

FICIL Nostāja Nr. 7

Ārvalstu investoru padomes Latvijā nostāja attiecībā uz pārtikas un dzērienu nozari

2020. gada 10. septembris

Kopsavilkums



Pārtikas un dzērienu nozare ir otrais lielākais sektors Latvijā ar aptuveni 20% no valsts kopējā ražošanas apjoma, un 2019. gadā nozarei bija paredzēts sasniegt 5% eksporta pieaugumu, turpinot jau uzsākto pozitīvo tendenci. Pārtikas un dzērienu nozare ir būtiska gan sabiedrībai, gan ekonomikas attīstībai, tādēļ atbildīgajām institūcijām un lēmumu pieņēmējiem tā būtu jānosaka par Vienu no prioritātēm.

Pārtikas un dzērienu nozares attīstība balstīta uz Eiropas attiecīgo institūciju noteiktiem mērķiem virzībā uz ilgtspējīgu pārtikas sistēmu, ievērojot galvenos pamatnoteikumus, kas norādīti Eiropas Komisijas stratēģijā “No lauka līdz galdam”. Lai to sasniegtu, ir jāveicina sadarbība un jānodrošina dialogs starp nozari un lēmumu pieņēmējiem, lai nodrošinātu vislabākos rezultātus ekonomikas uzplaukumam, patērētājiem un nozares attīstībai.

Galvenie aspekti, kas ietekmē nozari, ir darbaspēka trūkums, kā arī investīciju un eksporta atbalsta trūkums. Nozari negatīvi ietekmē arī izmaiņas nodokļu režīmā, tāpēc pirms grozījumiem normatīvajos aktos ir vajadzīga nopietna analīze par iespējamajiem riskiem nozares attīstībai.

Labi izstrādāts nodokļu režīms un pragmatiska pieeja nozares attīstībai, kas balstīta uz galvenajām Eiropas Savienības politikas iniciatīvām, var pozitīvi ietekmēt pārtikas nozares attīstību un konkurētspēju. Ir svarīgi atbalstīt nozares pašregulācijas centienus, investējot, lai uzlabotu vides un uzturvērtības virzienus, uzlabojot iepakojuma un pārtikas pārstrādes jomas, izglītojot patērētājus par to, kā izvēlēties sabalansētu uzturu, kā arī uzlabojot pārtikas produktu sastāvu, lai nodrošinātu drošas un ilgtspējīgas pārtikas izvēli.

Ievads

Kopsavilkums

2. lpp.



Rekomendācijas

4.-5. lpp.



Rekomendāciju
pamatojums

6.-11. lpp.



Rekomendācijas

Ievērot stratēģijas “No lauka līdz galdam” vadlīnijas, lai nodrošinātu ilgtspējīgu nozares attīstību

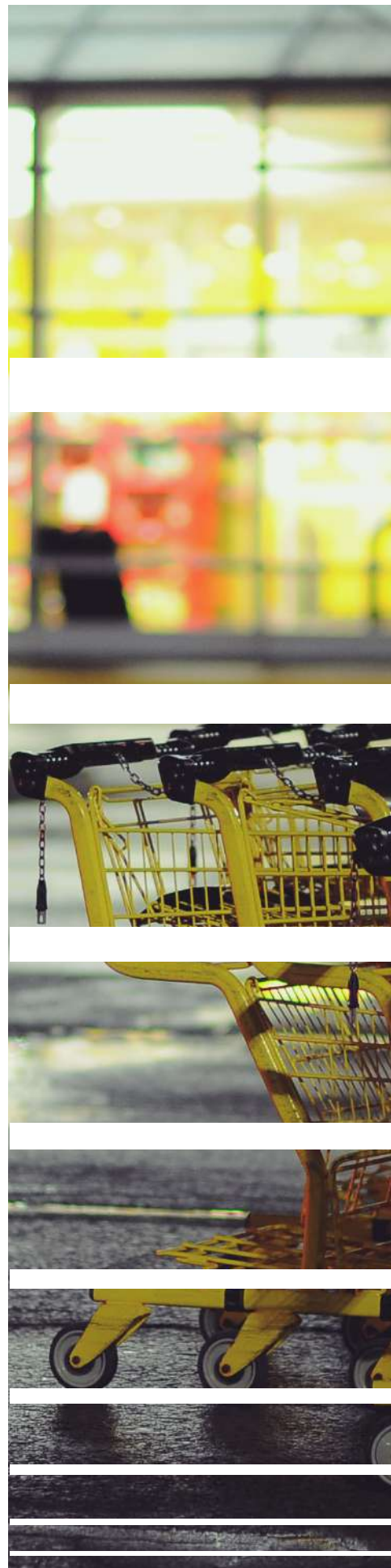
Ieviest Eiropas Komisijas stratēģiju “No lauka līdz galdam” valsts mērogā, cieši sadarbojoties politikas veidotājiem un nozares pārstāvjiem. Ieviest atbilstošu normatīvo regulējumu, kas veicinātu ilgtspējīgu uzņēmumu veidošanos, un inovāciju ieviešanu, neierobežojot uzņēmumu konkurētspēju. Izstrādāt efektīvu atbalsta sistēmu inovācijām, kā arī atbalstīt ārvalstu investoru piesaistišanu, veicināt pieredzes apmaiņu inovatīvu produktu izstrādei. Ir nepieciešams atbalstīt nozares attīstību, kā arī veicināt atbildīga reklāmas satura izstrādi, izvairoties no papildu normatīvā sloga. Sadarbībā ar nozari izstrādāt vadlīnijas sociāli atbildīgas reklāmas izveidei pārtikas produktu kategorijās.

Nodokļu politikas saskaņošana

Nodokļu sistēmas prognozējamība un stabilitāte ietekmē visas uzņēmējdarbības nozares, pārtikas un dzērienu nozare nav izņēmums. FICIL uzsver nepieciešamību veicināt tādu nodokļu politiku, kas sekmē pārtikas ražošanas un inovāciju attīstību, izvairoties no diskriminācijas starp produktu kategorijām. Nodokļu politikai jābūt prognozējamai un pamatotai ar reālu ekonomiskās ietekmes novērtējumu. Plānotas un rūpīgi pārdomātas nodokļu politikas izstrāde, konsultējoties ar nozari, lai izvairītos no attīstības riskiem, ilgtermiņā būtu izdevīgāk. Papildus nodoklis uz pārtikas un dzērienu iepakojumu būtu jāpamato ietekmi uz ekonomikas un vides novērtējumu, kas atspoguļo, kādā veidā izmaiņas ļautu sasniegt vides ietekmēšanas mērķus.

Veicināt ilgtspējīgas uzņēmējdarbības praksi, lai palielinātu konkurētspēju

Stiprināt nozares sadarbību ar valsts institūcijām, lai nodrošinātu interešu pārstāvēšanu un savstarpējo mērķu saskaņošanu, konkurētspējas uzlabošanai. Nodrošināt efektīvu atbalstu digitālās attīstības veicināšanai pārtikas nozarē, lai padarītu uzņēmumus konkurētspējīgākus vietējā un globālajā tirgū. Atbalstīt un stimulēt ilgtspējīgu praksi pārtikas nozarē, iesaistot nozari diskusijā jaunu risinājumu ieviešanai.



Rekomendācijas



Turpināt izglītēt patērētājus par sabalansētu uzturu

Veicināt patērētāju izglītošanu par veselīgu un sabalansētu uzturu, kā arī veicināt nozares pašregulācijas procesus ar inovatīviem produktiem un produktiem ar uzlabotu sastāvu. Izvairīties no vienotā tirgus sadrumstalošanas saistībā ar pārtikas un uzturvērtības marķēšanu, atbalstot uzturvērtības marķēšanas saskaņošanu iepakojuma priekšpusē. Lēmumu pieņēmējiem vajadzētu izstrādāt kompleksu pieeju izglītošanai un paaugstināt patērētāju izpratni par pārtiku, uzturvērtību un uzturu, pamatotu ar zinātniskiem pierādījumiem.

Atbalstīt pārtikas un dzērienu nozari pēc Covid-19 krīzes

Iekļaut pārtikas un dzērienu nozari starp svarīgajām nozarēm, krīzes laikā atbalstot ne tikai vietējos ražotājus, bet arī importētājus un izplatītājus, lai nodrošinātu produktu pieejamību.

Pamatojums Rekomendācijām



levērot stratēģijas “No lauka līdz galdam” vadlīnijas, lai nodrošinātu ilgtspējīgu nozares attīstību

Tā kā pārtikas nozare, pārtikas ražošana ir viens no galvenajiem faktoriem, kas pasliktina klimata izmaiņas un pasliktina apkārtējās vides stāvokli, Eiropas Komisijas stratēģija “No lauka līdz galdam” (F2F) nosaka konkrētus mērķus un pasākumus sistēmas pārveidošanai. Stratēģija ietver četrus blokus, galveno uzmanību pievēršot pārtikas ražošanai, pārtikas apstrādei, pārtikas patēriņam un atkritumu samazināšanai. Politikas veidotājiem vajadzētu ieviest stratēģiju valsts mērogā, cieši sadarbojoties ar nozari.

Veselības ministrija un vairāki Latvijas pārtikas un dzērienu nozares uzņēmumi ir sākuši darbu, lai savos produktos samazinātu tādas sastāvdaļas kā sāls, cukurs, tauki. Ir pierādīts, ka šādas pašregulējošas darbības, kad uzņēmumi uzlabo produktu sastāvu, ir daudz efektīvākas par ierobežojošiem pasākumiem. Igaunijas pārtikas nozare nesen parakstīja pašregulējošu apņemšanos saskaņā ar Eiropas “zaļo” kursu, galveno uzmanību pievēršot F2F stratēģijai, iekļaujot virzienu uz veselību, apkārtējo vidi, ilgtspējīgu ražošanu un sadarbību.

Lielo ražotāju ierasta prakse ir pēc pašiniciatīvas apņemt atbildīgas reklāmas prakses ieviešanu. ES ir šāds piemērs, un to veido brīvprātīga iniciatīva, iesaistoties vadošajām pārtikas un dzērienu kompānijām, reklamā mainot bērniem paredzētās reklāmas veidu. Tā ir nozares līderu atbilde uz ES institūciju aicinājumiem pārtikas nozarei izmantot komerciālu saziņu, lai atbalstītu vecākus, kuri veic pareiza uztura dzīvesveida izvēli saviem bērniem. ES dalībnieki-kompānijas kopā veido vairāk nekā 80% no pārtikas un dzērienu reklāmas izdevumiem ES.

Latvijā ir piemērota vide nozares tehnoloģiskai attīstībai un inovatīvai uzņēmējdarbībai. Stiprinot sadarbību zinātnē un attiecīgajā nozarē, ir iespēja attīstīt jaunu produktu izstrādi, palielinot nozares konkurētspēju un piesaistot papildu investīcijas. Latvijā ir daudz veiksmīgu uzņēmumu un zinātnes institūciju sadarbības piemēru, lai panāktu jaunu produktu ieviešanu; to varētu attīstīt arī turpmāk, uzlabojot starptautiskas pieredzes apmaiņas iespējas. Šobrīd Latvijā ir aktīvs Pārtikas produktu kvalitātes klasteris, kas aktīvi veicina valsts un starptautisko sadarbību starp klastera dalībniekiem, zinātniskām un akadēmiskām organizācijām, un citām institūcijām, lai sekmētu nozares konkurētspēju.

Pamatojums Rekomendācijām

Nodokļu politikas saskaņošanu

2020. gada februārī likumdevējs apstiprināja akcīzes nodokļa palielinājumu bezalkoholiskajiem dzērieniem ar pievienotu cukuru, ar mērķi samazināt vispārējo cukura lietošanu patērētājiem un samazinātu veselības riskus, kas saistīti ar pārmērīgu cukura lietošanu. Latvija ir viena no dažām Eiropas valstīm, kurām šobrīd ir akcīzes nodoklis bezalkoholiskajiem dzērieniem, bet, kā izrādās, nodoklis nav veicinājis ievērojamu cukura patēriņa samazinājumu. Pirms jebkuru grozījumu veikšanas Latvijā ir jāveic pētījums par uzturu, kā arī jāizvērtē, kā akcīzes nodokļa izmaiņas ietekmēs Latvijas ekonomiku, vienlaicīgi ņemot vērā nozares attīstības centienus un praksi, ierobežojot neveselīgu uzturvielu patēriņu.

Pasaules Veselības organizācijas dati liecina, ka nav spēcīgu uz pierādījumiem balstītu apliecinājumu tam, ka bezalkoholisko dzērienu aplikšana ar nodokli samazinātu cukura patēriņu. Tas, galvenokārt, ir tāpēc, ka patērētāji absorbē nodokli, un tas neveicina patērētāju ieradumu maiņu.

Eiropā nav nevienas valsts, kurā diskriminējoša nodokļu piemērošana bezalkoholiskajiem dzērieniem ir izraisījusi noturīgu enerģijas patēriņa samazinājumu. Vispārējais bezalkoholisko dzērienu patēriņš nav samazinājies. Inflācijas pieaugums, birokrātija, papildu slogs uz patērētāju ienākumiem un pārrobežu tirdzniecība bija iemesli tam, ka Dānijā pēc 18 mēnešu izmēģinājuma tika atcelts akcīzes nodoklis saldinātiem dzērieniem, šādas problēmas ir konstatētas arī Somijā. Citu valstu piemēri liecina par to, ka vairumā gadījumu nodoklis tiek nodots patērētājiem, bet tas būtiski nemaina patērētāju paradumus. Patērētāji var pāriet uz lētākiem zīmoliem vai lētākiem veikaliem (Ungārija, Dānija) vai vairāk iegādāties citus kalorijām bagātus produktus. Bezalkoholisko dzērienu patēriņš Latvijā ir zem Eiropas vidējiem rādītājiem.



Pamatojums Rekomendācijām



2019. gada jūlijā ārkārtas sēdes laikā likumdevējs apstiprināja akcīzes nodokļa likmes samazinājumu stiprajiem alkoholiskajiem dzērieniem kā atbildes reakciju uz akcīzes nodokļa izmaiņām alkoholam Igaunijā. Jaunā likme bija spēkā līdz tās pārskatīšanai 2020. gadā. Šīs izmaiņas tika ieviestas, lai saglabātu pārrobežu tirdzniecību ar Igauniju; taču likme nebija sabalansēta ar citu produktu kategorijām, piemēram, alu. Rezultātā alus tirgus Latvijā ievērojami kritās, tika zaudēti valsts budžeta ieņēmumi, un tika zaudēti darbvietas Latvijas alus nozares uzņēmumos. Tomēr Latvijā, salīdzinājumā ar citām Baltijas valstīm, akcīzes nodoklis stiprajiem alkoholiskajiem dzērieniem un raudzētiem produktiem (vīnam) ir ievērojami zemāks, nodrošinot priekšrocības šīm kategorijām. Šobrīd notiek diskusija par jaunajām akcīzes nodokļa likmēm alkoholam un alum, un tāpēc ir svarīga līdzsvarota pieeja, neizceļot kādu vienu kategoriju, kā arī diskusijas nozarē balstīt uz ekonomiskās ietekmes analīzi.

Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija kā daļu no valsts nodokļu politikas pamatnostādņēm 2021.-2025. gadam ir ierosinājusi vairākas izmaiņas dabas resursu nodokļa (DRN) aprēķināšanas metodoloģijā. Priekšlikumos ir iekļautas arī izmaiņas par atbrīvošanu no nodokļiem iepakojumam, kas šobrīd darbojas kā ražotāja atbildības svēra un saņem 100% atbrīvojumu. Tiek plānots samazināt atbrīvojumu līdz 80%, tādējādi mazinot fiskālo ietekmi uz budžetu, kas ir 30 miljonu eiro apmērā gadā. Ierosinājumam vajadzētu būt balstītam uz ekonomisko vērtējumu, un Ministrijai būtu jāsadarbojas ar nozari, lai atrastu vislabāko risinājumu. Šobrīd ieteiktā DRN likme ir ļoti augsta, lai liktu ražotājiem rīkoties atbildīgi, bet, ja nebūs atbrīvojuma, jaunais ierosinājums izraisīs papildu slogu ražotājiem un patērētājiem. Ir jābūt novērtējumam, kas noteiktu, vai izmaiņas atbrīvojumā no nodokļa veicinātu atkritumu savākšanas mērķu sasniegšanu Latvijā un kā tas varētu ietekmēt vietējos uzņēmumus.

Pamatojums Rekomendācijām

Veicināt ilgtspējīgas uzņēmējdarbības praksi, lai palielinātu konkurētspēju

ES kopīgais mērķis ir līdz 2030. gadam pārstrādāt 75% no izlietotā iepakojuma. Latvija ir viena no valstīm, kas atpaliek no kopējiem mērķiem, tāpēc ir svarīgi īstenot iniciatīvas un atbalstīt uzņēmumus pasākumu veikšanā. Vienota dzērienu iepakojuma depozīta sistēma Latvijā tiks ieviesta 2021. gada februārī. Šobrīd turpinās darbs pie Ministru kabineta noteikumu izstrādes, kā arī pie sistēmas izveides, ko pilnībā administrēs ražotāji un mazumtirgotāji. Likumdevējiem un politikas veidotājiem būtu vairāk jāatbalsta nozares uzsāktā ilgtspējīgā prakse, palīdzot izveidot tiesisko regulējumu un izvairoties no papildu sloga radīšanas uzņēmumiem un patērētājiem.

COVID-19 ir ietekmējis pārtikas nozares digitalizāciju, kā arī palielinājis e-tirdzniecības popularitāti. "Maxima mazumtirdzniecības kompasa" (ceturkšņa pārskats par galvenajām mazumtirdzniecības tendencēm Latvijā) dati par 2020. gada jūniju liecina, ka pārtikas produktu iepirkšana tiešsaistē pēdējo piecu gadu laikā ir dubultojusies, vislielāko pieaugumu - 1,5 reizes - uzrādot pagājušajā gadā. 2020. gadā 3,9% aptaujāto patērētāju iegādājas pārtikas produktus tiešsaistē, un šis skaits pieaug. Tādēļ ir svarīgi atbalstīt e-tirdzniecības attīstību un mudināt vairāk uzņēmumus izveidot tiešsaistes pieejamību, nodrošinot arī pārredzamus un drošus darījumus.

Lai Latvijas pārtikas un dzērienu nozare sasniegtu pozitīvu izaugsmi, ir svarīgi investēt tehnoloģijās un inovācijās, speciālistu izglītošanā, jauna darbaspēka piesaistīšanā, kā arī palielināt informētību par Latvijas uzņēmumiem ārvalstu tirgos. Politikas veidotājiem ir jāveicina vietējo uzņēmumu eksporta iespējas.



Pamatojums Rekomendācijām

Turpināt izglītot patērētājus par sabalansētu uzturu

Saskaņā ar Eurostat datiem Latvijā 2016. gadā bija otrais lielākais cilvēku ar lieko svaru skaits Eiropas Savienībā, turklāt 21,3% cilvēku Latvijā bija liekais svars. Šīs problēmas galvenais risinājums ir sabalansēts uzturs un fiziskās aktivitātes. Pārtikas un dzērienu nozares atbildība ir sniegt patērētājiem visu informāciju, kas nepieciešama, lai izdarītu apzinātu izvēli un attiecīgi plānotu savu uzturu.

Pasaules Veselības organizācijas Pārtikas un uztura plānā 2015.-2020. gadam uzsvērts, ka galvenā prioritāte veselīga uztura veicināšanai ir veselīgas pārtikas pieejamības nodrošināšana, tostarp pārtikas produktu sastāva uzlabošana. Dalībvalstis tiek aicinātas veikt pārtikas produktu uzlabošanu, samazinot sāls, transtaukskābju un cukura daudzumu, kā arī samazināt pārtikas produkta enerģētisko vērtību un produkta iepakojuma izmēru. 2019. gada oktobrī Veselības ministrija noteica kopējā ES projekta reformulācijas mērķus nākamajiem četriem gadiem: samazināt sāls daudzumu katru gadu par 4%; līdz 2020. gadam samazināt transtaukskābju daudzumu pārtikas produktos par 5%; līdz 2020. gadam samazināt cukura daudzumu pārtikas produktos vismaz par 10%.

Lai informētu patērētājus par pārtikas produktu sastāvu un uzturvielu daudzumu, valstis visā pasaulē ir izstrādājušas ieviešanas dažādas uzturvielu marķēšanas shēmas. Eiropas Komisija strādā, lai izvērtētu, kuras sistēmas ir vislabākās klientu informēšanai un vienotai ieviešanai Eiropas Savienībā, lai izvairītos no pārtikas produktu marķēšanas sadrumstalotības, kas varētu radīt nevajadzīgu slogu un nebūtu efektīvi uzņēmumiem, palēninot ilgtspējīgu pārtikas sistēmu ieviešanu.



Pamatojums Rekomendācijām

Atbalstīt pārtikas un dzērienu nozari pēc Covid-19 krīzes

Zemkopības ministrija piedāvājusi plānu ekonomikas atlabšanai pēc COVID-19 krīzes lauksaimniecībā un pārtikas ražošanā. Plānā norādīts, ka pārtikas nozare saskaras ar eksporta tirgus samazinājumu, tādēļ šajā jomā būtu jānodrošina papildus atbalsts. Plānā arī uzsvērts, ka būtu jāveicina iekšējais patēriņš, lai atbalstītu vietējos ražotājus; galvenā uzmanība pievērsta kvalitātes uzlabošanai Nacionālās pārtikas kvalitātes shēmas un bioloģiskās pārtikas kvalitātes shēmas produktiem. Ir svarīgi atbalstīt ES vienoto tirgu kopumā un izvairīties no protekcionisma, tāpēc šādiem atbalsta mehānismiem vajadzētu būt vērstiem ne tikai uz vietējiem ražotājiem, bet arī uz izplatītājiem un importētājiem, lai nodrošinātu nepieciešamo produktu pieejamību patērētājiem.

Pārtikas nozare kopumā būtu jāiekļauj svarīgo nozaru sarakstā. COVID-19 pandēmijas laikā vairākas valstis ir uzsākušas līdzīgu iniciatīvu, pieļaujot īpašu attieksmi pret tām nozarēm, kuras patērētājiem nodrošina būtiskās preces un pakalpojumus. Kā jau iepriekš minēts, ir nepieciešams pievērst galveno uzmanību ne tikai valsts un vietējiem ražotājiem, bet atbalstīt visus uzņēmumus un nekultivēt protekcionismu krīzes laikā, jo galvenais mērķis ir nodrošināt patērētājus ar svarīgākajiem pārtikas produktiem.





FICIL Nostāja Nr. 7

Ārvalstu investoru padomes Latvijā nostāja attiecībā uz pārtikas un dzērienu nozari

FICIL ir nevalstiska organizācija, kas apvieno 37 lielākos ārvalstu uzņēmumus no dažādām nozarēm, 10 ārējās tirdzniecības palātas, Francijas ārējās tirdzniecības konsultantus un Rīgas Ekonomikas augstskolu (SSE Rīga). FICIL misija ir uzlabot Latvijas uzņēmējdarbības vidi un konkurētspēju ārvalstu investīciju piesaistē, izmantojot tās biedru pieredzi un zināšanas, lai sniegtu rekomendācijas valdībai.