

Dr Marinko Rodić

"8. Mart" Subotica

Dr Srećko Novaković

"Solid" Subotica

Stefan Novaković, dipl. men. bezb

"Solid" Subotica

UDK 628.16(497.11):339.1

Pregledni članak

Primljen: 14.VI 2016.

KONKURENCIJA U INDUSTRIJI VODE NA TRŽIŠTU REPUBLIKE SRBIJE

SAŽETAK: Voda je prirodni resurs, ali vremenom poprima karakter proizvoda tj. robe. Specifičnost ovoga baznog resursa se odnosi na pitku vodu. Čovek je svojim činjenjem zagadio prirodu i ugrozio opstanak biljnog i životinjskog sveta na planeti. Ta činjenica je osnov za ovu industriju. Pitka voda je neophodna za život čoveka, a u prirodi je količinski ima veoma malo, pri tom je i neravnomerno raspoređena. Sve je prisutnije flaširanje pitke vode, kao i razni oblici filtracije i prečišćavanja. Tako se na tržištu vode razvila konkurencija, kako između proizvođača flaširanih voda tako i između proizvođača prečišćavača i filtera za vodu. Pošto se ova dva pravca međusobno zavisna, prisutna je i njihova indirektna međusobna konkurencija.

KLJUČNE REČI: voda, uređaji za prečišćavanje vode, filteri za vodu, tržište, konkurencija.

UVOD

Osnovni ili bazni prirodni resursi su: voda, vazduh, zemljište, razne vrste prirodnih sirovina i minerala. Zahvaljujući njima postoji živi svet na planeti zemlji. Bazni resursi čine osnovnu prednost u sticanju dobiti, odnosno profita. Brojnost stanovništva industrijska proizvodnja, upotreba hemijskih sredstava u poljoprivredi dovela je i do problema sa, pitkom vodom, čistim vazduhom, poljoprivrednim zemljištem, šumama, itd.

Svest o tome da se ne može ostvarivati profit po svaku cenu, tj. nekontrolisanom masovnom proizvodnjom po principu slobodne konkurencije, a uz odlučujuću ulogu političkog faktora, sve više dolazi do izražaja. Na globalnom nivou počinje da se priča o teoriji održivog razvoja, koja je iznuđena potrebom za većom količinom hrane. Poljoprivreda je suočena sa pokušajem industrijskog pristupa, koji se ogleda u ratarstvu kroz upotrebu genetski modifikovanih kultura, radi povećanja prinosa, povećanoj količini upotrebe hemijskih sredstava, upotreba veštačkog đubriva itd., a u stočarstvu intenzivnim uzgojem putem selekcije vrsta, korišćenjem raznih koncentrata, odnosno miksata hrane, raznim lekovima i dodacima. Cilj je dobiti što veće prinose, odnosno prirast u jedinici vremena. Navedeno dovodi do niza štetnih efekata za ljudsku vrstu i živi svet u celini. Primetna je pojava novih bolesti, izumiranje nekih biljnih i životinjskih vrsta itd.

Voda kao jedan od baznih resursa, dodatno je specifična jer je osnova postojanja biljnog i životinjskog sveta na planeti. Problem kvaliteta vode sve više dolazi do izražaja, i to

na globalnom nivou. Nažalost količina pitke vode se smanjuje. To postaje osnov za prioritarnu zakonsku regulativu i staranje svake države ponaosob. Bazi resursi tj. sirovine i energenti postaju osnova za dalje produžavanje lanca vrednosti proizvoda. Shodno tome, dolazi i do nove preraspodele kapitala u skladu sa novim životnim potrebama stanovništva. Globalizacija je dodatno doprinela zaoštavanju konkurencije na tržištu. Zemlje koje raspolažu sa navedenim resursima su privlačnije za ekonomska ulaganja i investicije u ovoj oblasti, time imaju i komparativnu prednost na globalnom nivou svetske raspodele kapitala.

Supstitucija nekih sirovina može samo da ublaži navedeni problem seljenja kapitala i da ga samo privremeno odloži. Voda se za sada ne može supstituisati. Vodu neprestano koristi živi svet koji bez nje ne može da živi. Ljudsko telo čini 72 odsto vode, pri čemu ono unosi i izbacuje nove količine. Ona je presudna za metabolizam u organizmu. Voda omogućuje varenje, a kasnije i rastvaranje hrane u ćelijama, ali i čišćenje ćelija od otpada. Na kraju, što se zdravlja tiče, prirodne mineralne vode preporučuju se svima, bez obzira na krvnu grupu, jer svakom su organizmu za njegovo pravilno funkcionisanje potrebni minerali. Osnovni problem čoveka danas, a i u budućnosti je obezbediti dovoljnu količinu kvalitetne i čiste vode za piće.

1. VODA KAO BAZNI RESURS

Većina vode na Zemlji (96,5%) nalazi se u morima, što znači da je nekorisna za piće i poljoprivredu. Samo 3,5 % vode na svetu je iskoristivo za te svrhe. Više od 2% tih resursa nalazi se u severnom polarnom krugu, što takođe otežava njeno iskorišćavanje. Ukupna količina vode na Planeti je stalna. Ona iznosi 1.385,114.610 km³ Od toga na slanu vodu otpada 1.338 miliona km³ ili 96,5%, a na slatku 35,029.290 km³ ili 2,53%. Postojeća količina pitke vode bi trajno zadovoljavala potrebe ljudske zajednice. Problem je što je samo mali deo te vode dostupan.

U ciklusu kretanja pitke vode (vodena para, kiša, voda u rekama i jezerima, podzemna voda, voda u lednicima) ljudi mogu koristiti samo 0,05% od njene ukupne količine. To je količina koju je moguće koristiti za ljudske potrebe i potrebe svih drugih živih bića koja piju slatku vodu. S obzirom na to da potrebe za pitkom vodom stalno i brzo rastu, a da su njene količine ograničene, čovečanstvo će se vrlo brzo suočiti s nedostatkom pitke vode. Poznata je činjenica kako voda često nije „raspoređena“ onako kako bi to ljudi želeli. Ponekad je ima premalo na nekim mestima, dok je na drugima ima previše. Hidrolog Falkenmark tvrdi kako

ljudi žive „...pod tiranijom vodenog ciklusa“. Primer, oko 3/4 godišnjih padavina događa se u područjima gde živi 1/3 svetske populacije

Pitka voda je osnovni problem koji se nameće u budućnosti čovečanstva, kao celini na planeti zemlji. Sa stanovišta čistoće pitke vode, svaka voda je mineralna osim destilovane vode. Šta to znači? U prirodi ne postoje apsolutno čiste vode, u kontaktu sa drugim materijama, one ih delimično rastvaraju i na taj način postaju mineralne vode. Kvalitet pitke vode sa stanovišta čoveka je upravo vezan za vrstu i količinu minerala koje sadrži. Voda ne može da se supstituiše, ali može tehnološkom preradom da se iz drugih oblika zagađene, onečišćene vode, morska slana voda dovede do nivoa tehnološki ispravnih i upotrebljivih voda za ishranu i piće. Prirodne mineralne vode su prirodno čiste vode jer potiču iz zaštićenih podzemnih izvora. Da bi došle na tržište, moraju biti mikrobiološki ispravne, ali ne smeju biti podvrgnute nikakvim postupcima dezinfekcije (npr. hlorisanje). Izvor iz kojeg se puni mineralna voda mora biti zaštićen od svih onečišćenja, a naziv izvora i mesto njegova korišćenja moraju se na etiketama jasno naznačiti. Imajući u vidu osnovne teoretske zahteve, s jedne strane, kao i složenost i raznovrsnost geološke građe teritorije Srbije; zatim, postojeće strukturno-geološke, geomorfološke, hidrogeološke, fizičko-geografske i druge uslove od značaja za formiranje mineralnih voda. Te su mogućnosti za buduću eksploataciju potencijalno veliki.

2. ZAKONSKI PROPISI KOJI REGULIŠU OBLAST VODA

Sledeći propisi se odnose na oblast mineralnih voda:

1. Zakon o vodama
2. Pravilnik o kvalitetu i drugim zahtevima za prirodnu mineralnu vodu, prirodnu izvorsku vodu i stonu vodu
3. Zakon o bezbednosti hrane
4. Zakon o zaštiti konkurencije
5. Zakon o rudarstvu
6. Zakon o koncesijama

7. Pravilnik o deklarisanju i označavanju upakovanih namirnica
8. Pravilnik o načinu određivanja i održavanja zona sanitarne zaštite izvorišta vodosnabdevanja
9. Uredba o visini naknade za korišćenje voda, naknada za zaštitu voda i naknade za izvađeni materijal iz vodotoka za 2008. godinu.

1. Zakon o vodama

U Osnovnim odredbama Zakona o vodama 2 (Član 2.) kaže se da se odredbe ovog zakona odnose se na sve površinske i podzemne vode na teritoriji Republike Srbije, uključujući termalne i mineralne vode, osim podzemnih voda iz kojih se mogu dobiti korisne mineralne sirovine i geotermalna energija. Odredbe ovog zakona odnose se i na vodotoke koji čine ili presecaju državnu granicu Republike Srbije, kao i njima pripadajuće podzemne vode, ako posebnim zakonom nije drukčije propisano. Plaćanje naknade regulisano je članom 156. Zakona o vodama gde se u tački 2. kaže da se naknada za korišćenje vodnog dobra plaća za Flaširanje vode, prema količini (I) prodate flaširane vode, a za korišćenje vode u finalnom proizvodu prema količini (I) vode u tom proizvodu. Prirodna mineralna voda, prirodna izvorska voda i stona voda, u smislu ovog pravilnika 3 su vode koje potiču iz podzemnih slojeva (ležišta izdanskih voda) i dolaze na površinu prirodnim isticanjem - izvorima, ili preko bušenih bunara.

Član 3.

Proizvođač je dužan da pre početka proizvodnje pribavi izveštaje o izvršenom ispitivanju zahteva kvaliteta (zdravstvena ispravnost, senzorne, fizičke, hemijske i mikrobiološke karakteristike, gasni i radiološki sastav).¹ Prirodna mineralna voda, prirodna izvorska voda i stona voda mogu se stavljati u promet samo u originalnom pakovanju, u hermetički zatvorenim sudovima, kojima se sprečava mogućnost kontaminacije i obezbeđuje očuvanje kvaliteta do momenta otvaranja u roku upotrebe i moraju na omotu, pakovanju, sudu ili nalepnici imati deklaraciju koja je u skladu sa Pravilnikom o deklarisanju i označavanju upakovanih namirnica. Reč "prirodna" u nazivu mogu imati mineralna i izvorska voda koja

¹ Izvor: Službeni glasnik Republike Srbije, broj 30/10 od 7.5.2010.
(<http://www.mineralwater.rs/zakoni.html>)

nije podvrgnuta bilo kakvom postupku, osim postupaka navedenih u čl. 12. i 13. ovog pravilnika. Sledeći članovi ovog zakona odnose se na prirodnu mineralnu vodu:

Prirodna mineralna voda je podzemna voda namenjena za ljudsku upotrebu u svom prirodnom stanju koja može da se flašira samo ako je hemijski i mikrobiološki ispravna za piće, ako joj je kvalitet stabilan i formiran u prirodnim uslovima i ako ispunjava sledeće zahteve:

- 1) da ima svoj izvor iz ležišta izdanskih voda, zaštićen od bilo kakve mogućnosti kontaminacije i da dolazi na površinu prirodnim isticanjem na jednom ili više izvora, ili preko bušenih bunara;
- 2) da ima karakteristike zbog kojih se razlikuje od vode za piće, kao što su sadržaj mineralnih materija, hemijskih elemenata u tragovima, odnosno drugih sastojaka, i može imati određeno fiziološko dejstvo;
- 3) da ima isti kvalitet kao na izvoru, pri čemu karakteristike iz tač. 1. i 2. ovog stava moraju ostati očuvane.

Sastav, temperatura i druge osnovne karakteristike prirodne mineralne vode moraju ostati stabilni u granicama prirodnih promena i ne smeju biti ugroženi mogućim varijacijama protoka, odnosno ne smeju biti izmenjeni u toku eksploatacije. Odstupanje od srednjih godišnje izmerenih vrednosti utvrđenih na početku eksploatacije za glavne sastojke karakteristične za pojedinu prirodnu mineralnu vodu, može iznositi najviše 15%.

Član 7.

Karakteristike koje prirodnoj mineralnoj vodi mogu dati osobine povoljne po ljudsko zdravlje moraju se proceniti iz sledećih aspekata:

- 1) geološkog i hidrogeološkog;
- 2) fizičkog, hemijskog i fizičko-hemijskog;
- 3) mikrobiološkog;
- 4) u slučajevima kada je to neophodno farmakološkog, fiziološkog i kliničkog.

Članovi koji se odnose na ispitivanje i praćenje kvaliteta kažu da se kvalitet prirodne mineralne vode i prirodne izvorske vode utvrđuje analizom uzorka sa samog izvora, bunara, izdana, ili izvorišta. Kvalitet vode u originalnom pakovanju utvrđuje se analizom upakovane

vode i mora odgovarati sastavu vode na izvoru, osim u pogledu količine rastvorenih gasova i nepoželjnih sastojaka. Analiza obuhvata ispitivanje sastava prirodne mineralne vode i prirodne izvorske vode koja se mora uraditi za izvore, bunare, izdane, ili izvorišta jedanput u tri godine. Ako u toku eksploatacije dođe do promene kvaliteta vode, eksploatacija se mora uskladiti sa prirodnim zakonitostima izvora, odnosno bunara, ili obustaviti. Kvalitet stone vode sa samog izvorišta utvrđuje se na način koji je propisan za vodu za piće, a kvalitet upakovane stone vode utvrđuje se na način predviđen ovim pravilnikom. Dozvoljeno je mešanje prirodnih mineralnih voda, odnosno prirodnih izvorskih voda sa više izvora odnosno bunara, istog tipa, po kvalitetu i poreklu vode, s tim da proizvod određenog hemijskog sastava mora odgovarati deklaraciji i može imati samo jedan naziv.

2. Uredba o visini naknade za korišćenje voda, naknada za zaštitu voda i naknade za izvađeni materijal iz vodotoka za 2008. godinu.

Član 2.

Naknada za korišćenje površinskih, podzemnih i mineralnih voda utvrđuje se u visini, i to za:

Stav 4.

Proizvođače koji flaširaju mineralne i prirodne vode 1,071 dinara za svaki prodati litar vode.

Država na 3 načina tretira vodu u svom zakonodavstvu:

1. Kao prirodni resurs, mineralno bogatstvo
2. Kao prehrambeni, tržišni artikal
3. Kao industrijski proizvod

3. KARAKTERISTIKE TRŽIŠTA VODE U REPUBLICI SRBIJI

3.1. Karakteristike tržišta mineralne vode

Proizvodnja mineralnih voda, ima sezonski karakter. U letnjem periodu je uočljiv porast, a u zimskom pad tražnje za proizvodima. Plasman mineralnih voda je usmeren prvenstveno prema:

1. Ugostiteljstvu
2. Grupnim manifestacijama (svadbe, krsne slave, kongresna okupljanja, itd.)

U slučajevima pružanja humanitarne pomoći poplavljenim ili područjima zahvaćenim drugim elementarnim nepogodama flaširana voda je nezaobilazna.

Istraživanje teorije, a posebno praktične primene marketing koncepta u plasmanu mineralnih voda, bilo je motivisano željom da se ova problematika što više približi eksploatatorima mineralnih voda, kako bi shvatili ulogu i značaj marketing koncepta i neophodnost njegovog celovitog inkorporiranja u organizacionu i poslovnu strategiju svih preduzeća.²

Potrošnja mineralnih voda je ukupno u porastu i regionalno je različito raspoređena. U Vojvodini je problem pitke vode vidno izražen iz razloga što je voda iz gradskih vodovoda puna primesa: arsena, gvožđa, itd. Takva voda je ili neupotrebljiva za piće ili je na granici standarda upotrebljivosti. Situacija se vremenom pogoršava usled onečišćenja bunara odakle se crpi. Onečišćenja se dešavaju usled dotrajale kanalizacione mreže, septičkih jama, upotreba raznih đubriva, herbicida, pesticida u poljoprivrednoj proizvodnji, itd. Ostali regioni R. Srbije imaju slične probleme, ali su manje izraženi. Razlog je postojanje velikog broja prirodnih izvora i reka. Problem zagađenja u tim delovima je vezan pre svega za faktor čoveka koji u reke i izvorišta baca razne vrste otpadnih materija.

U savremenim, nestabilnim uslovima poslovanja, u uslovima kada se javlja problem plasmana primena marketing koncepta je neophodna. Bez njega nema ni opstanka. O rastu i razvoju i da ne govorimo. Zahtevima i izazovima domaćeg i inostranog tržišta proizvođači mineralne vode će u narednom periodu moći uspešno da odgovore samo ako što hitnije otpočnu sa korektivnim aktivnostima u oblasti organizacije, kadrova, načina razmišljanja i odlučivanja, informisanja...³

Ukupna proizvodnja vode po godinama u izveštaju Republičkog zavoda za statistiku je data zajedno sa podacima o proizvodnji i osvežavajućih napitaka.

² Dr Srećko Novaković, Menadžment prirodnim resursima, (Monografija), Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet Subotica, 2013.g.

³ Dr Srećko Novaković, Menadžment prirodnim resursima, (Monografija), Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet Subotica, 2013.g.

Proizvodnja osvežavajućih napitaka i mineralne vode kao i ostale flaširane vode u hl

godina	proizvodnja	zalihe	realizacija
2011	12203142	301649	12179422
2012	12616827	413561	12510203
2013	11991102	328443	12040759
2014	12336369	294674	12383815
2015	13251201	337799	13223863

Analizirajući kretanje proizvodnje primetno je da nakon uzlaznog trenda u 2011 i 2012 god. u 2013 god. dolazi do pada kako u proizvodnji tako i u plasmanu, Vidljiv je oporavak u 2014 i 2015 god. Navedena kretanja se povezuju sa svetskom ekonomskom krizom, procesom privatizacije, ali i povećanim uvozom ovih artikala. Oporavak se povezuje sa diverzifikacijom proizvodnje i uvođenjem novih proizvoda na tržište. Sve postojeće fabrike mineralnih voda su privatizovane od strane države. Novoosnovane su takođe u privatnom vlasništvu. Tako po podacima od strane "Privredne komore" Republike Srbije imamo:

Evidentno je prisutna tendencija pada ukupne proizvodnje, a povećava se količina uvezenih artikala u ovoj oblasti kako količinski, tako i vredonosno. Po navedenim podacima u odnosu na 2011 god. Uvoz je više nego udvostručen u 2013 god. Vodeći domaći proizvođači mineralnih voda su: Knjaz Miloš, BB Minaqua, Voda Vrnjci, Rosa, Karađorđe, Prolom voda, Voda voda, Vujić voda, Mivela, Jazak, Aqua Bella. Mineralna voda „Knjaz Miloš”, koja se prodaje na pet kontinenata, lider je u kategoriji gaziranih mineralnih voda sa 38 odsto količinskog učešća i, 61 odsto vrednosnog učešća u Srbiji, po podacima agencije MEMRB iz marta 2010. Voda "Knjaz Miloš" je na srpskom tržištu prisutna sa najkompletnijim asortimanom, prilagođenim različitim potrebama i prilikama. Istorijski, "Knjaz Miloš" je dominantan u sektoru ugostiteljstva, pa tako, po podacima MEMRB-a za isti period, ima 73 odsto količinskog i 85 odsto vrednosnog učešća upravo iz razloga što su, kako veličinom pakovanja (0,25l; 0,33l; 0,75l i 1l), tako i izborom nepovratne i povratne ambalaže odgovorili na potrebe i ograničenja partnera i potrošača Osim staklene ambalaže, potrošači imaju priliku da koriste veće pakovanje od 1,5 l za kućnu upotrebu i 0,5 l za upotrebu van kuće. "Knjaz Miloš" je, takođe, poznat i po mineralnoj vodi sa ukusom limuna koja predstavlja pravo osveženje tokom letnjih vrućina, i posebno se preporučuje, jer je bez šećera

i aditiva. "Knjaz Miloš" u ambalaži od 1,5 l je najprodavaniji proizvod kompanije na teritoriji Srbije, u ovoj kategoriji. Region u kome je posebno konzumiran je matični region, zapadna Srbija i Šumadija, s obzirom da potrošači odakle Knjaz i potiče, najbolje znaju koje kvalitete ova mineralna voda poseduje. Već spomenuto istraživanje, takođe, pokazuje da je "Knjaz Miloš" i u Crnoj Gori lider na tržištu gaziranih mineralnih voda sa, čak, 78 odsto količinskog tržišnog učešća u martu 2010. "Knjaz Miloš je prirodna mineralna voda vulkanskog porekla izvire u podnožju planine Bukulje sa dubine od preko 500 metara. Na svom putu ka površini prolazi kroz čuveni bukovički granit i ostale stene iz kojih crpi optimalnu kombinaciju minerala koja je neophodna ljudskom organizmu. Karakteriše je dobar balans kalcijuma i magnezijuma. Fabrika Knjaz Miloš posluje u okviru grupacije Salford, koja je vlasnik više prehranbenih fabrika u Srbiji.

Fabrika mineralne vode Rosa posluje u sastavu Coca Cole. Navedeni primeri vlasništva svedoče o svetskoj menadžerskoj organizaciji ovih fabrika, kao i tehnološkoj i finansijskoj snazi. To upućuje na njihovu jaku međusobnu tržišnu konkurenciju.

Da bi povećali profit i svoju poziciju dodatno ojačale na tržištu fabrike su širile proizvodni program, kako sa stanovišta uvođenja novih pakovanja vode, tako i orijentacijom prema novim proizvodima: sokovi gazirani i negazirani, mineralne vode sa različitim okusima, energetski napici, itd. Sezonski karakter proizvoda doveo je i do povećane eksploatacije izvorišta i pojave mešanja vode sa različitim izvorima, u letnjem periodu. Time se narušava, kako kvalitet i tradicionalni okus vode. Deklaracija o vrsti i sadržaju minerala istaknuta na proizvodu se ne menja tako da su kupci time i na neki način obmanuti. Fabrike navedeno pravdaju zakonskom mogućnošću odstupanja sadržaja u manjem procentu. Sve je veći broj proizvođača koji akcenat daje na ljekovita svojstva proizvoda, tj. vode. Pored navedenog neke od fabrika proizvode, tj. vrše tretiranje vode. Iz izvorske vode se preradom eliminiše deo minerala, a zatim se neki dodaju.

Savremeno tržište mineralnih voda karakteriše – veliki broj proizvoda – modaliteta i varijanti:

- Veliki broj proizvođača srednje veličine,
- Specifični kupci i motivi kupovine,
- Marka proizvoda i imidž proizvođača su vrlo značajni pri izboru i kupovini,
- Sezonski karakter prodaje,

- Necenovna konkurencija je vrlo značajna.⁴

3.2. Karakteristike tržišta stona vode

Stona voda je voda sa niskim sadržajem mineralnih materija i pogodna je za piće i kuvanje. U cilju poboljšanja kvaliteta, stona voda se podvrgava različitim postupcima obrade:

- Korekcija sadržaja rastvorenih materija u vodi, ili njihovo potpuno uklanjanje iz vode;
- Dodavanje neorganskih materija (soli) u vodu;
- Impregnacija vode ugljen-dioksidom.

Nije dozvoljeno proizvoditi stonu vodu iz vodovodske vode. Takođe je zabranjeno korišćenje imena, zaštitnog znaka, robne marke, slika, crteža koje bi potrošače dovele u zabludu da se radi o prirodnoj mineralnoj ili izvorskoj vodi, a naročito korišćenje termina „mineralna voda“ i „izvorska voda“. Za razliku od mineralne vode, stona voda je preporučljiva za svako dnevno konzumiranje u neograničenim količinama. Karakteristika ovih proizvođača da oni putem različitih filtracija eliminišu deo minerala. Crpi se dubinski kada je u pitanju područje Vojvodine ili sa izdašnih izvorišta u centralnoj Srbiji. Ova vrsta voda se flašira u velika pakovanja od 25 litara. Aparati koji se koriste i omogućuju hlađenje i grejanje vode se daju, od prodavca kupcima na posluđu, koji se obavezuje da servisira iste. Snadbevanje se vrši dostavnim vozilima anbulantno, po sistemu od vrata do vrata. Posebno interesantni korisnici ovih usluga su veća preduzeća i ustanove, zbog velike potrošnje. Obično se ovakve fabrike vode, prave u blizini većih gradova, time se eliminišu veliki transportni troškovi. Ovakav razvojni pravac su prihvatile i neke fabrike mineralnih voda, kao što je “Knjaz Miloš” sa svojim brendom Natura. Ovakvim konceptom poslovanja, ova grupa proizvođača, ostvaruje uštedu na troškovima prodajnih centara, transporta, niži su im manipulativni troškovi. Ostvarujući veliki količinski promet uz navedeno, oni se na tržištu pojavljuju sa znatno nižom cenom proizvoda. Neki od proizvođači ove vrste voda su: La Fontana Beograd, Studena-Niš, Đeram- Subotica itd.

⁴ Dr Srećko Novaković, Menadžment prirodnim resursima, (Monografija), Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet Subotica, 2013.g.

3.3. Distribucija vode - uvoznici i veliki trgovački lanci

Ukidanjem carinskih barijera, pojavom stranih firmi koje posluju na tržištu Republike Srbije, dolaskom velikih trgovačkih lanaca, otvaranjem predstavništava i raznih ispostava stranih firmi, došlo je i do značajnijeg uvoza mineralnih i raznih vrsta voda. Tako je najveći uvoznik vode na Srpsko tržište firma Agrokor iz Hrvatske, sa svojim proizvodom Jana, ali tu su i vode drugih proizvođača: Donat Mg- voda bogata magnezijumom. Slovenačka voda Tri srca, voda poreklom iz Bosne (Sarajevski kiseljak iz Kozluka voda Vitinka itd). Pojavljuje se veliki broj flaširanih voda nepoznatih na našem tržištu, uvezen iz zapadnih zemalja kao što je Francuski Evijan.

Na našem tržištu, pojavile su se i vode sa trgovačkom markom. Tako u trgovačkom lancu Metro možemo naći vodu sa njihovom trgovačkom markom, tu je i Merkator sa svojim proizvodima. Poreklo tih voda je uglavnom nepoznato. Na deklaraciji je ispisan samo sastav vode. Nabrojano predstavlja samo mali broj vrsta uvezenih flaširanih voda na tržištu R. Srbije.

Distribucija je možda onaj element koji će u narednom periodu odigrati značajnu ulogu kod proizvođača mineralne vode, pa će oni, koji ovaj instrument marketing miksa dobro postavljaju u okviru organizacije, tako i kroz odnos sa ostalim elementima marketing miksa, steći značajnu prednost.⁵

Kućni filteri za prečišćavanje vode

Razlikujemo tri vrste filtera za prečišćavanje vode:

- 1. Mali kućni filteri namontirani na bokal.**
- 2. Filteri za prečišćavanje vode namontirani na vodovodnu mrežu.**
- 3. Mali kućni aparati za prečišćavanje vode sa bokalom na kom je namontiran filter, lako zamenljiv.**

Činjenica na kojoj egzistira prodaja ovih proizvoda je da voda iz vodovodne mreže nije sigurna za ljudsku upotrebu. To znači da je štetna po zdravlje:

⁵ Dr Srećko Novaković, Menadžment prirodnim resursima, (Monografija), Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet Subotica, 2013.g.

1. Nije dovoljno prečišćena pa sadrži razne hemijske elemente pa i one koji su otrovni kao što su Arsen, jedinjenja Cijanida itd.
2. Voda se hlorige, da bi se eliminisali raznorazni mikroorganizmi, ako se hloriganjem ubijaju mikroorganizmi, kakve su posledice na zdravlje ljudi.
3. Hlor je preteča bojnih otrova, a i danas je sastavni deo mnogih takvih jedinjenja.
4. Vodovodna mreža, se vremenom onečišćava, metalne cevi rđaju, tako da takva voda sadrži i zbog transporta razna štetna jedinjenja, a posebno veliku količinu Fe.
5. Hlorisanje vode se obavlja najčešće po odokativnoj metodi, radi sigurnosti uvek se ubaci nešto veća količina hlora.

U prilog upotrebi ovih aparata ide i činjenica da su jednostavni i praktični za upotrebu. Najčešći način prodaje, ličnim kontaktom od vrata, do vrata pokazao se u ovom slučaju kao izuzetno efikasan. Posle takvog nastupa shvativši isplativost, komercijalni momenat, ove aparate su u svoj prodajni asortiman uvrstili i veliki trgovački lanci i apoteke.

Komercijalno pakovanje, bokal + filter ili bokal + 2 filtera cenovno je pristupačnije nego da kupite pojedinačno filter ili dva filtera. Logika je jasna, ulaskom u komercijalnu šemu Vi ste u obavezi da najčešće mesečno kupujete filter. Na filterima se ostvaruje profit. U navedenim tabelama su prikazani podaci uvoza uređaja za prečišćavanje vode vredonosno i količinski.

Tabela 1: Uvoz po proizvodima NSST

		2004		2005	
		Sve zemlje [00]		Sve zemlje [00]	
		Količina, u tonama	Vrednost, u hiljadama USD	Količina, u tonama	Vrednost, u hiljadama USD
Uvoz, po proizvodima NSST					
7436100	Uređaji za filtriranje i prečišćavanje vode	2213,1	14444,6	1188,0	10034,6

2006		2007		2008	
Sve zemlje [00]		Sve zemlje [00]		Sve zemlje [00]	
Količina, u tonama	Vrednost, u hiljadama USD	Količina, u tonama	Vrednost, u hiljadama USD	Količina, u tonama	Vrednost, u hiljadama USD
977,9	11144,1	1202,4	12506,9	1168,5	12612,3

2009		2010		2011	
Sve zemlje [00]		Sve zemlje [00]		Sve zemlje [00]	
Količina, u tonama	Vrednost, u hiljadama USD	Količina, u tonama	Vrednost, u hiljadama USD	Količina, u tonama	Vrednost, u hiljadama USD
1117,5	21014,4	665,1	16553,4	812,9	16554,5

2012		2013		2014	
Sve zemlje [00]		Sve zemlje [00]		Sve zemlje [00]	
Količina, u tonama	Vrednost, u hiljadama USD	Količina, u tonama	Vrednost, u hiljadama USD	Količina, u tonama	Vrednost, u hiljadama USD
1803,1	12623,0	1649,6	14932,3	1056,7	17330,0
				Izvor podataka	Republički zavod za statistiku

Analizirajući podatke iz tabela primetne su oscilacije. Zavisno od perioda, varijacije su i količinski i vredonosno veoma prisutne. To se može objasniti ekonomskom krizom tj. malom platežnom moći stanovništva, ali i nerazvijenošću tržišta ovih proizvoda i neorganizovanim marketinškim nastupom od strane uvoznika i prodavaca. U 2014 god. primetna je zastupljenost skupljih uređaja, što je pretpostavka da su i kvalitetniji (odnos vrednosti i količine).

Šta od nečistoća i minerala odstranjuje filter?

Zašto se postavlja vremenski period upotrebe, a ne količinski?

Zaključujemo da su:

Pitanja jednostavna, ali odgovori su čudni i nerazumljivi. Filteri nisu programirani da samo odstranjuju štetne materije i elemente, ali oni ne destiluju vodu. Tako dobijamo opet onečišćenu vodu, ali sa manjom količinom poželjnih i potrebnih minerala i štetnih materija. Meriti količinu protoka vode, odnosno stepen zasićenja filtera nije nemoguće, ali koliko bi koštali takvi filteri. Cilj proizvođača je postići masovni obim prodaje proizvoda, a to podrazumeva i pristupačnu cenu. Filteri ove vrste kao glavnu komponentu sadrže aktivni ugalj. Neke od vrsta ovih filtera su: Brita, Pure Aqua itd.

Filteri za prečišćavanje vode namontirani na vodovodnu mrežu, su obično složeniji, a neki pre filtera imaju prefiltere. Međutim nisu svi aparati za prečišćavanje vode odgovarajućeg kvaliteta. Ima mnogo prevara i prevaranata na tržištu. Na zapadu, a od

nedavno su se pojavili aparati i filteri za prečišćavanje vode, koji sa manje ili više uspeha otklanjaju štetne materije iz vode i na taj način nam pomažu da pijemo kvalitetniju vodu.

Cene aparata su od par dolara do nekoliko hiljada dolara. Činjenica je da se ne vrši provera kvaliteta proizvoda sa stanovišta kvaliteta u ovlašćenim laboratorijama. Kupcu se ostavlja da svojom odlukom poveruje u prezentovano od strane prodavca, odnosno da kupi proizvod. Prevaranti su se ubrzo razmireli po celom svetu prodajući filtere i aparate po kućama prepadajući ljude raznim bolestima. Najveći problem je bio kako se uvući u domove potencijalnih žrtava. I onda su se dosetili. U novinama su osvanuli oglasi (oni profesionalniji su plaćali i novinske članke) u kojima se tvrdi da su lekari i institucije koje se bave opštim zdravljem stanovništva objavile da voda nije ispravna za piće. Pošto vrlo često u novinama i na radiju stručnjaci tvrde da voda nije dobrog kvaliteta, prevaranti iseku novinske članke i ako dođu u sukob sa zakonom, jednostavno pokažu te isečke i policija im ne može ništa. Još jedan od razloga zašto je policija nemoćna da stane u kraj prevarantima koji prodaju filtere i aparate za vodu je i taj da su prevaranti dobro obavешteni kako se voda prečišćava u gradskim vodovodima. Evo o čemu se radi: Da bi se napravilo vodopostrojenje treba uraditi hemijske analize voda koja se namerava koristiti za prečišćavanje. Kad se analize izvrše onda se odlučuje koje hemikalije će da se koriste da bi se uklonili štetni elementi koji se potencijalno nalaze u vodi. Štetni elementi se vezuju za hemikalije i stvaraju flokule (bukvalno mrlje) i celokupan proces se odvija u velikim bazenima, tzv. taložnicima. Uređaji ovog tipa su različitih oblika i veličina iz razloga prilagođavanja mogućnosti priključka na vodovodnu mrežu. Sadrže u sebi različite vrste filtera, koji se vremenom menjaju. Postoje kao što smo naveli jako dobri uređaji sa dobrim filterima, ali im je i cena dosta visoka. Uređaji niže klase su po pravilu čista prevara, dok srednja klasa uređaja delimično zadovoljava postavljene zahteve filtriranja vode. Neki od uređaja su: Hydroluks, Nobel, Euroteam Engineering, Zepter, Tehno pro aqua itd.

ZAKLJUČAK

Opšte zagađenje prirode, a posebno vode koja je neophodna za život. Dovodi u pitanje opstanak, živog sveta na planeti zemlji. Voda za piće od nekadašnjeg izvora zdravlja, usled raznih vrsta zagađenja, postaje generator i uzročnik mnogih bolesti. To se reflektuje kroz direktna zagađenja (hemijsko, fizičko itd.) i indirektna putem lanca ishrane tj. zagađene hrane unesene u organizam, gde se prilikom uzgoja koristila zagađena voda. Posledice su pojava

novih vrsta bolesti, visoki procenat bolesti i smrtnosti stanovništva. Generalno navedeno je uslovalo

i povećanu potrošnju flaširane i prečišćene vode.

Svi proizvođači vezani za ovu oblast argumentovano ističu svoje prednosti u odnosu na konkurenciju, a svoje nedostatke prećutkuju. Osnovno je da voda, iz vodovodnih mreža nije zdrava za ljudsku upotrebu. Nećete se otrovati, ali nakon duže upotrebe osetićete zdravstvene poteškoće. Problem hlorisanja vode, zbog dezinfekcije, povlači pitanje štetnosti po ljudsko zdravlje. Hlor je preteča i jedan od glavnih sastojaka, više vrsta bojnih otrova. Mineralne vode retko imaju idealno izbalansiran procenat minerala u sadržaju. Velika količina nitrata, upućuje na zdravstvenu preporuku da se pije od 2-3 čaše dnevno. Šta je u izveštaju o kontroli kvaliteta, suvi ostatak, mnogi to tumače kao neidentifikovanu vrstu smeća, odnosno štetnih materija po zdravlje čoveka. Već duži niz godina potrošnja ovih voda stagnira na nivou od 9 litara po stanovniku. Stone vode, su prečišćene i sadrže manje minerala. To je argument koji ističu, kao svoju prednost, mogu se konzumirati neograničeno. Nedostatak mnogih minerala, neophodnih za ljudsko zdravlje, koje se unose vodom su njihova mana. Država je nekada imala strogu kontrolu nad resursom vode, vremenom je ta kontrola ublažena. Dobrim delom je prepušteno potrošačima kako će odabrati i kom proizvođaču će ukazati poverenje. Uplitanje države u ovu oblast, je ostalo strožije u odobravanju dozvola i kontroli izvorišta mineralnih voda. Kada je u pitanju voda iz uvoza, proizvodnja i plasman stonih voda, tu je nastao totalni haos. U medijima se, ne retko pojavljuju članci, o vodi (česmovači) koja se puni iz vodovodne mreže i flaširana plasira na tržište pod raznim nazivima.

Proizvođači aparata za prečišćavanje vode, su pronašli mogućnost da potrošačima ponude pristupačan proizvod po nižoj ceni. Naravno da i tu postoji diferencijacija po pitanju kvaliteta i cene proizvoda. Usled oštre konkurencije navedenih kategorija učesnika na tržištu, prisutni su i mnogi oblici nelojalne konkurencije. Zaoštavanje konkurentskih odnosa među proizvođačima mineralne vode, dovelo je do pada kvaliteta proizvoda, novih pakovanja ciljno orjentisanih prema određenoj klijenteli (ugostiteljstvo, domaćinstva itd.). Proizvođači stonih voda su u ekspanziji kada su u pitanju masovni potrošači tj. preduzeća, ustanove, razne organizacije itd.

Proizvođači aparata za vodu su se orjentisali u pravcu kućne upotrebe, naročito uređaji sa filterom koji je namontiran na bokal. Ovakvi uređaji zadovoljavaju potrebe jedne četvoročlane porodice.

S obzirom na kaos na tržištu flaširanih voda, oni su uspjeli da se probiju na tržištu. Cenovno su mnogo povoljniji u odnosu na flaširanu vodu, po jedinici proizvoda. Složeniji uređaji namontirani na vodovodnu mrežu, zadovoljavaju potrebe za većim količinama vode kada je u pitanju domaćinstvo. U startu su skuplji, kao i filteri koji se koriste. Poseban problem što su se oni kasno i pojavili sa ponudom na tržištu, ali i pored toga po istraživanjima potrošnja stonih i voda iz aparata je dostigla nivo od 5-6 litara po stanovniku. Argumentacija ponuđača aparata za prečišćavanje vode je da dominantna plastična ambalaža u koju se pakuje mineralna i stona voda štetno utiče na zdravlje ljudi. Pogotovo je taj problem izražen u letnjem periodu kada su ti proizvodi aktuelni i izloženi visokim temperaturama i sunčevom zračenju.

Proizvođači flaširanih voda su nakon pretrpljenog pada proizvodnje i realizacije u 2013 god. su svoje poslovanje prilagodili tržišnim zahtevima i beleže oporavak u 2014 god. i rast proizvodnje u 2015 god. Za razliku od njih vredonosno izražen uvoz aparata i uređaja za prečišćavanje vode je bio rekordan u 2009 god. pad uvoza je primetan u 2012 god. nakon čega je primetan ponovni vredonosni porast u 2013 i 2014 god. Iz navedenih podataka zbog činjenice da su podaci o proizvodnji mineralnih i flaširanih voda skupno sa podacima o proizvodnji osvežavajućih napitaka, a podaci o uvozu prečistača za vodu su dati zajedno sa filterima. Nije moguća detaljnija analiza. Sigurno je da su prečistači za vodu delimično potisnuli u domaćinstvima potrošnju flaširanih voda. Problem pada realizacije se povezuje sa svetskom ekonomskom krizom. Oporavak se povezuje sa trendom uvoza kvalitetnijih i skupljih uređaja.

Kakve su buduće tržišne tendencije sa stanovišta ponude flaširanih i prečišćenih voda na tržištu Republike Srbije?

U narednom periodu moguće je očekivati povećanje tražnje usled daljeg zagađenja životne sredine. Sigurno će doći do diferencijacija sa stanovišta kvaliteta flaširanih voda. Izvesna je i pojava i eksploatacija novih izvorišta, ali i veća kontrola kvaliteta vode sa postojećih i budućih izvorišta. Problem roka trajanja flaširanih voda je posebno problematičan iz razloga pakovanja u plastičnu ambalažu i neadekvatno skladištenje i čuvanje. Kada su u pitanju aparati za prečišćavanje vode, adekvatne institucije su odavno trebale da izvrše proveru delotvornosti

i kvaliteta filtera. Za sada se to malo ili nimalo ne kontroliše, na deklaracijama faktički piše ko šta hoće. Sigurno je da će doći do tehnološkog usavršavanja i poboljšanja kvaliteta ovih uređaja u narednom periodu. Očekivati je veću i jaču konkurenciju u ovoj oblasti što će izazvati i pojavu pozitivnih efektata u smislu smanjenja poboljšanja kvaliteta proizvoda i niže cene.

LITERATURA

- [1] Serbina E.: Knjiga o mineralnoj vodi, Veče, Moskva, 1999.
- [2] Srećko Novaković, Instrumenti marketing miksa proizvođača mineralnih voda , Časopis „Singidunum revija“, Beograd, 2011.
- [3] Srećko Novaković, Milan Tadić, Istraživanje tržišta, Visoka poslovno tehnička škola, Doboj, 2015.
- [4] Srećko Novaković, Menadžment prirodnim resursima, (Monografija) Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet Subotica, 2013.
- [5] Internet prezentacija kompanije Nobel corporation. Dostupno na: <http://www.nobel.rs/istina-o-vodi-koju-pijemo.php>
- [6] Marinko Rodić, Menadžment u proizvodnji mineralnih voda, Magistarski rad, Internacionalni univerzitet, Brčko, 2012.
- [7] Službeni glasnik Republike Srbije, broj 30/10 od 7.5.2010. (<http://www.mineralwater.rs/zakoni.html>)
- [8] Privredni pregled VODE br. 11 specijalno izdanje 2014. god.

Marinko Rodić, Ph.D.

Srećko Novaković, Ph.D.

Stefan Novaković

COMPETITION IN THE WATER INDUSTRY ON THE MARKET OF THE REPUBLIC OF SERBIA

Summary

Water is a natural resource, but it has gained the status of a product over time. The specificity of this resource is related to drinking water. Man has contaminated nature and endangered the flora and fauna, which is the basis for this industry. Drinking water is essential for human life. However, it is scarce and unevenly distributed. Bottling of drinking water, as well as various forms of filtration and purification are becoming more and more common. This has led to increased competition on the market, among the producers of bottled water as well as among the producers of water purifiers and filters. Since these two flows are mutually dependent, they are indirect competitors.

Key words: water, water-filtering devices, water filters, market, competition.