



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. 11

(Prot. Nr.15, 2. §)

2013. gada 18.martā

Par lietas izpētes izbeigšanu

Lieta Nr.p/11/03.02./6

Par Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 1.punktā

noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „Latvija Statoil”, SIA „Neste Latvija” un SIA „Lukoil Baltija R” darbībās

Konkurences padome no 26.02.2010. līdz 17.03.2011. veica Degvielas mazumtirdzniecības tirgus uzraudzību (turpmāk – tirgus izpēte), kuras laikā izvērtēja, t.sk., naftas produktu benzīna (95 E) un dīzeļdegvielas cenu veidošanos un izmaiņas tirgū. Konkurences padome konstatēja, ka degvielas mazumtirdzniecības tirgū tirgus dalībnieku cenu izmaiņas ir paralēlas. Iegūtā informācija liecināja, ka tirgus dalībnieki seko viens otra cenu izmaiņām, tādējādi, iespējams, realizējot saskaņotas darbības, lai izslēgtu konkurenci tirgus dalībnieku starpā, pārkāpjot Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 1.punktā noteikto vienošanās aizliegumu.

Nemot vērā minēto, Konkurences padome 17.03.2011. ierosināja lietu Nr.p/11/03.02/6 „Par Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 1.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „Latvija Statoil”, SIA „Neste Latvija” un SIA „Lukoil Baltija R” darbībās” (turpmāk – Lieta).

SIA „Latvija Statoil” (no 11.05.2012. SIA „Statoil Fuel & Retail Latvia”, turpmāk - Statoil) ir reģistrēta Latvijas Republikas komercreģistrā ar vienoto reģ.Nr.40003064094, juridiskā adrese: Dunties iela 6, Rīga, Latvija, LV-1013.

SIA „Neste Latvija” (turpmāk – Neste) ir reģistrēta Latvijas Republikas komercreģistrā ar vienoto reģ.Nr.40003132723, juridiskā adrese: Bauskas iela 58a, Rīga, Latvija, LV-1004.

SIA „Lukoil Baltija R” (turpmāk – Lukoil) ir reģistrēta Latvijas Republikas komercreģistrā ar vienoto reģ.Nr.40003134777, juridiskā adrese: Alīses iela 3, Rīga, Latvija, LV-1046.

Pamatojoties uz Konkurences likuma 26.panta septīto daļu, 04.03.2013. Neste, Statoil, Lukoil tika nosūtīti paziņojumi par lēmuma pieņemšanai nepieciešamo faktu konstatēšanu, vienlaicīgi aicinot desmit dienu laikā no vēstules saņemšanas iepazīties ar lietas materiāliem, izteikt viedokli un iesniegt papildus informāciju. Procesa dalībnieki izmantoja savas tiesības iepazīties ar Lietu.

Saskaņā ar Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesas 11.05.2011. lēmumu (lieta Nr.3-12/1095/15-2011) Konkurences padomes amatpersonas 16.05.2011. veica Konkurences likuma 9.panta piektās daļas 4. un 5. punktā paredzētās izmeklēšanas darbības (turpmāk – izmeklēšanas darbības) Statoil, Neste un Lukoil telpās, kuru laikā tika izņemta elektroniskā informācija un tika saņemti paskaidrojumi no tirgus dalībniekiem. Lietā papildu iegūta informācija no SIA „Svilpji”, SIA „GSG”, LR Uzņēmumu reģistra un LR Valsts ieņēmumu dienesta.

Ņemot vērā izmeklēšanas darbību laikā un papildus iegūto informāciju, Konkurences padome

konstatēja:

1. Konkrētais tirgus

Konkrētais tirgus Konkurences likuma 1.panta 4.punkta izpratnē ir konkrētās preces tirgus, kas izvērtēts saistībā ar konkrēto ģeogrāfisko tirgu. Atbilstoši Konkurences likuma 1.panta 5.punktam konkrētās preces tirgū tiek ietverts arī to preču kopums, kuras var aizstāt šo noteikto precī konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū, ņemot vērā pieprasījuma un piedāvājuma aizstājamības faktoru, preču pazīmes un lietošanas īpašības. Savukārt atbilstoši Konkurences likuma 1.panta 3.punktam ģeogrāfiskais tirgus ir ģeogrāfiska teritorija, kurā konkurences apstākļi konkrētās preces tirgū ir pietiekami līdzīgi visiem šā tirgus dalībniekiem, un tādēļ šo teritoriju var nošķirt no citām teritorijām.

Dažādi auto degvielas veidi ir nošķirami no pieprasījuma puses, jo autobraucējam ir nepieciešama tā automašīnas dzinējam paredzētā degviela, tomēr no piedāvājuma puses visa veida benzīns un dīzeļdegviela ir savstarpēji aizstājama¹, jo tirgus dalībnieki mazumtirdzniecībā piedāvā šos produktus vienuviet. Ievērojot iepriekšminēto un līdzšinējo praksi², Konkurences padome Lietā par konkrētās preces tirgu nosaka benzīna un dīzeļdegvielas mazumtirdzniecības tirgu.

Konkurences padome līdzšinējā praksē, definējot ģeogrāfisko tirgu, ir secinājusi, ka benzīna un dīzeļdegvielas mazumtirdzniecības tirgus ir ģeogrāfiski ierobežots, kur pieprasījumu veido konkrētās teritorijas iedzīvotāji³ vai autobraucēji, kas pārvietojas pa konkrēto autoceļa posmu.⁴ Vienlaicīgi secināms, ka degvielas mazumtirgotāji, lai nodrošinātu plašāku piedāvājumu un piesaistītu vairāk klientus, degvielas mazumtirdzniecību cenšas nodrošināt maksimāli plašāka degvielas uzpildes staciju (turpmāk – DUS) tīkla ietvaros, kas aptver vairākas ģeogrāfiskas teritorijas. Turklāt komersantiem vai publiskām iestādēm, kas savu darbību veic dažādās teritorijās vai visā Latvijas teritorijā, ir pieprasījums pēc plašāka degvielas tirgotāja DUS ģeogrāfiskā izvietojuma nevis tikai konkrētas teritorijas (pilsēta, autoceļš) robežās. Tādēļ pietiekami līdzīgi konkurences apstākļi pastāv tirgus dalībniekiem, kuriem ir izveidots DUS tīkls. Ņemot vērā, ka aizliegta vienošanās ietekmē visas autobraucēju grupas, Lietā par konkrēto ģeogrāfisko tirgu nosakāma gan visa Latvija, gan reģionālie tirgi. Tā kā Lietā tiek izvērtētas iespējamās pārkāpuma pazīmes visā Latvijā, Lietas ietvaros konkrētais ģeogrāfiskais tirgus ir jebkura ģeogrāfiska teritorija, kurā konkurē Statoil, Neste un Lukoil vai divi no minētajiem tirgus dalībniekiem. Konkurences padome lēmumā neuzskaita reģionālos tirgus, bet, izvērtējot Valsts ieņēmumu dienesta publiskajā datubāzē norādīto informāciju par degvielas tirgotāju darbības vietām,⁵ kā arī līdzšinējo praksi⁶, konstatē, ka

¹ Skatīt, piemēram, KP 09.12.2001. lēmumu Nr.50 „Par SIA Latvija Statoil” un SIA „Shell Latvia” apvienošanu”

² KP lēmums 21.11.2007. lēmums Nr.157 KP 31.05.2006. lēmums Nr.51, KP 14.09.2007. lēmums Nr.111, KP 14.09.2007. lēmums Nr.112

³ KP 31.05.2006. lēmums Nr.51

⁴ KP 22.10.2006. lēmums Nr.115

⁵ http://www6.vid.gov.lv/VID_PDB/AP

Statoil, Neste un Lukoil darbība pārklājas gan Latvijā kopumā, gan noteiktos reģionālajos tirgos.⁷ Tādēļ Statoil, Neste, Lukoil ir konkurenti un to darbības ir izvērtējamas atbilstoši Konkurences likuma 11.panta pirmajai daļai.

2. Saskaņotu darbību aizliegums un piemērojamās tiesību normas

2.1. Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā ietvertais aizliegums

Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 1.punkts nosaka, ka ir aizliegtas un kopš noslēgšanas brīža spēkā neesošas tirgus dalībnieku vienošanās, kuru mērķis vai sekas ir konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana Latvijā, to skaitā vienošanās par tiešu vai netiešu cenu vai tarifu noteikšanu jebkādā veidā vai to veidošanas noteikumiem, kā arī par tādas informācijas apmaiņu, kura attiecas uz cenām vai realizācijas noteikumiem.

Konkurences likuma 1.panta 11.punkts nosaka, ka vienošanās ir divu vai vairāku tirgus dalībnieku līgums vai saskaņota darbība, kurā tirgus dalībnieki piedalās, kā arī lēmums, ko pieņēmusi tirgus dalībnieku apvienība.

Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 6.punktu konkurence ir pastāvoša vai potenciāla ekonomiskā (saimnieciskā) sāncensība starp diviem vai vairākiem tirgus dalībniekiem konkrētajā tirgū. Sāncensība nenotiek un konkurence ir izslēgta, ja konkurenti saskaņo savus plānus vai dara tos zināmus viens otram.

Konkurences likuma 11.panta piemērošana netiek ierobežota tikai ar divpusēji vai daudzpusēji noslēgtu līgumu. Konkurences likums ir piemērojams arī tirgus dalībnieku sadarbībai, kura tiek sasniegta ar neformālas sapratnes palīdzību, un to sauc par saskaņotu darbību.

Tādējādi vienošanās ir arī jebkurā citā formā panākta un īstenota sadarbība starp konkurentiem, kuras ietvaros notiek apmaiņa ar informāciju par cenām vai to veidošanās noteikumiem, jo šāda darbība pēc sava mērķa ir vērsta uz konkurences mazināšanu, t.i., kavēšanu, ierobežošanu vai deformēšanu, starp konkurentiem.

Viens no konkurences pastāvēšanas pamatnosacījumiem – katram tirgus dalībniekam sava komerciālā politika jānosaka neatkarīgi. Šis princips izriet ne tikai no Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas, bet arī no Eiropas Savienības konkurences tiesībām. Tai pašā laikā tirgus dalībnieks ir tiesīgs piemēroties tirgus apstākļiem, taču ir aizliegti jebkuri kontakti starp tirgus dalībniekiem, kuru mērķis vai sekas ir ietekmēt esošā vai potenciālā konkurenta rīcību tirgū vai atklāt konkurentam savu plānoto rīcību, lai piemērotos tirgus apstākļiem. Līdzīgu nostāju ir paudusi Eiropas Savienības Tiesa (turpmāk – EST) lietā *Suiker Unie v. Commission*.⁸

2.2. Saskaņotas darbības un paralēla uzvedība

Tirgus dalībnieku vienāda rīcība (piemēram, vienlaicīga cenu paaugstināšana, līdzīgu nosacījumu atlaižu piedāvāšana) var būt pierādījums tam, ka tirgus dalībnieki apmainās ar informāciju. Vienlaikus katrs konkurents, lai saglabātu konkurētspēju, ir maksimāli ieinteresēts vienpusēji novērot citu konkurentu ārējo uzvedību tirgū. Tādējādi vienādas rīcības cēlonis var būt arī tirgus apstākļi.

Tirgus dalībnieki, kuri veic komercdarbību caurskatāmā tirgū (piemēram, ir viendabīgs (homogēns) produkts, komersantu cenas ir publiski pieejamas un samērā viegli un operatīvi novērojamas no konkurentu puses), kur ir oligopola tirgus struktūra, parasti līdz noteiktam līmenim var spēt novērtēt un paredzēt iespējamo konkurentu darbības, proti, kā konkurents uzvedīsies un reaģēs uz tā rīcību. Šādos tirgos konkurentiem var nebūt tiešā veidā

⁶ KP lēmums 21.11.2007. lēmums Nr.157 KP 31.05.2006. lēmums Nr.51, KP 14.09.2007. lēmums Nr.111, KP 14.09.2007. lēmums Nr.112

⁷ KP 25.06.2008. lēmums Nr.70

⁸ Apvienotās lietas Nr. C-40 līdz 48, 50, 54 līdz 56, 111, 113 un 114/73 *Cooperative Vereniging „Suiker Unie” UA and others v. Commission of the European Communities*

jāvienojas par savas plānotās darbības atklāšanu, tā kā viņi savā darbībā ir savstarpēji atkarīgi un pastāv iespējas sekot konkurentu darbībām. Paralēla uzvedība pie noteiktiem tirgus apstākļiem var būt racionāla reakcija uz konkrētā tirgus pazīmēm.

Vienlaikus arī caurskatāms tirgus, kaut arī ierobežo, tomēr neizslēdz iespēju rīkoties neatkarīgi. Turklāt katrs konkurents brīvas konkurences apstākļos ir ieinteresēts mazināt iespēju citiem prognozēt tā rīcību tirgū, tādējādi izmantot tādus konkurences rīkus (t.sk., dažādot mārketinga stratēģijas), kas ierobežo iespēju prognozēt tā rīcību tirgū un citam konkurentam ātri pielāgoties tai. Tādējādi normālos tirgus apstākļos vienlīdz loģiska ir arī tirgus dalībnieka interese mazināt paralēlas reakcijas iespēju no konkurentu puses ar „slēptiem” vai grūtāk paredzamiem konkurences rīkiem. Tādējādi paralēlisms kopumā neizslēdz iespēju, ka tirgus dalībnieki atsevišķos darbības posmos ir motivēti īstenot konkurences iespējas arī slēpti.

2.3. Paralēlas uzvedības pazīmes un tās izskaidrojums

EST lietā *Suiker Unie* un *Zuchner*⁹ ir norādījusi, ka Līguma par Eiropas Savienības darbību (turpmāk – LESD) 101.panta pirmā daļa nekavē tirgus dalībniekam „inteliģenti” pielāgot savu uzvedību eksistējošai vai paredzamai konkurenta darbībai/uzvedībai. EST uzskata, ka paralēla cenas noteikšana oligopola tirgū ražotām viendabīgām precēm pati par sevi nav pietiekams pierādījums saskaņotai praksei, tomēr paralēla uzvedība var veidot stingrus pierādījumus par darbību saskaņošanu, ja konkurence nav uzskatāma par atbilstošu normāliem tirgus apstākļiem, ņemot vērā produkta dabu, tirgus dalībnieku skaitu un tirgus apjomu¹⁰. Lietā *Woodpulp II* EST nolēma, ka paralēlu uzvedību nevar uzskatīt par pierādījumu saskaņotai darbībai, izņemot gadījumus, kad saskaņota darbība ir vienīgais izskaidrojums šādai uzvedībai.¹¹ No tā izriet, ka, pastāvot ticamam paralēlas uzvedības izskaidrojumam saistībā ar tirgus struktūru un nosacījumiem vai produkta raksturu, tā nav uzskatāma par saskaņotu darbību.

Vienlaikus EST uzskata, ka secinājumi nav viennozīmīgi, ja ir iegūti papildu pierādījumi par kontaktiem starp tirgus dalībniekiem, piemēram, par vēlamo cenu maiņu pirms pielāgošanās jaunajai cenai, vai apmaiņu ar informāciju, kas nostiprinātu šādas izmaiņas.¹²

Jebkurā gadījumā vienošanās starp konkurentiem par sekošanu vai cenas līdera izvēli nozīmētu Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas pārkāpumu.

Tāpat, vērtējot paralēlu uzvedību kopsakarā ar tirgus struktūru, EST ir atzinusi, ka dažos oligopola tirgos konkurenti var būt savstarpēji atkarīgi. Pēc konkrētā tirgus izvērtējuma *Woodpulp II* lietā EST secināja, ka normāla tirgus reakcija ir vairāk ticams izskaidrojums cenu vienveidībai nekā saskaņota darbība.

Oligopols tradicionāli tiek definēts kā tirgus struktūra, kur tirgū ir tikai daži piegādātāji¹³. No tirgus ekonomikas viedokļa nozīmīga ir tirgus vara, kas nozīmē, ka tirgus dalībnieks var (individuāli vai kolektīvi) samazināt produkcijas izlaidi vai paaugstināt cenas par sliktu patērētājam.¹⁴ Oligopola tirgū tirgus struktūra ļauj konkurentiem savu novērot vienam otru, kā rezultātā tie ir ierobežoti sacensties tikai ar mārketinga stratēģiju.¹⁵

Tādā veidā, ja nepieciešamie nosacījumi pastāv (tirgus caurredzamība, tirgus struktūra, produkta vienveidība), tirgus dalībnieki viendabīgā oligopola tirgū ir tendēti uz

⁹ Lieta Nr.172/80 *Gerhard Züchner v Bayerische Vereinsbank AG*.

¹⁰ Lieta Nr.48/69 *Imperial Chemical Industries Ltd (ICI) v Commission*, 66.punkts

¹¹ Apvienotās lietas Nr.C-89/85, C-104/85, C-114/85, C-117/85 un C-125/85 līdz C-129/85, *A.Ahlstrom Osakeyhtiö e.a. (Woodpulp II)*, 71.punkts

¹² Turpat, kā arī lietā Nr.T-202/98 *Tate & Lyle v Commission (British Sugar)*, 34-46.punkts

¹³ Faull J. and Nikpay A. (1999): *The EC Law of Competition*, Oxford University Press, Oxford, 24.lpp.

¹⁴ Whish R. (2003): *Competition Law*, Lexis Nexis, 504-505.lpp.

¹⁵ Turpat, 506-507.lpp

savstarpēju sekošanu un paralēlismu, kas var radīt priekšstatu par konkurences neesamību tirgū. Jāvērtē tirgus dalībnieka rīcības modeļi tirgū.

Papildus paralēlai uzvedībai ir jākonstatē netiešie pierādījumi (piemēram, uzvedība ir neracionāla, salīdzinot ar tirgu, kurā pastāv konkurence, uzvedība norāda par atkāpšanos no ilglaicīgas esošas komercdarbības prakses, kas vērtējot kopā ar paralēlām darbībām liecinātu par saskaņotu darbību (arī nerakstītā formā) esamību. Pēc būtības šis vērtējums ietver tirgus dalībnieku faktiskās rīcības salīdzinājumu ar konkrētā tirgus hipotētisko attīstību, kas balstīta uz tirgus objektīvajiem apstākļiem (piemēram, individuālajām izmaksām, pieprasījuma/piedāvājuma izmaiņām), kur pastāv konkurence.

Ja konkrētā tirgus faktiskā darbība ir optimāla tirgus dabiskajiem apstākļiem un pastāv šaubas, ka tirgus dalībnieku starpā varētu būt apzināta konkurenci ierobežojoša rīcība, tirgus dalībnieku saimnieciskās darbības paralēlisms nav uzskatāms par saskaņotu darbību.

3. Statoil, Neste un Lukoil degvielas mazumtirdzniecības cenu korelācija

Izvērtējot Statoil, Lukoil un Neste noteiktās cenas un to izmaiņas konkrētos DUS laika periodā no 01.12.2009. līdz 30.04.2011, Konkurences padome konstatē, ka:

- 1) periodiski atsevišķos Statoil, Neste un Lukoil DUS noteiktā mazumtirdzniecības cena ir zemāka nekā vairumā gadījumu citos DUS. (*), cenu izmaiņas tiek veiktas retāk, ir atšķirīgs korekciju lielums un laika periods, kādā tiek veiktas izmaiņas. (*)
- 2) Starp Statoil pilna servisa DUS, Lukoil DUS un Neste DUS mazumtirdzniecības cenām (*) pārsvarā ir vērojams noteikts cenas intervāls - (*). Veicot cenu izmaiņas, izmainās arī intervāls, jo izmainās viena tirgus dalībnieka cenas līmenis attiecībā pret pārējo tirgus dalībnieku cenu līmeni. Intervāla izmaiņas ir īslaicīgas ar atsevišķiem izņēmumiem, (*).
- 3) Statoil, Neste un Lukoil cenu korekcijas konkrētā reģionā pārsvarā veic par vienādu summu, (*). Starp konkrētiem reģioniem var atšķirties korekciju summas.
- 4) (*) cenu izmaiņas veic visbiežāk, piemēram, ja (*) veic cenu korekcijas vidēji no 20-40 reizēm mēnesī, tad (*) no 6 - 10 reizēm, bet (*) no 4-10 reizēm (*);
- 5) Ja (*) paaugstina cenu un (*) un (*) nav sekojuši cenu paaugstinājumam, (*) samazina savu cenu līdz iepriekšējam līmenim. Līdzīgi ir gadījumi, kad iniciatore cenu paaugstināšanai ir bijusi (*). Vienam tirgus dalībniekam samazinot cenu, ar atsevišķiem izņēmumiem, pārējie seko un samazina savas cenas par to pašu summu. (*)
- 6) (*) un (*) savstarpēji seko (*) intervālu, atsevišķos gadījumos ilgāk, (*) veic atbilstošās korekcijas (*) laikā (*).

Izvērtējot dienā vidējo degvielas mazumtirdzniecības cenu izmaiņas Statoil, Neste un Lukoil, secināms, ka cenu korelācija, galvenokārt, ir paralēla. Tomēr konkrētos laika periodos Statoil, Lukoil un Neste cenas ir mainītas vairākas reizes dienā. Veicot cenu izmaiņu analīzi DUS konkrētos reģionos, Konkurences padome konstatē gadījumus, kad cenu intervāli atšķiras no intervāliem citos DUS, kas tiek saglabāti ilgākā laika periodā, un tiek noteiktas atšķirīgas cenas Rīgā un atsevišķās Latvijas pilsētās. Ņemot vērā iepriekšminēto, konstatējami gadījumi, kad tirgus dalībnieki neseko viens otra cenu izmaiņām un cenu izmaiņu iniciators vienmēr nav viens un tas pats tirgus dalībnieks. Neatkarīgi no iepriekšminētā konstatējams, ka Statoil, Lukoil un Neste cenu izmaiņas veic līdzīgi, proti, paaugstinot vienam tirgus dalībniekam, pārējie tirgus dalībnieki, galvenokārt, paaugstina savas cenas par to pašu lielumu, identiskas darbības tiek veiktas arī pie cenu samazināšanas, kas apliecina paralēlas darbības.

4. Tirgus struktūra

Statoil, Neste un Lukoil ir lielākie Latvijas degvielas mazumtirgotāji ar plašu DUS tīklu. Minētie tirgus dalībnieki ir vertikāli integrēti, proti, ir arī degvielas vairumtirdzniecības

tirgus dalībnieki. DUS izvietojums ir svarīgs faktors klientu piesaistē, tāpēc ir svarīgi DUS izvietot ģeogrāfiski izdevīgās vietās. Statoil, Neste un Lukoil DUS pārsvarā ir izvietotas Latvijas pilsētās un pie autoceļiem. Lielākā daļa DUS izvietotas Rīgā, kas ir pieprasījuma ziņā lielākais tirgus.

Atbilstoši Konkurences padomes 11.08.2011. lēmumā Nr.55¹⁶ un Konkurences padomes 15.02.2013. lēmumā Nr.6¹⁷ konstatētajam (*)

Tabula Nr.1

Lielāko degvielas mazumtirdzniecības tirgus dalībnieku tirgus daļas, %, Latvijas teritorijā

	Uzņēmums	2007.g.	2008.g.	2009.g.	2010.g.	2011.g.	2012.g. 9 mēn.
1.	Statoil	(*) (<30)	(*) (<40)	(*) (<40)	(*) (<30)	(*) (<30)	(*) (<30)
2.	Neste	(*) (<20)	(*) (<20)	(*) (<30)	(*) (<30)	(*) (<20)	(*) (<30)
3.	Lukoil	(*) (<20)	(*) (<20)	(*) (<20)	(*) (<20)	(*) (<20)	(*) (<20)
4.	AS „Virši A”	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)
5.	SIA „East West Transit”	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)
6.	SIA „Viada”	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)
7.	SIA „Astarte Nafta”	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)
8.	SIA „Apartis”	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)	(*) (<10)

Kopumā secināms, ka Neste un Lukoil tirgus daļām ir tendence pieaugt, Statoil tirgus daļas svārstās, ar nelielu tendenci samazināties. Statoil, Neste un Lukoil tirgus daļu izmaiņas parāda, ka tirgū nepastāv konkurentu akceptēts līdzsvars attiecībā uz nemainīgu tirgus daļu saglabāšanu. Tas norāda uz minēto konkurentu komerciālo interesi attīstīt savus tīklus, kas rada potenciālās konkurences draudus jebkuram no citiem konkurentiem, t.sk., Statoil. Lai gan SIA „Virši A” un SIA „East West Transit” tirgus daļām ir tendence nedaudz pieaugt, pārējo tirgus dalībnieku tirgus daļas neliecina, ka kāds no minētajiem tirgus dalībniekiem veidotu būtisku konkurenci Statoil, Neste un Lukoil. Konkurences padome secina, ka pie esošās tirgus struktūras, pastāvot tirgū trīs lieliem līdzvērtīgiem konkurentiem, Statoil, Neste un Lukoil ir motivētas rīkoties veidā, kas raksturīgs oligopola tirgum.

5. Tirgus caurskatāmība un ietekme uz degvielas mazumtirdzniecības cenām

5.1. Tirgus caurskatāmība

Saskaņā ar Ministru kabineta 26.09.2000. noteikumiem Nr.332 „Noteikumi par benzīna un dīzeļdegvielas atbilstības novērtēšanu” auto degvielas kvalitātes rādītāju normas ir reglamentētas, tādējādi Latvijas tirgū nonāk līdzīgas kvalitātes auto degviela. Auto degviela ir viendabīgs produkts, kas paredzēta noteiktai patērētāju grupai – automašīnu lietotājiem. Tās pieprasījuma aizvietojamība starp piedāvātājiem ir būtiska.

¹⁶ Par SIA „Lukoil Baltija R” un SIA „Augstceltne” apvienošanu

¹⁷ Par SIA „East-West Transit”, SIA „Baltijas Degviela” un SIA „Baltijas Nafta” apvienošanās ziņojumu

Degvielas cenas tiek norādītas DUS, līdz ar to, raugoties no cenu viedokļa, degvielas tirgus ir vērtējams kā ļoti caurskatāms. Ņemot vērā degvielas kā produkta viendabīgumu, patērētājam ir viegli pārslēgties uz citu degvielas tirgotāju, ja tam ir pievilcīgāks piedāvājums. Tādēļ degvielas mazumtirgotāji ir ieinteresēti iespējami ātri reaģēt uz konkurentu cenu izmaiņām.

Degvielas iepirkuma cenas ir pietiekami caurredzamas, lai konkurenti spētu pietiekami skaidri nojaust cita iespējas konkurēt ar degvielas cenu. Degvielas realizācijas tehnoloģijas uzņēmumiem ir ļoti līdzīgas, kā rezultātā samērā precīzi var zināt konkurentu izmaksu struktūru un aprēķināt uzcenojuma, t.sk. peļņas procentu, līdz ar to uzņēmuma spēku. Degvielas tirgus ir viendabīgs, un degvielas tirgotāji var viegli izsekot līdz konkurentu paplašināšanās aktivitātēm, kā arī pārzina konkurentu DUS izvietojumu. Degvielas tirgū plaši tiek izmantotas atlaides, ar ko degvielas tirgotāji cenšas piesaistīt klientus savam uzņēmumam. Atlaides tiek piedāvātas fiziskām un juridiskām personām. Atlaides fiziskām personām tiek noteiktas, pamatojoties uz DUS mazumtirdzniecības cenu, un ir publiski zināmas. Atlaižu apmērs par katru nopirkto degvielas litru fiziskām personām var būt atkarīgs gan no iegādātā degvielas apjoma, gan noteikts kā fiksēts neatkarīgi no nopirktā apjoma. Atlaižu apmērs juridiskām personām tiek noteikts individuāli atkarībā no patērētā apjoma un nav publiski zināms. Tomēr, kā liecina informācija Lietuvā, arī konkurentu informācija par to piemērotajām atlaidēm un to noteikšanas principi juridiskām personām ir pietiekami precīzi zināmi konkurentiem bez tiešas savstarpējas komunikācijas un informācijas apmaiņas.

5.2. Statoil, Neste un Lukoil savstarpējie novērojumi

Saskaņā ar Lietuvā esošajiem pierādījumiem, Statoil, Neste un Lukoil katra atsevišķi veic konkurentu mazumtirdzniecības cenu novērošanu un uzskaiti. Konkurenti ik dienu savstarpēji seko līdz mazumtirdzniecības cenas izmaiņām, kas ir publiski pieejamas DUS. (*) Pamatojums konkurentu cenu novērošanai ir uzņēmuma konkurētspējas nodrošināšana. Tirgus dalībnieki apzinās savstarpējo atkarību cenu ziņā, līdz ar to, vienam tirgus dalībniekam paaugstinot vai pazeminot savu mazumtirdzniecības cenu, izmainās tā konkurētspēja pret pārējiem tirgus dalībniekiem.

(*)

Statoil, Neste un Lukoil, novērojot konkurentu veiktās cenu korekcijas, noskaidro, vai konkurenti ir sekojuši to veiktajām cenu korekcijām. Ja nav sekojuši, tad vairumā gadījumu cenu korekcijas tiek atceltas, proti cena tiek atgriezta iepriekšējā līmenī. Kā liecina cenu korelācija, vairumā gadījumu Statoil, Neste un Lukoil seko konkurentu veiktajām cenu izmaiņām, katram konkurentam saglabājot savu cenu līmeni.

Tirgus dalībnieki seko līdz ne tikai konkurentu cenām un to izmaiņām, bet arī citām konkurentu klientiem piedāvātām atlaidēm un mārketinga aktivitātēm.

Lietuvā esošie pierādījumi norāda, ka praksē katrs uzņēmums atsevišķi veic konkurentu cenu uzraudzību un uzskaiti, tas notiek katru dienu, citreiz pat biežāk, atrodoties tuvu viens otram, cenu novērošana ir ļoti viegla. (*) Šī savstarpējā cenu novērošana bez tiešas komunikācijas nav Konkurences likuma pārkāpums. Statoil, Neste un Lukoil rīcībā ir patstāvīgi atjaunināta informācija par konkurējošiem uzņēmumiem un to cenām. Minētais jau tā caurskatāmā tirgū rada Statoil, Neste un Lukoil augstu cenas pārskatāmības līmeni, tieši savstarpēji nekomunicējot.

5.3. Statoil, Neste un Lukoil cenu politika

Saskaņā ar Statoil sniegto informāciju Statoil pieņemot lēmumu par cenas korekciju, izvērtē (*).

Statoil fiziskām personām, kas izmanto Statoil atlaižu karti, piemēro cenu atlaides no 0,7 santīmiem līdz 1,5 santīmiem par degvielas litru atkarībā no patērētā apjoma. Juridiskām personām tiek piemērotas individualizētas cenu atlaides. Statoil piedāvā patērētājiem īstermiņa mārketinga akcijas, kas ir orientētas gan uz degvielas cenas samazinājumu, gan

dažādiem papildu labumiem (piemēram, Statoil atlaižu karte nodrošina papildu labumus (atlaides) auto mazgāšanai).

Saskaņā ar Lukoil sniegto informāciju tā mazumtirdzniecības cenu ietekmē (*).

Lukoil personām, kas izmanto Lukoil atlaižu karti, piemēro cenu atlaides par degvielas litru atkarībā no patērētā apjoma. Cenu atlaides piešķiršanas sliekšnis ir no (*) līdz (*) litrā no mazumtirdzniecības cenas degvielas uzpildes stacijā. (*)

Lukoil piedāvā vairākas īstermiņa vai ilgtermiņa papildu akcijas vai atlaides, vai uzkrājumu veidošanas iespējas pie sadarbības partneriem.

Neste degvielas mazumtirdzniecības cenas kalkulācijas galvenie kritēriji, kuri tiek ņemti vērā, nosakot cenu: (*).

(*)

Atbilstoši Neste sniegtajai informācijai fiziskajām personām, kas izmanto Neste klienta karti, piemēro viena santīma atlaidi par vienu degvielas litru neatkarīgi no patērētā degvielas apjoma. Karšu klientiem (juridiskās un fiziskās personas) var tikt piedāvāta fiksētā, progresīvā atlaide vai speciālā atlaide, kas katra ir piesaistīta kādam konkrētam patērētajam degvielas apjomam. (*)

Ievērojot iepriekšminēto, tirgus dalībnieku lēmums par mazumtirdzniecības cenu korekciju tiek pieņemts, ņemot vērā ar konkrēto uzņēmumu tieši saistītās izmaksas un konkurentu uzvedību konkrētajā tirgū.

Statoil, Neste un Lukoil ir noteikuši atšķirīgas darbības stratēģijas, proti, pilna servisa DUS un automātiskā DUS. Automātiskajās DUS ir zemākas realizācijas izmaksas, līdz ar to ir zemāka cena. Lietā tirgus dalībnieki ir snieguši informāciju, ka klientiem tiek piedāvāts atšķirīgs servisa līmenis, ļaujot klientam izvēlēties starp DUS veidiem – pilna servisa vai automātiskā DUS. Neste piedāvā zemākas degvielas cenas bez apkalpojošā servisa, savukārt Statoil un Lukoil blakus pamatproduktam - degvielai - piedāvā apkalpojošo servisu.

Uzņēmumi, piedāvājot apkalpojošo servisu un dažādu papildu produktu tirdzniecību (pārtikas un autopiederumu tirdzniecība, par ko patērētājs maksā atsevišķi), diferencē sniegto pakalpojumu un rada atšķirīgus nosacījumus pakalpojuma saņemšanai. Savukārt cenas diferenciacija tiek balstīta uz katra uzņēmuma ieņemto tirgus nišu un noteikto cenu līmeni, kā arī konkrētajā brīdī spēkā esošām atmaidēm. Degvielas mazumtirdzniecības cena tiek „individualizēta” katram uzņēmumam atsevišķi, piemērojot konkrētajai personai (fiziskai vai juridiskai personai) piekrītošās atlaides, kas tiek aprēķinātas, vadoties no tā brīža noteiktās mazumtirdzniecības cenas vai citiem konkrētajā brīdī pastāvošiem „labumu” saņemšanas nosacījumiem. Statoil, Neste un Lukoil ir norādījuši, ka to atlaižu sistēmu izmanto būtisks skaits klientu, proti, (*), tāpat atlaides pamatā izmanto lielākā daļa klientu.

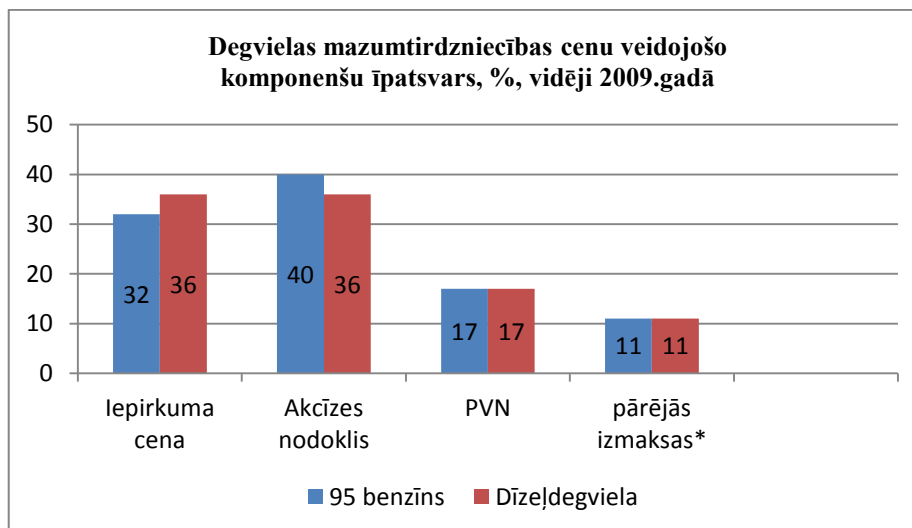
6. Statoil, Neste un Lukoil degvielas cenu un izmaksu salīdzinājums

Degvielas mazumtirdzniecības cenu veido – iepirkuma cena, akcīzes nodoklis, pievienotās vērtības nodoklis (PVN) un citas izmaksas (termināla, transporta, DUS uzturēšanas, administratīvās izmaksas, kā arī katra uzņēmuma noteiktais peļņas lielums).

Mazumtirdzniecības degvielas cenu veidojošo komponentu īpatsvars (%) Statoil, Neste un Lukoil vidēji 2009.gadā ir attēlots tabulā Nr. 2. un attēlā Nr.1

Tabula Nr.2

Statoil, Neste un Lukoil mazumtirdzniecības degvielas cenu veidojošo komponentu īpatsvars (%), vidēji 2009.gadā, 95 benzīns un dīzeļdegviela (*)



*- termināla, transporta, DUS uzturēšanas, administratīvās izmaksas, peļņa

Ņemot vērā tabulā Nr.2 atspoguļotos datus, konstatējams, ka lielāko daļu 89-90% no degvielas mazumtirdzniecības cenas veido iepirkuma cena, akcīzes nodoklis un PVN. Pārējās izmaksas vidēji veido 10-11 % no mazumtirdzniecības cenas.

2009.gadā ir pieaugušas degvielas mazumtirdzniecības cenas, salīdzinot cenas 01.01.2009. ar cenu 15.12.2009. – (*).

Mazumtirdzniecības cenu pieaugumu ir ietekmējis gan iepirkuma cenas pieaugums, gan nodokļu pieaugums, proti 2009.gadā ir pieaudzis akcīzes nodoklis 95 benzīnam par Ls 0,028 jeb 12% un dīzeļdegvielai par 0,041 Ls jeb 21% un PVN vidēji par Ls 0,03. (*).

Vidējais uzņēmumu noteiktais uzcenojums 2009.gadā virs iepirkuma cenas un nodokļiem (*).

2009.gadā Statoil, Neste un Lukoil ir veikuši degvielas piegādes: (*).

Vērtējot degvielas vidējās mēneša iepirkuma cenas un Platts cenas korelāciju 2009.gadā, secināms, ka Statoil, Neste un Lukoil iepirkuma cena svārstās līdzīgi Platts cenas svārstībām.

Konkurences padomes veiktā regresijas analīze, kurā tika izmantota Statoil, Neste un Lukoil degvielas mazumtirdzniecības cena, Platts cena un Ls/USD valūtas kurss, liecina, ka starp iepriekšminētajiem rādītājiem pastāv cieša korelācija. Platts cenas un ASV dolāra kursa izmaiņas līdzīgi izskaidro mazumtirdzniecības cenas izmaiņas, kas norāda, ka Platts cenai un ASV dolāra kursam ir būtiska ietekme uz degvielas tirgotāju noteikto degvielas mazumtirdzniecības cenu.

Izvērtējot Statoil, Neste un Lukoil cenu un izmaksu struktūru, kā arī ņemot vērā ciešo korelāciju starp Statoil, Neste un Lukoil mazumtirdzniecības cenām, Platts cenu un ASV dolāra kursa ietekmi, Lietā vērtētajā laika periodā nav konstatējama tirgus situācijai neatbilstošas prakses piemērošana, nosakot degvielas mazumtirdzniecības cenas. Uzņēmuma vidēji noteiktais uzcenojums neliecina par pārmērīgas peļņas esamību. Ir pieaugušas gan iepirkuma cenas, gan nodokļi, kas ir ietekmējis mazumtirdzniecības cenas pieaugumu.

7. Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 1.punktā noteiktā pārkāpuma sastāva izvērtējums

7.1. Konkurences likuma 1.panta 11.punkts nosaka, ka vienošanās ir divu vai vairāku tirgus dalībnieku līgums vai saskaņota darbība, kurā tirgus dalībnieki piedalās, kā arī lēmums, ko pieņēmusi tirgus dalībnieku apvienība.

Konkurences likuma 11.panta piemērošana netiek ierobežota tikai ar divpusēji vai daudzpusēji noslēgtu līgumu, Konkurences likums ir piemērojams arī tirgus dalībnieku sadarbībai, kura tiek sasniegta ar neformālas sapratnes palīdzību, un to sauc par saskaņotu darbību.

Tādējādi vienošanās var būt arī jebkurā citā formā panākta un īstenota sadarbība starp konkurentiem, kuras ietvaros notiek apmaiņa ar informāciju par cenām vai to veidošanas noteikumiem, jo šāda darbība pēc sava mērķa ir vērsta uz konkurences mazināšanu, t.i., kavēšanu, ierobežošanu vai deformēšanu starp konkurentiem.

Aizliegta vienošanās var izpausties arī bez komunikācijas, kad cenu izmaiņas tiek izmantotas kā komunikācijas rīks, lai mazinātu tirgus dalībnieku savstarpējo konkurenci un palielinātu cenas virs normālas konkurences apstākļiem, tādējādi gūstot augstāku peļņu konkrētajā tirgū.

Konkurences padome secina, ka veicot lietā iegūtās elektronisko un cita veida informācijas izvērtējumu, nav konstatēti pierādījumi par tiešu saziņu starp konkurentiem par degvielas mazumtirdzniecības cenu un tās veidošanas noteikumiem.

Vienlaikus tā kā produkta vienveidīgums, caurspīdīgā mazumtirdzniecības cenas noteikšana, koncentrētā tirgus struktūra, izmaksu prognozējamība un citi apstākļi dod iespēju arī bez savstarpējas saziņas uzturēt pietiekami sinhronu paralēlu uzvedības līmeni (vienotu rīcības modeli), kas varētu arī tikt vērsts uz konkurences ierobežošanu, ņemot vērā arī oligopola dalībnieku potenciālo ekonomisko ieguvumu no šādas konkurenci ierobežojošas un pret patērētājiem (klientiem) vērstas uzvedības kopīgu ekspluatēšanu, tad pārbaudīti arī tika citi pierādījumi, kas varētu liecināt par šādu konkurenci ierobežojošu darbību esamību.

7.2. Lietā ir konstatējams, ka, ņemot vērā tirgus caurskatāmību, tirgus struktūru un produkta vienveidību, Statoil, Neste un Lukoil ir tendēti uz savstarpēju novērošanu, sekošanu un paralēlismu, kas, kopumā izvērtējot visu iegūto informāciju Lietā, liek secināt, ka šādas darbības netiek izmantotas kā rīks konkurences ierobežošanai, bet lai nodrošinātu sev informāciju un lai maksimāli objektīvi spētu pieņemt patstāvīgus komerciālus lēmumus. Jo, piemēram, neveicot citu konkurentu cenu novērošanu un negūstot publiski pieejamo informāciju par tirgu, attiecīgais konkurents var zaudēt konkurences cīņā, nespējot savu komercdarbību veidot efektīvi.

Lietā esošie pierādījumi norāda, ka praksē katrs uzņēmums atsevišķi veic konkurentu cenu uzraudzību un uzskaiti, tas notiek katru dienu, citreiz pat biežāk, atrodoties tuvu viens otram, cenu novērošana ir ļoti viegla. (*) Šī savstarpējā cenu uzraudzība bez tiešas komunikācijas nav Konkurences likuma pārkāpums. Statoil, Neste un Lukoil rīcībā ir patstāvīgi atjaunināta informācija par konkurējošiem uzņēmumiem un to cenām.

Ņemot vērā Lietā konstatētos apstākļus (Lēmuma 3. -6. punkts), tirgus apstākļi, un savstarpējā uzraudzība lielā mērā atklāj tirgus dalībniekiem pārējo tirgus dalībnieku stratēģijas, līdz ar to tiem ir viegli piemēroties konkurentu rīcībai. Ja tirgus nebūtu caurskatāms un cenas nebūtu publiski pieejamas, šāds apstāklis būtu uzskatāms par netiešo pierādījumu saskaņotām darbībām.

7.3. Tāpat Lietā ir konstatējams, ka pietiekamā mērā tirgū konkurenti ir tendēti īstenot no konkurenta atšķirīgu (ne paralēlu) komerciālo politiku, lai *individualizētu* komerciālo politiku. Tas dod arī tiešus (cenas samazinājuma veidā) un netiešus (ar degvielas cenu nesaistīti labumi) ieguvumus patērētājiem.

Lietā veiktā cenu analīze norāda, ka ne visos gadījumos šie tirgus dalībnieki automātiski seko viena otru cenu paaugstinājumam un tie veic arī darbības, kas ir pretējas paralēlām darbībām (Lēmuma 3.punkts).

Ņemot vērā veikto cenu korelāciju un elektroniskās informācijas analīzi, Konkurences padome secina, ka degvielas mazumtirdzniecības tirgū nav viens noteikts cenu līderis, kurš neatkarīgi no pārējiem tirgus dalībniekiem noteiktu degvielas mazumtirdzniecības cenas līmeni. Cenu līmenis veidojas no Statoil, Lukoil un Neste savstarpējās mijiedarbības. Piemēram, ja pārējie tirgus dalībnieki neseko cita cenu paaugstinājumam, tad attiecīgais tirgus dalībnieks pazemina cenu atpakaļ iepriekšējā līmenī. (Lēmuma 3., 5.2.punkts).

Cenu izmaiņas tirgū notiek bieži, ir atšķirīga intensitāte, ar kādu konkurenti veic cenu korekcijas gan patstāvīgi, gan sekojot cita konkurenta cenu korekcijai. Atsevišķos ģeogrāfiskajos reģionos, kā arī atsevišķos DUS ģeogrāfiskā tirgus ietvaros („mikrotirgos”) tiek piemēroti atšķirīgi cenu līmeņi. Klientiem ir iespēja saņemt mazumtirdzniecības cenas atlaides, kuru piemērošanā katram tirgus dalībniekam ir sava klientu piesaistes politika.

7.4. Lietā ir konstatējamas tirgus daļu izmaiņas, kas netieši var norādīt uz ieinteresētību veidot patstāvīgu komerciālo politiku. Tirgus dalībnieki ir ieinteresēti tās palielināt tādējādi palielinot konkurences spiedienu uz pārējiem. Neste un Lukoil tirgus daļa laika posmā no 2007.gada līdz 2012.gadam ir pieaugusi, (*), kamēr Statoil tirgus daļa svārstījies nelielā amplitūdā, pamatā paliekot nemainīgām.

7.5. Nav arī konstatējamas darbības, kas norādītu uz paralēlu kopīgu mākslīgu cenu paaugstināšanu, kas neatbilstu kopējiem tirgus apstākļiem, t.i., tirgus dalībnieku izmaksām, pieprasījuma tendencēm un konkurētspējas izvērtēšanai tirgū.

Vienlaicīgi Konkurences padome norāda, ka regulāra Statoil, Neste un Lukoil sekošana konkurentu rīcībai, nepastāvot objektīviem tirgus apstākļiem, tādējādi izveidojot mākslīgu (paaugstinātu) cenu līmeni, var tikt kvalificēta kā Konkurences likuma 11.panta pārkāpums.

Izvērtējot iepriekš 7.punktā konstatēto kopsakarā (tirgus apstākļi un struktūra, cenu struktūras viendabīguma, tirgus caurskatāmības ietekme uz konkurentu aktivitātēm, savstarpējā novērošana), tirgus dalībnieku cenu noteikšanā nav konstatējamas darbības, kas būtu neatbilstošas konkrētā tirgus apstākļiem, neracionālas un vērstas uz konkurenci ierobežojoša un patērētājus ekspluatējoša kopīga uzvedības modeļa īstenošanu.

Konkurences padome konstatē, ka Statoil, Lukoil un Neste veiktā komerciālā politika nav vērtējama kā tāda, kas būtu vērsta uz konkurences ierobežošanu par sliktu patērētājam un veidotu Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas pārkāpumu.

Ņemot vērā iepriekš minēto un pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 4.punktu, 11.panta pirmās daļas 1.punktu, 27.²panta pirmo daļu un Administratīvā procesa likuma 63.panta pirmās daļas 4.punktu, Konkurences padome

nolēma:

izbeigt lietas Nr.p/11/03.02./6 „Par Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 1.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „Latvija Statoil”, SIA „Neste Latvija” un SIA „Lukoil Baltija R” darbībās” izpēti.

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

(*)-Ierobežotas pieejamības informācija