Dragan Lončar
Ekonomski fakultet
Univerzitet u Beogradu

Bojan Ristić
Ekonomski fakultet
Univerzitet u Beogradu

ANALIZA KONKURENCIJE I TRŽIŠNE KONCENTRACIJE U SEKTORU MLEKARSTVA U SRBIJI

Analysis of Competition and
Market Concentration in Dairy Industry in Serbia

Sažetak

Proizvodi grane mlekarstva čine sastavni deo svake potrošačke korpe, što ih čini strateški važnim segmentom potrošačkog standarda u Srbiji. Odatle sledi i zainteresovanost države u domenu antimonopolske regulacije ove grane. Cilj ovog rada je da prikaže stanje i aktuelne trendove u grani mlekarstva, definiše metodološki okvir i sprovede analizu konkurencije i tržišne koncentracije u ovoj grani. Osnova analize je usklađena sa antimonopolskom praksom Evropske komisije, odnosno njenim rešenim reprezentativnim regulatornim slučajevima kao i fundamentalnim naučnim doprinosima iz ove oblasti. Evidentno, pravilno definisanje relevantnog tržišta nameće se kao ključno pitanje prilikom sprovođenja regulatorne procedure, što dominantno određuje ne samo tok, već i konačni ishod regulacije. Istraživanje je sprovedeno na bazi podataka iz relevantnih izvora za 2009. godinu i prikazuje uslove i intenzitet konkurencije i koncentracije u grani mlekarstva u toj godini.

Ključne reči: *mlekarstvo, relevantno tržište, tržišna koncentracija, antimonopolska regulacija.*

Abstract

Dairy products are an integral part of every consumer basket, which makes them strategically important segment of the consumer living standard in Serbia. Consequently, it does not surprise the exceptional state interest in the field of antitrust regulation of the industry. The aim of this paper is to present the situation and current trends in the dairy industry, defines the methodological framework and carry out analysis of competition and market concentration in this sector. The basis of the analysis is consistent with the antitrust practice of the European Commission, i.e. its representative regulatory cases and fundamental scientific contributions in this field. Evidently, the proper definition of the relevant market presents a key issue in implementing regulatory procedures, which predominantly determine not only the process, but the final outcome of regulation. The survey was conducted based on data from relevant sources in 2009 and shows the conditions and intensity of competition and concentration in the dairy industry for that year only.

Key words: *dairy industry, relevant market, market concentration, antitrust regulation.*

Uvodne napomene

Značaj mlekarstva u Srbiji se reflektuje kroz nekoliko činjenica. Prvo, mleko je strateški važan prehrambeni proizvod za svaku državu pa i za Srbiju. Posledično, od velike je važnosti iz internih izvora obezbediti dovoljne količine mleka za domaću potrošnju. Drugo, mleko je finalni proizvod ratarske proizvodnje i njegov lanac vrednosti je vrlo kompleksan i osetljiv zbog velikog broja međuzavisnosti sa drugim sektorima poljoprivrede. Potrebno je najmanje tri godine (period laktacije krava) da bi se na farmi uspostavila proizvodnja mleka. Prosečna profitna stopa je mala i suština poslovanja je obezbeđenje dugoročne stabilnosti bitnih poslovnih parametara. Treće, samo primarna proizvodnja kravljeg mleka godišnje vredi preko 500 miliona evra, a zajedno sa preradom mleka stvorena vrednost se značajno uvećava. Četvrto, ovaj sektor zapošljava preko 280 hiljada primarnih proizvođača mleka i time značajno utiče na životni standard ljudi koji se bave ovim vidom poljoprivredne proizvodnje, kao i na integralni razvoj svih ruralnih područja u Srbiji. Peto, jedna od značajnih proceduralnih barijera ulaska Srbije u Evropsku Uniju može biti ispunjavanje strogih standarda u oblasti poljoprivrede, naročito mlekarstva (Vlada Republike Srbije, 2010, s. 23).

Shodno značaju koji ova privredna grana ima za standard stanovništva, i generalno, za blagostanje društva, ne čudi činjenica da su aktivnosti preduzeća iz ove oblasti permanentno pod lupom javnog mnjenja i regulatornih tela iz domena zaštite konkurencije. Evidentno, regu-

latorska politika u oblasti zaštite konkurencije u grani mlekarstva ima svoje specifičnosti koje je značajno izdvajaju u odnosu na druge grane, što je činjenica od koje se mora poći prilikom definisanja metodološkog okvira regulacije. Jedan od osnovnih i najosteljivijih koraka svih regulatornih procesa, pa i slučajeva regulacije u grani mlekarstva, je definisanje tržišta koje je relevantno za predmetni slučaj. Od precizne definicije relevantnog tržišta zavisi i kvalitet regulatornih zaključaka.

Cilj ovog rada je da ukaže na aktuelne trendove u grani mlekarstva, te da postavi metodološku osnovu za definisanje relevantnog tržišta za potrebe antimonopolske regulacije preduzeća iz ovog sektora u Srbiji. Na bazi reprezentativnog metodološkog okvira i raspoloživih statističkih podataka analiziran je nivo tržišne koncentracije u sektoru mlekarstva za 2009. godinu. Rezultati istraživanja tržišne koncentracije u grani mlekarstva prikazani su kako za domen otkupa sirovog mleka od strane registrovanih mlekarica, tako i za domen prodaje pasterizovanog i dugotrajnog mleka. Analize ovog tipa sprovode državna regulatorna tela za slučajeve konkretnih preduzeća za koja postoji bojazan da ugrožavaju konkurenciju na tržištu koje se za njih smatra relevantnim. Analiza koja će biti sprovedena u ovom radu razlikuje se u tom smislu što nije sprovedena na slučaju konkretnog preduzeća iz grane mlekarstva, već za granu kao celinu. U tom slučaju, rezultati su relevantni za sva preduzeća čije bi se relevantno tržište poklopilo sa pretpostavljenim tržišnim opsegom od kog se polazi u analizi. Napominjemo, generalizovanje analize

za sva pojedinačna preduzeća iz ove grane podrazumeva rizik dobijanja pristrasnih zaključaka, ukoliko se tržišta koja su relevantna na njihovo poslovanje ne poklapaju sa pretpostavkama od kojih se polazi u ovoj analizi. U geografskom smislu, polazi se od teritorije Republike Srbije kao najšire oblasti na kojoj ima smisla posmatrati tržišnu utakmicu na polju otkupa i prerade mleka.

Rad ima četiri dela. U *prvom delu* prikazani su istorijski i aktuelni trendovi u grani mlekarstva u Srbiji. U *drugom delu* autori detaljno obrazlažu metodologiju za definisanje relevantnog tržišta i merenje tržišne koncentracije u sektoru mlekarstva, pri tome izvođeci jasne argumente iz relevantne prakse Evropske antimonopolske komisije. *Treći deo* prikazuje rezultate analize tržišne koncentracije na tržištu otkupa sirovog mleka i prodaje pasterizovanog i sterilizovanog mleka u Srbiji. *Poslednji deo* sumira osnovne zaključke rada.

Analiza trendova u sektoru primarne proizvodnje i prerade mleka

Primarni proizvođači i prerađivači mleka bi trebalo da se pripreme za stroge standarde poslovanja koje nameće proces pridruženja EU, kao i na oštru inostranu konkurenciju, potpomognutu EU subvencijama¹. Otežavajuća okolnost za naš mlekarski biznis je njegova priroda koja zahteva dug period prilagođavanja novim proizvodnim

¹ Agro budžet Evropske Unije iznosi za 2010. godinu 55 milijardi evra što čini oko 40% ukupnog EU budžeta. (European Commission, 2010, p. 18)

Slika 1: Broj krava i steonih junica u periodu 2001-2009. godina

Izvor: RZS sajt (<http://webzrzs.stat.gov.rs/axd/poljoprivreda/rezultats21.php?baza=2>, pristup: 04.02.2011).

i tržišnim standardima, jasnu regulatornu i administrativnu podršku države svim učesnicima u lancu vrednosti i, povezano sa tim, značajna ulaganja u ukрупnjavanje stada, unapređenje njegovog genetskog potencijala (povećanje mlečnosti) i izgradnju jedinstvenog sistema laboratorija za kontrolu kvaliteta mleka.

Poslednjih godina se primećuje trend unapređenja rasnog sastava mlečnih krava. To je posledica odabira kvalitetnijih grla, uvoza kvalitetnijih steonih junica i državnih podsticaja (doduše nedovoljnih) da se gaje kvalitetnija grla. Paralelno sa rastom kvaliteta mlečnih krava dolazi do drastičnog pada ukupnog broja krava. Prema zvaničnoj statistici, u periodu 2001-2010. godina broj krava i steonih junica je smanjen sa 787.000 na 584.000, što je pad od čitavih 26% (Slika 1). Samo tokom 2010. godine taj broj je smanjen za 40.000 jedinica.

Jedan od razloga pada broja krava je težnja primarnih proizvođača ka poboljšanju rasnog sastava mlečnih krava kroz eliminisanje manje produktivnih rasa. Međutim, osnovni razlozi pada broja muznih krava su svakako pad državnih podsticaja (premija, subvencija), usitnjenost primarne proizvodnje, migracija selo-grad, rast cena stočne hrane i drugih bitnih inputa, velika fluktuacija tržišnih varijabli (pre svega otkupne cene mleka) i značajna nepredvidivost i promenljivost državnih mera u ovom sektoru. Ukratko, za sve veći broj malih primarnih proizvođača mlekarstvo postaje neisplativ posao, zbog nedovoljnog prinosa po kravi koji bi proizvođača, u ambijentu pasivne politike države, uveo u zonu profitabilnog poslovanja.

Problem Srbije nije mali broj krava, već njihova niska produktivnost. Prosečan prinos po kravi u Srbiji (Udru-

ženje proizvođača mleka Srbije, 2010, s. 6) je 2.500 litara godišnje (manje od 7 litara dnevno), a u EU 7.500 litara (nešto više od 20 litara dnevno). Procena je da bi 200.000 muznih krava prosečne produktivnosti od 6 do 6,5 hiljada litara bilo sasvim dovoljno da zadovolji potrebe Srbije za mlekom. Projekat uvoza 50.000 krava iz Zapadne Evrope u aranžmanu Rusije i Belorusije je samo pokušaj tretiranja simptoma problema smanjenog broja krava, ali ne i pravih uzroka, jer se opet postavlja pitanje u kakvim uslovima će proizvođači gajiti ove krave. Bez pratećih poteza u agrarnoj politici, ova ideja deluje samo kao dobar marketinški potez.

Proizvodnja sirovog kravljeg mleka stagnira poslednjih deset godina i kreće se na nivou od oko 1,5 do 1,6 milijardi litara godišnje (RZS sajt, 2011). Oko 60% proizvedenog mleka se otkupljuje od strane prerađivača, dok se 40% troši za sopstvenu potrošnju ili prodaje po pijacama i u sivoj zoni. Učešće otkupljenih količina mleka u ukupno proizvedenoj količini ima stabilan trend rasta: sa 38% 2001. godine na oko 60% 2010. godine, sa napomenom da ovaj udeo stagnira poslednje dve godine zbog pada državne premije na svega 1,5 dinara.

Veliki problem srpskog primarnog mlekarstva je usitnjenost proizvodnje. Naime, prosečna srpska farma ima samo 2,8 krava, dok prosek za EU iznosi oko 20 krava. Skoro polovina primarnih proizvođača ima samo jednu kravu, a samo jedna petina ima 5 i više krava. Iz prethodne činjenice proizilazi i sledeća. Samo 30% proizvedenog mleka u Srbiji spada u ekstra i prvu klasu po standardima EU (procenat mlečne masti, procenat proteina, tačka mržnjenja, broj somatskih ćelija i broj mikroorgani-

Slika 2: Trend kretanja prosečne otkupne cene kravljeg mleka u periodu 2001-2009. godina

Izvor: RZS (<http://webzrzs.stat.gov.rs/axd/poljoprivreda/rezultat12.php>) i OANDA (www.oanda.com), pristup: 04.02.2011.

zama). Naročito je loš kvalitet mleka koje se prodaje sivim kanalima. Dovoljno je reći da kvalitetna holštajn-frizijska rasa ima učešće od samo 6,5%, a da ubedljivo dominira manje kvalitetna domaća rasa tipa simentalke (56%) (Privredna komora Srbije, 2010, s. 4). Srbija je danas jedina država u Evropi koja još uvek nema nacionalnu laboratoriju za nezavisnu kontrolu kvaliteta mleka. Iako je tender završen još 2006. godine, još uvek ništa nije urađeno na realizaciji ovog projekta.

Otkupna cena mleka kao osnovni izvor zarade primarnog proizvođača trpi značajna variranja u periodu 2001-2009. godina (Slika 2). Na primer, tokom 2007. godine, viša cena sirovog mleka (zbog loših vremenskih prilika i borbe prerađivača za sirovinu) i povoljne državne stimulacije privukle su veliki broj proizvođača koji su ušli u kredite za izgradnju farmi krava. Međutim, sa padom otkupnih cena i državnih stimulacija mnogi ubrzo nailaze na problem otplate kredita i bivaju prinuđeni da zatvore svoje farme, što je svakako uticalo na smanjenje fonda mlečnih krava.

Ono što poziciju primarnog proizvođača mleka u Srbiji čini znatno lošijom u odnosu na zemlje EU je drastično manja premija koja se isplaćuje od strane države. Naime, podrška države mlekarstvu kroz tržišne mere (premijske za mleko i izvozne subvencije) i strukturalne mere (podrška podizanju mlekarskih farmi, nabavka opreme) je u konstantnom padu u periodu 2005-2009. godina (Tabela 1). Prosečna godišnja stopa pada državne pomoći ovom sektoru u posmatranom periodu je 34%. Premija za mleko je poslednje tri godine dva do tri puta manja u dinarima nego što je to bio slučaj 2005. godine, a višestruko manja u evrima, imajući u vidu značajnu depresijaciju dinara u ovom periodu (Slika 3). Sa 1,5 dinara po litri mleka naša premija za mleko je i do deset puta manja nego kod država u regionu. Primera radi, u Hrvatskoj je premija za kravlje mleko 8 evrocenti ili 9 dinara, a ukupan budžet, za trostruko manji obim poljoprivredne proizvodnje, je dvostruko veći nego u Srbiji.

Premija ne samo da je smanjena, već su iz njene isplate isključena pravna lica, kao i proizvođači koji ne uplaćuju

Tabela 1: Podsticajna sredstva namenjena mlekarstvu za period 2005-2009. godina

Godina	2005	2006	2007	2008	2009
Tržišne mere (mil. RSD)	3194	2348	1406	1294	402
Strukturalne mere (mil. RSD)	121	144.5	0	10.1	569
Ukupni podsticaji mlekarstvu (mil. RSD)	3315	2492.5	1406	1304.1	971
Tržišne mere (mil. EUR)	37.27	30.98	17.81	14.67	4.20
Strukturalne mere (mil. EUR)	1.41	1.91	0.00	0.11	5.95
Ukupni podsticaji mlekarstvu (mil. EUR)	38.68	32.88	17.81	14.79	10.15

Izvor: Vlada Republike Srbije (2010): *Nacionalni program za poljoprivredu od 2010. do 2013. godine*, str. 23, Službeni Glasnik Republike Srbije broj 83/10 od 09. novembra 2010. godine.

Slika 3: Trend kretanja visine premije za kravlje mleko u periodu 2001-2010. godina

Izvor: Intervju sa vlasnikom privatne mlekare iz Raške oblasti.

poljoprivredno PIO osiguranje. Imajući u vidu programiran budžet Srbije za 2011., 2012. i 2013. godinu (stagnirajući iznos od oko 20 milijardi dinara i učešće poljoprivrede u budžetu od oko 2,4%) može se zaključiti da stimulacije mlekarstvu neće značajnije rasti u naredne tri godine (Vlada Republike Srbije, 2010, s. 34). Čak i sa tako malim budžetom za poljoprivredu samo 7% njegove vrednosti je usmeren 2009. godine na subvencionisanje stočarstva, što je mnogo manje od nekadašnjih 37% iz 2004. godine. Srbija je jedina država u regionu koja još uvek isplaćuje premiju samo po količini, zanemarujući kvalitet proizvedenog mleka. Time se otvoreno diskriminišu, odnosno obeshrabruju proizvođači kvalitetnog sirovog mleka.

Na strani prerade situacija je nešto bolja, ali samo za velike prerađivače, koji na bazi ekonomije obima mogu sniziti prosečne troškove poslovanja i nivelisati kvalitet ulazne sirovine. Na primer, IMLEK i mlekar Subotica podigli su prosečnu vrednost otkupa na 127 litara po primarnom proizvođaču, sa ubedljivo najvećim procentom mleka koje spada u ekstra i prvu klasu (Udruženje proizvođača mleka Srbije, 2010, s. 6). Pored visokih prosečnih troškova, veliki problem mini-mlekara je predugo vreme naplate potraživanja i posledični ulazak u krizu likvidnosti. Od ukupno 230 registrovanih mlekara u Srbiji velike mlekare dominiraju u pogledu prerađivačkih kapaciteta. Iako ove mlekare čine manje od 10% ukupnog broja mlekara one zajedno poseduju gotovo 70% prerađivačkih kapaciteta. Interesantan je podatak da velike mlekare, koje otkupljuju preko 20.000 litara mleka dnevno, u proseku koriste 90% instalisanih kapaciteta, za razliku od ostalih mlekara čiji je nivo iskorišćenosti kapaciteta na zabrinjavajućih 5% (Vlada Republike Srbije, 2010, s. 29). Za očekivati je da će u budućnosti doći do daljeg pada broja aktivnih mlekara, ali i pada broja farmera. Opstajće samo oni koji svojim obimom i kvalitetom proizvoda mogu da ostvare profit u dugom roku i izađu u susret sve strožijim standardima EU.

Oko 85% prerađenog mleka ide u sveže mlečne proizvode (mleko, obični jogurt i kiselo pavlaku), oko 12% u sireve, a ostatak u mleko u prahu i puter (Božić *et al.*, 2009). Specifičnost našeg mlekarstva jeste dominacija dugotrajnog mleka u proizvodnom asortimanu mlekara i u potrošnji, što je potpuno suprotan trend u odnosu na domina-

ciju kratkotrajnog mleka u državama EU. Jedan od razloga su visoke carine na uvoz dugotrajnog mleka, koje će vrlo brzo morati da budu ukinute paralelno sa primenom Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju. Potrošnja mleka po glavi stanovnika u Srbiji je relativno mala u poređenju sa drugim državama EU. Naime, prosečna potrošnja mleka u Srbiji je 207 litara godišnje, što je više nego četiri puta manje nego u Danskoj (Eurostat, 2010).

Već pomenuti problem kvaliteta sirovog mleka utiče i na kvalitet mlečnih prerađevina, bez obzira na ogroman napor, naročito većih mlekara, da investiraju značajne sume novca u opremu, kvalitet prerade i proširenje asortimana proizvoda. Pretpostavka proizvodnje visoko kvalitetnog mlečnog proizvoda podrazumeva visok kvalitet ulaznog sirovog mleka. Međutim, veoma mali broj mlekara u Srbiji tome poklanja pažnju. Sigurno je da će povećanje kvaliteta i zdravstvene bezbednosti mleka biti jedan od najvećih izazova agrarne politike Srbije u narednom periodu. Rešenje navedenog problema će direktno uticati na izvozni potencijal našeg mlekarstva i mogućnost izlaska na druga tržišta izvan CEFTA zone.

Metodološki okvir za merenje koncentracije u sektoru mlekarstva

Da bismo prikazali dobru praksu merenja koncentracije u grani mlekarstva, u prvom koraku potrebno je izložiti teorijski koncept definicije relevantnog tržišta, na kom jedino ima smisla meriti tržišne udele preduzeća i koncentrisanost tržišta. Napominjemo, problematika definisanja relevantnog tržišta usko je u vezi sa antimonopolskim procesima koje regulatorna tela sprovode protiv učesnika na tržištu – preduzeća za koje postoji sumnja da svojim poslovnim aktivnostima ugožavaju konkurenciju na tržištu. U drugom koraku razmotrićemo moguće načine za definisanje relevantnih tržišta u grani mlekarstva, da bismo u trećem koraku prikazali logiku odabira reprezentativnih merila koncentracije.

Teorijski okvir definicije relevantnog tržišta

Definisanje relevantnog tržišta podrazumeva njegovu određivanje sa aspekta proizvoda (relevantno tržište

proizvoda), ali i prostorno-geografsko određivanje (relevantno geografsko tržište). Ako je reč o relevantnom tržištu proizvoda postavlja se pitanje koji proizvodi su uključeni u „konkurentsku borbu“. Sa druge strane, relevantno geografsko tržište podrazumeva definisanje prostornih (geografskih) granica unutar kojih ima smisla posmatrati „konkurentsku borbu“ proizvoda koji čine relevantno tržište proizvoda.

Kako definisati relevantno tržište? Evidentno, reč je o najkompleksnijem pitanju svake regulatorne analize, gde se nijedan metod u potpunosti ne može smatrati savršenim. Izbor metoda za definisanje relevantnog tržišta, pre svega, zavisi od karakteristika grane kojoj pripadaju preduzeća koja su predmet regulacije, ali i od dostupnosti podataka koji su neophodni za njegovu primenu. U razvijenim regulatornim praksama SAD i EU relevantno tržište se dominantno utvrđuje primenom testa hipotetičkog monopolista (*SSNIP*² test). To znači da se obe dimenzije definisanja relevantnog tržišta (relevantno tržište proizvoda i relevantno geografsko tržište) zasnivaju na istom testu, pri čemu bi trebalo imati u vidu da primena istog testa za različite dimenzije tržišta ne podrazumeva i njihovo istovremeno određivanje. Prvo se definiše relevantno tržište proizvoda, a potom, na bazi te definicije i relevantno geografsko tržište. Primenom ovog testa dolazi se do relevantnog tržišta koje čini proizvod, ili skup proizvoda koji se prodaju na određenom geografskom prostoru, takvih da hipotetički monopolista koji maksimizira sopstveni profit i ne vrši cenovnu diskriminaciju, a koji je jedini sadašnji i budući prodavac tih proizvoda, može profitabilno da uveća cenu za definisani iznos u periodu ne kraćem od godinu dana (Federal Trade Commission, 2007, p. 6). Uz to, pretpostavlja se da su uslovi prodaje svih drugih proizvoda koji nisu predmet pretpostavljenog povećanja cene, a pripadaju relevantnom tržištu konstantni.

Shodno tome, pod osnovnim *principom definicije*

2 Test pretpostavljenog monopolskog povećanja cene (*SSNIP* - *Small but Significant and Nontransitory Increase in Price*) prvi put je definisan 1982. u smernicama za regulaciju horizontalnih spajanja američkog ministarstva pravde (*U.S. Department of Justice Merger Guidelines*) i od tada se primenjuje u regulatornim procesima. Na teritoriji Evropske unije *SSNIP* test se neformalno primenjuje od *Nestlé/Perrier* slučaja iz 1992. Od 1997. test je oficijelno predstavljen od strane Evropske komisije u dokumentu čiji je predmet definisanje relevantnog tržišta (*Commission's Notice for the Definition of the Relevant Market for the Purposes of Community Competition Law*).

relevantnog tržišta podrazumeva se da relevantno tržište čini najuža moguća grupa proizvoda koji se prodaju na najužem mogućem geografskom prostoru, tako da bude zadovoljen kriterijum profitabilnosti *SSNIP* testa kako pri definisanju relevantnog tržišta proizvoda tako i pri definisanju relevantnog geografskog tržišta. Tržište koje je na ovaj način određeno smatra se „vrednim monopolizacije“ sa aspekta hipotetičkog monopola. Hipotetički monopolista je pretpostavljeno (fiktivno) preduzeće, koje smatramo jedinim prodavcem nekog proizvoda na određenoj teritoriji, što je suštinski momenat za formiranje teorijske konstrukcije potrebne za definisanje relevantnog tržišta.

Bilo da je reč o regulaciji horizontalnih spajanja preduzeća ili zloupotrebi dominantnog položaja osnovni korak svake regulatorne analize podrazumeva utvrđivanje tržišta koje se smatra relevantnim za predmetni slučaj. Prema tome, prilikom definisanja relevantnog tržišta polazi se od konkretnih tržišnih učesnika koji su predmet regulacije ukoliko je reč o regulaciji horizontalnih spajanja (slučajevi koncentracije), odnosno konkretnog tržišnog učesnika, ako se ispituje zloupotreba dominantnog položaja.

Na primer, pretpostavićemo da regulatorno telo ispituje zloupotrebu dominantnog položaja preduzeća X sa teritorije grada Beograda, koje proizvodi i prodaje pasterizovano mleko. Da bismo utvrdili da li pasterizovano mleko formira zasebno relevantno tržište proizvoda sprovedemo test hipotetičkog monopolista. U prvoj iteraciji testira se da li bi pretpostavljeno povećanje cene pasterizovanog mleka rezultiralo povećanjem ili smanjenjem profita hipotetičkog monopola. Ako bi povećanje cene dovelo do povećanja profita od prodaje pasterizovanog mleka onda pasterizovano mleko samostalno formira relevantno tržište proizvoda. U suprotnom, relevantnom tržištu pasterizovanog mleka potrebno je dodati njegov prvi najbliži supstitut, sterilizovano (dugotrajno) mleko i test se ponovo primenjuje. U drugoj iteraciji ponovo se simulira povećanje cene pasterizovanog mleka, pa ukoliko to povećanje dovede do rasta profita zaključujemo da relevantnom tržištu pasterizovanog mleka pripada i dugotrajno mleko. Ukoliko, međutim, i u drugoj iteraciji dođe do smanjenja profita relevantnom tržištu pasterizovanog mleka je potrebno dodati pored prvog i njegov drugi najbliži sup-

stitut npr. mleko u prahu, nakon čega sledi ponovna primena testa. Test se sprovodi iterativno sve dok se ne formira najuži skup proizvoda koji zadovoljavaju uspostavljeni kriterijum profitabilnosti za dato povećanje cene proizvoda iz početne iteracije.

Ukoliko bismo, na primer, utvrdili da relevantno tržište proizvoda formira samostalno pasterizovano mleko tj. svi proizvođači koji se bave njegovom proizvodnjom i distribucijom postavlja se pitanje koji geografski prostor se može smatrati poljem na kom ima smisla analizirati „konkurentsku borbu“ tih preduzeća. Drugim rečima, postavlja se pitanje šta se može smatrati relevantnim geografskim tržištem u situaciji u kojoj je utvrđeno da relevantno tržište proizvoda čini pasterizovano mleko. U ovom slučaju polazi se od najuže teritorije (opštine, grada, regije) kojoj pripada preduzeće X koje je predmet regulacije. U ovom primeru, polazi se od teritorije grada Beograda. U prvoj iteraciji testira se da li bi pretpostavljeno povećanje cene pasterizovanog mleka od startnog hipotetičkog monopola (svih preduzeća na teritoriji grada Beograda koja proizvode i prodaju pasterizovano mleko) dovelo do povećanja ili smanjenja njegovog profita. Ukoliko se oceni da bi profit bio uvećan teritorija Beograda može se smatrati relevantnim geografskim tržištem, čime je test hipotetičkog monopoliste kompletiran, pa se može reći da relevantno tržište čine svi proizvođači pasterizovanog mleka na teritoriji grada Beograda. Ukoliko bi profit bio umanjen inicijalnu teritoriju je potrebno dodatno proširiti nakon čega bi test bio ponovo primenjen. Kao i slučaju definisanja relevantnog tržišta proizvoda test se sprovodi iterativno sve dok se ne formira najuži geografski opseg koji zadovoljava kriterijum profitabilnosti SSNIP testa.

U ovom jednostavnom primeru, ako bi se ispostavilo da relevantno tržište čine sva preduzeća koja proizvode i prodaju pasterizovano mleko na teritoriji grada Beograda, tržišni udeo preduzeća X bi se posmatrao samo u odnosu na ta preduzeća. Logično, interes preduzeća koja su predmet regulacije je da tržište bude što šire definisano, što umanjuje njihov tržišni udeo koji predstavlja osnovni indikator za utvrđivanje postojanja dominantnog položaja, pa samim tim i njegove zloupotrebe.

Test hipotetičkog monopoliste u svojoj osnovi je kvantitativne-ekonometrijske prirode, pa se u skupu drugih,

uglavnom, kvalitativnih metoda može smatrati najmanje pristrasnim.³ Osnovna ograničenja testa potiču od: mogućih arbitrarnosti pri izboru povećanja cene za koji se test primenjuje, izbora ekonometrijskog modela tržišne tražnje za proizvodom za koji se test primenjuje i nemogućnosti da se dođe do validnih podataka za primenu testa⁴.

Zbog specifičnosti istih parcijalnih tržišta, ali u različitim zemljama, pre izbora objašnjavajućih varijabli koje je potrebno uključiti u model, korisno bi bilo, ukoliko je moguće, sprovesti anketu na reprezentativnom uzorku potrošača koja bi imala za cilj da identifikuje varijable koje dominantno opredeljuju potrošačev izbor. Za pretpostaviti je da se potrošači mleka i mlečnih proizvoda u Srbiji razlikuju prema preferencijama u odnosu na potrošače u razvijenim zemljama Evropske unije. Na primer, trebalo bi proveriti da li se tačno mleko kao finalni proizvod doživljava u potrošnji kao homogen ili diferenciran proizvod, te da li potrošači smatraju da su proizvodi određenih preduzeća kvalitetniji od drugih. Cilj ovih anketa bi bio da utvrdi da li izbor kupaca pored cene zavisi i od kvaliteta proizvoda.

Definisanje relevantnog tržišta u grani mlekarstva

Analiza efekata na intenzitet konkurencije preduzeća koja su u fokusu regulacije može se vršiti kako na strani njihove tražnje za faktorima proizvodnje, tako i na strani ponude proizvoda koji čine njihov proizvodni program. Da li će regulatornom analizom biti obuhvaćeni i strana inputa i strana outputa ili samo jedna od njih stvar je procene regulatornog tela na kom polu proizvodnog lanca može doći do ugrožavanja efektivne konkurencije od strane konkretnog preduzeća. Grana mlekarstva je tipičan primer kod kog je poželjno, u cilju potpunije analize, obuhvatiti kako prodaju finalnih proizvoda tako i nabavku faktora proizvodnje, jer u oba segmenta postoji mogućnost

³ U praksi, analiza kritičnog gubitka (*Critical Loss Analysis*) se najčešće koristi kao tehnika za sprovođenje testa hipotetičkog monopoliste (Videti: O'Brien & Wickelgren 2004, Daljord et al. 2008). Trebalo bi imati u vidu da je pri definisanju relevantnog geografskog tržišta moguće primeniti i neke druge metode koje ne polaze od testa hipotetičkog monopoliste, kao što je npr. *Elzinga-Hogarty* test, analiza izohronih linija uz pomoć programskog paketa *GIS* (*Geographic Information System*) i analiza vremenske elastičnosti.

⁴ Više o ovim nedostacima videti u: European Commission (1997).

za ugrožavanjem tržišne konkurencije. Monopolska moć na strani prodaje finalnih proizvoda, lako može biti prućena monoposonskom moći na strani angažovanja faktora proizvodnje.

Shodno tome, prilikom definisanja relevantnog tržišta, za potrebe regulacije u oblasti zaštite konkurencije u grani mlekarstva potrebno je razdvojiti dva ključna aspekta u funkcionisanju ove grane: ulazni tok (*upstream dimension*) – otkup sirovog mleka od primarnih proizvođača i izlazni tok (*downstream dimension*) – prodaju prerađenog mleka i mlečnih prerađevina krajnim kupcima i/ili preduzećima registrovanim za maloprodaju i veleprodaju prehrambenih proizvoda. Obe dimenzije mogu se rasčlaniti na više zasebnih relevantnih tržišta. Pri tome, mora se voditi računa o tome da svako relevantno tržište čini relevantno tržište proizvoda na relevantnom geografskom tržištu. Nedvosmisleno najveći izazov regulacije je definisanje relevantnog tržišta proizvoda. Hipotetički primer, sa regulacijom preduzeća X, koji smo prethodno naveli, proširćemo kako za ulazni tako i za izlazni segment proizvodnog lanca. Slika 4 uprošćeno ilustruje ove dve dimenzije dajući osnov za definisanje relevantnog tržišta proizvoda za preduzeća iz ove grane.

Ukoliko je preduzeće X predmet regulatorne analize koja ima za cilj da utvrdi da li je preduzeće zlupotrebilo dominantan položaj, osnova te analize je da se pret-

hodno utvrdi da li preduzeće ima dominantan položaj. U smislu Zakona o zaštiti konkurencije Srbije iz 2009. godine, pretpostavka je da preduzeće ima dominantan položaj ako poseduje udeo od 40 ili više procenata na relevantnom tržištu (Republika Srbija, 2009, član 15, stav 2). Međutim, za razliku od prethodnog trivijalnog primera gde smo pretpostavili, u cilju ilustracije logike SSNIP testa, da preduzeće proizvodi i prodaje samo pasterizovano mleko, nameće se pitanje šta predstavlja relevantno tržište proizvoda ako preduzeće ima znatno širi proizvodni program. U prethodnom primeru nismo analizirali položaj preduzeća na tržištu otkupa osnovnog faktora proizvodnje – sirovog mleka, što se takođe mora uzeti u obzir. Prema tome, potpun pristup ovoj problematici kada je preduzeće X u pitanju podrazumeva analizu kako strane otkupa sirovog mleka tako i stranu prodaje mleka i mlečnih prerađevina, što će posebno biti razmatrano u naredna dva odeljka.

Tržište otkupa sirovog mleka

U domenu otkupa sirovog mleka pretpostavićemo da preduzeće X otkupljuje kako organski proizvedeno sirovo mleko⁵ tako i neorganski proizvedeno – konvencionalno sirovo mleko (Slika 4). Osnovno pitanje koje se

⁵ Organska proizvodnja sirovog mleka podrazumeva posebne procedure u domenu formiranja čistog organskog stada, odgoja i ishrane krava, što podrazumeva korišćenje posebnih agrotehničkih mera u ratarskoj proizvodnji, bez upotrebe veštački đubriva i herbicida.

Slika 4: Faktori proizvodnje i finalni proizvodi.

ovde postavlja je da li se relevantnom tržištu otkupa neorganskog sirovog mleka može pridružiti i organski proizvedeno sirovo mleko. Primena *SSNIP* testa u ovom slučaju je utoliko različita, što se umesto povećanja cene proizvoda posmatra uticaj snižavanja cene faktora proizvodnje na profit hipotetičkog preduzeća kojeg bismo mogli nazvati „hipotetičkim monopsonistom“ (Organization for Competitive Markets, 2009). Za razliku od prethodnog primera ovde se ispituje senzitivnost dobavljača – primarnih proizvođača na promenu otkupne cene sirovog mleka. Pretpostavka, koja se nalazi u osnovi ovog testa je da se hipotetički monopsonista suočava sa krivom ponude faktora pozitivnog nagiba. Analiza ove vrste je nužna ukoliko postoji indicija da postoji značajna koncentracija tržišne moći kupca faktora proizvodnje – preduzeća X. Drugim rečima, analiza ove vrste se sprovodi na onim tržištima na kojima je tržišna moć prodavca – u ovom slučaju primarnih proizvođača sirovog mleka (farmera) – mala ili beznačajna, što je u grani mlekarstva čest slučaj, zbog izražene atomiziranosti primarne proizvodnje⁶. Pri takvoj tržišnoj strukturi na strani ponude faktora, koju bismo mogli okarakterisati gotovo savršeno konkurentskom, stranu tražnje za faktorom, gde postoji ograničen broj velikih otkupljivača, mogli bismo okarakterisati kao oligopson.

Evropska komisija argumentuje, što bi *SSNIP* testom trebalo da bude i potvrđeno, da organski i neorganski proizvedeno sirovo mleko predstavljaju zasebna relevantna tržišta proizvoda (European Commission, 2008, pp. 12-13). Tome u prilog ide činjenica da, poštovanje standarda u proizvodnji organskog sirovog mleka ovaj vid proizvodnje značajno poskupljuje, pa samim tim uslovljava i do 30 procenata veću otkupnu cenu koja se plaća primarnim proizvođačima.

Neorganski proizvedeno sirovo mleko ne može se koristiti za proizvodnju organskih finalnih proizvoda, pri čemu se organsko sirovo mleko može koristiti za proi-

zvodnju neorganskih proizvoda od mleka. Ako se pođe od znatno veće cene organskog sirovog mleka ovaj drugi scenario iako je izvodljiv, ne može se smatrati i troškovno efikasnim za bilo koju mlekaru, pa je verovatnoća da bude realizovan gotovo zanemarljiva (European Commission, p. 13). Sa druge strane, na strani ponude sirovog mleka, primarni proizvođači organskog sirovog mleka imaju mogućnost da se preorijentišu na konvencionalnu proizvodnju, ali to uglavnom ne čine zbog visokih nepovratnih troškova napuštanja organske proizvodnje. Takođe, malo je verovatno da se primarni „konvencionalni“ proizvođači preusmere u kratkom roku na organsku proizvodnju, jer zahteva značajna ulaganja u periodu ne kraćem od dve godine. U tom pogledu, posmatrajući strane ponude i tražnje, ove dve vrste sirovog mleka se ne mogu smatrati bliskim supstitutima, što ih svrstava u zasebna relevantna tržišta proizvoda.

Naravno, kod tržišta na kojima se organska hrana proizvodi u malom obimu, ili se uopšte ne proizvodi, situacija se može učiniti sasvim jednostavnom, s obzirom na to da neorgansko sirovo mleko nema supstitut, pa u tom slučaju ne postoji ni potreba da se sprovodi *SSNIP* test. Svakako, prethodna konstatacija važi pod dosta rigoroznom pretpostavkom da se sirovo mleko smatra potpuno homogenim proizvodom, te da kvalitet sirovog mleka (definisano po klasama) od koga zavisi i otkupna cena ne igra važnu ulogu. Ako se uzme u obzir i kvalitet, pa samim tim i činjenica da različite mlekarne otkupljuju sirovo mleko različitog kvaliteta, koje se može kategorisati prema precizno definisanim mikrobiološkim kriterijumima, onda se zasigurno ne može tvrditi da je neorgansko sirovo mleko potpuno homogen proizvod. Tu se otvara jedno sasvim novo polje regulatorne analize koje polazi od hipoteze koju bi trebalo proveriti da različite kategorije, po kvalitetu, sirovog mleka formiraju zasebna relevantna tržišta proizvoda.

Pošto je definisano relevantno tržište proizvoda, čime su definisani svi proizvođači koji se mogu smatrati neposrednom konkurencijom preduzeća X, mora se definisati i relevantan geografski opseg relevantnog tržišta. Da bismo definisali relevantno geografsko tržište za definisano relevantno tržište proizvoda, polazimo od lokacije preduzeća koje je predmet analize, tačnije, od njegove mreže otkupnih stanica. Na primer, ako se za relevantno tržište otkupa

⁶ Na primer, u slučaju utvrđivanja zlupotrebe dominantnog položaja koji je Komisija za zaštitu konkurencije Republike Srbije 2008. godine vodila protiv mlekaru u većinskom vlasništvu DANUBE FOODS GROUP B.V., konstatuje se da primarnu proizvodnju sirovog mleka karakteriše značajna atomiziranost (62.679 primarnih proizvođača u 2006. godini, gde preko dve trećine otkupljenog mleka potiče od kategorije malih proizvođača sa godišnjom proizvodnjom između 5.000 i 50.000 litara sirovog mleka). Videti rešenje Komisije za zaštitu konkurencije u slučaju AD „Mlekara“ Subotica i AD „Industrija mleka i mlečnih proizvoda Imlek Beograd“ u vlasništvu DANUBE FOODS GROUP B.V.

neorganskog sirovog mleka traži definicija relevantnog geografskog opsega i ako je mreža otkupnih stanica dominantno raširena na teritoriji Južno-banatskog okruga ima smisla smatrati ovu teritoriju relevantnim geografskim tržištem. Dakle, u primeni *SSNIP* testa polazi se od teritorije pomenutog okruga i postavlja se pitanje da li bi hipotetički monopsonista imao profitni motiv da monopsonizuje ovu teritoriju pri pretpostavljenom sniženju otkupne cene. Ako je odgovor potvrđan relevantno geografsko tržište je definisano, a u suprotnom potrebno ga je proširiti dodavanjem teritorije susednog okruga nakon čega sledi ponovna primena testa.

Pri definisanju relevantnog geografskog tržišta, pored *SSNIP* testa, u frekventnoj upotrebi je i analiza izohronih linija uz pomoć programskog paketa *GIS* kao pomoćni, a često i kao osnovni alat za geografsku definiciju tržišta. Korišćenje *GIS* softvera zahteva poznavanje preciznih lokacija svih otkupnih stanica preduzeća koja otkupljuju proizvod koji formira relevantno tržište proizvoda na teritoriji Republike Srbije. Ukoliko pretpostavimo da nema izvoza sirovog mleka, što je realna pretpostavka kada je Srbija u pitanju, teritorija Republike Srbije se može smatrati najširim geografskim opsegom u kom ima smisla analizirati delovanje preduzeća X i njegove neposredne konkurencije kada je otkup u pitanju. Prilikom određivanja kriterijuma za iscrtavanje izohronih linija, unutar kojih se nalazi relevantno geografsko tržište, mora se voditi računa o činjenici da je sirovo mleko lako kvarljiva roba, koja zahteva poseban sistem transporta, što čini njegov otkup neisplativim sa dovoljno udaljenih lokacija od fabrike u kojoj se vrši prerađa. Pored lokacija fiksnih otkupnih stanica i broja cisterni kojima se vrši otkup sa lokacija koje nisu pokrivene fiksnim otkupnim stanicama, mora se uzeti u obzir i detaljna specifikacija troškova transporta do fabrike. Za date parametre, neophodno bi bilo izvršiti benčmarking analizu sa sličnim regulatornim slučajevima na teritoriji EU gde je primenjivan isti metod.

Prodaja mleka i mlečnih proizvoda

Nastavak primera sa preduzećem X pri definisanju relevantnog tržišta proizvoda, u potpunosti odgovara logici primene *SSNIP* testa, koju smo izložili u delu 2.1. Razlika je u tome što je u ovom slučaju analiza značajno

kompleksnija, jer proizvodni program preduzeća X (Slika 4) čini veliki broj proizvoda baziranih na sirovom mleku kao osnovnom faktoru proizvodnje. Kao i u slučaju definisanja relevantnog tržišta otkupa sirovog mleka prvi korak podrazumeva definisanje tržišnog opsega sa aspekta proizvoda, da bi se identifikovali tržišni igrači koji se mogu smatrati neposrednom konkurencijom preduzeću X, a potom se traži najuži geografski prostor na kom ima smisla posmatrati njihovu „konkurentsku borbu“.

Kao i slučaju faktora proizvodnje – sirovog mleka, tako i u slučaju finalnih proizvoda skup svih finalnih proizvoda se može podeliti na dva zasebna segmenta – finalne proizvode organskog porekla i finalne proizvode neorganskog porekla za koje bi trebalo testirati hipotezu da li pripadaju istom ili različitim relevantnim tržištima proizvoda. Jednostavnosti radi na Slici 4 nije napravljena podela na ova dva segmenta. Za preduzeće X koje otkupljuje kako organsko tako i neorgansko sirovo mleko, logično je pretpostaviti da proizvodi kako organske tako i neorganske finalne proizvode. To je u skladu sa argumentacijom o troškovnoj neefikasnosti upotrebe organskog sirovog mleka u proizvodnji neorganskih finalnih proizvoda. U tom smislu, može se pretpostaviti da u preduzeću X egzistiraju dve paralelne i slične strukture primarnih proizvoda koje se razlikuju po tome što se jedna grupa može okarakterisati kao organski finalni proizvodi, a druga kao neorganski. Obe grupe se dalje mogu deliti prema trajnosti proizvoda, kao što je prikazano na Slici 4, na kratkotrajne i dugotrajne proizvode, gde se svaki podsegment može dalje deliti na različite varijetete istog proizvoda (na primer: dugotrajno mleko se može podeliti na više kategorija prema nivou sadržaja mlečne masti, sadržaju vitamina ili laktoze). Ako bismo uz sve te podele dodali da u okviru istog proizvoda postoje i različiti varijeteti pakovanja, što takođe ima potencijal da utiče na izbor finalnog potrošača, zaključujemo da preduzeće X zasigurno posluje na više relevantnih tržišta proizvoda. Iz tog razloga razlaganje ukupnog tržišta mleka i mlečnih prerađevina na relevantna tržišta proizvoda je kompleksan posao, od koga u najvećoj meri zavisi regulatorni zaključak o tome da li preduzeće X poseduje ili ne poseduje dominantan položaj na pojedinim relevantnim tržištima.

Razgraničenje tržišnog univerzuma mleka i proi-

zvoda od mleka valjalo bi početi od osnovnog finalnog proizvoda preduzeća X⁷, na primer svežeg (kratkotrajnog ili pasterizovanog) mleka, proizvedenog od neorganskog sirovog mleka. Ovaj proizvod dobija se procesom pasterizacije delimično obranog sirovog mleka, sa rokom trajanja do 9 dana uz poštovanje propisanih standarda transporta i skladištenja (European Commission, 2008, p. 32). Hipoteza koja je predmet provere sprovođenjem SSNIP testa je da li je tržište svežeg mleka vredno monopolizacije od strane hipotetičkog monopoliste. Mehanizam sprovođenja SSNIP testa bio je predmet diskusije u glavi 2.1. gde smo pojednostavljeno prepostavili da preduzeće proizvodi samo jedan proizvod, pasterizovano mleko, te da taj proizvod ima samo jedan supstitut u vidu dugotrajnog mleka. Svakako, diskusija o mogućim supstitutima se mora proširiti, kako bi dobila svoju realnu dimenziju, odgovarajuću slučaju koji je predmet analize.

Nezavisno od argumentacije u prilog bilo kom proizvodu koji se može smatrati supstitutom svežeg mleka, konačan sud o tome zavisi od preferencija potrošača na datom parcijalnom tržištu. Za očekivati je da istraživanja istih parcijalna tržišta, ali u različitim zemljama mogu dovesti do različitih rezultata na tom polju. Kao što je naglašeno u prethodnom tekstu, izboru varijabli za specifikaciju ekometrijskog modela tražnje koji je neophodan za sprovođenje SSNIP testa, prethodi istraživanje tržišta sa ciljem da se proveri da li se preferencije potrošača poklapaju sa preliminarnim izborom varijabli, gde se logika izbora zasniva na fizičkim i upotrebnim karakteristikama proizvoda.

U prvom koraku potrebno je proveriti da li proizvodi u okviru iste kategorije prema tipu osnovne sirovine (neorgansko sirovo mleko) i prema roku trajanja (kratkotrajni proizvodi) mogu predstavljati supstitute svežem mleku. Na primer, postavlja se pitanje da li običan jogurt, kisela pavlaka i kiselo mleko mogu predstavljati supstitute svežem mleku. Stav Evropske komisije u slučaju *Friesland Foods/Campina* je da se proizvodi koji se razlikuju po fizičkim karakteristikama, ukusu i gustini kao na primer sveže mleko i običan jogurt, svrstaju u zasebna relevantna tržišta proizvoda, kako sa aspekta supstitucije tražnje, tako i sa aspekta supstitucije ponude. Ali, po toj logici, ako

bismo poredili običan jogurt i kiselo mleko to ne bi moglo sa sigurnošću da se tvrdi. U ovom slučaju opravdano bi bilo proveriti pretpostavku da ta dva proizvoda pripadaju istom relevantnom tržištu.

Ako bismo utvrdili da u grupaciji neorganskih kratkotrajnih proizvoda sveže mleko nema adekvatnih supstituta, analizu je u drugom koraku potrebno proširiti uvođenjem i svih neorganskih dugotrajnih proizvoda. Inače, stav Evropske komisije u pomenutom slučaju ali i slučaju *Arla Foods/Express Dairies* povodom mogućnosti da se dugotrajni i kratkotrajni proizvodi nađu na istom relevantnom tržištu je odričan. S obzirom na to da je reč o različitim tehnološkim procesima, smatra se da su mogućnosti supstitucije ponude ograničene u kratkom vremenskom periodu i bez značajnijih ulaganja. Povodom supstitucije tražnje Evropska komisija konstatuje da se predviđenom termičkom obradom menja ukus proizvoda, što uz veću cenu dugotrajnih proizvoda nameće zaključak da pretpostavljeno povećanje cene neće dovesti do značajnog preusmeravanja kupaca od kratkotrajnih ka dugotrajnim proizvodima. Ovu konstataciju bi svakako trebalo proveriti, jer je moguće, da pravilnosti koje važe u pojedinim zemljama EU ne važe i u Srbiji. Sa strane supstitucije tražnje deluje sasvim logično da se ispita veza koja postoji između svežeg mleka i dugotrajnog mleka (UHT i sterilizovanog), ali i mleka u prahu, s obzirom na evidentne upotrebne sličnosti koje postoje između ovih proizvoda.

U trećoj iteraciji, ukoliko je potrebno mogli bismo razmatrati vezu koja postoji između svežeg neorganskog i svežeg organskog mleka. I u ovom slučaju, argument za analizu je očita upotrebna sličnost koja postoji između ovih proizvoda kada je supstitucija tražnje u pitanju. Međutim, kao i na strani otkupa sirovog mleka, gde je otkupna cena organskog proizvoda znatno veća u odnosu na neorganski, za očekivati je da će organski finalni proizvod biti znatno skuplji u odnosu na neorganski. Shodno tome, inkrementalno povećanje cene neorganskog svežeg mleka neće dovesti do značajnog preliivanja kupaca ka organskom svežem mleku. Supstitucija ponude, u slučaju povećanja cene svežeg neorganskog mleka može se očekivati, pa bi efekte te vrste trebalo proveriti.

Konačno, trebalo bi identifikovati značaj mogućih supstituta svežeg mleka i van grane mlekarstva, te

7 Proizvoda koji generiše najveći deo prihoda preduzeća X.

proveriti da li je supstitucija tražnje i ponude u dovoljnoj meri značajna da bi se ti proizvodi uvrstili u relevantno tržište svežeg mleka (npr. mleko biljnog porekla kao što je sojino mleko). Iako, u slučaju svežeg mleka deluje malo verovatno da se neki biljni proizvod, shodno svojim karakteristikama i načinu proizvodnje, može naći na relevantnom tržištu sirovog mleka, za neke druge proizvode grane mlekarstva tako nešto je sasvim moguće. To se pre svega odnosi na proizvode sa velikim sadržajem mlečne masti kao što je na primer puter, gde supstitut može predstavljati margarin na bazi suncokretovog ulja. U ovakvim okolnostima nerealno bi bilo očekivati da će usled povećanja cene putera bilo koja uljara ući u granu mlekarstva, što supstituciju ponude čini malo verovatnom, dok bi supstituciju tražnje svakako trebalo ispitati.

Prilikom definisanja relevantnog geografskog tržišta mora se voditi računa o tome da su mogućnosti za transport svežeg mleka limitirane činjenicom da je reč o kratkotrajnom proizvodu koji zahteva posebne uslove pri transportu i skladištenju. Pri tome, moraju se uzeti u obzir i uslovi trgovine sa inostranstvom zemlje u kojoj se nalazi preduzeće X. Na primer, ukoliko zemlja nema mogućnost da izvozi proizvode grane mlekarstva, nacionalno teritorija je najširi geografski kontekst u kome ima smisla posmatrati konkurenciju proizvođača.

Tek pošto je proizvodni univerzum razložen na relevantna tržišta proizvoda i pošto je svako relevantno tržište proizvoda dobilo svoju geografski relevantnu dimenziju moguće je računati tržišne udele preduzeća i koncentraciju na tržištima koja se smatraju relevantnim u slučaju regulacije preduzeća X.

Mere tržišne koncentracije

U slučaju regulacije unutar grane mlekarstva, za otkup sirovog mleka uputno bi bilo koristiti fizičke jedinice mere (otkupljeni broj litara sirovog mleka), a u nedostatku preciznih podataka tog tipa mogu se upotrebiti i troškovi otkupa sirovog mleka. Uzimanjem troškova otkupa sirovog mleka, u grani u kojoj se cena otkupa slobodno formira na tržištu, rizik od dobijanja pristrasnih rezultata se mora prihvatiti. Pristrasnost naviše ostvaruje se u slučaju onih preduzeća koja imaju veće otkupne cene, dok se pri-

strasnost naniže može pojaviti kod onih preduzeća koja imaju niže otkupne cene.

Poznavanje tržišnih udela ne može se smatrati i „potrebnom i dovoljnom“ informacijom za donošenje sudova o nivou i promenama koncentracije grane, ali može poslužiti kao primarni input u daljoj analizi. Sumarni pokazatelji, indeksi koncentracije⁸, koji uzimaju u obzir distribuciju tržišnih udela korisna su mera za prikazivanje nivoa i promena koncentrisanosti grane.

Mogu se izdvojiti dva generalna razloga zbog kojih je diskusija o merama koncentracije od suštinske važnosti. Prvo, pomenuti indeksi, kao relativno koncizne mere, pružaju mogućnost da se različite grane u istoj ili u različitim zemljama porede prema nivou koncentracije. Drugo, njih mogu koristiti regulatorna tela kao indikatore stanja i promena nivoa konkurencije u grani. Prema tome, ovi indeksi služe regulatoru da identifikuje aktivnosti tržišnih učesnika koje mogu dovesti do nedozvoljenog povećanja koncentracije. S obzirom na to da je upotreba ovih pokazatelja često i zakonski predviđena, oni se mogu koristiti u procesima arbitraže u konfliktima, po pitanju horizontalnih spajanja, između firmi i regulatora (Šaj, 2005, s. 171).

Tehnički, Herfindal-Hiršmanov indeks (HHI), kao suma kvadriranih tržišni udela svih preduzeća koja pripadaju relevantnom tržištu zadovoljava sve sugerisane kriterijume, što ga čini reprezentativnijom merom koncentrisanosti tržišta u odnosu na bilo koje merilo koje se zasniva na linearnoj kombinaciji najvećih tržišnih udela (najčešće CR4 i CR8), krivoj koncentracije i na njoj zasnovanom Gini koeficijentu, prostom indeksu reciprociteta (*RI*) i sl. Kao rezultat preovlađujuće pozitivnog stava prema Herfindal-Hiršmanovom indeksu sledi njegova široka primena u antimonopolskim procedurama EU i SAD. Shodno praksi Evropske komisije interval (0,10.000] se može podeliti na tri segmenta (Official Journal of the EU, 2004, p. 7):

- HHI ispod 1000 – relevantno tržište je u zoni niske koncentracije.
- HHI od 1000 do 2000 – relevantno tržište je u zoni umerene koncentracije.
- HHI preko 2000 – relevantno tržište je u zoni visoke koncentracije.

⁸ Indeksi koncentracije se alternativno mogu nazivati indeksima koncentracije grane ili indeksima koncentracije ponude.

Analiza tržišne koncentracije u sektoru prerade mleka u Srbiji

Prethodno opisani trendovi u okviru prvog dela rada su osnova za analizu tržišne koncentracije u sektoru prerade mleka u Srbiji. Ova tema je veoma aktuelna, naročito nakon višegodišnjeg spora između Komisije za zaštitu konkurencije Republike Srbije i kompanije *Danube Foods Group*, koja u vlasništvu ima mlekaru IMLEK i Suboticu. Mi se ovim slučajem nećemo baviti, već ćemo pokušati da sagledamo širu sliku u vezi trendova konkurencije u ovoj grani i mogućim metodologijama merenja tržišne koncentracije u uslovima raspoloživih podataka. Takođe, pokušaćemo da na bazi raspoloživih podataka prikazemo presek merila koncentracije za 2009. godinu i damo svoju interpretaciju konkurentskog profila grane.

Relevantno tržište

Pre prikupljanja podataka potrebno je definisati relevantno tržište proizvoda i relevantno geografsko tržište za koje se analiza sprovodi. Radi jednostavnosti, analiziraćemo tržišnu koncentraciju grane mlekarstva na teritoriji Srbije kao najširem geografskom prostoru od kog se polazi u pomenutom slučaju koji je analizirala Komisija za zaštitu konkurencije, kako pri analizi ulazne tako i pri analizi izlazne dimenzije grane.

Pri analizi ulaznog segmenta ograničićemo se na relevantno tržište otkupa sirovog mleka, ne praveći razliku po kategorijama kvaliteta i ne odvajajući organsku i neorgansku proizvodnju, jer je ideo organske proizvodnje u Srbiji gotovo zanemarljiv. Sa druge, izlazne, strane proizvodnog lanca pretpostavićemo da relevantnom tržištu proizvoda svežeg mleka pripada pasterizovano i sterilizovano mleko. Prema tome, uzimati ukupnu vrednost prihoda mlekaru kao obračunsku vrednost ukupnog relevantnog tržišta prodaje je pogrešan pristup, zato što, u merenju koncentracije, otvoreno diskriminiše velike i srednje mlekaru koje imaju širi proizvodni asortiman, i time po definiciji pripadaju različitim relevantnim tržištima proizvoda. Svakako, analizu je moguće sprovesti i po užim teritorijalnim celinama, ali i za druga relevantna tržišta grane mlekarstva, što zavisi od konkretnog slučaja od kog

se polazi u analizi i rezultata pomenutih testova za definisanje relevantnog tržišta. S obzirom na to da ova analiza ne polazi od konkretnog preduzeća prilikom definisanja relevantnog tržišta, već joj je interes da prikaže intenzitet konkurencije u grani mlekarstva kao celini, širina tržišnog opsega koja je ovde pretpostavljena morala bi biti preispitana ako bi se regulatorna analiza sprovedila za konkretno preduzeće.

Podaci

Republički zavod za statistiku i Ministarstvo poljoprivrede nemaju urađeni Bilans mleka. To znači da u Srbiji ne postoje pouzdani podaci za bilansno iskazivanje ukupne proizvodnje i ukupno raspoloživih količina mleka sa jedne strane i ukupne potrošnje i načina potrošnje mleka i mlečnih proizvoda sa druge strane. Takođe, Ministarstvo nije objavilo podatak o distribuciji farmi prema broju muznih krava, iako je u program obeležavanja goveda uloženo više miliona evra donacija EU i domaćeg agrarnog budžeta.

Na skromnost raspoloživih sektorskih podataka smo već ukazali pažnju. Ovaj stav je još više pojačan kada je reč o raspoloživosti kompanijskih podataka, konkretno podataka u vezi finansijskih i tržišnih performansi mlekaru u Srbiji. Zbog potrebe korišćenja zvaničnih podataka bili smo prinuđeni da se oslonimo na zvanične podatke iz finansijskih izveštaja svih preduzeća koja se bave preradom mleka (šifra delatnosti 1051 – Prerada mleka i proizvodnja sireva). Ovi podaci su prikupljeni preko Internet stranice Agencije za privredne registre (Sajt Agencije, 2011). Lista od 230 registrovanih mlekaru u Srbiji je preuzeta sa sajta Nacionalnog tržišta roba i usluga Srbije (Sajt, 2011).

Na bazi raspoloživih podataka napravljena je baza sa bitnim finansijskim i nefinansijskim parametrima registrovanih mlekaru za period 2006-2009. godina, kao što su ukupni poslovni prihodi, neto rezultat, troškovi materijala i sirovog mleka, broj zaposlenih, klasifikacija preduzeća prema veličini i lokacija sedišta.

Ono što upada u oči je veliki broj registrovanih, a neaktivnih mlekaru, posmatrano iz ugla analizirane 2009. godine. Naime, od ukupno 230 registrovanih mlekaru samo je njih 123, ili nešto više od 53% od ukupnog broja regi-

strovanih, bilo aktivno. Osim toga, značajan broj registrovanih mlekara su bile neaktivne tokom dve i više godina u posmatranom rasponu 2006-2009. godina. Navedeni podaci, kao i intervju sa vlasnicima nekoliko mini-mlekara na području Srbije, ukazuju na činjenicu da značajan broj registrovanih, a formalno neaktivnih mlekara, kroz faktički aktivizam ostaje u sivoj, odnosno neregistrovanoj analitičkoj zoni. Faktički aktivizam se ispoljava kroz tajno poslovanje pogona, bez sastavljanja finansijskih izveštaja i plaćanja poreza i doprinosa, pri čemu se celokupni plasman naplaćuje u gotovini, bez izdatih faktura, i to vrlo često van granica Srbije (pre svega, Crna Gora i Bosna i Hercegovina). To značajno umanjuje vrednost formalnog relevantnog tržišta prodaje.

Analiza

Analiza je rađena odvojeno za relevantno tržište otkupljenog sirovog mleka i relevantno tržište prodalog pasterizovanog i sterilizovanog mleka. Preliminarna analiza je izvedena na bazi fiksnih projekcija ulaznih varijabli, ali je zatim oplemenjena primenom Monte Karlo simulacije, odnosno variranjem slučajnih promenljivih u definisanom rasponu. Primena Monte Karlo simulacije je neophodna u uslovima nedovoljne preciznosti ulaznih podataka. Celokupna analiza je rađena sa ciljem obračuna ključnih merila tržišne koncentracije i njihove interpretacije.

Analiza tržišta otkupa

Na strani otkupa sirovog mleka analizu smo bazirali na podacima o troškovima otkupljenog sirovog mleka. Kod

velikih i srednjih preduzeća, koja imaju obavezu revizije, ovi podaci su bili dostupni iz samih izveštaja. Kod malih mlekara smo pravili aproksimaciju učešća troškova otkupljenog sirovog mleka u strukturi ukupnih troškova poslovanja. Fiksna procena je bila da troškovi sirovog mleka učestvuju u ukupnim troškovima mini-mlekara sa 65%, dok je učešće troškova sirovog mleka u poziciji troškovi izrade kod mini-mlekara definisano na nivou od 85%. Ove procene su izvedene na bazi intervjua sa vlasnicima mini-mlekara. Da bismo relaksirali ove pretpostavke i učinili ih još realnijim definisali smo raspon variranja ovih varijabli pomoću Monte Karlo simulacije i to u rasponu od 60 do 80%, odnosno od 70 do 90%, respektivno. Rezultati analize su prikazani u Tabeli 2, te slikama 5, 6 i 7.

Indeks reciprociteta uzima u obzir samo broj preduzeća u grani. Ovaj pokazatelj nam govori da je ekvivalentno tržišno učešće svakog preduzeća u grani, u hipotetičkom slučaju njihove potpune jednakosti, 0,813%. Ovaj pokazatelj, izolovano posmatran, ukazuje na značajan broj aktivnih preduzeća koji se bave ovom delatnošću u Srbiji. Njegova mana je što zanemaruje relativne odnose tržišnih učesnika. CR4 i CR8 pokazatelji nam govore koliki je zbir tržišnih učešća četiri vodeća, odnosno osam vodećih, preduzeća u grani. U našoj analizi oni iznose 63,68%, odnosno 75%, respektivno. Oba pokazatelja ukazuju na postojanje stabilne oligopsonске tržišne strukture na tržištu otkupa mleka, kao i visoke koncentracije tržišne moći. Kriva koncentracije (Slika 5) i Gini koeficijent navode na isti zaključak. Konačno, HHI, kao najreprezentativnije merilo tržišne koncentracije, ukazuje na umerenu tržišnu koncentraciju prema pragovima koje je propisala Evropska komisija.

Slika 5: Kriva koncentracije za 19 vodećih mlekara

Tabela 2: Merila tržišne koncentracije na tržištu otkupa sirovog mleka

		FORMALNO AKTIVNE MLEKARE
1	Indeks reciprociteta	0.813%
2	CR4	63.68%
3	CR8	75.00%
5	Gini koeficijent	0.50
6	HHI	1783.51

Slika 6: Variranje HHI usled variranja troškovne strukture mini-mlekara

Kao što je navedeno, statičku analizu je pratila Monte Karlo simulacija, koja je dala raspon mogućih variranja bitnih merila koncentracije. Naime, samo variranje učešća troškova sirovog mleka u ukupnim i troškovima izrade mini-mlekara daje priličan raspon variranja HHI (1800-1970). To samo govori u prilog *garbage-in-garbage-out* hipotezi, da konačna ocena o nivou koncentracije generalno i u pogledu pojedinačnih preduzeća, u velikoj meri zavisi od preciznosti i kvaliteta ulaznih podataka.

Da li je ovo realna slika merila koncentracije? Mi mislimo da nije u potpunosti. Osnovni argument je sledeći. Velika količina otkupa se nalazi u sivoj, odnosno neevidentiranoj zoni. Naime, prema podacima RZS za 2009. godinu ukupna količina proizvedenog mleka je 1.478 miliona litara mleka (bez količina pomuženog mleka koje su iskorišćene za ishranu životinja). Na osnovu naše baze, koja je formirana na osnovu zvaničnih računovodstvenih izveštaja, izračunali smo da se formalno preko mlekara u Srbiji otkupilo 550 miliona litara mleka. Do ovog iznosa smo došli tako što smo ukupne troškove otkupljenog mleka iz bilansa podelili prosečnom otkupnom cenom sirovog mleka za 2009. godinu, koja je iznosila 32,96 dinara (RZS sajt, 2011). Ako pođemo od optimistične projekcije da se 60% proizvedenog mleka otkupi od strane mlekara, dolazimo do zapanjujućeg podatka da se 337 miliona litara mleka

otkupljuje u sivoj zoni, što je 60% od količine regularno otkupljenog mleka. Ako sada primenimo Monte Karlo na ovu analizu i uvedemo sledeće raspone variranja (Otkupna cena mleka u 2009. godini između 28 i 33 dinara i racio otkup/proizvodnja od 50 do 65%) dobijamo raspon variranja količina mleka koje se otkupljuju u sivoj zoni (Slika 7). Sa slike se vidi da je siva zona otkupila između 120 i 400 miliona litara samo tokom 2009. godine.

Slika 7: Količina otkupljenog mleka u sivoj zoni (2009. godina)

Ukoliko bismo ovu količinu uveli u analizu tržišne koncentracije otkupa mleka na bazi troškova otkupa, prvobitna slika bi se značajno promenila, jer bi došlo do značajnog pada tržišnih učešća velikih igrača (7 velikih i 14 srednjih mlekara), a samim tim, zbog efekta kvadriranja, do pada HHI. Naime, nakon uvođenja ovih količina u vrednost relevantnog tržišta otkupljenog sirovog mleka vrednost HHI bi pala ispod 1000, što spada u zonu niske koncentrisanosti.

Drugi argument koji bi trebalo uzeti u obzir u analizi, pored vrednosti sivog tržišta, je struktura otkupljenog sirovog mleka. Jasno je da velike mlekare, u odnosu na mini-mlekare, u strukturi otkupa imaju više mleka ekstra i prve klase, koje se i više plaća. Ukoliko bi se i ovaj faktor ponderisao prilikom obračuna otkupljenih količina mleka na bazi troškova otkupljenog mleka, učešće velikih mlekara bi bilo manje, a time i vrednost HHI.

Analiza tržišta prodaje

Analiza koncentracije na tržištu prodaje pasterizovanog i sterilizovanog mleka je bazirana na podacima o poslovnim prihodima iz bilansa uspeha aktivnih mlekara u Srbiji. S obzirom da nismo bili u prilici da dođemo do

podataka o strukturi prihoda svake pojedinačne mlekare napravili smo realnu aproksimaciju. Naime, na bazi intervjua sa vlasnicima mlekara i menadžerima velikih mlekara došli smo do realnih aproksimacija o učešću prihoda od prodaje pasterizovanog i sterilizovanog mleka u strukturi ukupnih poslovnih prihoda mlekara. Ideja, još jednom ponavljamo, je bila da u relevantno tržište uključimo samo one prihode koji potiču od prodaje pasterizovanog i sterilizovanog mleka, odnosno isključimo one prihode koji potiču od drugih proizvoda sa većim stepenom dodate vrednosti. Statični ratio prihoda od prodaje je procenjen na sledećim nivoima: 50% za velike mlekare, 80% za srednje mlekare i 100% za male mlekare. Na bazi ovih pretpostavki obračunali smo merila koncentracije na relevantnom tržištu prodaje (Tabela 3).

Tabela 3: Merila tržišne koncentracije na tržištu prodaje pasterizovanog i sterilizovanog mleka

		FORMALNO AKTIVNE MLEKARE
1	Indeks reciprociteta	0.813%
2	CR4	62.74%
3	CR8	74.14%
5	Gini koeficijent	0.4
6	HHI	1904.367

Slika 8: Kriva koncentracije za 8 vodećih mlekara

Indeks reciprociteta se ne menja u odnosu na analizu tržišta otkupa. Sličan zaključak donosimo i kad je reč o CR4 i CR8 pokazateljima. Oba pokazatelja još uvek ukazuju na postojanje stabilne oligopolske tržišne strukture na tržištu prodaje pasterizovanog i sterilnog mleka. Kriva koncentracije se blago pomerila naviše, a Gini koeficijent se blago smanjio. HHI se povećao za 120 indek-

snih poena, ali se zaključak u vezi umerene tržišne koncentracije značajno ne menja.

Radi relaksiranja polaznih statičkih projekcija primenili smo ponovo Monte Karlo simulaciju. Racio prihoda od prodaje pasterizovanog i sterilizovanog mleka je procenjen u sledećim rasponima: 30 do 70% za velike mlekare, 70 do 90% za srednje mlekare i 80 do 100% za male mlekare. Nakon uvedenih raspona učešća prihoda od prodaje mleka dobijen je sledeći raspored verovatnoće za vrednost HHI. Značajan raspon variranja HHI (1200-2450) ukazuje na osetljivost nivoa tržišne koncentracije na variranje definicije relevantnog tržišta prodaje i nivoa ostvarenog prihoda od prodaje mleka u ukupnim poslovnim prihodima. Ovom analizom se još jednom potvrđuje kakav značaj na analizu koncentracije ima precizna definicija relevantnog tržišta i raspoloživost preciznih podataka za analizu merila koncentracije.

Slika 9: Variranje HHI pod uticaj variranja racia prihoda od prodaje mleka

Zaključak

U radu su detaljno obrazloženi istorijski i aktuelni trendovi u sektoru mlekarstva u Srbiji. Analiza je ukazala na trend drastičnog pada ukupnog broja krava, pri čemu su osnovni razlozi ovog negativnog trenda pad državnih podsticaja, usitnjenost primarne proizvodnje, migracija selo-grad, rast cena stočne hrane, velika fluktuacija otkupne cene mleka i značajna nepredvidivost državnih mera u ovom sektoru. Takođe je uočeno da problem srpskog mlekarstva nije mali broj krava, već njihova niska produktivnost. Stagnirajuća proizvedena količina mleka se u iznosu od oko 60% otkupljuje od strane prerađivača, dok se 40% troši za sopstvenu potrošnju ili prodaje po pijacama i u

sivoj zoni. Podrška države mlekarstvu kroz tržišne mere (premije za mleko i izvozne subvencije) i strukturalne mere (podrška podizanju mlekarskih farmi, nabavka opreme) je u konstantnom padu u poslednjih pet godina, što veoma negativno utiče na fond mlečnih krava i količinu raspoloživog mleka za preradu.

Drugi deo rada je detaljno razjasnio teorijske postulate potrebne za definisanje relevantnog tržišta otkupljenog i prerađenog mleka, kao i moguća merila koncentracije koja se mogu koristiti. Posebna pažnja je posvećena testu hipotetičkog monopoliste i mogućim načinima njegove primene u praksi.

U trećem delu je rađena empirijska analiza odvojeno za relevantno tržište otkupljenog sirovog mleka i relevantno tržište prodatog pasterizovanog i sterilizovanog mleka. U analizi su korišćeni podaci Agencije za privredne registre iz finansijskih izveštaja svih preduzeća koja se bave preradom mleka i proizvodnjom sireva. Preliminarna analiza je izvedena na bazi fiksnih projekcija ulaznih varijabli, ali je zatim oplemenjena primenom Monte Karlo simulacije, odnosno variranjem slučajnih promenljivih u definisanom rasponu. Bitno je naglasiti da je relevantno tržište definisano iz ugla čitave grane, a ne bilo kog pojedinačnog preduzeća. Širina tržišnog opsega koja je ovde pretpostavljena morala bi biti preispitana ako bi se regulatorna analiza sprovodila za konkretno preduzeće.

Osnovni rezultati analize su sledeći. Prvo, na tržištu otkupa sirovog mleka i tržištu prodaje pasterizovanog i sterilizovanog mleka postoji umereni nivo koncentracije tržišne moći, prema pragovima koje je propisala Evropska komisija. Drugo, variranjem učešća troškova sirovog mleka u ukupnim i troškovima izrade mini-mlekara dobija se umereni raspon variranja HHI, koji opet ne ulazi u zonu preko 2.000, koji se interpretira kao visoko koncentrisano tržište. Treće, nakon variranja učešća prihoda od prodaje mleka dobijen je značajan raspon variranja HHI (1200-2450) koji ukazuje na visoku osetljivost nivoa tržišne koncentracije na variranje definicije relevantnog tržišta prodaje i nivoa ostvarenog prihoda od prodaje mleka u ukupnim poslovnim prihodima. Time se još jednom potvrđuje da na analizu koncentracije suštinski uticaj ima precizna definicija relevantnog tržišta i raspoloživost preciznih podataka za analizu merila koncentracije.

Literatura

1. Božić, D., Munćan, p. & Ševarlić, M. (2009): *An assessment of the competitiveness of the dairy food chain in Serbia*, Enlargement Network for Agripolicy Analysis.
2. Daljord, O., L. Sorgard and O. Thomassen (2008): "The SSNIP Test and Market Definition with the Aggregate Diversion Ratio: A Replay to Katz and Shapiro", *Journal of Competition Law & Economics*, Vol. 4, June, pp. 263-270.
3. EUROSTAT (2010): *Statistical Yearbook 2010*, Agriculture, Forestry and Fisheries.
4. European Commission (1997): "Commission's Notice for the Definition of the Relevant Market for the purposes of Community competition law" *Official Journal of the European Union* (OJ C 372).
5. European Commision (2003): *Arla Foods/Express Dairies*, Case No COMP/M.3130.
6. European Commission (2004): "Guidelines on the assessment of horizontal mergers under the Council Regulation on the control of concentrations between undertakings", *Official Journal of the European Union* (2004/C 31/03)
7. European Commision (2008): *Friesland Foods/Campina*, Case No COMP/M.5046.
8. European Commission - *Agriculture and Rural Development* (2010): *The Common Agricultural Policy Explained*.
9. Federal Trade Commission and U.S. Department of Justice (1997): *Horizontal Merger Guidelines*, April.
10. Hall, M. and N. Tideman (1967): "Measures of Concentration", *Journal of the American Statistical Association*, Vol. 62, No. 317, March, pp. 162-168.
11. Ivaldi, M., B. Jullien, P. Rey, P. Seabright, J. Tirole (2003): *The Economics of Horizontal Mergers: Unilateral and Coordinated Effects*, Report for DG Competition, European Commission, March/November, IDEI, Toulouse.
12. Komisija za zaštitu konkurencije (2008): *Rešenje Komisije u slučaju AD „Mlekara” Subotica i AD „Industrija mleka i mlečnih proizvoda Imlek Beograd” u vlasništvu DANUBE FOODS GROUP B.V.*
13. Michelini, C. and M. Pickford (1985): "Estimating the Herfindahl Index From Concentration Ratio Data", *Journal of the American Statistical Association*, Vol. 80, No. 390, Jun, pp. 301-305.
14. Mas-Colell, A., M. D. Whinston, and J. R. Green (1995): *Microeconomic Theory*, Oxford University Press, USA.
15. O'Brien, P. D. and A. L. Wickelgren (2004): "The State of Critical Loss Analysis: Replay to Scheffman and Simons", *The Antitrust Source*, March, <http://www.antitrustsource.com>.
16. Organization for Competitive Markets (2009): "The Debilitating Effects of Concentration In Markets Affecting Agriculture"
17. <http://www.farmfutures.com/mdfm/Faress1/author/2/OCM%20competition%20report.pdf>
18. Privredna komora Srbije (2010): *Stočarstvo Srbije danas - stanje i predlozi za izlazak iz krize*, Udruženje za poljoprivredu, prehrambenu i duvansku industriju i vodoprivredu, decembar 2010.
19. Republika Srbija (2009): „Zakon o zaštiti konkurencije”, *Službeni glasnik RS*, broj 51/09.

20. Spulber, F. D. (1989), *Regulation and Markets*: The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
21. Šaj, O. (2005): *Industrijska organizacija*, Centar za izdavačku delatnost, Ekonomski fakultet, Beograd.
22. Tirole, J. (1992): *The Theory of Industrial Organization*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
23. Udruženje proizvođača mleka Srbije (2010): *Bela inicijativa: Platforma za izradu Operativnog programa razvoja mlekar-skog sektora u Srbiji za period 2010-2015*.
24. Vlada Republike Srbije (2010): *Nacionalni program za poljo-privredu od 2010. do 2013. godine*, str. 23, Službeni Glasnik Republike Srbije broj 83/10 od 09. novembra 2010. godine.
25. Vlada Republike Srbije (2010): *Memorandum o budžetu i ekonomskoj i fiskalnoj politici za 2011. godinu sa projekci-jama za 2012. i 2013. godinu*.

Internet izvori

1. Sajt odnosa valuta Oanda converter:
2. www.oanda.com
3. Sajt Republičkog zavoda za statistiku:
4. <http://webzrs.stat.gov.rs/axd/poljoprivreda/rezultat12.php>
5. <http://webzrs.stat.gov.rs/axd/poljoprivreda/rezultats5.php>
6. <http://webzrs.stat.gov.rs/axd/poljoprivreda/rezultats21.php?baza=2>
7. Sajt Agencije za privredne registre:
8. <http://www.apr.gov.rs/Registri/Finansijskiizveštajiibonitet.aspx>
9. Sajt Nacionalnog tržišta roba i usluga Srbije:
10. <http://trzistesrbije.com/preduzeca.php?stranica=1>

Dragan Lončar

Docent Ekonomskog fakulteta u Beogradu na predmetima Upravljanje projektima i Strategijski menadžment. Kao stipendista Shell fondacije, 2003. godine završio magistarske studije iz oblasti menadžmenta na Univerzitetu Kembridž (*Judge Business School*) u Velikoj Britaniji. Doktorirao 2007. godine na Ekonomskom fakultetu u Beogradu. Kao stipendista Fulbright fondacije, 2009. godine završio postdoktorske istraživačke studije, iz oblasti finansijskog menadžmenta, na Univerzitetu Čikago (*Booth Business School*). Autor značajnog broja naučno-istraživačkih radova i konsultantskih projekata. Trenutni fokus njegovih istraživanja je na metodologiji finansijske evaluacije investicionih projekata. Druga područja njegovog istraživačkog interesovanja su analiza tržišta, strategijsko predviđanje i planiranje, modeli odlučivanja i korporativno upravljanje.

Bojan Ristić

Rođen 1983. godine u Zrenjaninu. Ekonomski fakultet u Beogradu upisao 2002. godine, osnovne studije završio 2006. godine na odseku Ekonomska analiza i politika – mikroekonomska analiza, master studije završio 2009. na smeru Ekonomska analiza i politika. Trenutno pohađa doktorske studije. Na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Beogradu izvodi vežbe na predmetima Teorija cena, Mikroekonomska analiza i Ekonomika tranzicije.