

Пројектни задатак за истраживаче

Тема:	Анализа тржишта постпродајних услуга (aftermarkets) која би обухватила гаранције, сервисне услуге, промет и коришћење резервних делова у односу на најважније индустријске производе (моторна возила, електрични апарати и др) и њихов утицај на одвијање тржишног надметања
Тип истраживања:	Комбинација канцеларијског и теренског истраживања
Места у којима је предвиђено да се спроведе истраживање:	Београд, истраживање покрива целокупно национално тржиште
Наручилац истраживања:	Комисија за заштиту конкуренције

1. Контекст

1.1. Потреба за истраживањем

Имајући у виду да о предметном тржишту постоје врло ограничена сазнања и није до сада анализирано, намеће се потреба да се сагледа његова структура и величина. Карактеристике тржишта и важност теме огледа се у следећим показатељима: велики број потрошача на страни тражње, карактер набавки ове врсте производа као капиталне набавке (куповина аутомобила, теретног возила, аутобуса, производа беле технике и осталих индустријских производа), велико учешће трошкова одржавања односно сервисирања производа и сл.

Потребно је идентификовати потенцијалне проблеме и ограничења на тржишту послепродајних услуга, који би се прописима о заштити конкуренције у конкретној области настојали решити, а нарочито имајући у виду израду Уредбе о изузећу споразума који се односе на промет резервних делова моторних возила, чија израда предстоји након спроведене анализе. Осим резервних делова за моторна возила, као фокус анализе за поменути израду уредбе, у анализу би се укључила и два производа беле технике (као карактеристични и најпродаванија артикла из ове групе производа) и то: веш машина и фрижидер.

На основу одговора заинтересованих страна у вертикално интегрисаном систему који обухвата произвођаче/увознике односно заступнике уколико произвођачи нису директно присутни на тржишту, продавце, овлашћене сервисера, независне сервисере и заинтересована удружења, циљ је да се утврди да ли постоји оправдана забринутост у погледу стања конкуренције у пружању послепродајних услуга.

Према прописима о вертикалним ограничењима конкуренције питање које је изузетно важно са аспекта политике заштите конкуренције јесте на који начин уговорни односи произвођача/увозника односно заступника резервних делова (који су у највећем броју случајева и произвођачи основних средстава) ограничавају „interbrand“ и „intra-brand“

конкуренцију на тржишту послепродајних услуга – тржишту сервисера у гарантном року и након гарантног рока, све до краја животног века производа. У вертикално интегрисаном систему, од произвођача до потрошача као корисника сервисне услуге, потребно је идентификовати где се генерише монополска рента односно губитак за потрошача (deadweight lost).

1.2. Сврха

Наведено истраживање би се користило за следеће потребе:

- (а) да се испита тржиште и сагледа његова структура и величина, односно макро снимак тржишта и утврђивање броја учесника и анализа релевантног правног оквира;
- (б) идентификација проблема који на предметном тржишту постоје;
- (в) закључци и анализе били би коришћени као база знања за потребе поступака који се воде пред КЗК;
- (г) добијени налази би омогућили квалитетну израду Уредбе о изузећу споразума који се односе на промет резервних делова моторних возила, базирану на тачно утврђеним подацима.

2. Циљ и резултати истраживања

2.1. Главни циљ истраживања

Основни циљ истраживања је приказ стања и услова конкуренције на предметном тржишту са утврђивањем појава и односа који изазивају забринутост Комисије за заштиту конкуренције и евентуалних препорука у погледу вођења политике заштите конкуренције.

2.2. Очекивани резултати истраживања

Очекивани резултат истраживања јесте идентификација слабости структуре тржишта услед којих потрошачи имају веће трошкове од оптималних али и идентификација потенцијалних повреда конкуренције на предметном тржишту.

3. Кључна истраживачка питања

Да би се добила јасна слика структуре тржишта неопходно је испитати најмање неколико фактора на основу којих ће се даље развити истраживачке хипотезе и то:

- (а) број сервисера који врше сервис производа у гарантном року, број сервисера који врше сервис након истека гарантног рока и број сервисера који врше сервис и у гарантном року и након истека гарантног рока;
- (б) услови приступа у смислу анализе уговорних односа и начина на који одређени сервисер „добија“ статус овлашћеног сервисера;
- (в) разлика у цени сата рада сервисера у гарантном року и сервисера који сервисира производ након истека гарантног рока;
- (г) разлика у цени резервних делова које уграђују сервисери у гарантном року (тзв „оригинални резервни делови“) и сервисера који сервисира производ након истека гарантног рока (који имају већу могућност избора, осим оригиналних делова ван гарантног рока могуће је уградити и неки други део чије техничке карактеристике задовољавају перформансе производа).

Анализа мора испитати ефекте (уговорних) обавеза које произвођачи/увозници односно заступници резервних делова и индустријских производа намећу дилерима резервних делова односно сервисерима у циљу добијања права ексклузивне односно селективне дистрибуције, као и све друге комбинације вертикалних ограничења у систему дистрибуције резервних делова, на стање конкуренције на послепродајном тржишту.

У вези са питањима од значаја за стање конкуренције на тржишту потребно је анализирати и економски аспект успостављања мреже званичних дистрибутера резервних делова и сервиса и то са више аспеката: из перспективе произвођача/увозника односно заступника (економија обима, уштеде у троковима логистике и транспорта, стварање имиџа брэнда прописујући униформност и стандардизацију код дистрибутера), из перспективе дистрибутера (заштита од слепих путника „free riders“) и угла потрошача (корист од ценовне и неценовне конкуренције, повећање квалитета послепродајне услуге).

У погледу пружања услуге сервисирања фокус анализе биће усмерен на начин организовања сервисних мрежа од стране произвођача и условима за укључивање у сервисну мрежу. Од произвођача ће бити прибављени подаци о односу између поправки које обављају самостално и поправки које обављају независни сервисери, како у гарантом периоду тако и након његовог истека, када трошкове поправке сnose крајњи потрошачи.

Истраживање треба да укаже да ли и на који начин произвођачи/увозници, односно заступници, могу органичити независним сервисима приступ резервним деловима и/или техничким информацијама које су им неопходне, како би се једнако надметали у пружању услуга сервиса. Предмет анализе обухватиће не само услове под којима се прибављају резерви делови већ и прелиминарну анализу цена. Анализа цена има за циљ да покаже да ли произвођачи/увозници, односно заступници резервних делова наплаћују високе цене независним сервисерима, које онемогућавају њих да се једнако ефикасно надмећу у пружању тих услуга. Ова анализа има за циљ да да прелиминарни налаз на питање: да ли постоје подстицаји потрошача да првенствено изаберу могућност замене производ а не поправку истог, што би могло значити да произвођачи максимизирају своју продају нових производа. У том смислу је неопходно да се анализира и могућност да ово понашање има свој извор у жељи потрошача да прибаве производе веће функционалности и бољих спецификације уз ниже цене. Један од метода анализе биће упоређивање цена резервних делови који се најчешће користе за сваки од производа који буду уврштени у анализу.

Једно од питања на које истраживање треба да да одговор односи се и на укупну цену производа, односно да ли потрошачи могу претпоставити укупне трошкове производа за време трајања његове употребе или животног века производа, како би се утврдило да ли тржиште послепродајних услуга и информације о њему утичу на примарно тржиште, као и да ли су потрошачи свесни трошкова после истека гарантног рока када се опредељују за куповину неког производа.

Током истраживања потребно је имати у виду различите учеснике у вертикално интегрисаном ланцу производа од произвођача до потрошача па је с тим у вези потребно испитати утицај горе наведених фактора на сваки од наведених тржишних сегмената и то:

- (а) произвођача/увозника односно заступника произвођача резервних делова;
- (б) званични сервисери;
- (в) самостални независни сервисери;
- (г) удружење потрошача.

4. Методологија истраживања

Предвиђено истраживање ће бити комбинација канцеларијског и теренског истраживања.

Прва фаза биће деск фаза – анализа правног оквира и литературе.

Следећа фаза истраживања биће дефинисање полуструктурираних упитника за одабране учеснике на тржишту и обављање интервјуа са њима. Та фаза подразумева теренско истраживање на одабраном узорку учесника на тржишту. Оквирно ће се одабрати око 20 учесника на чије адресе ће се слати упитници тако да у узорку буду заступљени представници произвођача/увозника, односно заступника произвођача, сервисера, удружења сервисера и удружења потрошача (укупно до 20). У одабиру учесника на тржишту са којима ће се обавити интервју активно ће учествовати Комисија за заштиту конкуренције која ће у првој фази прикупити агрегатне податке о учесницима на тржишту преко струковних удружења, Агенције за привредне регистре и Привредне коморе Србије.

Након прикупљања података следи анализа података као деск фаза и израда извештаја о спроведеној анализи.

4.1. Интервјуи

Потребно је спровести квалитативно истраживање и у том смислу потребно би било обухватити следеће учеснике на тржишту:

- (а) произвођачи/увозници, односно заступници произвођача резервих делова за моторна возила и белу технику;
- (б) званични сервисери, сервисери у гарантном року;
- (в) самостални независни сервисери и
- (г) потрошачи

У складу са горе наведеним, Комисија за заштиту конкуренције ће у иницијалној фази прикупити агрегатне податке о учесницима на одабраним тржишним сегментима и у сарадњи са истраживачима сачинити одабир 20 учесника на тржишту којима ће се обратити захтевом за доставу података кроз полуструктурисане упитнике односно захтевом за обављање интервјуа. Од истраживача се очекује да сачини предлоге упитника за ову фазу истраживања док ће Комисија за заштиту конкуренције учествовати у слању и прикупљању одговора на захтеве.

4.2. Анализа података

Анализа ће бити квантитативна и квалитативна, осим дела који се односи на релевантни правни оквир и уговорне односе за шта ће бити потребно прикупити и квантитативне податке наведене у првом ставу тачке 3. пројектног задатка али не ограничавајући се само на њих већи и све остало што би могло бити од значаја и утицаја на испитивање утицаја на наведене учеснике у ланцу дистрибуције. Очекује се квалитативна анализа података прикупљених путем интервјуа.

4.3. Обезбеђивање литературе, докумената за деск фазу

Комисија је спремна да уступи коришћење своје библиотеке за потребе истраживања као и приступ бази података National competition authority, као и све остале материјале са сличном темом а тичу се праксе земаља ЕУ у овој области, којима располаже.

5. Очекивани формат истраживања

5.1. Структура, дужина и облик у коме се доставља истраживање (електронска верзија, *hard copy* верзија, *power point*, итд.)

- Извештај о спроведеној анализи минимално би требало да има 50 страна, фонт *Times New Roman* 12, проред 1,5;

- Структура документа:
 - executive summary,
 - опис методологије,
 - релевантни правни оквир,
 - структура тржишта и опис стања тржишта,
 - идентификоване слабости тржишта у вези са прописима о заштити конкуренције (по потенцијалним повредама конкуренције),
 - закључци и препоруке са предлозима решења уочених недостатака и елементи које уредба треба да садржи да би се отклонили уочени недостаци.

- Финална верзија анализе мора да буде достављена у електронској форми, као и уштампаној форми и то у 2 примерка;

- Приликом писања документа избегавати коришћење академског стила писања;
- Пожељно је да документ садржи илустрације, цитирање, обавезно и листу референци.

5.2. Формат у коме ће подаци бити презентовани

Очекује се писани документ као и Power Point презентација на којој би присуствовао именовани тим за пројекат испред Комисије за заштиту конкуренције.

Именовани тим би давао коментаре на нацрт истраживања и током истраживања. Коментари би се достављани електронском поштом.

6. Временски оквир истраживања

Очекивани почетак и крај: **20.04.2016. година – 10.09.2016.**

Временски оквир за све фазе истраживања:

- Деск истраживање: 20.04.2016.- 20.05.2016.
- Прикупљање података: 20.05.2016.- 20.06.2016
- Анализа прикупљених података 20.06.- 20.07.2016.
- Први нацрт - презентација: 15.08.2016.
- Финални нацрт: 20.08.2016.
- Финална верзија истраживања: 10.09.2016.

7. Истраживачки тим (квалификације, искуство)

7.1. Истраживач и/или истраживачки тим

- Очекује се да у истраживачком тиму буде минимално 3 особе, правне и економске струке. Очекивана знања из области: економије, статистике и права конкуренције, заштита потрошача и облигационог права;
- Поштовање највиших професионалних стандарда и етичких принципа укључујући одговорност у бављењу поверљивим подацима;
- Потребно је да одабрани истраживач/истраживачки центар, потпише са Комисијом за заштиту конкуренције Уговор о заштити поверљивих информација - Non-Disclosure Agreement.

Документа која треба приложити су:

- CV - релевантно претходно искуство: за junior expert 5 година искуства, за senior expert минимално 10 година искуства;
- Мотивационо писмо;
- Препоруке (за институције – Потврда о добром извршењу посла), референце.

Предност у избору ће имати институције које ангажују senior expert-а са искуством на пројектима анализе тржишта. Под овим пројектима се подразумева израда стратешких докумената који у себи садрже анализе структуре и стања конкуренције на тржишту или пружање услуга клијентима у вези са применом права и политике заштите конкуренције.

7.2. Тим подршке

Контакт особе:

Марко Обрадовић, marko.obradovic@kzk.gov.rs, 011/3811 938

Јелена Граховац, jelena.grahovac@kzk.gov.rs, 011/3811 915

Срђан Јанковић, srdjan.jankovic@kzk.gov.rs, 011/3811 908

8. БУЏЕТ

Буџет који може бити одобрен одабраном истраживачком центру за тражену анализу не може бити већи од 20.000 ЕУР у динарској противвредности по средњем курсу Народне банке Србије на дан потписивања уговора. У тај износ укључени су рад научно истраживачког тима који укључује прикупљање података, анализу и израду извештаја.

9. АНЕКСИ

- Сви доступни документи; листе испитаника, коришћени упитници, питања за интервјуе и фокус групе, транскрипти са фокус група;
- Листа извора и литературе;
- Детаљан календар обављених фаза у истраживању.