



## KONKURENCES PADOME

Brīvības ielā 55, Rīgā, LV-1010 ♦ tālr. 67282865 ♦ fakss 67242141 ♦ e-pasts: council@kp.gov.lv

### L Ē M U M S

Rīgā

Nr.34

(Prot. Nr.15., 4.§)

2010. gada 6.maijā

#### **Par tirgus dalībnieku apvienošanas**

#### **Lieta Nr.240/10/03.01.-01./3**

#### **Par SIA „Karsten-Sanitex Latvia” un SIA „Avers Centrs” apvienošanas**

Konkurences padome 10.02.2010. saņēma SIA „Karsten-Sanitex Latvia” un SIA „Avers Centrs” ziņojumu par apvienošanas (turpmāk tekstā – Ziņojums), SIA „Karsten-Sanitex Latvia” iegūstot izšķirošu ietekmi SIA „Avers Centrs”.

Iepazīstoties ar Ziņojumu un tam pievienotajiem dokumentiem, Konkurences padome konstatēja, ka nebija pilnībā izpildītas Ministru kabineta 2008.gada 29.septembra noteikumu Nr.800 „Kārtība, kādā iesniedz un izskata pilno un saīsināto ziņojumu par tirgus dalībnieku apvienošanas” (turpmāk tekstā – Noteikumi) 26. un 29.punkta prasības.

Konkurences padome 26.02.2010. saņēma atbildes vēstuli no apvienošanās dalībniekiem, ar ko tika novērsti iepriekš konstatētie trūkumi.

Nemot vērā minēto, pamatojoties uz Konkurences likuma 16.panta pirmo daļu, par pilnīga ziņojuma iesniegšanas datumu ir uzskatāms 2010.gada 26.februāris.

Konkurences padome 25.03.2010., pamatojoties uz Konkurences likuma 15.panta pirmās daļas 3.punktu un otro daļu, 16.panta pirmo daļu, pieņēma lēmumu Nr.22 (Prot. Nr.9., 3.§) uzsākt papildu izpēti lietā Nr.240/10/03.01.-01./3 „Par SIA „Karsten-Sanitex Latvia” un SIA „Avers Centrs” apvienošanas” (turpmāk tekstā – Lieta).

„Karsten-Sanitex Latvia” ir sabiedrība ar ierobežoto atbildību, kas reģistrēta Latvijas Republikas Komercreģistrā ar vienoto reģistrācijas Nr.40003711981, tās juridiskā adrese ir Ulbrokas iela 38, Rīga.

„Avers Centrs” ir sabiedrība ar ierobežoto atbildību, kas reģistrēta Latvijas Republikas Komercreģistrā ar vienoto reģistrācijas Nr.50003161141, tās juridiskā adrese ir Brīvības gatve 214M-2, Rīga.

Izvērtējot Ziņojumā ietverto, kā arī papildus iesniegto informāciju, Konkurences padome

### **konstatēja:**

#### **1. Apvienošanās dalībnieki**

UAB „Sanitex” (Lietuva) ir tieša izšķiroša ietekme SIA „Karsten-Sanitex Latvia” (100%), SIA „Sanitex Distribution & Logistics” (100%), UAB „Agro Neveronys”<sup>1</sup> (79,01%), UAB „Euronovus”<sup>2</sup> (70%). SIA „Karsten-Sanitex Latvia” ir tieša izšķiroša ietekme SIA „Karsten-Sanitex” (100%), SIA „Starptautiskais Baltijas Dekors” (100%), SIA „Karsten Horeca” (100%), SIA „Karsten International” (100%) (turpmāk tekstā visi kopā – *Karsten-Sanitex* grupa). Konkurences likuma 1.panta 9.punkta izpratnē visas iepriekš uzskaitītas komercsabiedrības uzskatāmas par vienu tirgus dalībnieku.

Saskaņā ar Ziņojumā sniegto informāciju SIA „Karsten-Sanitex Latvia” darbības veidi ir kravu automobiļu iznomāšana un ekspluatācijas līzings, citu sauszemes transportlīdzekļu iznomāšana, vadības pakalpojumi. SIA „Karsten-Sanitex” darbības veidi ir tranzīttirdzniecība, transporta pārvadājumi, smaržu, kosmētikas un to līdzekļu vairumtirdzniecība, vairumtirdzniecības starpnieku darbība, pārtikas, dzērienu un tabakas vairumtirdzniecība, pārējā tirdzniecība, mazumtirdzniecība, izņemot automobiļus, motociklus un autodegvielu, individuālās lietošanas priekšmetu, sadzīves aparatūras un iekārtu remonts. SIA „Starptautiskais Baltijas Dekors” darbības veidi ir vairumtirdzniecības starpnieku darbība, pārtikas, dzērienu un tabakas vairumtirdzniecība, pārējā vairumtirdzniecība, mazumtirdzniecība, izņemot automobiļus, motociklus un autodegvielu, individuālās lietošanas priekšmetu, sadzīves aparatūras un iekārtu remonts. SIA „Karsten Horeca” darbības veidi ir vairumtirdzniecības starpnieku darbība, pārtikas, dzērienu un tabakas vairumtirdzniecība, pārējā vairumtirdzniecība, mazumtirdzniecība, izņemot automobiļus, motociklus un autodegvielu, individuālās lietošanas priekšmetu, sadzīves aparatūras un iekārtu remonts, autotransports, transportlīdzekļu, mašīnu un iekārtu, individuālās lietošanas priekšmetu, sadzīves aparatūras un iekārtu iznomāšana. SIA „Karsten International” darbības veidi ir vairumtirdzniecības starpnieku darbība, pārtikas, dzērienu un tabakas vairumtirdzniecība, individuālās lietošanas priekšmetu, sadzīves tehnikas un aparatūras vairumtirdzniecība, porcelāna, stikla izstrādājumu un tīrīšanas līdzekļu vairumtirdzniecība. SIA „Sanitex Distribution & Logistics” darbības veidi ir vairumtirdzniecības starpnieku darbība, pārtikas, dzērienu un tabakas vairumtirdzniecība, pārējā vairumtirdzniecība.

SIA „Karsten-Sanitex Latvia” un ar to saistītie uzņēmumi neplāno mainīt darbības veidus pēc apvienošanās darījuma.

SIA „Avers Centrs” dalībnieki ir Mihails Dmitrijevs, Jaroslavs Grigorjans un Mihails Litevskis. SIA „Avers Centrs” ir tieša izšķiroša ietekme SIA „Baltic Logistic Solutions”. Konkurences likuma 1.panta 9.punkta izpratnē iepriekš uzskaitītas komercsabiedrības uzskatāmas par vienu tirgus dalībnieku.

---

<sup>1</sup> Lietuvā reģistrētā komercsabiedrība, kuras darbības veidi ir lauksaimniecības preču audzēšana un pārdošana.

<sup>2</sup> Lietuvā reģistrētā komercsabiedrība, kuras darbības veids ir nekustamo īpašumu tirdzniecība.

SIA „Avers Centrs” darbības veidi ir plaša patēriņa produktu tirdzniecība (piena produkti, tualetes papīrs un papīra dvieļi, sausās zupas un buljoni, augu un olīvu eļļa, šampūni un kosmētika, margarīns, zobu pastas, kafija utt.). SIA „Baltic Logistic Solutions” darbības veidi ir loģistikas pakalpojumi, t.sk. preču uzglabāšana, preču pārvadāšana, preču marķēšana un iepakošana.

SIA „Avers Centrs” un saistītie uzņēmumi neplāno mainīt darbības veidus pēc apvienošanās darījuma. Tāpat arī nav iecerēts būtiski mainīt SIA „Avers Centrs” kontroles struktūru.

## **2. Apvienošanās veids**

Saskaņā ar 2009.gada 11.decembrī noslēgto daļu pirkuma līgumu starp SIA „Karsten-Sanitex Latvia”, Mihailu Dmitrijevu, Jaroslavu Grigorjanu un Mihailu Litevski apvienošanās paredzēta SIA „Karsten-Sanitex Latvia” iegādājoties 99,99% SIA „Avers Centrs” daļu no Mihaila Dmitrijeva, Jaroslava Grigorjana un Mihaila Litevska. Līguma spēkā stāšanās termiņš ir atkarīgs no pozitīva Konkurences padomes lēmuma saņemšanas.

Konkurences likuma 15.panta pirmās daļas 3.punktā noteikts, ka tirgus dalībnieku apvienošanās ir: „(...) tāds stāvoklis, kad (...) viens vai vairāki tirgus dalībnieki iegūst (...) tiešu vai netiešu izšķirošu ietekmi pār citu tirgus dalībnieku (...)”.

Nemot vērā minēto, saskaņā ar Konkurences likuma 15.panta pirmās daļas 3.punktu, darījums starp SIA „Karsten-Sanitex Latvia” un SIA „Avers Centrs” dalībniekiem (Mihailu Dmitrijevu, Jaroslavu Grigorjanu un Mihailu Litevski) ir uzskatāms par tirgus dalībnieku apvienošanos.

## **3. Ziņojuma iesniegšanas pienākums**

Konkurences likuma 15.panta otrajā daļā noteikts, ka „Tirgus dalībnieki, kuri nolēmuši apvienoties kādā no šā panta pirmajā daļā paredzētajiem veidiem, pirms apvienošanās iesniedz Konkurences padomei pilnu ziņojumu, ja apvienošanās dalībnieku kopējais apgrozījums iepriekšējā finanšu gadā Latvijas teritorijā ir bijis ne mazāks par 25 miljoniem latu. Ziņojumu neiesniedz, ja viena no diviem apvienošanās dalībniekiem apgrozījums iepriekšējā finanšu gadā nepārsniedz 1,5 miljonus latu”.

Saskaņā ar Ziņojumā sniegto informāciju apvienošanās dalībnieku kopējais apgrozījums, kas aprēķināts, ņemot vērā Noteikumu III.nodaļu "Apgrozījuma aprēķināšana", 2008.finanšu gadā bija lielāks par 25 miljoniem latu (\*). Abu tirgus dalībnieku apgrozījums 2008.finanšu gadā pārsniedza 1,5 miljonus latu – SIA „Karsten-Sanitex Latvia” konsolidētais apgrozījums 2008.finanšu gadā bija (\*), savukārt SIA „Avers Centrs” konsolidētais apgrozījums bija (\*).

Līdz ar to plānotās apvienošanās dalībniekiem bija jāiesniedz ziņojums Konkurences padomei.

## **4. Konkrētie tirgi**

Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 4.punktu, konkrētais tirgus ir konkrētās preces tirgus, kas izvērtēts saistībā ar konkrēto ģeogrāfisko tirgu. Konkurences likuma 1.panta 5.punktā noteikts, ka konkrētās preces tirgus ir noteiktas preces tirgus, kurā 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. Konkurences likuma 1.panta 3.punktā noteikts, ka konkrētais 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.

Saskaņā ar apvienošanās dalībnieku sniegto informāciju SIA „Karsten-Sanitex Latvia” un SIA „Avers Centrs” apvienošanās var ietekmēt divus konkrētos tirgus, proti, ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgu Latvijas Republikā un loģistikas pakalpojuma tirgu Latvijas Republikā.

**4.1.** Ziņojumā tika norādīts, ka ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības konkrētais tirgus ietver dažādu veidu pārtikas, dzērienu un sadzīves ķīmijas preču vairumtirdzniecību. Konkurētspēja, sniedzot vairumtirdzniecības pakalpojumu, ir atkarīga no kopējā sortimenta, kā arī no precēm, kas tajā ir iekļautas. Abu apvienošanās dalībnieku sortimentā ir ikdienas patēriņa preces. Līdz ar to par apvienošanās dalībnieku konkurentiem ir uzskatāmi citi plaša patēriņa preču vairumtirgotāji.

Saskaņā ar apvienošanās dalībnieku papildus sniegto informāciju konkrētie pakalpojumu tirgi, kuri var būt ietekmēti apvienošanās rezultātā, ir:

- augļu un dārzeņu vairumtirdzniecība;
- gaļas un gaļas produktu vairumtirdzniecība;
- piena, piena produktu, olu un pārtikas tauku un eļļu vairumtirdzniecība;
- dzērienu vairumtirdzniecība;
- tabakas izstrādājumu vairumtirdzniecība;
- cukura, šokolādes un cukuroto konditorejas izstrādājumu vairumtirdzniecība;
- kafijas, tējas kakao un garšvielu vairumtirdzniecība;
- citu pārtikas produktu vairumtirdzniecība, ieskaitot zivis, vēžveidīgos un mīkstmiešus;
- porcelāna, stikla izstrādājumu un tīrīšanas līdzekļu vairumtirdzniecība;
- citu mājtsaimniecības preču vairumtirdzniecība;
- nespecializētā vairumtirdzniecība;
- uzglabāšana un noliktavu saimniecība.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Konkurences padome uzskata, ka konkrētais preces tirgus šajā lietā ir ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgus, kurā darbojas abi apvienošanās dalībnieki. Pie līdzīga secinājuma Konkurences padome nonākusi 12.03.2009. lēmumā Nr.5 lietā Nr.3412/08/06/24 „Par Lietuvas AS „Sanitex” un SIA „B & S Baltics” apvienošanos”<sup>3</sup>.

Ziņojumā tika norādīts, ka apvienošanās dalībnieki veic savu darbību arī ārpus Latvijas teritorijas, taču apvienošanās iespējamā ietekme ārvalstīs SIA „Karsten-Sanitex Latvia” un SIA „Avers Centrs” ieskatā ir nebūtiska tās neliela apjoma dēļ. Līdz ar to konkrētais ģeogrāfiskais tirgus Ziņojumā tika norādīts kā Latvijas Republikas teritorija. Konkurences padome piekrīt šādai ģeogrāfiskā tirgus definīcijai.

**4.2.** Loģistikas pakalpojums saskaņā ar Ziņojumā norādīto ietver preču uzglabāšanu, pārvadāšanu, marķēšanu un iepakojšanu. Apvienošanās dalībnieki norādīja, ka konkrētais ģeogrāfiskais tirgus šīs apvienošanās sakarā ir vismaz Latvijas Republikas teritorija, lai gan konkrētais tirgus Lietuvas Republikā var tikt ietekmēts, pamatojoties uz atsevišķo pārstāvniecības līgumu.

Saskaņā ar Konkurences padomes 12.03.2009. lēmumā Nr.5 lietā Nr.3412/08/06/24 „Par Lietuvas AS „Sanitex” un SIA „B & S Baltics” apvienošanos” ietvertu informāciju „*Loģistika skar ne tikai preču pārvadāšanu un uzglabāšanu, bet arī tādas komercdarbības jomas kā informācijas tehnoloģijas, mārketingu, klientu*

---

<sup>3</sup> [[http://www.kp.gov.lv/uploaded\\_files/2009/A005\\_1203.pdf](http://www.kp.gov.lv/uploaded_files/2009/A005_1203.pdf)] - 12.03.2009. lēmums Nr.5 lietā Nr.3412/08/06/24 „Par Lietuvas AS „Sanitex” un SIA „B & S Baltics” apvienošanos”, 5.punkts.

apkalpošanu u.tml. Loģistika (..) nav uzskatāma par vairumtirdzniecības sastāvdaļu, neraugoties uz to, ka vairumtirdzniecība bez loģistikas nav iespējama”.

Ievērojot iepriekš minēto, Konkurences padome uzskata, ka vairumtirdzniecība bez loģistikas nav iespējama, savukārt loģistikas pakalpojuma sniegšana var tikt nodalīta no vairumtirdzniecības pakalpojuma un var tikt sniegta atsevišķi. To apliecina arī Ziņojumā sniegtā informācija atsevišķi par klientiem, kas ir vairumtirdzniecības pakalpojuma saņēmēji un klientiem, kas ir loģistikas pakalpojuma saņēmēji. Prakse rāda, ka katram vairumtirgotājam grupā (kā saistītais uzņēmums) ir loģistikas pakalpojuma sniedzējs. Tirgū darbojas arī citi loģistikas uzņēmumi, kas var būt apvienošanās dalībnieku konkurenti tieši loģistikas pakalpojuma sniegšanā.

#### 4.3. Konkrētie tirgi šīs apvienošanās ietvaros ir:

4.3.1. Ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgus Latvijas Republikā;

4.3.2. Loģistikas pakalpojuma tirgus Latvijas Republikas teritorijā.

### 5. Apvienošanās izvērtēšana

#### 5.1. Ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgus Latvijas Republikā

5.1.1. Saskaņā ar apvienošanās dalībnieku sniegto, kā arī papildus iegūto informāciju ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgū darbojas vairākas komercsabiedrības, lielākās no kurām ir: SIA „Baltā Bura”; SIA „Eugesta un Partneri”; SIA „GREIS”; AS „KONIG Distribution”; SIA „PARK MV”; SIA „UNIFEX”; SIA „Zingus”; SIA „Firma ROLNIK Baltija” SIA „RIALAT”; UAB „OSAMA” filiāle „OSAMA DISTRIBUTORS”; SIA „LEVERSA”; SIA „KAMĀRA”; SIA „UNIFEX”; AS „JUNGENT”; SIA „FUTURUS FOOD”; SIA „FUDEKS” un citi uzņēmumi.

Saskaņā ar SIA „Karsten-Sanitex Latvia” sniegto informāciju specializēta tipa<sup>4</sup> vairumtirgotāji daļēji var konkurēt ar citiem ikdienas patēriņa preču vairumtirgotājiem, taču SIA „Karsten-Sanitex Latvia” neuzskata specializēta tipa vairumtirgotājus par saviem konkurentiem.

Apvienošanās dalībnieki iesniedza Konkurences padomē datus par ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgiem, kuros apvienošanās rezultātā radīsies koncentrācija (skat. Tabula Nr.1):

Tabula Nr.1.: Latvijas Republikas Centrālās statistikas pārvaldes dati par tirgus lielumu 2008.gadā pēc NACE kodiem

NACE 2.red.	Uzņēmumu skaits	Apgrozījums (Ls)
46.31. Augļu un dārzeņu vairumtirdzniecība	122	138 853 000
46.32. Gaļas un gaļas produktu vairumtirdzniecība	64	130 564 000
46.33. Piena, piena produktu, olu un pārtikas tauku un eļļu vairumtirdzniecība	84	170 630 000
46.34. dzērienu vairumtirdzniecība	90	326 681 000
46.35. Tabakas izstrādājumu tirdzniecība	16	235 913 000
46.36. cukura, šokolādes un cukuroto konditorejas izstrādājumu vairumtirdzniecība	45	57 408 000

<sup>4</sup> Izplata tikai viena zīmola produkciju vai tikai vienas preču kategorijas produkciju, piemēram, tikai alkoholu.

46.37. Kafijas, tējas, kakao un garšvielu vairumtirdzniecība	90	45 137 000
46.38. citu pārtikas produktu vairumtirdzniecība, ieskaitot zivis, vēžveidīgos un mīkstmiešus	190	260 584 000
46.39. pārtikas produktu, dzērienu un tabakas nespecializēta vairumtirdzniecība	164	282 132 000
46.44. porcelāna, stikla izstrādājumu un tīrīšanas līdzekļu vairumtirdzniecība	104	87 952 000
46.49. citu mājsaimniecības preču vairumtirdzniecība	330	221 431 000
46.90. nespecializēta vairumtirdzniecība	481	268 634 000
52.1. uzglabāšana un noliktavu tirdzniecība	88	47 110 000
<b>Kopā:</b>		<b>2 273 029 000</b>

Saskaņā ar apvienošanās dalībnieku sniegto informāciju Latvijas Republikas Centrālās statistikas pārvaldes dati (turpmāk tekstā – CSP) var neprecīzi atspoguļot tirgus situāciju plaša patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgū, jo tiek iesniegti dati ne tikai par vairumtirdzniecības posmu, bet arī par loģistikas pakalpojumu sniegšanu, kas apvienošanās dalībnieku ieskatā ir nošķirams tirgus. Arī citi tirgus dalībnieki, sniedzot atbildes Konkurences padomei, norādīja, ka CSP dati par tirgus lielumu pēc NACE kodiem atspoguļo reālo tirgus lielumu (apgrozījumu) daļēji un neprecīzi, jo līdzšinējā pieredze liecina, ka Latvijā ir ievērojama daļa darījumu, kuri netiek uzskaitīti. Savukārt SIA „Baltā Bura” un SIA „PARK MV” norādīja, ka CSP dati objektīvi atspoguļo situāciju ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības pakalpojuma sniegšanas tirgū, jo tā apkopo iesniegtos datus no visiem Latvijas tirdzniecības uzņēmumiem gan par importu, gan par iekšējo ražošanu.

Konkurences padome uzskata, ka šīs apvienošanās izvērtēšanas kontekstā CSP dati ir izmantojami, lai redzētu kopēju apgrozījumu, kā arī uzņēmumu skaitu, kas darbojas preču grupās, kurās apvienošanās rezultātā rodas koncentrācija.

Tabulā Nr.2 ir atspoguļots Ziņojumā norādītais apvienošanās dalībnieku apgrozījums ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgū Latvijas Republikā:

*Tabula Nr.2: Apvienošanās dalībnieku apgrozījums (Ls) ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgū Latvijas Republikā*

	2007.g.,LVL	2008.g.,LVL	2009.g.,LVL
<b>Karsten-Sanitex grupa</b> <sup>5</sup>	(*)	(*)	(*)
<b>SIA „Avers Centrs”</b>	<sup>6</sup> (*)	(*)	<sup>7</sup> (*)

Tabulā Nr.3 ir atspoguļots lielāko apvienošanās dalībnieku konkurentu apgrozījums ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgū Latvijas Republikā:

<sup>5</sup> SIA “Karsten-Sanitex Latvija”, SIA “Karsten-Sanitex”, SIA “Starptautiskais Baltijas Dekors”, SIA “Karsten International”, SIA “Karsten HORECA”, SIA “Sanitex Distribution&Logistics”

<sup>6</sup> SIA „Avers Centrs” apgrozījums Latvijas Republikas teritorijā (ārpus Latvijas (Lietuvā) –(\*)).

<sup>7</sup> SIA „Avers Centrs” apgrozījums Latvijas Republikas teritorijā (ārpus Latvijas (Krievijā) –(\*)).

Tabula Nr.3: Tirgus dalībnieku apgrozījums (Ls) ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgū Latvijas Republikā

	2007., LVL	2008., LVL	2009., LVL
SIA „GREIS”	Nav informācijas	82 120 677	61 786 434
SIA „Eugesta un partneri”	Nav informācijas	30 200 000	(*)
SIA „UNIFEX”	24 682 699	24 774 066	Nav informācijas
AS „JUNGT”	13 227 122	21 086 193	Nav informācijas
SIA „Baltā Bura”	Nav informācijas	16 679 718	20 151 204
SIA „RIALAT”	9 187 495	9 316 135	3 417 066
SIA „LEVERSA”	8 028 873	9 183 737	Nav informācijas
SIA „FUTURUS FOOD”	5 899 088	7 038 997	Nav informācijas
SIA „FUDEKS”	2 890 403	3 777 674	2 936 073
SIA „Zingus”	2 325 939	3 108 276	Nav informācijas
UAB „OSAMA” filiāle „OSAMA DISTRIBUTORS”	1 951 299	3 107 261	Nav informācijas
SIA „KAMĀRA”	1 131 971	1 094 523	Nav informācijas
SIA „Firma ROLNIK Baltija”	686 010	881 006	Nav informācijas

Ņemot vērā Tabulā Nr.2. un Tabulā Nr.3. atspoguļotus datus, Konkurences padome konstatē, ka 2009.gadā *Karsten-Sanitex* grupas apgrozījums konkrētajā tirgū ir (\*), kas ir lielākais apgrozījums salīdzinājumā ar pārējiem apvienošanās dalībnieku konkurentiem Latvijas Republikā. SIA „Avers Centrs” apgrozījums bija trešais lielākais - (\*) - pēc *Karsten-Sanitex* grupas un pēc SIA „GREIS”.

Tabulā Nr.4. un 5. atspoguļots apvienošanās dalībnieku apgrozījums atsevišķi pa preču grupām, kurās saskaņā ar Ziņojumā sniegto informāciju apvienošanās rezultātā rodas koncentrācija.

Tabula Nr.4: *Karsten-Sanitex* grupas apgrozījums katrā preču grupā 2009.gadā

NACE 2.red.		SIA „Karsten-Sanitex”	SIA „Karsten Horeca”	SIA „Starptautiskais Baltijas dekors”	SIA „Sanitex Distributions & Logistics”	SIA „Karsten International”	Kopā
46.31. Augļu un dārzeņu vairumtirdzniecība (*)		(*)		(*)	(*)	-	(*)
46.32. Gaļas un gaļas produktu vairumtirdzniecība (*)	Gaļa un zivis	(*)	-	(*)	(*)	-	(*)
46.33. Piena, piena produktu, olu un pārtikas tauku un eļļu vairumtirdzniecība (*)	Eļļa	(*)	-	(*)	(*)	-	(*)
	Olas	(*)	-	-	-	-	(*)
	Piens	(*)	-	(*)	(*)	-	(*)

46.34. dzērienu vairumtirdzniecība (*)	Alkohols	(*)	(*)	-	-	-	(*)
46.35. Tabakas izstrādājumu tirdzniecība (*)		(*)	(*)	-	(*)	-	(*)
46.36. cukura, šokolādes un cukuroto konditorejas izstrādājumu vairumtirdzniecība (*)	Cukurs	(*)	-	(*)	(*)	-	(*)
	konditoreja	(*)	-	(*)	(*)	-	(*)
46.37. Kafijas, tējas, kakao un garšvielu vairumtirdzniecība (*)		(*)	-	(*)	(*)	-	(*)
46.38. citu pārtikas produktu vairumtirdzniecība, ieskaitot zivis, vēžveidīgos un mīkstmiešus (*)	Cita pārtika	(*)	-	(*)	(*)	-	(*)
	Bērnu pārtika	(*)	-	-	-	-	(*)
46.39. pārtikas produktu, dzērienu un tabakas nespecializēta vairumtirdzniecība (*)	dzērieni	(*)	(*)	(*)	(*)	-	(*)
46.44. porcelāna, stikla izstrādājumu un tīrīšanas līdzekļu vairumtirdzniecība (*)	Sadzīves ķīmija	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
46.49. citu mājsaimniecības preču vairumtirdzniecība (*)	Kosmētikas līdzekļi	(*)	-	(*)	(*)	-	(*)
	Higiēnas līdzekļi	(*)	-	(*)	(*)	(*)	(*)
46.90. nespecializēta vairumtirdzniecība (*)	Mobilo sakaru priekšapmaksas pakalpojums	(*)	-	-	-	-	(*)
	Kaķu un suņu barība	(*)	-	-	-	-	(*)
	Citas vairumtirdzniecības preces	(*)		(*)	(*)	(*)	(*)



Tabula Nr.5: SIA „Avers Centrs” apgrozījums katrā preču grupā 2009.gadā

NACE 2.red.	SIA „Avers Centrs” apzīmējums	SIA „Avers Centrs” apgrozījums (LVL)
46.31. Augļu un dārzeņu vairumtirdzniecība		
46.32. Gaļas un gaļas produktu vairumtirdzniecība		
46.33. Piena, piena produktu, olu un pārtikas tauku un eļļu vairumtirdzniecība  (*)	Siers Saulespuķu, rapšu, olīveļļa Olīveļļa, Vīnogu eļļa, vīna etiķis Jogurti (Campina) Jogurti (Danone) Margarīni un sieri Majonēze Margarīni un sieri	(*) (*) (*) (*) (*) (*) (*) (*)
46.34. dzērienu vairumtirdzniecība  (*)	Alus HORECA (Alus EKSIM) Alus HORECA (Cēsu) Alkohols, minerālūdens un atsprindzinošie dzērieni Alkoholiskie kokteiļi un bezalkoholiskie dzērieni Minerālūdens Minerālūdens HORECA Alkohols Alus, minerālūdens Alus Alkoholiskie kokteiļi	(*) (*) (*) (*) (*) (*) (*) (*) (*) (*) (*)
46.35. Tabakas izstrādājumu tirdzniecība		
46.36. cukura, šokolādes un cukuroto konditorejas izstrādājumu vairumtirdzniecība  (*)	Porcijas šokolāde, kafija, kafijas piens HORECA Cepumi Porcijas cukurs un saldaiss krējums HORECA Cukurs HORECA Porcijas džems un medus HORECA Pirts medus Medus	(*) (*) (*) (*) (*) (*) (*)
46.37. Kafijas, tējas, kakao un garšvielu vairumtirdzniecība  (*)	Garšvielas HORECA Kafija Kafija tikai HORECA klientiem Kafija tikai HORECA klientiem Kafijas koncentrāti tikai HORECA klientiem HORECA preces (Lipton) HORECA preces kakao Tēja HORECA	(*) (*) (*) (*) (*) (*) (*) (*)
46.38. citu pārtikas produktu vairumtirdzniecība, ieskaitot zivis, vēžveidīgos un mīkstmiešus		
46.39. pārtikas produktu, dzērienu un tabakas nespecializēta vairumtirdzniecība  (*)	Tomātu pasta – HORECA Čipsi Sulas koncentrāti Rieksti (uzkodas) Sulas un pārtikas preces Buljoni, zupas, makaroni, mērces Horeca preces (Knorr)	(*) (*) (*) (*) (*) (*) (*)

	Kečupi, mērces, majonēzes, sulas, sīrupi, pamatēdieni Energētiskie dzērieni Ievārījumi, gurķi, sīrupi, sulas, šokolāde Biezputras un cepumi, makaroni Energētiskie dzērieni Energētiskie dzērieni Rieksti un žāvēti augļi HORECA preces (EKO-bietes)	(*) (*) (*) (*) (*) (*) (*) (*)
46.44. porcelāna, stikla izstrādājumu un tīrīšanas līdzekļu vairumtirdzniecība	Tīrīšanas līdzekļi HORECA	(*)
46.49. citu mājsaimniecības preču vairumtirdzniecība (*)	Mutes skalošanas līdzekļi Zobu pastas Zobu birstītes Skuvekļi Papīra un potoplasta glāzes, krūzes, vāciņi (HORECA) Salvetes un galdauti Tualetes papīrs, papīra dvieļi, higiēnas preces HORECA preces (LOTUS) HORECA preces (LOTUS Professional) Saimnieciskie cimdi, lupatiņas utt. Atkritumu maisi, lupatiņas	(*) (*) (*) (*) (*) (*) (*) (*) (*) (*) (*) (*) (*)
46.90. nespecializēta vairumtirdzniecība (*)	Aksesuāri un līdzekļi kafijas aparātiem (HORECA) Kafijas aparāti un rezerves daļas (HORECA) Corega līdzekļi protēzēm Bērnu pārtika un kosmētiskie līdzekļi Suņu un kaķu barība Kosmētika Pildspalvas Šķiltavas Šķiltavas	(*) (*) (*) (*) (*) (*) (*) (*) (*) (*)

Apkopojot Tabulā Nr. 4 un 5 ietvertos datus, secināms, ka tirgus dalībnieku apvienošanās rezultātā radīsies šādu preču grupu koncentrācija (skat. Tabulu Nr.6):

Tabula Nr.6.: Preču grupu pārklāšanās, kas notiks apvienošanās rezultātā

NACE	Preču grupa	Karsten-Sanitex grupas apgrozījums 2009.g., LVL	SIA „Avers Centrs” apgrozījums 2009.g., LVL
46.33.	Piena, piena produktu, olu un pārtikas tauku un eļļu vairumtirdzniecība	(*)	(*)
46.34.	Dzērienu vairumtirdzniecība	(*)	(*)
46.36.	Cukura, šokolādes un cukuroto konditorejas izstrādājumu vairumtirdzniecība	(*)	(*)
46.37.	Kafijas, tējas, kakao un garšvielu vairumtirdzniecība	(*)	(*)
46.39.	Pārtikas produktu, dzērienu un tabakas nespecializēta vairumtirdzniecība	(*)	(*)
46.44.	Porcelāna, stikla izstrādājumu un	(*)	(*)

	tīrīšanas līdzekļu vairumtirdzniecība		
46.49.	Citu mājsaimniecības preču vairumtirdzniecība	(*)	(*)
46.90.	Nespecializēta vairumtirdzniecība	(*)	(*)

Ņemot vērā iepriekš minēto, Konkurences padome secina, ka abiem apvienošanās dalībniekiem būtiski pārklājas nepārtikas preču sortiments - mājsaimniecības preces, suņu un kaķu barība; pārtikas preču sortimentā būtiskā pārklāšanās notiek piena produktu izplatīšanā, kafijas izplatīšanā, dzērienu un konservētas pārtikas, kā arī eļļas izplatīšanā. Turklāt jāuzsver, ka apvienošanās rezultātā *Karsten-Sanitex* grupas sortimentam tiks pievienots SIA „Avers Centrs” jogurtu sortiments, kas veido lielāko apgrozījumu no visām preču kategorijām pateicoties SIA „Avers Centrs” līgumiem ar patērētāju vidū populāro zīmolu *DANONE* un *KAMPINA* ražotājiem. Tāpat SIA „Avers Centrs” sortimentā koncentrējas liels bērnu pārtikas zīmolu skaits.

Tāpat no Tabulas Nr. 4 un Nr. 5 ir redzams, ka vislielākais apgrozījums (> 1 000 000 LVL) apvienošanās dalībniekiem 2009.gadā bija šādās preču grupās (skat. Tabulu Nr.7):

Tabula Nr.7: Apvienošanās dalībnieku preču grupas, kurās veidojas lielākais apgrozījums:

NACE	Preču grupa	<i>Karsten-Sanitex</i> grupas apgrozījums, LVL	SIA „Avers Centrs” apgrozījums, LVL
46.33.	Piena, piena produktu, olu un pārtikas tauku un eļļu vairumtirdzniecība	-	(*)
46.34.	dzērienu vairumtirdzniecība (alkohols)	(*)	-
46.35.	Tabakas izstrādājumu tirdzniecība	(*)	-
46.37.	Kafijas, tējas, kakao un garšvielu vairumtirdzniecība	(*)	(*)
46.38.	citū pārtikas produktu vairumtirdzniecība, ieskaitot zivis, vēžveidīgos un mīkstmiešus (cita pārtika, bērnu pārtika)	(*)	-
46.39.	pārtikas produktu, dzērienu un tabakas nespecializēta vairumtirdzniecība	-	(*)
46.44.	porcelāna, stikla izstrādājumu un tīrīšanas līdzekļu vairumtirdzniecība (sadzīves ķīmija)	(*)	-
46.49.	citū mājsaimniecības preču vairumtirdzniecība (kosmētikas līdzekļi, higiēnas līdzekļi)	(*)	(*)
46.90.	nespecializēta vairumtirdzniecība (mobilo sakaru priekšapmaksas karšu vairumtirdzniecība, kaķu/suņu barība, citas vairumtirdzniecības preces)	(*)	-

Tabulā Nr.8 ir atspoguļoti Konkurences padomes rīcībā esošā informācija par apvienošanās dalībnieku lielāko konkurentu apgrozījumu pēc preču grupām 2009.gadā:

Tabula Nr.8: Lielāko vairumtirgotāju apgrozījums pēc preču grupām 2009.gadā:

NACE	Preču grupa	AS „JUNGENT” apgrozījums, LVL	SIA „Baltā Bura” apgrozījums, LVL	SIA „GREIS” apgrozījums, LVL
46.34.	Dzērienu vairumtirdzniecība (alkohols)	(*)	(*)	-
46.35.	Tabakas izstrādājumu tirdzniecība	-	-	(*)
46.36.	Cukura, šokolādes utt. izstrādājumu vairumtirdzniecība	(*)	(*)	(*)
46.37.	Kafijas, tējas, kakao un garšvielu vairumtirdzniecība	(*)	(*)	(*)
46.44.	porcelāna, stikla izstrādājumu un	-	(*)	-

	tīrīšanas līdzekļu vairumtirdzniecība (sadzīves ķīmija)			
46.49.	citu mājsaimniecības preču vairumtirdzniecība (kosmētikas līdzekļi, higiēnas līdzekļi)	(*)	(*)	-
46.90.	nespecializēta vairumtirdzniecība (mobilo sakaru priekšapmaksas karšu vairumtirdzniecība)	-	-	(*)

Nemot vērā Tabulā Nr.6 un Tabulā Nr.8 ietverto informāciju, Konkurences padome konstatē, ka preču kategoriju (pārtikas un nepārtikas) izplatīšanu vairumtirdzniecībā (preču grupā, kurās apvienošanās rezultātā veidosies koncentrācija) veic ne tikai apvienošanās dalībnieki, bet arī citas komercsabiedrības.

Konkurences padome norāda, ka vairumtirgotāja konkurētspēju ietekmē arī sortimentā esošo artikulu skaits. Saskaņā ar Konkurences padomes rīcībā esošo informāciju *Karsten-Sanitex* grupas sortimentā ir >2000 artikulu, SIA "Avers Centrs" sortimentā ir > 1000 artikulu, AS "JUNGENT" ir >700 artikulu, SIA "Baltā Bura" ir >2500 artikulu, SIA "GREIS" ir >200 artikulu, SIA "Eugesta un partneri" ir >2000 artikulu.

Tātad, vērtējot aizvietojamību no piedāvājuma puses, saskaņā ar Konkurences padomes rīcībā esošo informāciju, secināms, ka pārtikas un nepārtikas preču vairumtirdzniecību veic salīdzinoši liels komercsabiedrību skaits. Tādējādi no piedāvājuma puses pastāv plašas aizvietojamības iespējas. Taču lielu lomu vairumtirgotāja konkurētspējas palielināšanā spēlē ne tikai artikulu skaits, bet arī zīmolu popularitāte patērētāju vidū un ekskluzīvo līgumu esamība starp ražotāju/ražotāja pārstāvniecību (t.sk. populāro zīmolu ražotāju) un vairumtirgotāju.

5.1.2. Vērtējot *Karsten-Sanitex* grupas Latvijas teritorijā piegādāto/realizēto preču sortimentu 2009.gadā, var konstatēt, ka *Karsten-Sanitex* grupa realizē:

**A. Nepārtikas preces:** 1) sadzīves ķīmiju: veļas pulveri – *ARIEL, BONUX, TIDE*; tīrīšanas, mazgāšanas līdzekļi, gaisa atsvaidzinātāji, dezinfekcijas līdzekļi – *Fairi* u.c.; veļas mīkstinātāji – *Lenor, Dreft*; 2) higiēnas preces: *Pampers*; higiēnas paketes – *Naturella, Always, Discreet*; tamponi – *Tampax*; zobu pastas u.c. mutes higiēnas līdzekļi, zobu suku *Blend-a-med, Blend-a-dent, CLASSIC, VISION, Advantage Plus, Stages, Interdental*; ziepes un dušas želejas *Camay, Safeguard*; šampūni un kondicionieri – *Head & Shoulders, Pantene, Shamtu, Herbal Essences*; dezodoranti, aerosoli, skūšanās līdzekļi, tualetes ūdeņi, skūšanās aparāti, skuvekļi, skūšanās kasetes – *Secret, Old Spice, Venus, MACH3, Sensor, BLUE, Gillette, Satin Care, RUBIE, SLALOM PLUS, Sputnik, Fusion, GS*; kabatlakatiņi, salvetes – *Paloma, RUTA*; matu krāsas u.c. līdzekļi matiem – *Wellaton, Wellaflex, WellaDesign, Londa*, 3) saimniecības preces: pumpji dozatori, šķiltavas, spuldzes, lukturi – *Unilite, X-Lite, Philips, Pila, Sirijus*; GSM atjaunošanas kartes, starta komplekti - *Zelta Zivtiņa, Amigo, O'Karte*; 4) mājsaimniecības preces: lupatas, atkritumu maisi, PVC cimdi, folija, pārtikas plēve – *Merkant, Clean Land, TORK*, 5) apģērbi (zeķes un zeķubikses) – *Egeo, 2GO*; 6) dzīvnieku barība un smiltis – *Rokus, Kitty Friend, Catfield, Pedigree, Chappi, KITEKAT, Whiskas, Sheba, Cesar, Profilum, Catsan, Natusan*; 7) cigaretes - *Monte Carlo, MORE, CAMEL, Winston*.

**B. Pārtikas preces:** 1) sīrupi – *MILDA, TEISSERE, Giffard*; tējas – *Apsara, Lipton, Možums, TECA, TAVO*; 2) eļļa – *Pernes, OILIO, OLITALIA, COOPOVILA*; 3) žāvēti augļi un rieksti – *Nik Nak, Classic* u.c.; 4) konfektes, šokolādes, cukurs, medus –

u.c. *Laima, P&V, DANISCO, PELLINI, VINNIS*; 5) bērnu pārtika, piena maisījumi – *Aptamil, Milumil, Tutteli, BIO* u.c.; 6) bezalkoholiskie dzērieni – *GUTTA, LOTTE, CIDO, RAMAVA, SAMBA, AMIGO, Mangali, RASA*; 7) kafija – *Paulig*; 8) garšvielas, marinādes, čipši, nūdeles, makaroni, mērces – *Estrella, Santa Maria, KING LION, VALDO, APPRIGHI, Aldente, PASAKA, Milda, VEGETA, Galina Blanca, PASTA ZARA, OHO*; 9) konservēta pārtika - *BELLA, Provincijos, Mikado, ABAVA, ESSA, OLICOOP, FILIPOS*; 10) alkoholiskie dzērieni – *Bacardi, Russkij Standart, Moskovskaja osobaja, 3 Graudu degvīns, Finlandia* u.c.

Vērtējot SIA „Avers Centrs” Latvijas teritorijā piegādāto/realizēto preču sortimentu 2009.gadā, var konstatēt, ka SIA „Avers Centrs” realizē:

**A. Nepārtikas preces:** 1) kaķu un suņu barība – *LECHAT, Simba, Special Dog*; 2) zobu pastas, zobu birstes – *Corega, Aquafresh, Sensodyne, Paradontax*; 3) saimniecības preces - švammes, cimdi, maisi; baterijas, spuldzes – *SHIELD* u.c.; 4) higiēnas preces - kabatlakatiņi, salvetes, tualetes papīrs – *Lotus* u.c.; 5) ziepes, dezodoranti, krēmi – (\*) u.c.;

**B. Pārtikas preces:** 1) garšvielas, marinādes, čipši, nūdeles, mērces, zupas, etiķis – *Galina Blanca, POLVEN majonēze* u.c.; 2) konservēti dārzeņi, augļi, zivis un ievārījumi – *Pure Food* u.c.; 3) kafija – *Gustav Paulig*; 4) konditoreja, cepumi – *Kelsen Bisca* u.c.; 5) makaronu izstrādājumi, milti, putras – *ELOVENA* u.c.; 6) konfektes, šokolādes, cukurs, medus, džems – *Vinnis, Floriol* u.c.; 7) piena produkti – *BEL sieri, CAMPINA (jogurti), DANONE*; 8) bērnu pārtika – *Bebivita, HiPP*; 9) alkoholiskie dzērieni – *Livonia*.

Vērtējot iepriekš minēto informāciju par produkcijas zīmoliem, kurus izplata katrs no apvienošanās dalībniekiem, Konkurences padome secina, ka apvienošanās dalībniekiem ir daudzi zīmoli, kas pārklājas, tomēr apvienošanās rezultātā notiks zīmolu konsolidācija „vienās rokās” – *Karsten-Sanitex* grupā, kas nodrošinās vairumtirgotājam lielāku svaru ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgū Latvijas Republikā. Jāuzsver, ka notiek patērētāju vidū populārāko zīmolu konsolidācija.

Saskaņā ar apvienošanās dalībnieku sniegto, kā arī publiski pieejamo informāciju apvienošanās dalībnieku konkurenti ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgū izplata šādus zīmolus:

- a) SIA „Baltā Bura”: 1) alkoholiskie dzērieni - *Varta, Tērvetes alus, Užavas alus, Piebalgas alus, Bear Beer, Unibeverages, Servaali* u.c.; 2) bezalkoholiskie dzērieni – *Granini* u.c.; 3) saldumi – *Haribo, Kalev* u.c.; 4) uzkodas – *Granini, Alis Co, Pringles, Lorentz* u.c.; 5) kafija – *Tchibo, Eduscho, Liepajas kafija, Folgers, Bahlsen* u.c.; 6) individuālās aprūpes preces – *Henkel, Splat, Syoss, Biolita, Bic* u.c.; 7) sadzīves ķīmija – *Vileda, Spodriība, Ubervilla* u.c.; 8) higiēnas preces – *Kimberly-Clark, Paloma* u.c.;
- b) SIA „Eugesta un partneri”: 1) saldumi un cepumi – *Ferrero, Nestle, Ritter Sport, Bon Pari, Lum Finn crips* u.c.; 2) bezalkoholiskie dzērieni – *Shark, Rauch* u.c.; 3) kafija – *Nescafé, Lavazza* u.c.; 4) ātras pagatavošanas zupas un garšvielas – *Maggi, Knorr* u.c.; 5) individuālās aprūpes preces – *Colgate-Palmolive, Garnier, L’Oreal, Bella, Lady Speed Stick* u.c.; 6) sadzīves ķīmija – *Bison, HG, Calgonit, Cilit, Cif, Domestos, Harpic, Tiret, Vanish* u.c.; 7) bērnu pārtika - *Gerber* u.c.;
- c) AS „JUNGENT”: 1) bezalkoholiskie dzērieni – *Red Bull, Evian* u.c.; 2) kafija – *Merrild* u.c.; 3) saldumi – *Mars, Katjes, Storck, Perfetti van Melle* u.c.; 4) higiēnas preces – *Zewa/SCA, Tena* u.c.;

- d) SIA „GREIS”: 1) alkoholiskie dzērieni – *Alita, Baltika* u.c.; 2) bezalkoholiskie dzērieni – *Pepsi* u.c.; 3) saldumi – *Catburries, Vilniaus Pergale; Stimorol, Dirol* u.c.; 4) tabakas izstrādājumi – *Philip Morris* u.c.;
- e) AS „Konig Distribution”: 1) bezalkoholiskie dzērieni – *Borjomi, Fuldataler, Gutta* u.c.; 2) saldēta pārtika – *Bonduelle, Balbino, Frosta, Atlantika, Farm Frites* u.c.; 3) Eļļa – *Carapelli, Brolio* u.c.; 4) garšvielas – *Vegeta* u.c.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Konkurences padome konstatē, ka apvienošanās dalībnieku konkurentiem sortimentā arī tiek piedāvāta plaša patērētāju vidū populāro zīmolu izvēle, kas palielina konkrētā tirgus dalībnieku konkurētspēju un nodrošina mazumtirgotājiem citas alternatīvas apvienošanās dalībnieku piedāvātajām precēm un zīmoliem. Šāda alternatīvā izvēle, ko nodrošina apvienošanās dalībnieku konkurenti konkrētajā tirgū, samazina *Karsten-Sanitex* grupas iespējas realizēt savu tirgus varu attiecībā uz mazumtirgotāju iepirkuma tirgu.

5.1.3. Saskaņā ar Ziņojumā sniegto informāciju preču realizācijas ķēde no ražotāja līdz gala patērētājam ir šāda: ražotājs → piegādātājs (loģistikas pakalpojuma sniedzējs) → vairumtirgotājs → mazumtirgotājs → patērētājs. Saskaņā ar Lietas ietvaros iegūto informāciju preču realizācijas modelis (posmi) var būt atšķirīgi. Piemēram, svaigu produktu kategorijas (piena produkti, gaļas izstrādājumi, maize, augļi un dārzeņi) parasti tiek piegādātas no ražotāja, izlaižot vairumtirdzniecības posmu. Tāpat realizācijas modelis var būt atkarīgs no pasūtītā preču daudzuma – mazumtirgotājam nav izdevīgi slēgt līgumu ar ražotāju (neatkarīgi no ražotāja izcelsmes valsts), ja pasūtījuma apjomi ir nelieli. Šādos gadījumos realizācijas posmā bieži tiek iesaistīts vairumtirgotājs. Savukārt, ja mazumtirgotāja (parasti lielām mazumtirdzniecības ķēdēm) apjomi ir pietiekami lieli, lai sadarbība ar ražotāju būtu izdevīgāka nekā sadarbība ar vairumtirgotāju, vairumtirdzniecības posms tiek izlaists.

Saskaņā ar mazumtirgotāju sniegto informāciju (SIA „Narvesen Baltija”/ AS „Preses apvienība”, SIA „Palink”, SIA „BAF Ltd.”, SIA „RIMI Latvija”, SIA „MAXIMA Latvija” u.c.) tirgū nepastāv juridisku vai citu ierobežojumu slēgt līgumus ar ražotājiem (un nesadarboties ar vairumtirgotājiem); tāpat arī nav ierobežojumu mainīt sadarbības partneri – vairumtirgotāju un citu vairumtirgotāju, ja esošie sadarbības nosacījumi kļūst neizdevīgi.

SIA „BAF Ltd.” norādīja, ka par galveno ierobežojošo faktoru, kas ietekmē piegādātāja izvēli, kā arī līguma noslēgšanu ar konkrēto piegādātāju, ir uzskatāms tas apstāklis, vai piegādātājs spēj nodrošināt mazumtirgotāju ar tam nepieciešamām precēm un vai līguma nosacījumi ir izdevīgi. Saskaņā ar SIA „BAF Ltd.” sniegto informāciju pēdējā laikā ir vērojami ierobežojumi sadarboties ar ražotājiem bez vairumtirgotāju starpniecības, jo ražotāji izvēlas paši nenodrošināt mazumtirgotājus ar savu produkciju, uzdotot preču piegādi vairumtirgotājam. Par ierobežojumiem sadarboties ar ražotājiem bez vairumtirgotāju starpniecības ir uzskatāmas lielas loģistikas izmaksas, kuras ir atkarīgas no pasūtījuma apjoma.

SIA „Skai Baltija” prakse ir sadarbība ar vairumtirgotājiem (piegādātājiem), retāk – tieši ar ražotājiem, izņemot svaigo preču piegādes (piens un piena izstrādājumi, gaļas un gaļas izstrādājumi).

SIA „Maxima Latvija” norādīja, ka ierobežojumi slēgt līgumus ar ražotājiem bez vairumtirgotāju iesaistīšanas galvenokārt atkarīgi no pašu ražotāju izvēlētās savu preču izplatīšanas politikas. Reizēm ražotāji nevēlas nodarboties ar savu preču izplatīšanu un tādēļ tieša līguma noslēgšana nav iespējama. SIA „Maxima Latvija” nepieciešamo preču iepirkuma tirgū preces tiek iepirktas gan no ražotājiem, gan no vairumtirgotājiem.

Mainīt vairumtirgotājus (piegādātājus) apgrūtina laika patēriņš jauna piegādātāja atrašanai un līguma slēgšanas procesam, kā arī sākotnēja piesardzība par jauna

piegādātāja spējām izpildīt uzņemtās saistības piegāžu apjomā, grafika ievērošanas un preču kvalitātes nodrošināšanas ziņā. SIA „Maxima Latvija” bieži nepieciešami lieli preču apjomi, kuru nepiegādāšana var potenciāli nodarīt lielus zaudējumus, tādēļ jaunu vairumtirgotāju (piegādātāju) atrašana un sadarbības uzsākšana ir saistīta ar ievērojamu risku.

(\*)

Saskaņā ar SIA „Karsten-Sanitex Latvia” sniegto informāciju, ja ir izdevīgāk iegādāties precī no ārvalstīm/ ārvalstu pārstāvniecībām, SIA „Karsten-Sanitex Latvia” nav ierobežojumu/ barjeru to darīt. Ja ir izdevīgāk nopirkt pie cita vairumtirgotāja, tad arī šāds sadarbības modelis praktizējas, piemēram, ja kādu precī vajag tikai nelielos apjomos (lai palielinātu savu produktu grozu). Šajā gadījumā nav nepieciešamības (arī nav izdevīgi) slēgt vienošanās pa taisno ar ražotāju/ oficiālu pārstāvniecību. Tātad secināms, ka arī daļa no vairumtirgotājiem sadarbojas ar citiem vairumtirgotājiem, ja, piemēram, tam nav nepieciešami lieli preču apjomi, lai nokomplektētu savu piedāvājuma portfeli.

Konkurences padome pieprasīja ražotāju viedokli par iespējām mainīt sadarbības partnerus-vairumtirgotājus. SIA „Latvijas Mobilais Telefons” (turpmāk tekstā – LMT) norādīja, ka nepastāv nekādi ierobežojumi slēgt līgumus ar citiem vairumtirgotājiem vai mainīt esošos vairumtirgotājus. Piemēram, LMT 2006.gadā pārstrukturēja priekšpmaksas karšu izplatīšanas kanālus, nomainot arī priekšpmaksas karšu vairumtirgotāju. Nepastāv arī šķēršļi slēgt līgumus un sadarboties ar mazumtirgotājiem. LMT, līdzīgi kā citiem operatoriem, ir noslēgti līgumi gan ar vairumtirgotājiem, gan ar atsevišķiem lielajiem mazumtirgotājiem. Līdzīgu viedokli atbalstīja arī SIA „MARS Latvia”. Tāpat SIA „MARS Latvia” norādīja, ka ierobežojumu slēgt līgumus ar mazumtirgotājiem arī nav. Jebkuram mazumtirgotājam ir iespēja iegādāties precī pa taisno no ražotāja. Par vienīgo ierobežojošo faktoru var būt nopērkamās preču partijas apjoms un piegādes nosacījumi. Ražošanas un noliktavas izmaksu dēļ ekonomiski pamatotas ir tikai piegādes, kur minimālā preču partija ir pilna kravas mašīna (33 paletes) no vienas ražošanas vietas. Turklāt pasūtījuma apstrāde un preču piegāde aizņem ilgāku laiku, salīdzinot ar piegādēm no vairumtirgotāja noliktavām. Mazumtirgotājam šie divi faktori nes papildu izdevumus. Pirkst mazākās partijās no ražotāja neatmaksājas, jo papildu loģistikas izdevumi pārsniedz ieguvumu. Latvijas tirgū ļoti nedaudziem mazumtirgotājiem ir pieejami nepieciešamie resursi – noliktavu platības un finansējums, tāpēc ļoti nedaudzi ir spējīgi pirkt šādas preču partijas. Līdz ar to lielākā daļa no mazumtirgotājiem izvēlās pirkt precī no vairumtirgotāja mazākos apjomos un ar ātrāku piegādi.

Saskaņā ar SIA „Tele2” sniegto informāciju praktiski vairumtirgotāja maiņa vienmēr nozīmē apgrozījuma kritumu sākuma periodā un daudz citas iepriekš neparedzamas tehniskas un cita rakstura problēmas. Sadarbībā pa tiešo ar mazumtirgotāju pastāv liels finanšu risks. Nozarē ir izplatīta prakse sadarboties ar TOP 5-10 mazumtirgotājiem, kā arī strādāt ar vairumtirgotāju.

Līdz ar to secināms, ka vairumtirdzniecības posma nepieciešamība daļēji ir atkarīga no pašu ražotāju izvēlētajā sadarbības modeļa – daļa no ražotājiem sadarbojas tikai ar vairumtirgotājiem. Līdz ar to mazumtirgotājiem, neatkarīgi no pasūtījuma apjomiem, var nebūt iespējas tikt pie ražotāja.

Nemot vērā iepriekš minēto, Konkurences padome secina, ka tirgū pastāv plašas iespējas slēgt līgumus ar piegādātājiem/ vairumtirgotājiem vai mainīt piegādātājus/ vairumtirgotājus. Jāuzsver, ka mazumtirgotājiem, lai piesaistītu klientu, ir jānodrošina sortimenta izvēles iespējas, piedāvājot patērētājam ne tikai plašu sortimentu, kurā ietilpst liels produktu grozs, bet arī vairākas preču alternatīvas, piemēram, dažādu ražotāju (zīmolu) kafiju, bezalkoholiskos dzērienus u.c. Saskaņā ar

Tabulā Nr.1 ietverto informāciju visās preču grupās (pēc NACE kodiem) strādā liels skaits uzņēmumu, kuri var daļēji aizvietot *Karsten-Sanitex* grupu, SIA „Avers Centrs” vai jebkuru citu plaša sortimenta piegādātāju, taču cenas ziņā un ērtuma ziņā vairumtirgotāju ar lielu sortimentu un ejošākajiem zīmoliem (piemēram, jogurti *DANONE*) pakalpojumi ir grūti aizvietojami.

Konkurences padome uzsver, ka praksē pastāv barjera, kura traucē mazumtirgotājiem (it īpaši maziem veikaliem) slēgt līgumus ar ražotājiem, jo: 1) ir nepieciešams neliels produkcijas daudzums (balstoties uz pieprasījumu) tās realizācijai un regulārās piegādes (jo nelielu mazumtirgotāju rīcībā nav ilgai uzglabāšanai nepieciešamās noliktavu platības); 2) pasūtot nelielus preču apjomus mazumtirgotājam netiek piemērotas apjoma atlaides, turklāt, lai nodrošinātu loģistikas pakalpojumu (regulāri un nelielā daudzumā) ir nepieciešami papildu izdevumi. Runājot par plaša sortimenta veikaliem (it īpaši, ja tie nav lieli) izdevīgi būtu slēgt piegādes līgumu ar tāda plaša sortimenta vairumtirgotāju kā *Karsten-Sanitex* grupas uzņēmumi, SIA „Avers Centrs”, SIA „Eugesta un partneri”, SIA „Baltā Bura” u.c.

5.1.4. Lielu lomu ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgū spēlē arī ekskluzīvie līgumi ar ražotājiem, kas padara vairumtirgotāju konkrētajā ģeogrāfiskajā teritorijā par vienīgo avotu, no kura ir iespējams iepirkt konkrēto produkciju. Konkurences padomes ieskatā iepriekš minētais apstāklis, it īpaši, ja ir runa par ekskluzīviem līgumiem, kas skar populāro ražotāju zīmolu produkcijas izplatīšanu vispār vai konkrētajā ģeogrāfiskajā teritorijā, pastiprina katra vairumtirgotāja tirgus varu un spēju ietekmēt sadarbības nosacījumus ar mazumtirgotāju. Tirgus varas realizācijas iespējas palielinās, ja ražotāja sadarbības modelis paredz sadarbību tikai ar vairumtirgotājiem.

Saskaņā ar Ziņojumā sniegto informāciju ražotāji/ ražotāju pārstāvniecības, kuru preču vienīgais piegādātājs/ izplatītājs ir *Karsten-Sanitex* grupa, ir šādi: (\*).

Ražotāji/ ražotāju pārstāvniecības, kuru preču vienīgais piegādātājs/ izplatītājs ir SIA „Avers Centrs” (vai ar to saistītie uzņēmumi), ir šādi: (\*).

Saskaņā ar apvienošanās dalībnieku papildu sniegto informāciju to lielākie piegādātāji ir:

SIA „Karsten-Sanitex” lielākie piegādātāji: (\*).

SIA „Karsten Horeca”: (\*).

SIA „Starptautiskais Baltijas Dekors”: (\*).

SIA „Sanitex Distributions&Logistics”: (\*).

Saskaņā ar Ziņojumā sniegto informāciju SIA „Avers Centrs” lielākie piegādātāji ir šādi: (\*).

Ņemot vērā iepriekš minēto informāciju, secināms, ka *Karsten-Sanitex* grupai, kā arī SIA „Avers Centrs” ir noslēgti ekskluzīvie līgumi ar populāro zīmolu ražotājiem, kuru apvienošana vienās rokas var ietekmēt konkurenci mazumtirdzniecības līmenī. Taču, ņemot vērā 5.1.2.punktā ietverto informāciju par zīmoliem, ko izplata *Karsten-Sanitex* grupas lielākie konkurenti, Konkurences padome secina, ka citi vairumtirgotāji nodrošina mazumtirgotājiem izvēles iespējas starp dažādiem populāriem zīmoliem, kuri konkurē ar *Karsten-Sanitex* grupas uzņēmumu produkcijas zīmoliem.

5.1.5. Saskaņā ar Ziņojumā sniegto informāciju apvienošanās dalībnieku lielākie klienti ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgū ir (\*). *Karsten-Sanitex* grupas un SIA „Avers Centrs” kopējā apgrozījuma (\*) tiek realizēti (\*) mazumtirdzniecības tīklos.



Ņemot vērā 5.1.3.punktā aprakstīto preču izplatīšanas modeli, Konkurences padome secina, ka ikdienas patēriņa preču mazumtirgotājs parasti sadarbojas ar vairumtirgotājiem noteikto preču grupu piegādē. Saskaņā ar Konkurences padomes rīcībā esošo informāciju lielveikali parasti sadarbojas ar vairāk kā 100 vairumtirgotājiem, t.sk. ar apvienošanās dalībniekiem, kā arī ar 5.1.1.punktā minētajiem apvienošanās dalībnieku konkurentiem. Lielo tīklu mazumtirgotāji mēģina nodrošināt plašu sortimenta un zīmolu izvēli savu veikalu plauktos, līdz ar to pastāv nepieciešamība sadarboties ar vairākiem vairumtirgotājiem.

Konkurences padome pieprasīja informāciju no mazumtirgotājiem, kuri sadarbojas ar apvienošanās dalībniekiem par apvienošanās dalībnieku piegādātās produkcijas īpatsvaru (pēc apgrozījuma) 2008. un 2009.gadā. Zemāk ir ietvertas lielāko mazumtirdzniecības ķēžu atbildes:

Saskaņā ar SIA „Skai Baltija” sniegto informāciju mazumtirgotājam ir noslēgti ~200 līgumi ar piegādātājiem/ vairumtirgotājiem. SIA „Skai Baltija” 10 vairumtirgotāji ar lielāko apgrozījumu ir atspoguļoti Tabulā Nr.9:

*Tabula Nr.9: SIA „Skai Baltija” 10 vairumtirgotāji ar lielāko apgrozījumu:*

Vairumtirgotājs	2008.g., LVL	2008.g., %	2009.g., LVL	2009.g., %
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)

Izmantojot SIA „Palink” sniegto informāciju, Konkurences padome vērtēja SIA „Karsten-Sanitex Latvia” (un to saistīto uzņēmumu) un SIA „Avers centrs” piegādātās produkcijas īpatsvaru pēc apgrozījuma, salīdzinājumā ar pārējiem lielākiem apvienošanās dalībnieku konkurentiem ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgū Latvijas Republikā. Saskaņā ar SIA „Palink” sniegto informāciju kopējais piegādāto preču apjoms (LVL bez PVN) 2008.gadā bija (\*); 2009.gadā – (\*).

Lielāko vairumtirgotāju īpatsvars un SIA „Palink” piegādāto preču apjoms (bez PVN) 2008. un 2009.gadā ir atspoguļots Tabulā Nr.10:

*Tabula Nr.10: SIA „Palink” lielāko vairumtirgotāju īpatsvars pēc piegādātā preču apjoma (bez PVN)*

Uzņēmuma nosaukums	2008., LVL	2008., %	2009., LVL	2009., %
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)

Saskaņā ar SIA „Maxima Latvija” sniegto informāciju no kopējā preču apjoma 2008.gadā vairumtirgotāji piegādāja SIA „Maxima Latvija” preces (\*) LVL vērtībā (bez PVN), kas atbilst (\*) %, bet 2009.gadā – (\*) LVL, kas atbilst (\*) %. Pārējās piegādes tika veiktas no ražotājiem.

Tabulā Nr.11 ir atspoguļota informācija par lielāko vairumtirgotāju piegādāto preču apjomiem 2008. un 2009.gadā SIA „Maxima Latvija”:

Tabula Nr.11: Lielāko vairumtirgotāju piegādāto preču apjomiem 2008. un 2009.gadā SIA „MAXIMA Latvija”

	2008.g., LVL	2008.g.,%	2009.g., LVL	2009.g.,%
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)

SIA „RIMI Latvia” lielāko vairumtirgotāju piegādāto preču apjomi 2008. un 2009.gadā ir atspoguļoti Tabulā Nr.12:

Tabula Nr.12: SIA „RIMI Latvia” lielāko vairumtirgotāju piegādāto preču apjomi 2008. un 2009.gadā

	2008., LVL	2008., %	2009., LVL	2009., %
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
(*)	(*)	(*)	(*)	(*)

SIA „BALTSTOR” ir noslēgti vairāk par 200 piegādes līgumu, t.sk. ar *Karsten-Sanitex* grupas uzņēmumiem, ar SIA „Avers Centrs”, kā arī ar apvienošanās dalībnieku konkurentiem konkrētajā tirgū darbojas kā starpnieks (mazumtirgotāju pārstāvis) sadarbībā ar ražotājiem vai vairumtirgotājiem.

Nemot vērā minēto, kā arī Tabulā Nr. 9., 10., 11. un 12. ietverto informāciju, Konkurences padome secina, ka lielie mazumtirgotāju tīkli sadarbojas ar vairāk nekā 100 vairumtirgotājiem, kas tiem piegādā dažādu produkciju, t.sk., arī konkurējošās preces no dažādiem ražotājiem. Savukārt šī lēmumā 5.1.2.punktā ietvertā informācija liecina par to, ka arī citi vairumtirgotāji spēj piedāvāt populārus zīmolus dažādās ikdienas patēriņa preču grupās. Tātad secināms, ka mazumtirgotāju iepirkuma tirgū pastāv plašas alternatīvas iespējas iegādāties ikdienas patēriņa preces no citiem vairumtirgotājiem. Nemot vērā minēto, kā arī to, ka apvienošanās dalībnieku piegādes apjomi lielākajās mazumtirdzniecības tīklos ir mazāki par 5% no kopējā vairumtirgotāju piegādātā preču apgrozījuma, Konkurences padome secina, ka SIA „Karsten-Sanitex Latvia” un SIA „Avers Centrs” apvienošanās nevar negatīvi ietekmēt ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgu Latvijas Republikas teritorijā.

## 5.2. Loģistikas pakalpojuma sniegšanas tirgus Latvijas Republikā

Ņemot vērā to, ka abi apvienošanās dalībnieki darbojas loģistikas pakalpojuma sniegšanas tirgū, ir jāizvērtē apvienošanās ietekme uz loģistikas pakalpojuma sniegšanas tirgū.

Ar loģistikas pakalpojuma sniegšanu parasti nodarbojas paši vairumtirgotāji (vai ar tiem saistītie uzņēmumi), kā arī loģistikas kompānijas, kas nodrošina kravu pārvadājumus, bet nedarbojas ar preču izplatīšanas vairumtirdzniecības posmu.

Saskaņā ar Ziņojumā sniegto, kā arī Konkurences padomes rīcībā esošo informāciju, par lielākajiem loģistikas pakalpojuma sniedzējiem ir uzskatāmi šādi uzņēmumi: SIA „Dominante”, SIA „Eugesta un partneri”, AS „Dominante Loģistikas Sistēma”, SIA „GREIS Loģistika”, SIA „Via 3L”, AS „NP Logistics, SIA „LogSol”, SIA „Konig Eirotrans”, SIA „Voldemārs”, SIA „Transko” u.c.

Saskaņā ar tirgus dalībnieku (vairumtirgotāju, kā arī loģistikas pakalpojumu sniedzēju) sniegto informāciju par vieniem no lielākajiem konkurentiem loģistikas pakalpojumu sniegšanas tirgū ir uzskatāmi apvienošanās dalībnieku saistītie uzņēmumi: SIA „Baltic Logistic Solutions” un SIA „Sanitex Distribution & Logistics”.

Saskaņā ar apvienošanās dalībnieku sniegto informāciju SIA „Avers Centrs” uzņēmums SIA „Baltic Logistic Solutions” nodrošina preču saņemšanu saskaņā ar līgumiem un ir materiāli atbildīga par to uzglabāšanu. SIA „Baltic Logistic Solutions” veic visas nepieciešamās loģistikas darbības (uzglabāšana, izkraušana, šķirošana utt.) pēc sadarbības partneru pieprasījuma. Loģistikas pakalpojuma klāstā ietilpst preču pieņemšana, uzglabāšana, pasūtījumu komplektēšana, pārbaude, izkraušanas/iekraušanas darbi, preču piegāde un citi noliktavas un transporta pakalpojumi. Sadarbībā ar klientiem vairumtirgotājiem vai ražotājiem atlīdzības maksa tiek aprēķināta kā atlaide no preču iepirkuma cenas, tāpēc atlīdzība par sniegtajiem loģistikas pakalpojumiem un norēķinu pakalpojumiem veidojas kā starpība starp iepirkuma un pārdošanas cenām.

Sadarbībā ar klientiem mazumtirgotājiem SIA „Baltic Logistic Solutions” pēc klienta norīkojuma iegādājas precis no ražotājiem; klients veic apmaksu par saņemto precis SIA „Baltic Logistic Solutions”, savukārt SIA „Baltic Logistic Solutions” norēķinās par precis ar preču piegādātāju. Atlīdzība par loģistikas pakalpojumu notiek šādi: preču iepirkuma cena ir vienāda ar preču pārdošanas cenu; atlīdzība par sniegtajiem pakalpojumiem tiek piestādīta klientiem-mazumtirgotājiem atsevišķi, pamatojoties uz sniegto pakalpojumu apjomu.

Līdz ar to Konkurences padome secina, ka loģistikas pakalpojuma sniegšanas modeļi un norēķināšanās par sniegtajiem pakalpojumiem var atšķirties atkarībā no klientiem (loģistikas pakalpojumi, ko tirgus dalībnieks sniedz ražotājam; loģistikas pakalpojums, ko tirgus dalībnieks sniedz mazumtirgotājam).

Loģistikas pakalpojuma tirgus dalībnieku klienti pārsvarā ir ražotāji, kam noslēgti tiešās piegādes līgumi, vai mazumtirgotāji, kas dod priekšroku uzticēt savu preču uzglabāšanu un nogādāšanu uz atsevišķiem tirdzniecības punktiem trešajai personai. Tādējādi atšķirībā no vairumtirdzniecības, loģistikas pakalpojumu sniedzēju līgumattiecības nav raksturojamas kā starpniecība, bet ārpakalpojuma sniegšana.

Ņemot vērā apvienošanās dalībnieku sniegto informāciju, tāpat secināms, ka loģistikas pakalpojums var tikt sniegts atsevišķi no vairumtirdzniecības pakalpojuma. Ar to tiek apstiprināti 4.2.punktā izdarītie secinājumi par to, ka loģistikas pakalpojuma sniegšanas tirgus ir vērtējams nošķirti no ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgus. SIA „Skai Baltija” norādīja, ka vairumā gadījumu vairumtirgotājs piedāvā sadarbību ar savām saistītajām loģistikas kompānijām.

Saskaņā ar Ziņojumā sniegto, kā arī papildus iegūto informāciju par galvenajiem šķēršļiem ienākšanai Latvijas loģistikas pakalpojumu tirgū ir uzskatāmi lielas investīcijas noliktavu telpās (būvniecība, noma), autotransporta parka izveidošana

(automašīnu pirkšana, noma), investīcijas informācijas tehnoloģiju (IT) risinājumu ieviešanai un pielāgošanai, kompetentu darbinieku piesaiste. Konkurences padome norāda, ka iepriekš minētie šķēršļi ir uzskatāmi par barjerām ienākšanai konkrētajā tirgū.

Saskaņā ar Konkurences padomes rīcībā esošo informāciju tirgus dalībniekiem nepastāv šķēršļi brīvi izvēlēties loģistikas pakalpojuma sniedzējus, kā arī mainīt esošos pakalpojuma sniedzējus, ja piedāvātie sadarbības nosacījumi nav izdevīgi.

SIA „Karsten-Sanitex Latvia” lielākais loģistikas pakalpojuma klients ir (\*); SIA „Avers Centrs” lielākie loģistikas pakalpojuma klienti ir (\*).

Saskaņā ar Ziņojumā norādīto apvienošanās dalībnieku apgrozījums, sniedzot loģistikas pakalpojumu Latvijas Republikā ir šāds:

	2007	2008	2009 (I-IX)
SIA „Baltic Logistic Solutions”	(*)	<sup>8</sup> (*)	<sup>9</sup> (*)
SIA „Karsten-Sanitex”	(*)	(*)	(*)
SIA „Karsten International”	(*)	(*)	<sup>10</sup> (*)
SIA „Sanitex Distribution & Logistics”	(*)	(*)	<sup>11</sup> (*)

Saskaņā ar SIA „NP Logistics” sniegto informāciju uzņēmuma apgrozījums 2008.gadā bija 1 135 329 LVL, savukārt 2009.gadā – 2 156 464 LVL. Saskaņā ar publiski pieejamo informāciju SIA „GREIS Loģistika” apgrozījums 2007.gadā bija 8 692 389 LVL; savukārt 2008.gadā – 9 488 526 LVL. Ņemot vērā minēto, secināms, ka apvienošanās dalībniekiem ir pietiekami spēcīgi konkurenti loģistikas pakalpojuma sniegšanas tirgū Latvijas teritorijā. Turklāt jāuzsver, ka loģistikas pakalpojuma sniedzēju skaits Latvijā ir pietiekami liels. Līdz ar to Konkurences padome secina, ka SIA „Karsten-Sanitex Latvia” un SIA „Avers Centrs” apvienošanās nevar negatīvi ietekmēt loģistikas pakalpojumu sniegšanas tirgu Latvijas Republikas teritorijā.

## 6. Secinājumi

Saskaņā ar Konkurences likuma 16.panta trešo daļu *Konkurences padome ar lēmumu aizliedz apvienošanās, kuras rezultātā rodas vai nostiprinās dominējošais stāvoklis vai var tikt būtiski samazināta konkurence jebkurā konkrētajā tirgū. Konkurences padome ir tiesīga atļaut šādu apvienošanās, nosakot tirgus dalībniekam saistošus noteikumus, kuri novērš apvienošanās negatīvās sekas attiecībā uz konkurenci.* Saskaņā ar Konkurences likuma 16.panta ceturto daļu *Ja paziņotā tirgus dalībnieku apvienošanās neizraisa šā panta trešajā daļā minētās sekas, Konkurences padome pieņem lēmumu, ar kuru atļauj apvienošanās.*

Saskaņā ar SIA „Latvija Statoil” pausto viedokli apvienošanās ietekme uz loģistikas pakalpojumu tirgu būs atkarīga no jaunās (apvienotās) mātes sabiedrības stratēģiskajiem plāniem attiecībā tieši uz šo loģistikas kompāniju. SIA „Latvija Statoil” SIA „Baltic Logistic Solutions” nodrošina būtisku loģistikas pakalpojumu sniegšanas apjomu, piegādājot gan preces no SIA „Avers Centrs” distribūcijā esošā produkcijas klāsta, gan arī no aptuveni 40 citiem preču ražotājiem un vairumtirgotājiem (piegādātājiem). Apvienošanās rezultātā, koncentrējot plašāku preču klāstu apvienotajā kompānijā, nevar izslēgt, ka SIA „Baltic Logistic

<sup>8</sup> Apgrozījums Latvijas Republikas teritorijā (ārpus Latvijas (Lietuvā, Igaunijā) – (\*)LVL).

<sup>9</sup> Apgrozījums Latvijas Republikas teritorijā (ārpus Latvijas (Lietuvā, Igaunijā) – (\*) LVL).

<sup>10</sup> Tirgus dalībnieks loģistikas pakalpojumu sniedza mazāk nekā četrus mēnešus attiecīgajā periodā saistībā ar preču atgriešanu atsevišķa projekta ietvaros.

<sup>11</sup> Tirgus dalībnieks šobrīd ir pārtraucis sniegt loģistikas pakalpojumus.

Solutions” kļūst par specializētu loģistikas kompāniju, kas apkalpos tikai mātes sabiedrības preču pircējus. Pie šāda scenārija, ja apvienošanās rezultātā jaunā kompānija iegūst dominējošu stāvokli konkrētās preču grupās, tad preču pircēji varētu būt spiesti iepirkt preces tikai caur SIA „Baltic Logistic Solutions”, kas nodrošina iespējas potenciālai cenu paaugstināšanai par „kombinēto pakalpojumu”, t.i. prece plus loģistika. Turklāt, SIA „Baltic Logistic Solutions” kļūstot par specializētu loģistikas pakalpojumu sniedzēju, faktiski nozīmētu, ka kopējais loģistikas pakalpojumu tirgus dalībnieku skaits samazinātos, jo pakalpojumu saņēmējiem, nesadarbojoties ar SIA „Baltic Logistic Solutions” būtu jāmeklē cits loģistikas pakalpojumu sniedzējs, kuram savukārt varētu būt ierobežota pieeja tām preču kategorijām, kuru distribūcija piekristu apvienotajai kompānijai.

SIA „Baltā Bura” norādīja, ka apvienošanās var negatīvi ietekmēt ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgu Latvijas Republikā, jo: 1) palielinās Lietuvas produktu ekspansija Latvijas tirgū, kas negatīvi ietekmēs vietējo produktu noietu un to izplatītājus; 2) pēc apvienošanās veidosies liels uzņēmums, kas darbojas gan Lietuvā, gan Latvijā, kas dos tam lielu priekšrocību, salīdzinājumā ar vietējiem vairumtirgotājiem; 3) palielinot apgrozījumu, apvienotam uzņēmumam radīsies apjoma ekonomija, kas ļaus viņiem tālāk izkonkurēt citus uzņēmumus; 4) apvienotajam uzņēmumam būs lielākais sortiments Latvijā un mazumtirgotāji būs atkarīgi no viņiem, kas ļaus tālāk ietekmēt mazumtirgotājus un monopolizēt tirgu.

Saskaņā ar SIA „GREIS” sniegto informāciju apvienošanās var negatīvi ietekmēt ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgu, jo *Karsten-Sanitex* grupas pārziņā jau šobrīd ir vairums no ikdienas patēriņam nepieciešamajām precēm, kā vadošo zīmolu sadzīves ķīmija, pārtikas, mobilās priekšapmaksas kartes un citi ikdienai nepieciešamie produkti un apvienojoties ar SIA „Avers Centrs” praktiski tiek liegts mazumtirgotājiem izvēlēties ikdienai nepieciešamo preču piegādātāju, jo pircēju iemīļotos zīmolus varēs iegādāties tikai pie *Karsten-Sanitex* grupas vairumtirgotājiem, tādējādi kropļojot veselīgu konkurenci. Tas pats attiecināms uz loģistikas pakalpojumu, jo šobrīd lielākie loģistikas pakalpojumu sniedzēji Latvijā ir *Karsten-Sanitex* grupas uzņēmumi un SIA „Avers Centrs” un apvienojoties šiem loģistikas pakalpojumu sniedzējiem Latvijā būs tikai viens nopietns loģistikas pakalpojuma sniedzējs un potenciāliem šī pakalpojuma pircējiem nebūs nekādas izvēles.

SIA „Tele2” norādīja, ka abu kompāniju apvienošanās īstermiņa neietekmēs vairumtirdzniecības tirgu, bet ilgtermiņa ir iespējams, ka SIA „Karsten-Sanitex” var būt dominējošā stāvoklī, līdzīgi kā tas ir Lietuvā.

SIA „SKAI BALTIJA” ieskatā apvienošanās negatīvi neietekmēs Latvijas tirgu, lai gan jebkura vairumtirgotāja ietekmes palielināšanās var pastiprināt iespēju tam noteikt sev izdevīgākus noteikumus attiecībā uz cenu politiku, uz piegāžu grafikiem un citiem sadarbības noteikumiem.

(\*)

SIA „Palink” norādīja, ka apvienošanās ir vērtējama negatīvi. (\*)

SIA „RIMI Latvia” norādīja, ka SIA „Karsten-Sanitex Latvia” un SIA „Avers Centrs” apvienošanās var negatīvi ietekmēt mazumtirgotāja preču iepirkuma tirgu un loģistikas pakalpojuma sniegšanas tirgu Latvijā, jo apvienošanās rezultātā *Karsten-Sanitex* iegūs vēl lielāku tirgus daļu, kā rezultātā būs grūtāk vienoties par sadarbības nosacījumiem.

Saskaņā ar Konkurences padomes rīcībā esošo informāciju ražotāji, kuri sadarbojas ar vairumtirgotājiem, neuzskata, ka konkrētā apvienošanās var negatīvi

ietekmēt ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgu Latvijas Republikā. SIA „MARS Latvia” norādīja, ka apvienošanās veicinās konkurenci starp tirgus dalībniekiem, kas, var pozitīvi ietekmēt loģistikas pakalpojumu izcenojumus Latvijā, kā arī izdarīs spiedienu uz vairumtirgotāja uzcenojumu. Vairumtirgotāji konkurences spiediena rezultātā būs spiesti optimizēt savas tirdzniecības, noliktavas un transporta izdevumus un samazināt savu pakalpojumu cenas. Gala rezultātā tas pozitīvi ietekmē pārdošanas cenu veikalos plauktos Latvijas patērētājiem – preču cena veikalos var tikai samazināties. Arī SIA „Procter & Gamble Marketing Latvia Ltd.” un SIA „Narvesen Baltija”/ AS „Preses apvienība” norādīja, ka apvienošanās neietekmēs negatīvi vairumtirdzniecības un loģistikas pakalpojumu sniegšanas tirgu.

Pēc LMT novērtējuma Latvijas tirgū eksistē pietiekoša konkurence fizisko loģistikas pakalpojumu sniegšanā, tādēļ tirgus dalībnieku apvienošanās nerādītu negatīvu ietekmi uz konkurenci.

SIA „Eugesta un partneri” uzskata tirgus dalībnieku apvienošanos par loģisku tirgus sakārtošanas tendenci, sevišķi patreizējos tirgus apstākļos. Apvienošanās rezultātā saasināsies konkurence citu vairumtirgotāju starpā un patērētājs būs ieguvējs.

Saskaņā ar SIA „Karsten-Sanitex Latvia” un SIA „Avers Centrs” sniegto informāciju tirgus dalībnieku apvienošanās mērķis ir noliktavu konsolidēšana, kuras rezultātā samazināsies preču uzglabāšanas un piegādes izmaksas. Transporta nodaļu apvienošana nodrošinās efektīvu esošo transporta vienību izmantošanu. Savukārt, konsolidējot grāmatvedības, juridiskos un citus alternatīvus procesus, tiks palielināta darba efektivitāte.

Apvienošanās dalībnieki paredz, ka apvienošanās rezultātā tiks mazināta mazumtirgotāju spēja uzspiest netaisnīgus noteikumus jaunajam tirgus dalībniekam. Jaunais tirgus dalībnieks būs spējīgs veiksmīgāk konkurēt loģistikas pakalpojumu tirgū, kuru šobrīd raksturo spēcīgo tirgus dalībnieku esamība.

Apvienošanās dalībnieku ieskatā preču vairumtirdzniecības tirgu būtiski neietekmē tehnoloģiju attīstība un tāpat arī preču izplatīšanas metodes ir pārsvarā vienādas un nemainīgas. Līdz ar to nav sagaidāms, ka apvienošanās rezultātā tiks ieviesta jauna preču izplatīšanas metode, taču tiks pilnveidota un optimizēta esošā preču izplatīšanas kārtība, iegūstot tirgus dalībnieku, kas līdz šim ir sniedzis loģistikas pakalpojumus.

Apvienošanās rezultātā tiks optimizēta SIA „Avers Centrs” pārvalde un optimizēta esošā preču izplatīšanas kārtība.

Saskaņā ar SIA „Karsten-Sanitex Latvia” un SIA „Avers Centrs” sniegto informāciju apvienošanās ir vērsta uz Latvijas vairumtirdzniecības tirgus sadrumstalotības novēršanu un stabilākā tirgus izveidi. Apvienošanās rezultātā tiks optimizēta uzņēmumu pārvalde un uzlabotas loģistikas metodes, kas ļaus samazināt preču cenu un tādējādi uzlabot konkurētspēju.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Konkurences padome norāda, ka tādiem lielveikalu tīkliem kā SIA „Maxima Latvija”, SIA „Rimi Latvia”, SIA „Palink” piemīt kompensējošā pirktspēja attiecībā pret apvienošanās dalībniekiem, jo (\*) no *Karsten-Sanitex* grupas un SIA „Avers Centrs” produkcijas (pēc apgrozījuma) tiek realizēti iepriekš minēto mazumtirgotāju veikalos. Saskaņā ar Konkurences padomes rīcībā esošo informāciju mazumtirgotājiem pastāv prakse sadarboties ar lielu vairumtirgotāju skaitu, kuri piegādā preces ar konkurējošiem zīmoliem no dažādiem ražotājiem. Apvienošanās dalībnieku sortimentā ir liels populāro zīmolu skaits, tātad apvienošanās rezultātā notiks populāro zīmolu konsolidācija. Taču Konkurences padome norāda, ka SIA „Karsten-

Sanitex Latvia” un SIA „Avers Centrs” konkurenti spēj piedāvāt alternatīvu apvienošanās dalībnieku sortimentā esošām precēm. Tāpat arī loģistikas pakalpojuma sniegšanas tirgū darbojas liels tirgus dalībnieku skaits, kas nodrošina to klientiem iespējas meklēt jaunus sadarbības partnerus. Līdz ar to Konkurences padome uzskata, ka SIA „Karsten-Sanitex Latvia” un SIA „Avers centrs” apvienošanās rezultātā nerodas un nenostiprinās dominējošais stāvoklis, tāpat arī netiek būtiski samazināta konkurence jebkurā konkrētajā tirgū, t.sk. ikdienas patēriņa preču vairumtirdzniecības tirgū Latvijas Republikā un loģistikas pakalpojuma tirgū Latvijas Republikā. Līdz ar to SIA „Karsten-Sanitex Latvia” un SIA „Avers Centrs” apvienošanās atbilstoši Konkurences likuma 16.panta ceturtajai daļai ir atļaujama.

Ņemot vērā iepriekš minēto un pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 5.punktu, 15.panta pirmās daļas 3.punktu un otrās daļas 1.punktu, 16.panta pirmo un ceturto daļu, Konkurences padome

**nolēma:**

atļaut SIA „Karsten-Sanitex Latvia” un SIA „Avers Centrs” apvienošanos, SIA „Karsten-Sanitex Latvia” iegūstot izšķirošu ietekmi pār SIA „Avers Centrs”.

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

(\*) – Ierobežotas pieejamības informācija

Priekšsēdētāja

I.Jaunzeme