortimenta pieejamība joprojām ir svarīga, bet papildus tam tirgus dalībnieki meklē veidus, kā piesaistīt arī *grab-and-go* (tūlītēja patēriņa) vajadzības. Papildus tam, arī tradicionālie pārtikas veikali pilsētu centra rajonos tiek pielāgoti, lai apmierinātu *grab-and-go* pircēju vēlmes.

Kā viens no nozīmīgākajiem darījumiem pērn bija MAXIMA vēlme iegūt tiesības nomāt telpas Tērbatas ielā 33/35 (Rīgā), kur iepriekš darbojās Top! zīmola veikals. KP, analizējot šī darījuma ietekmi uz konkrēto tirgu, secināja, ka darījuma rezultātā lokālajā tirgū vairs darbosies tikai divi konkurenti – RIMI un MAXIMA. KP papildus arī veica Top! klientu aptauju, lai noskaidrotu to iepirkšanās ieradumus un alternatīvu esamību. Aptaujas rezultāti norādīja, ka patērētāji ir gatavi veikt nelielus attālumus, lai iepirktos, kā arī to, ka Top! klienti kā reālas alternatīvas uzskata tikai RIMI un MAXIMA tirdzniecības vietas. Tas vēl jo vairāk liecināja, ka trešā konkurenta saglabāšana konkrētajā tirgū ir patērētājiem svarīga, lai netiktu samazinātas izvēles iespējas un konkurence. Tā kā apvienošanās būtiski samazinātu konkurenci, likvidējot trešo tirgus dalībnieku (izveidotos RIMI un MAXIMA duopols), darījums tika aizliegts.

Nelielie tirgotāji konsolidējas

Lielo tirgus dalībnieku aktivitāte neizbēgami spiež citus nozares spēlētājus meklēt risinājums, lai savu konkurētspēju palielinātu. Piemēram, ar Top! preču zīmi darbojošies uzņēmumi cenšas efektīvizēt 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. Kamēr vadošajiem tirdzniecības tīkliem (RIMI un MAXIMA) ir iespēja centralizēti attīstīt veikalu tīklu, iepirkumu grupām šāda iespēja ir grūti realizējama, ja dažādiem veikaliem ir dažādi īpašnieki (un katram ir savs redzējums par tālāko attīstību). Tas cīņu par lokālo tirgu ilgtermiņā būtiski apgrūtina. Līdz ar to, samazinot organizatorisko sadrumstalotību iepirkumu grupas ietvaros, pastāv iespēja efektīvizēt iekšējo darbību, veidot vienotāku attīstības politiku un palielināt konkurētspēju.

Jaunas iespējas nākotnē

Lai gan Latvijas patērētājs aktīvi iegādājas dažādas preces internetveikalos (piemēram, 49% no patērētājiem vismaz vienu reizi ir iegādājušies elektronikas preces internetā⁸), joprojām salīdzinoši maz patērētāju izmanto iespēju iegādāties pārtiku ar interneta starpniecību.⁹ Neskatoties uz to, ka 2018.gadā patērētāju aktivitāte pieauga¹⁰, vairums joprojām priekšroku dod veikala apmeklējumam. Tas liek noprast, ka patērētājam Latvijā ir svarīgi produktus izvēlēties pašam, redzot gan vizuālo stāvokli (cik sveigs ir produkts), gan derīguma termiņus un citus faktorus. Tāpat produkcijas klāsts internetveikalā joprojām ir šaurāks kā vairumā plaša sortimenta veikalu.

Ņemot vērā digitalizācijas attīstību un mūsdienu patērētāja paradumus (vēlmi taupīt laiku un visas preces atrast vienuviet), nākotnē pārtikas internetveikalu nozīme varētu pieaugt. Tas nebūt neliecina, ka parastie (*brick-and-mortar*) veikali zaudēs savu konkurētspēju. Būs patērētāju daļa, kas pamatiepirkšanos joprojām veiks fiziskos veikalos, kamēr daļa izmantos digitālās vides radītās iespējas. Kopumā tas paver jaunas iespējas tirgus dalībniekiem, it īpaši radot aktīvāku konkurenci vietās, kur jaunu veikalu atvēršana ir apgrūtināta (ierobežotas platības, stratēģiski nozīmīgu vietu trūkums vai pārlietu augstas investīcijas). Tāpat pārtikas tirdzniecība internetveikalos paver iespējas paplašināt piedāvājumu tai patērētāju daļai, kam tuvumā nav pieejami plaša sortimenta veikali.

Tāpat, patēriņa preču mazumtirdzniecība ir nozare, kur būtiska nozīme nākotnē varētu būt *Big data*. Uzņēmumi arvien vairāk savu stratēģiju veido, balstoties uz klientu datiem. Šāda informācijas analīze spēj nodrošināt arī konkurences priekšrocību. Proti, jo vairāk datu par patērētāju paradumiem tirgus dalībniekam ir, jo atbilstošāku piedāvājumu tas var sniegt, vairojot patērētāja lojalitāti. Dati ļauj ne tikai ieteikt preces, balstoties uz vienkāršotu algoritmu, bet arī pielāgot piedāvājumus atbilstoši konkrētā patērētāja dzīvesveidam un tā izmaiņām. 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, it īpaši gada intensīvākajos brīžos (piemēram, Jāņi, Ziemassvētki u.tml.). Datu nozīme tikai pieaugs, līdz ar to arī KP aktīvi analizēs, kā šos datus izmanto tirgus dalībnieki.

⁸ Tas Latviju ierindo 7.vietā, aiz Čehijas, Ukrainas, Slovākijas, Brazīlijas, Dienvidkorejas un Grieķijas. Skatīt: <https://goo.gl/tsS2qk>

⁹ Pēc publiski pieejamās informācijas, tikai 6% patērētāju ir izmantojuši šādu iespēju, lai gan Latvijā darbojas vairāki pārtikas tirdzniecības internetveikali. Skatīt <https://goo.gl/7kTDDt>

¹⁰ Skatīt <https://goo.gl/PyNfNg>



FARMĀCIJA

Farmācija ir Latvijas ekonomikai un iedzīvotājiem nozīmīga tautsaimniecības nozare ar augstu pievienotās vērtības līmeni. Zāļu valsts aģentūra (ZVA) informē, ka 2017. gadā Latvijas zāļu ražotāju kopējais saražotās produkcijas apgrozījums bija 174 milj. eiro (bez PVN), un (salīdzinot ar 2016. gadu) tas ir pieaudzis par 11%. Lielākā daļa no saražotās produkcijas (2017. gadā – 81%) tiek eksportēta uz ārzemēm. Konkurences padome cieši uzrauga šo nozari, monitorējot konkurences situāciju tirgos, un pagājušais gads nav bijis izņēmums.

Ķēžu aptieku attīstība

Pēdējos gados īpaši palielinājusies ķēžu aptieku tirgus vara. ZVA publiski pieejamie [dati](#) rāda, ka ķēžu aptieku īpatsvars turpina pieaugt, 2017. gadā sasniedzot 76,57%. Pieci lielākie aptieku tīkli, kas kopā kontrolē 66% tirgus, ir AS "Sentor Farm aptiekas", SIA "A Aptiekas", SIA "BENU Aptieka Latvija", SIA "EUROAPTIEKA" un SIA "Latvijas aptieka". Tāpat, kaut arī pēdējo gadu laikā aptieku skaits Latvijā ir bijis stabils¹¹ ir notikuši vairāki aptieku licenču maiņas darījumi, mainot īpašniekus un atrašanās vietas, kā arī novērojams, ka aizvien vairāk individuālās aptiekas ir kļuvušas par ķēžu aptieku franšīzes ņēmējām.

Vairāki aptieku tīkli piedāvā saviem klientiem iegādāties medikamentus arī ar interneta starpniecību. Šobrīd Latvijā darbojas 7 licencētas tīmekļa adreses¹², kuras veic bezrecepšu zāļu izplatīšanu internetā. Tiešsaistes aptieku esamība stimulē konkurenci tirgū un paplašina pieejamību reģionos, tomēr jāņem vērā, ka tiešsaistē iespējams iegādāties tikai bezrecepšu medikamentus, kā arī ZVA veiktās [aptaujas](#)

¹¹ Aptieku skaits gada beigās – 2013. (778), 2014. un 2015. (790), 2016. (780) un 2017. (776). Skatīt <https://goo.gl/2Cr6Si>

¹² Skatīt www.apotheka.lv, www.internetaptieka.lv, www.webaptieka.lv, www.medikaments.lv, www.apotiekafigaro.lv, www.e-menessaptieka.lv, www.maijaaptieka.lv

rezultāti liecina, ka vairums iedzīvotāju izvēlas bezrecepšu zāļu iegādi klātienē – licencētā aptiekā pie farmaceita.

KP [iepriekš ir skaidrojusi](#), ka viens no būtiskākajiem riskiem, kas rodas nostabilizējoties ķēžu aptieku tirgus varai, ir individuālo aptieku nespēja izdarīt pietiekami efektīvu konkurences spiedienu ar pakalpojumu cenu, kvalitāti un piedāvājumu, lai nodrošinātu pircējam ilgtermiņa ieguvums no spēcīgas konkurences.

Problēmas medikamentu izplatīšanas tīklā

Pērn viena no nozīmīgākajām KP aktivitātēm farmācijas nozarē bija [tirgus uzraudzība par kompensējamo zāļu izplatīšanu](#), kurā tika vērtēti iespējamie konkurences ierobežojumi kompensējamo zāļu B sarakstā iekļauto zāļu izplatīšanā vairumtirdzniecības līmenī.

ZVA apkopotie [dati](#) liecina, ka tirgus koncentrācija zāļu vairumtirdzniecībā pieaug. Latvijā ir vairāk kā 80 licencētas lieltirgotavas, tomēr 83% tirgus aizņem četri lielākie vairumtirgotāji – AS "Recipe Plus", SIA "Magnum Medical", SIA "Tamro" un SIA "Euroaptieka", kas rada augstus konkurences riskus. AS "Recipe Plus" ir izteikts tirgus līderis pēc tirgus daļas, kas ir trīs reizes lielāka kā tuvākajam konkurentam – SIA "Tamro".

Tirgus uzraudzībā KP konstatēja, ka vidējā kompensējamo zāļu saraksta (turpmāk - KZS) B grupas iepakojuma cena trīs gadu laikā ir pieaugusi par 20%, turklāt kopš 2015.gada AS "Recipe Plus" vidējā KZS B zāļu cena ir augstāka par konkurentu vidējo cenu un ar straujāku pieauguma tempu. Šie dati kopsakarā ar datiem par tirgus struktūru liecina, ka, neskatoties uz salīdzinoši lielo vairumtirgotāju skaitu, esošie tirgus dalībnieki nav pietiekami spēcīgi, lai izdarītu efektīvu konkurences spiedienu uz tirgus līderi AS "Recipe Plus".

Viens no apstākļiem, kas rada būtiskas barjeras jaunu konkurentu ienākšanai un esošo pozīciju stiprināšanai, ir lielāko lieltirgotavu vertikāli integrēta zāļu mazumtirdzniecības tīkla esamība. Vertikālās integrācijas esamība un ierobežots tiešo līgumu skaits (līdz pat ekskluzivitātei) rada arī konkurējošo aptieku izslēgšanas risku.

Tāpat KP uzraudzībā konstatēja, ka tirgū pastāv sistēmiskas problēmas gan zāļu izplatīšanā, gan to sadales kārtībā, kas ietekmē zāļu pieejamību patērētājiem. Patērētāju aptaujas dati liecināja, ka 87% respondentu ir bijušas grūtības saņemt aptiekās kompensējamus medikamentus.

Kopumā viens no būtiskākajiem riskiem farmācijas nozarē ir tāds, ka farmaceitiskā aprūpe patērētājam var kļūt arvien nepieejamāka – gan finansiāli, gan fiziskās pieejamības ziņā. Ņemot vērā, ka tirgus koncentrācija pieaug gan zāļu vairumtirdzniecības, gan mazumtirdzniecības līmenī, koncentrējoties tirgum, samazinās patērētāja izvēles iespējas un ir iespējams vieglāk celt medikamentu cenas. Tādēļ arī turpmāk KP plāno pievērst pastiprinātu uzmanību farmācijas nozarei.

KONKURENCES POLITIKAI JĀATTĪSTĀS

2018. gads neapšaubāmi ir parādījis, ka, lai gan Latvijā konkurences vide pilnveidojas, joprojām pastāv barjeras jaunu uzņēmumu attīstībai, kas spētu ienākt tirgū un stiprināt konkurences procesu. It īpaši tirgos, kur darbojas publiskām personām piederoši uzņēmumi.

[Aptaujas liecina](#), ka 61% no uzņēmējiem uzskata, ka Latvijā uzņēmējdarbības vide ir sliktā stāvoklī. Un daļu no šīs vides veido un ietekmē publiskās personas. KP pērn ir saņēmusi vairāk kā 40 iesniegumus par publisko personu rīcību un to skaits (salīdzinājumā ar 2017.gadu) nav samazinājies. Tāpat, 2018.gadā veiktās sabiedriskās domas aptaujas rezultāti norāda, ka katra 12.pašvaldība būtu gatava atbalstīt savas kapitālsabiedrības iesaisti konkurences kropļojumā, lai gūtu prettiesisku peļņu. Acīmredzot, trūkst preventīva mehānisma, kas stimulētu publiskas personas atturēties no darbībām, kas kropļo konkurences vidi. Tādēļ ir būtiski, lai KP būtu nodrošināta ar visiem nepieciešamajiem rīkiem, kas ļautu tai efektīvi novērst publisko personu radītos konkurences kropļojumus. Tikai tad mainītos publisko personu attieksme pret konkurences procesu un tā nepieciešamību tautsaimniecības attīstībā.

Tai pašā laikā kopumā situācija ar uzņēmējdarbības vidi Latvijā nebūt nav tik dramatiskā. Kā secināts Pasaules Bankas "[Doing Business 2019](#)" reitingā, Latvija uzņēmējiem labvēlīgas vides novērtējumā ir sasniegusi 19.vietu pasaulē. Bet šobrīd Latviju apsteidz gan mūsu kaimiņi (Igaunija un Lietuva), gan vairākas citas ES valstis. Latvija atrodas 7.vietā ES dalībvalstu vidū, novērtējumā piekāpjoties Somijai, Igaunijai, Lietuvai, Zviedrijai, Apvienotajai Karalistei un Dānijai.

DB 2019 Ease of Doing Business Score



Latvijas vieta reitingā norāda, ka valstij ir izdevies veiksmīgi attīstīt uzņēmējdarbības vidi, bet būtiski ir vērtēt attālumu līdz labākajam rezultātam, nevis pozīciju kopējā reitingā. Un tas liecina, ka pastāv iespēja izaugsmei. Lai gan KP darbībai nav tieša ietekme uz šo rādītāju, netieši ir iespēja nodrošināt, ka Latvijā regulējums ir godīgs pret visiem tirgus dalībniekiem, neatkarīgi no to piederības, kā arī novērst konkurences kropļojumus. Tas uzņēmējdarbības vidi padarītu pievilcīgāku gan vietējiem, gan ārvalstu tirgus dalībniekiem, tādējādi motivējot tirgū ienākt jauniem spēlētājiem, stimulējot inovācijas un attīstību, palielinot patērētāju ieguvumus un izvēles iespējas.

KP 2019.gadā turpinās iesākto transportlīdzekļu apdrošināšanas tirgus izpēti, lai noteiktu iemeslus pirmšķietami vienlaicīgi notikušajam OCTA cenu kāpumam, kā arī vērtēs patērētāju mobilitāti banku sektorā. Tāpat, padziļināta uzmanība tiks pievērsta jautājumiem, kas saistīti ar transporta tirgiem, ņemot vērā publisko personu un tām piederošo kapitālsabiedrību darbību šajā jomā. Kā viena no prioritātēm joprojām ir farmācija un veselības aprūpes nozare, tādējādi KP nākamo gadu laikā plāno uzsākt plaša tvēruma farmācijas nozares tirgus uzraudzību, kuras ietvaros tiktu pētīts nozares

regulējums, konkrēto ģeogrāfisko tirgu noteikšanas ietekmējošie faktori, kā arī medikamentu cenas un to veidošanos ietekmējošie faktori.

Attiecībā uz koncentrāciju darījumiem, jānorāda, ka Latvijas ekonomika ir salīdzinoša maza. Tā rezultātā nereti tirgus dalībniekiem ir stimulēti realizēt dažādus apvienošanās darījumus, lai sasniegtu nepieciešamo apjoma ekonomiju (*economies of scale*). Papildus tam, apvienošanās darījumi var būt kā katalizators jaunām investīcijām nozarē. Iespēja nākotnē uzņēmumu pārdot augstākajam solītājam stimulē kapitālieguldījumus un jaunu produktu izstrādāšanu. Apvienošanās darījumu izvērtēšanā efektivitāti un tirgus attīstību veicinošiem faktoriem ir būtiska nozīme. Vienlaikus apvienošanās regulējuma ietvaros ir būtiski, lai tas ilgtermiņā nekaitētu konkurences struktūrai un patērētājiem (klientiem), nostiprinot dominanci tirgū (īpaši nozarēs, kur ir salīdzinoši augstas ienākšanas barjeras). Tādēļ KP arī turpmāk piemēros vispusīgu, bet fokusētu uz konkrētajam tirgum specifisku, apvienošanās izvērtēšanas politiku, nepaļaujoties tikai uz strukturāliem rādītājiem (piemēram, tirgus daļu sadalījumus), bet analizējot konkurences intensitāti, efektivitātes un apjoma ekonomijas ieguvumus, patērētāju pārorientēšanas iespējas un citus faktorus. Tiks pilnveidotas analīzes metodes, tai skaitā vadoties no citu valstu prakses.

Attīstoties digitālajai ekonomikai, *Big data* koncepts kļūs arvien nozīmīgāks gan apvienošanās, gan citu konkurences pārkāpumu (piemēram, dominējošā stāvokļa ļaunprātīga izmantošana) lietu izvērtēšanas procesā. Līdz šim KP nav vērtējusi tirgus dalībnieku pozīcijas šādā griezumā (proti, vai *Big data* esamība rada uzņēmumam konkurences priekšrocības), bet nākotnē, visticamāk, saskarsies arī ar šo jautājumu, it īpaši tādos tirgos kā finanses, apdrošināšana, medicīna un digitālie pakalpojumi.

Zemākas cenas, lielāka izvēle, augstāka kvalitāte ir būtiskākie konkurences ieguvumi. Līdz ar to ir svarīgi, lai jebkurā tirgū pastāvētu sīva konkurence. Tieši tādēļ KP turpinās aktīvi rīkoties, lai nodrošinātu, ka godīgas konkurences process Latvijā attīstās.



Konkurences padome

Uzziņa un saziņa

ātri – @KPgovLV par jaunumiem īsumā

populāri – Facebook: [Konkurences padome](#)

profesionāli – @LinkedIn profesionāļu viedokļi un darba iespējas

detalizēti – www.kp.gov.lv iepazīstoties ar iestādes lēmumiem, vadlīnijām, skaidrojumiem un citiem materiāliem

koncentrēti – piesakoties saņemt iestādes apkārtrakstu "Konkurence Tuvplānā"

personīgi – piesakot bezmaksas semināru savā asociācijā, uzņēmumā vai pašvaldībā

anonīmi – ziņojot par pārkāpumiem www.kp.gov.lv

klasiski – uzdodot jautājumus telefoniski (6728 2865) vai elektroniski (konkurence@kp.gov.lv)

klātienē – Brīvības ielā 55, Rīgā, LV-1010