

**Norges Handelshøyskole
Bergen, vår 2010**

Masterutredning innen Markedsføring og konkurranseanalyse



Ex post fusjonsanalyse

En deskriptiv analyse av markedet for konsumegg etter fusjonen mellom Prior og Norgården

Veileder: Lars Sørgard

Forfatter: Rikke Sjøberg

Dette selvstendige arbeidet er gjennomført som ledd i masterstudiet i økonomi- og administrasjon ved Norges Handelshøyskole og godkjent som sådan. Godkjenningen innebærer ikke at Høyskolen inntår for de metoder som er anvendt, de resultater som er fremkommet eller de konklusjoner som er trukket i arbeidet.

Forord

Oppgaven kom som et resultat av diskusjoner rundt landbruk og konkurransepolitikk i faget Konkurranserett. Etersom jeg ønsket å skrive min masterutredning innen konkurransepolitikk, og om skjæringspunktet mellom politikk og økonomi, var Prior & Norgården-fusjonen en utmerket mulighet.

I oppgaven har jeg forsøkt å analysere utviklingen i markedet for konsumegg etter beste evne, men har møtt på enkelte utfordringer med innsamling av data og sammenliknbarheten av data. Jeg vil takke alle som har bidratt med informasjon og datamateriale, samt de som har gitt mer generell veiledning og forklaring av eggmarkedets struktur og verdikjede. Særlig vil jeg trekke frem de ansatte ved Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning, som har vært svært behjelpelige med både informasjon og veiledning.

En stor takk rettes til min veileder Lars Sørgard for inspirasjon til oppgaven, og meget konstruktiv veiledning.

Bergen 20. juni

Rikke Sjøberg

Sammendrag

I min masterutredning vil jeg foreta en deskriptiv analyse av utviklingen i engrosmarkedet for konsumegg etter fusjonen mellom Prior og Norgården i 2006 frem til 2009. Konkurransetilsynet nedla forbud mot fusjonen i 2005, men den ble gjennomført etter vedtak av Kongen i statsråd. Oppgaven er blant annet inspirert av et nytt metodeverk i EU for evaluering av fusjonskontrollen til konkurransemyndigheter, samt den unike muligheten til å undersøke effektene av en fusjon som både Konkurransetilsynet og Fornyings- og administrasjonsdepartementet fastslo at var skadelig for konkurransen. Jeg vil benytte enkle modeller for fusjon i oligopolistiske markeder, og fremsette hypoteser på bakgrunn av hva teoriene predikerer. Deretter vil jeg samle den nødvendige informasjon for å få bekreftet eller avkreftet hypotesene, og så gjøre en samlet vurdering av hvorvidt fusjonen har begrenset konkurransen.

Innhold:

Forord.....	2
Sammendrag	3
1 Innledning.....	7
1.1 Bakgrunn.....	7
1.2 Problemstilling.....	7
1.3 Utredningens struktur	8
2 Økonomisk teori for konkurranse og fusjoner	9
2.1 Oligopol	9
2.2 Cournots modell for oligopol.....	10
2.2.1 Fusjon i et marked med kvantumsrestriksjoner	13
2.2.2 Kritikk av Cournots teori for fusjonsanalyse	15
2.3 Bertrands modell for oligopol.....	15
2.3.1 Fusjon i en Bertrandmodell	17
2.3.2 Kritikk av Bertrandmodellen	18
2.4 Koordinerte virkninger	19
2.5 Markedsandeler, størrelse og makt.....	21
2.5.1 Markedsandeler	21
2.5.2 Herfindahl- Hirschman Indeksen (HHI)	21
2.5.3 Markedsmakt – andre faktorer	22
3 Konkurransopolitikk	24
3.1 Fusjonskontroll	24
3.2 Analyse av fusjonssaker i etterkant.....	26
4 Det norske eggmarkedet	29
4.1 Verdikjeden for egg	29
4.2 Reguleringer og kompliserende faktorer	30
4.2.1 Samvirkeformen og eggsvirket.....	30
5 Prior & Norgården-fusjonen.....	32
5.1 Partene i fusjonen	32
5.1.1 Prior	32
5.1.2 Norgården	33
5.2 Avgrensning av relevant marked.....	33
5.2.1 Geografisk marked.....	34
5.3 Konkurransetilsynets anføringer.....	34

5.4	Partenes anføringer.....	34
6	Forberedelse til analyse	36
6.1	Valg av Prior & Norgården-fusjonen for analyse	36
6.2	Forskningsdesign	36
7	Hypoteser om effektene av fusjonen	38
7.1	Prisøkning	38
7.2	Produksjonsmengde.....	38
7.3	Andre elementer.....	38
8	Innsamling av data	40
8.1	Informasjon om produksjonsmengde	40
8.2	Informasjon om priser.....	41
8.3	Annen informasjon	41
9	Konkurransanalyse.....	43
9.1	Konkurransen før fusjonen	43
9.1.1	Konsentrasjon og produksjon.....	43
9.1.2	Priser.....	43
9.1.3	Andre elementer.....	44
9.2	Konkurransen etter fusjonen	44
9.2.1	Konsentrasjon og produksjon.....	44
9.2.2	Priser.....	46
9.2.3	Andre elementer.....	47
10	Hypotesetesting	50
10.1	Priser.....	50
10.2	Produksjonsmengde.....	50
10.3	Andre elementer.....	50
11	Analyse	51
12	Avsluttende kommentarer	54
13	Kilder.....	56
14	Appendix.....	60
	A - Intervjuguide	60
	B - Prisindeks fra NILF	62
	C – Importoversikt fra SSB.....	63
	D – Oversikt over anlegg.....	64

Liste over figurer

Figur 1 Sykluser i beslutninger i et oligopol	9
Figur 2 Raksjonsfunksjoner og Cournotlikevekt.....	11
Figur 3 Grafisk fremstilling av en fusjon i en Cournotmodell.....	14
Figur 4 Reaksjonskurver og Bertrandlikevekt	17
Figur 5 Grafisk fremstilling av fusjon i Bertrandmodell.....	18
Figur 6 Illustrasjon av koordinering og gevinst.....	20
Figur 7 Potensiell prosess for fusjonssaker	25
Figur 8 Beskrivelse av verdikjeden for egg.....	29
Figur 9 Identifisering av markeder berørt av fusjonen	33
Figur 10 Eggprisindeks og KPI I fra 1998 til 2009.....	47

Liste over tabeller

Tabell 1 Utvikling i markedsandeler	44
Tabell 2 Utvikling i omsatt kvantum	45
Tabell 3 Engrosprisindeks fra NILF	46
Tabell 4 Oversikt over import av skallegg hentet fra SSB.....	47
Tabell 5 Oversikt over eggsmvirkets eggpakkerier	49

1 Innledning

Det norske markedet for konsumegg gjennomgikk i 2005 og 2006 en fusjon der de to største aktørene slo seg sammen. Som resten av primærnæringen i Norge er markedet i stor grad isolert fra verdenshandelen og underlagt omfattende politiske reguleringer. Sammenliknet med andre fusjonssaker er denne fusjonen unik ettersom Konkurransetilsynet nedla forbud mot den, og forbudet ble opprettholdt etter at saken ble klaget til Moderniseringsdepartementet (nå Fornyings- og administrasjonsdepartementet), men fusjonen ble tillatt etter avveining mot andre politiske hensyn av Kongen i statsråd.

1.1 Bakgrunn

I Norge er det gjennomført svært få, om noen, undersøkelser på effekten av Konkurransetilsynets arbeid i markedene generelt og fusjonssaker spesielt. Effekten av å ha et konkurransetilsyn har vært diskutert i USA, der det har blitt trukket frem flere elementer som gjør konkurransetilsyn mindre effektive, eksempelvis at det er vanskelig å vite hvilke fusjoner som er skadelige og hvilke som ikke er det (Crandall & Winston 2003).

I mars 2005 inngikk samvirkebedriften Prior BA (Prior) en avtale med aksjonærene i Norgården AS (Norgården) om overdragelse av samtlige aksjer i Norgården. Selskapene var henholdsvis den største og nest største aktøren i eggmarkedet i Norge. I sin behandling av saken konkluderte Konkurransetilsynet med at fusjonen ville *"forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen"* (KT 2005b), og nedla forbud mot fusjonen i sin helhet. Fornyings- og administrasjonsdepartementet (FAD) opprettholdt vedtaket, men vedtaket ble omgjort av Kongen i statsråd på landbrukspolitisk grunnlag. Dermed ble en fusjon som i følge både Konkurransetilsynet og FAD ville begrense konkurransen i eggmarkedet, gjennomført.

1.2 Problemstilling

I Konkurransetilsynets vurdering av fusjoner er det avgjørende hvorvidt fusjonen vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen. Man må dermed

analysere markedet slik det er, og forsøke å forutse hvilke endringer den aktuelle fusjonen vil medføre. Dette innebærer usikkerhet ettersom det kan komme uventede endringer i markedet som er uavhengige av fusjonen, og som endrer maktbalansen. Eggmarkedet i Norge er svært regulert, noe som kompliserer markedsanalyser og øker usikkerheten. Det vil som regel være umulig å teste om fusjonene som ble stanset av Konkurransetilsynet ville skadet konkurransen, ettersom de ikke blir gjennomført. I dette spesielle tilfellet er dette til en viss grad mulig. Jeg ønsker med min oppgave å vurdere hvorvidt fusjonen mellom Prior og Norgården førte til en begrensning av konkurransen i eggmarkedet, slik Konkurransetilsynet la til grunn.

1.3 Utredningens struktur

Teorigrunnlaget for utredningen inkluderer enkel teori om oligopoler og fusjoner i disse, modeller for måling av markedsrett, og fusjonsanalyse. Her vil jeg også presentere en ex-post evaluering av flere fusjonssaker i Storbritannia, som jeg baserer deler av analysen på. Deretter vil jeg kort gå igjennom konkurransepolitikken i Norge, med fokus på Konkurransetilsynets rolle og fusjonskontrollen.

Jeg vil presentere verdikjeden i det norske eggmarkedet og noen særtrekk for eggmarkedet generelt, før jeg presenterer selve fusjonssaken. I forkant av analysen vil jeg argumentere for valg av denne fusjonen for min utredning og fremlegge mine hypoteser. Etter fremleggelse av hypoteser, går jeg igjennom metoden for datainnsamling, og de ulike kildene til informasjon.

Analysedelen begynner med en konkurranseanalyse, som gjennomgår markedet før og etter fusjonen. Resultatene av konkurranseanalysen oppsummeres i hypotesetesting. Hypotesetestingen drøftes kort, før jeg forsøker å besvare problemstillingen og oppsummere. Avslutningsvis vil jeg kommentere svakheter ved oppgaven, og dens begrensninger.

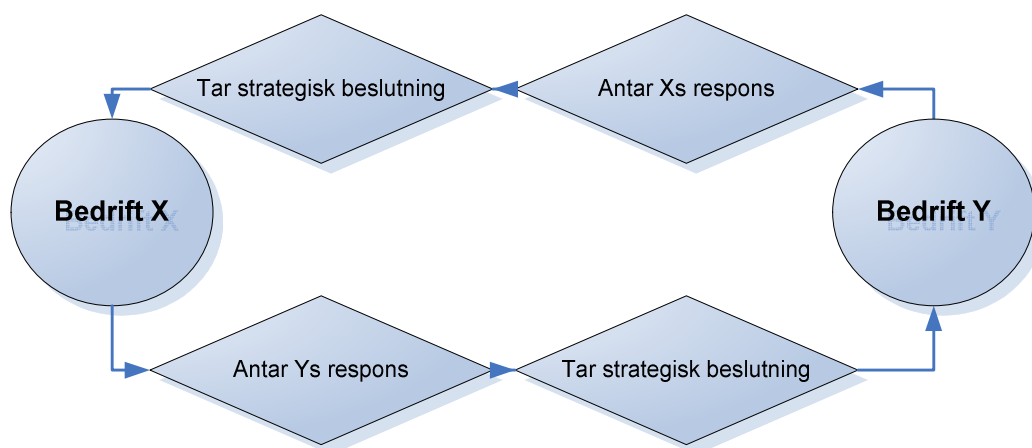
2 Økonomisk teori for konkurranse og fusjoner

2.1 Oligopol

I markeder med perfekt konkurranse antar bedriftene at deres beslutninger og strategier for prising og produksjon ikke påvirker konkurrentenes beslutninger eller markedet som helhet. Grunnet homogene produkter og full informasjonstilgang for kundene, blir bedriftene tvunget til å prise likt dersom de skal få solgt noe. I markeder med perfekt konkurranse antas det at bedrifter kan entre og forlate markedet uten større kostnader eller andre hindringer. Hvis det derimot eksisterer inngangsbarrierer, slik at det blir færre bedrifter, er det mer rasjonelt å tro at en bedrifts prisings- eller produksjonsstrategi påvirker beslutningene som tas av konkurrentene og derigjennom markedet som helhet. Markeder der handlingene til en aktør i stor grad påvirker markedet som helhet benevnes som *oligopoler*. (Besanko et al. 2007)

Oligopolistiske markeder kjennetegnes ved at det er få aktører og at det finnes inngangsbarrierer til markedet, i motsetning til ved perfekt konkurranse. I økonomisk teori kjennetegnes teori for oligopoler ved den gjensidige avhengigheten mellom konkurrerende bedrifter, og bedriftenes kjennskap til dette. (Lipczynski et al 2005)

Ved gjensidig avhengighet og påvirkning må bedrifter gjøre antakelser om konkurrentenes beslutninger og reaksjoner. Dermed åpner oligopol for strategiske sykluser der bedrift Xs beslutning er basert på en antatt reaksjon fra bedrift Y, som igjen er basert på en antatt reaksjon fra bedrift X, og så videre. Analysene har dermed en tendens til å gå i sirkler. (Lipczynski et al 2005)



Figur 1 Sykluser i beslutninger i et oligopol

2.2 Cournots modell for oligopol

Cournot presenterte i 1838 den første suksessfulle matematiske beskrivelsen av en likevekt i et oligopol. (Lipczynski et al. 2005) Den snart to hundre år gamle modellen er fremdeles aktuell, og benyttes for å beskrive hvordan konkurrenter agerer i et marked med gjensidig avhengighet. Cournotmodellens kjennetegn fremfor andre modeller for oligopol er at det antas å være kapasitetsbegrensninger i produksjonen, slik at det ikke er mulig å betjene hele etterspørselen til en pris lik grensekostnad, slik det i teorien skjer ved fullkommen konkurranse. (Sørgard, 1997)

Cournots modell tar utgangspunkt i et *duopol*, et marked med kun to aktører, med marginalkostnad lik null og homogene produkter. Handlingsvariabelen er produksjonskvanta og ingen av aktørene kjenner motpartens valg når de gjør sine egne. (Sørgard, 1997) Med kvantum som handlingsvariabel, ansees prisen i markedet som en funksjon av samlet salg:

$$(0.1) \quad P = A - B(Q_1 + Q_2)$$

Der P er markedsprisen, og Q_1 og Q_2 er kvantum for henholdsvis bedrift 1 og bedrift 2. Gitt at bedriftene har grensekostnadene C_1 og C_2 , blir profittfunksjonen for bedrift 1:

$$(0.2) \quad \pi = [A - B(Q_1 + Q_2)] * Q_1 - C_1 * Q_1$$

For å finne det kvantumet som maksimerer profitten må bedriftene kalkulere med konkurrentenes kvantum, og finne sitt optimale kvantum gitt konkurrentens valg. Dermed blir begge bedriftenes optimale kvantumsvalg, en funksjon av konkurrentens kvantum, kalt reaksjonsfunksjoner. (Sørgard, 1997). Bedriftene vil tilpasse seg slik at marginalprofitten fra en siste enhet vil være null, altså oppfylle førsteordensbetingelsen:

$$(0.3) \quad \frac{\partial \pi_1}{\partial Q_1} = A - C_1 - 2BQ_1 - BQ_2 = 0$$

Dette gir grunnlag for reaksjonsfunksjonene, der bedrift 1s kvantum er en funksjon av bedrift 2s kvantum og vica versa:

$$(0.4) \quad Q_1 = \frac{A - C_1 - BQ_2}{2B} = R_1(Q_2)$$

Likning $R_1(Q_2)$, omtalt som R_1 viser hvordan bedrift 1 tar innover seg bedrift 2s kvantumsvalg når den skal fastsette sitt kvantum. For bedrift 2 er $R_2(Q_1)$ tilsvarende. Av linkingene fremkommer det at en økning i konkurrentens kvantum, gjør at bedriften reduserer sitt eget kvantum. Dette er logisk når man tenker på at profittfunksjonen tar innover seg at prisene avhenger av totalt kvantum, og gjør at handlingsvariablene er *strategiske substitutter*. (Sørgard, 1997)

For å finne *Nash-likevekten*, en likevekt der ingen av bedriftene kan forbedre sitt valg gitt konkurrentens valg (Lipzycynski, 2005), løses reaksjonsfunksjonene som to likninger med to ukjente og settes inn i hverandre. For bedrift 1 blir optimalt kvantum:

$$(0.5) \quad Q_1 = \frac{A - C_1 - B \left[\frac{A - C_2 - BQ_1}{2B} \right]}{2B} \Rightarrow (0.6) \quad Q_1^* = \frac{A - 2C_1 + C_2}{3B}$$

Der Q_1^* er optimalt kvantum for bedrift 1, og bedrift 2s optimale kvantum kan utledes på samme måte. Ut i fra bedrift 1s reaksjonsfunksjon ser vi at dersom $Q_2 = 0$, blir bedrift 1s kvantum:

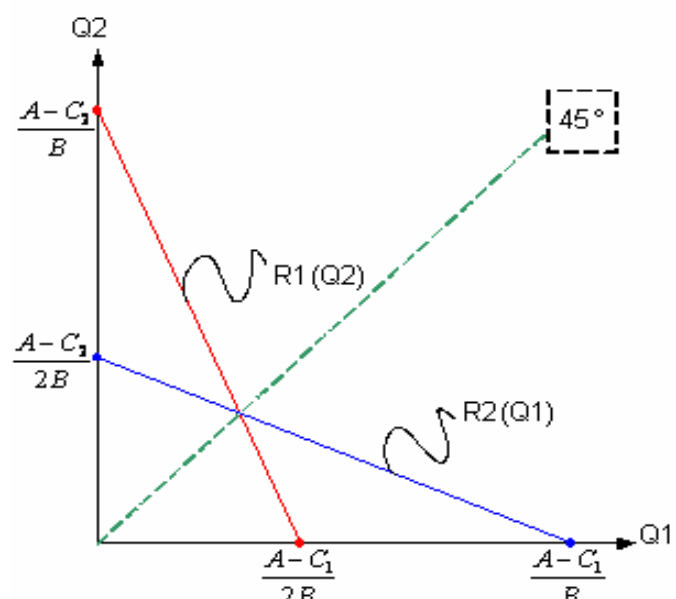
$$(0.7) \quad Q_1 = \frac{A - C_1}{2B}$$

Dette tilsvarer optimalt kvantum dersom bedrift 1 var monopolist. Tilsvarende finner vi hvilken Q_2 som gjør at bedrift 1 velger å ikke produsere noe ved å sette $Q_1 = 0$ og løse for Q_2 :

$$(0.8) \quad Q_2 = \frac{A - C_1}{B}$$

Likning 0.7 og 0.8 er henholdsvis maksimal og minimalproduksjonen til bedrift 1, gitt av produksjonen til bedrift 2. Tilsvarende vil være gyldig vica versa. (Sørgard, 1997)

Når reaksjonsfunksjonene blir fremstilt grafisk, blir likning 0.7 skjæringspunktet på Q_1 -aksen for $R_1(Q_2)$, ettersom $Q_2 = 0$.



Figur 2 Reaksjonsfunksjoner og Cournotlikevekt

Tilsvarende blir likning 0.8 skjæringspunktet på Q_2 -aksen for $R_1(Q_2)$ ettersom $Q_1 = 0$.

I figuren er det antatt at $C_1 = C_2$, noe som gjør at reaksjonsfunksjonen for bedrift 2, $R_2(Q_1)$, er speilvendt av $R_1(Q_2)$, og krysningen mellom de to blir på 45° -linjen.

Likevektsløsningen i markedet, Cournotlikevekten, er skjæringspunktet mellom de to reaksjonsfunksjonene, ettersom det er det eneste punktet der ingen av bedriftene kan velge bedre, gitt den andres valg. Dette er dermed en Nash-likevekt.

Hvis man beholder antagelsen om at grensekostnadene er like for de to bedriftene, $C_1 = C_2 = C$, kan likning 0.8 for Q_1^* og Q_2^* settes inn i etterspørselsfunksjonen, 0.1, og prisen i likevektsløsningen blir slik:

$$(0.9) \quad P^* = \frac{A + 2C}{3}$$

Likevektsprisen P^* kan sammen med likevektskvantum Q^* settes inn i profittlikningen, for å beregne profitten for den enkelte bedriften. For bedrift 1 blir dette:

$$(0.10) \quad \pi = \left[\frac{A + 2C}{3} - C \right] * \frac{A - C}{3B} = \frac{(A - C)^2}{9B}$$

Fra beregning av P^* og π ser man at prisen er høyere enn marginalkostnadene, og likevektsprofitten er positiv. Dermed gir konkurranseformen der handlingsvariabelen er kvantum, og der det eksisterer kvantumsrestriksjoner, høyere profitt enn andre konkurranseformer der pris er handlingsvariabel og likevektsprisen tilsvarer marginalkostnaden. Det faktum at ingen av de to bedriftene kan betjene hele markedet, gjør at konkurransen blir mindre intens. (Sørgard, 1997)

En av de grunnleggende forutsetningene for Cournots modell er at det kun eksisterer to bedrifter i markedet. (Lipczynski, 2005). Allikevel kan modellen utvides til å fungere også ved flere bedrifter i markedet. Dersom det er n bedrifter i markedet og $n \geq 3$, samt at alle har lik grensekostnad, C , er etterspørselen gitt ved:

$$(0.11) \quad P = A - Q$$

Der P er prisen i markedet, og Q er samlet tilbudt kvantum. Videre setter vi q_x tilsvarende bedrift X s tilbudte kvantum, som gir profittlikningen:

$$(0.12) \quad \pi_x = (P - c)q_x = (A - Q - c)q_x$$

Dette gir bedrift Xs førsteordensbetingelse lik:

$$(0.13) \frac{\partial \pi_x}{\partial q_x} = A - Q - c - q_x$$

Ettersom marginalkostaden er lik for alle n bedriftene, vil de i Nash-likevekten tilby like stort kvantum. Dette gjør at $Q=n \cdot q$, der $q=q^*$ i likevekt. Ved å sette dette inn i likning 0.13, får vi at hver bedrifts optimale kvantum, q^* , blir:

$$(0.14) q^* = \frac{A - c}{n + 1} \quad \text{Som gjør det enkelt å løse likevektsprisen:} \quad (0.15) P^* = \frac{A - nc}{n + 1}$$

Likningen for likevektsprisen, 0.15, viser tydelig hvordan antall konkurrenter påvirker prisen. Når n øker, synker prisen. En implikasjon av dette er at hvis markedet blir mer konsentrert, n reduseres, vil prisen øke, selv om de ikke samarbeider om å øke prisen. (Sørgard, 1997) For konkurransemyndigheter innebærer dette av konsentrasjon av markedet er uheldig i seg selv.

Ved å sette q^* og P^* inn i profittlikningen, blir likevektsprofitten for hver bedrift:

$$(0.16) \pi = \left[\frac{A - c}{n + 1} \right]^2$$

Logisk nok viser profittlikningen at profitten reduseres når antallet bedrifter, n, øker.

2.2.1 Fusjon i et marked med kvantumsrestriksjoner

For å vurdere hva som skjer ved en fusjon mellom to bedrifter i markedet, settes antallet bedrifter til n-1. Ved å sette inn dette for n i profittlikningen 0.16, fremkommer bedriftenes profitt etter fusjonen som:

$$(0.17) \pi^M = \left[\frac{A - c}{n} \right]^2$$

Dette viser at profitten er høyere per bedrift enn den var før

fusjonen. For de to fusjonerende partene, er endringen i profitt følgende:

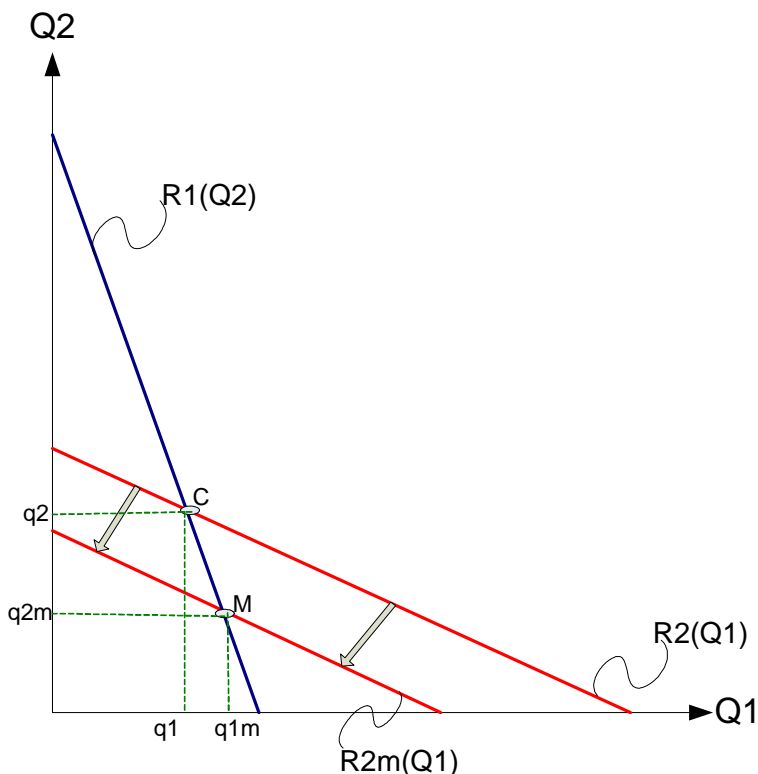
$$(0.18) \Delta \pi = \pi^M - \pi = \left[\frac{A - c}{n} \right]^2 - 2 \left[\frac{A - c}{n + 1} \right]^2$$

Ved å løse dette som ulikhet, fremkommer

det at fusjonen kun er lønnsom, ut i fra denne modellen, dersom det er færre enn tre bedrifter i markedet, altså en fusjon til monopol. Dette forutsetter at det ikke er noen store synergieffekter eller reduksjon i grensekostnad som følge av fusjonen. (Motta, 2004) Den logiske bakgrunnen for dette er at det fusjonerte selskapet påtar seg kostnaden det er å redusere sitt samlede tilbud, for å øke prisen. Som vist i reaksjonsfunksjonene, likning 0.4, er handlingsvariablene strategiske substitutter.

Dermed reagerer de ikke-fusjonerende selskapene på det lavere kvantumet fra det fusjonerte selskapet, med å øke sine kvanta, men økningen er noe mindre enn de fusjonerende selskaperes reduksjon. Dermed øker de ikke-fusjonerende bedriftene sin markedsandel på bekostning av de fusjonerende, og demper prisveksten. (Motta, 2004)

Grafisk kan fusjonen fremstilles slik:



Figur 3 Grafisk fremstilling av en fusjon i en Cournotmodell (Salant et al 1983)

produksjonen slik den var før fusjonen, velger den i ikke gjøre dette, ettersom det ikke er den optimale tilpassningen, gitt at de ikke-fusjonerte selskapene holder lik produksjon. (Salant, et al. 1983) Rasjonalet bak dette er at de fusjonerte partene internaliserer tapet de tidligere påførte hverandre ved å holde høyt produksjonsnivå, samt gevinsten de får ved å redusere kvantumet. Som vist i den grafiske fremstillingen avhenger størrelsesforholdet mellom økningen for de ikke-fusjonerende selskapene, representert ved bedrift 1, og reduksjonen for de fusjonerende bedriftene av helningen på reaksjonsfunksjonene, og dermed av etterspørselen. Selv om Cournots modell for Nash-likevekt her er lineært fremstilt og dermed svært enkel, påvirker ikke det de generelle konklusjonene som kan trekkes. (Salant et al 1938)

Figuren til høyre viser hva som skjer når to av bedriftene fusjonerer. $R_1(Q_2)$ og $R_2(Q_1)$ er de originale reaksjonskurvene, som gir likevektsløsningen C. Når bedrift 2 fusjonerer, og reduserer sitt kvantum, blir den nye reaksjonslinjen til bedrift 2 $R_{2m}(Q_1)$. Dette gir ny likevekt, M, der kvantum for bedrift 2 er redusert fra q_2 til q_{2m} , og kvantum for bedrift 1 er økt fra q_1 til q_{1m} . På tross av at den fusjonerte bedriften har muligheten til å holde

2.2.2 Kritikk av Cournots teori for fusjonsanalyse

Cournots modell er svært enkel og bygger på antakelser om at aktørene er statiske. Selv om *reaksjon- motreaksjon*-elementet i teorien gir et dynamisk aspekt, men modellen er statisk i form av at aktørene beslutter sitt optimale kvantum ut i fra konkurrentens nåværende kvantum. I et virkelig marked vil aktørene gjøre mer strategiske valg, der de forsøker å forutse konkurrentenes fremtidige valg og påvirke spillet, ikke bare tilpasset seg optimalt periode for periode. I tillegg planlegger de fleste bedrifter for mer enn en periode av gangen. (Besanko et al 2003) Denne svakheten gjør at selv om modellen kan benyttes til å beskrive følgene av endringer i markedet, og er en enkel og letthåndterlig modell for å beskrive skift i tilbuds- og etterspørselssiden, vil det finnes likevekter i markeder den ikke kan forklare. I tillegg gjør det statiske elementet at modellen gir lite veiledning for bedrifter når de skal ta egne valg.

En fusjon analysert i Cournotmodellen manifesterer seg som om en aktør forsvinner fra markedet, noe som gjør modellen uegnet for å vurdere de fusjonerte partenes inntjening og økonomiske effekt av fusjonen. Modellen legger også til grunn forutsetninger som gjør enhver fusjon ulønnsom for de fusjonerende, med mindre 80 % av bedriftene deltar. Dette gjør at modellen fremstår som lite relevant, ettersom man må anta at fusjoner der mindre enn 80 % av bedriftene deltar kan være lønnsomme ettersom det blir gjennomført mange av disse. (Salant et al 1983)

2.3 Bertrands modell for oligopol

Bertrands teori fra 1883 kritiserer Cournots vektleggelse på produksjonskvantum som handlingsvariabel, og argumenterer for at pris er den relevante handlingsvariabelen for de fleste bedrifter. (Lipczynski et al. 2005) I Bertrandmodellen setter bedriftene pris og selger deretter det kvantumet de får solgt til den aktuelle prisen. Kundene velger utelukkende basert på pris, og vil kjøpe fra den som til enhver tid tilbyr lavest pris. Bertrands teori for homogene produkter, viser at selv ved kun to bedrifter, vil konkurransen bli så intens at profitt elimineres. (Sørgard, 1997) Jeg vil her fokusere på teorien for differensierte produkter. Dette innebærer at ikke alle kundene vil

foretrekke den billigste, fordi noen genuint vil foretrekke det ene produktet fremfor det andre, og vica versa. Dette gir den implikasjonen at bedriftene ikke taper alt salg, selv om de setter prisen høyere enn konkurrentene. (Sørgard, 1997).

Bertrands teori tar, som Cournots, utgangspunkt i et duopol, men her handler bedriftene simultant, men med en forventning om konkurrentens prissetting. Med pris som handlingsvariabel, blir kvantum solgt for bedrift 1, Q_1 , en funksjon av egen pris P_1 og hvilken påvirkning denne har på eget salg, b , samt konkurrentens pris P_2 og hvilken påvirkning denne har på bedrift 1s salg, k .

Etterspørselsfunksjonen hver bedrift møter er slik:

$$(1.1) \quad Q_1 = A - bP_1 + kP_2$$

Der man antar at egen pris påvirket eget salg i større grad enn konkurrentenes pris påvirker eget salg. Dermed er $b > k$, der begge er positive tall, slik at økt pris gir reduksjon i etterspørselen. (Sørgard, 1997)

Med driftsavhengige faste kostnader lik F og grensekostnad lik c , blir bedrift 1s profittfunksjon slik:

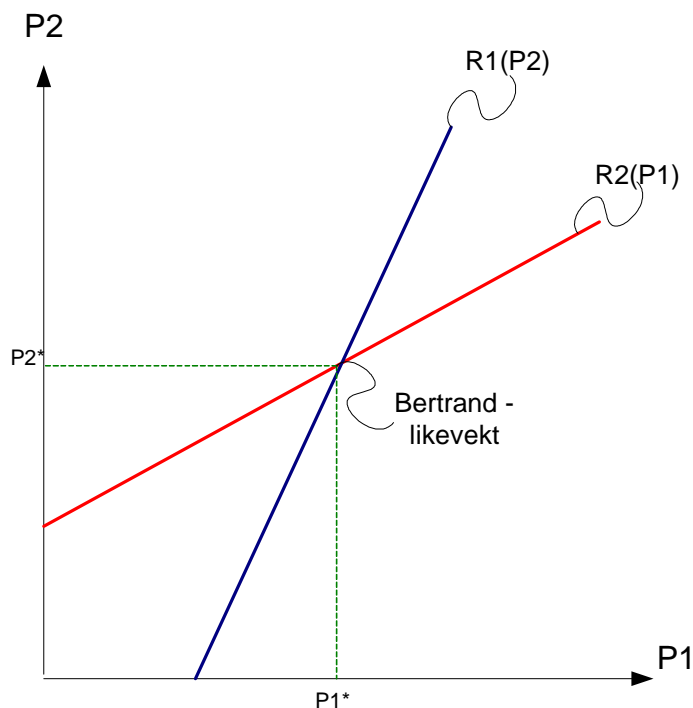
$$(1.2) \quad \pi_1 = (P_1 - c_1)(A - bP_1 + kP_2) - F_1$$

Som i Cournotmodellen finnes likevekten i markedet gjennom å finne bedriftenes reaksjonsfunksjon, som uttrykker hvor høy pris bedrift 1 vil sette for en gitt pris av bedrift 2. (Sørgard, 1997) Reaksjonsfunksjonen, som her er en reaksjon på forventningene om konkurrentens pris og ikke faktisk pris, ettersom de setter priser simultant, utledes som i likning 0.3 fra profittfunksjonen, via førsteordensbetingelsen. Bedrift 1s reaksjonsfunksjon på bedrift 2s pris blir følgende:

$$(1.3) \quad P_1 = \frac{A - kP_2 + bc_1}{2b} = R_1(P_2)$$

Bedrift 2s reaksjonsfunksjon på bedrift 1s pris blir tilsvarende. En likevekt i markedet krever at begge bedriftenes forventninger om konkurrentens valg er riktig i forhold til hvilken pris konkurrenten faktisk setter. Denne likevekten finnes ved å sette reaksjonsfunksjonen for bedrift 2 inn for P_2 i reaksjonsfunksjonen til bedrift 1. Dette gir optimal pris for bedrift 1 lik:

$$(1.4) \quad P_1^* = \frac{2b(A+bc_1)+k(A+bc_2)}{(2b+k)(2b-k)} \text{ og dersom } c_1=c_2 \quad P_1^* = P_2^* = \frac{A+bc}{2b-k}$$



Reaksjonsfunksjonene kan illustreres med reaksjonskurver, slik at likevekten blir som vist på Figur 4 til venstre.

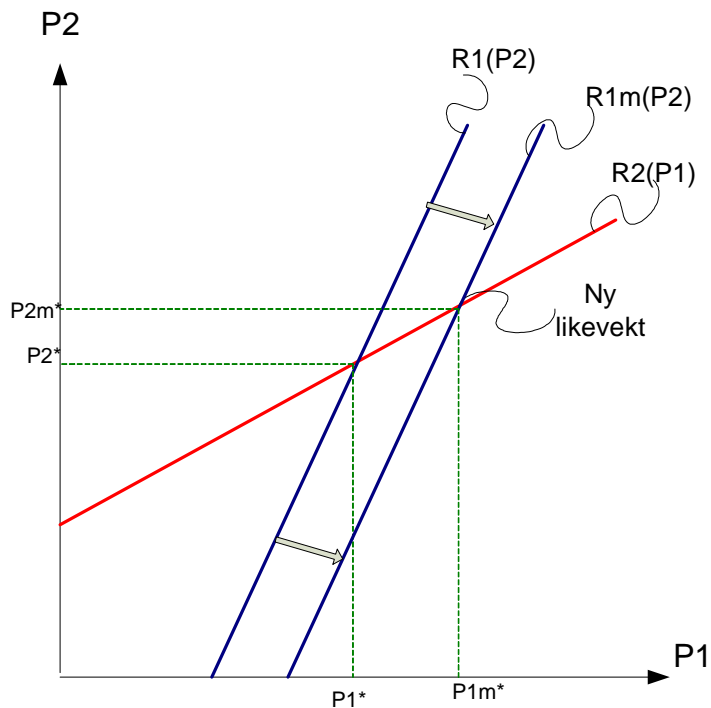
Grafene til venstre viser at i Bertrandmodellen reagerer konkurrentene motsatt på hverandres handlinger enn i Cournotmodellen. I Cournot vil en økning av konkurrentens kvantum, føre til at bedriften reduserer sitt kvantum. Mens i Bertrand vil en økning i konkurrentens pris føre til en

Figur 4 Reaksjonskurver og Bertrandlikevekt

økning i bedriftens pris. Derfor omtales pris som handlingsvariabel som strategiske komplimenter. (Sørgard, 1997)

2.3.1 Fusjon i en Bertrandmodell

Gitt at det ikke forekommer noen stor reduksjon i grensekostnaden for de fusjonerende bedriftene, vil utledningen av en fusjon være tilsvarende i Bertrand- som i Cournotmodellen. De fusjonerende partene vil internalisere tapet ved priskonkurranse dem i mellom, og dermed øke prisene. I Bertrandmodellen vil både de fusjonerende og de ikke-fusjonerende tjene på fusjonen, ettersom responsen fra de ikke fusjonerende på en prisøkning, er å øke sine egne priser. Dette skaper en positiv sirkel for bedriftene, der de reagerer på hverandres prisøkninger med å øke prisene ytterligere. Fusjonen blir mer lønnsom for partene jo større andel av markedet som er en del av fusjonen. (Deneckere & Davidson 1985) En fusjon i Bertrandmodellen kan illustreres slik:



Figur 5 Grafisk fremstilling av fusjon i Bertrandmodell

illustrert i figur 5, allikevel øke mest hos den fusjonerte enheten. (Deneckere & Davidson 1985)

2.3.2 Kritikk av Bertrandmodellen

Bertrands modell, akkurat som Cournot, bygger på antakelser om at aktørene er statiske, se avsnitt 2.2.2 for utdypning. I Bertrandmodellen gir dette utslag i at bedriftene forutsetter at konkurrentene skal beholde den prisen de har hatt, i neste periode, og agerer ut i fra det. (Besanko et al 2003) Dermed finnes det resultater av fusjoner og likevekter denne ikke kan forklare.

Bertrands modell for differensierte produkter tar i større grad høyde for byttekostnader og letetekostnader, ved at man antar at enkelte kunder har preferanser som gjør dem mindre prissensitive. Allikevel legger modellen til grunn at deres preferanse mot et av produktene er konstant og uavhengig av prisnivået, noe som ikke nødvendigvis stemmer. (Lipczinsky et al. 2005)

Resultatet av fusjoner i oligopolistiske markeder som helhet, blir at markedsandeler overføres til de ikke-fusjonerende selskapene, totalkvantumet reduseres og prisen

Etter fusjonen vil den fusjonerte enheten ha større tap for hver marginale prisreduksjon, og tilsvarende, større gevinst ved prisøkning enn tidligere. Dermed vil den fusjonerte enhetens reaksjonskurve flyttes utover, fra $R1(P2)$ til $R1m(P2)$. Dette gjør at den fusjonerte enhetens priser øker, noe som forårsaker prisøkning hos konkurrentene også, ettersom priser er strategiske komplementær. Prisen vil, som

stiger. (Ivaldi et al. 2003) Med økt pris og redusert kvantum i markedet, reduseres både konsumentoverskuddet og totalt samfunnsøkonomisk oversudd. (Motta, 2004)

2.4 Koordinerte virkninger

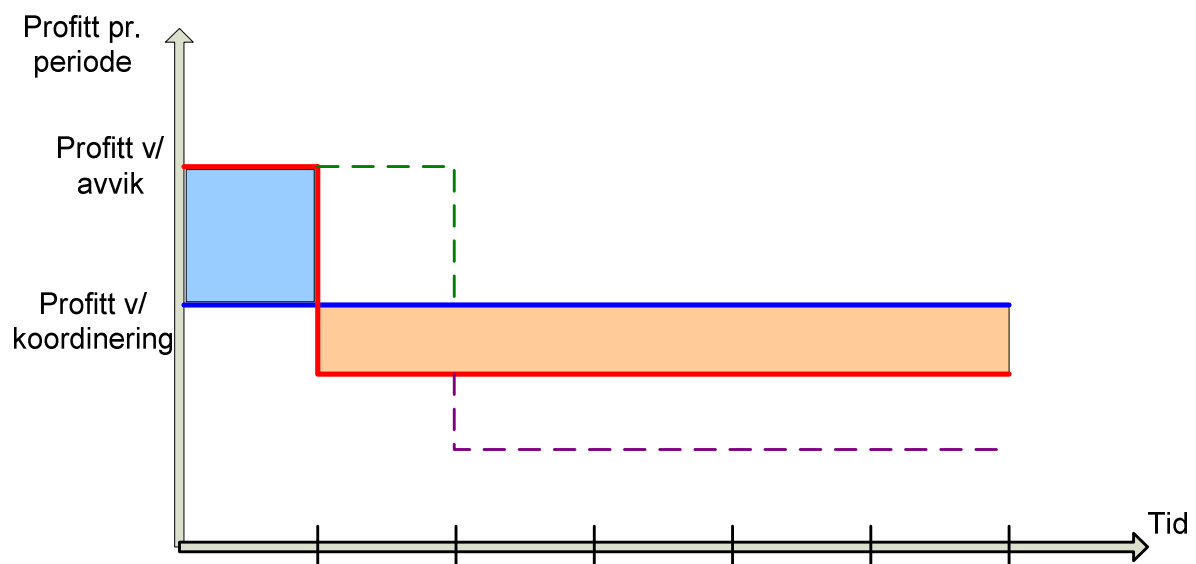
Ved fusjoner er det to forhold som må vurderes når man skal se på effektene i markedet. Det ene er at den fusjonerte parten selv får endrede incentiver, eller tilstrekkelig markedsrett til å påvirke markedet. Dette kan skje etter en Cournot- eller Bertrandmodell, som beskrevet tidligere i oppgaven, og omtales som ikke-koordinerte virkninger. Det andre som må undersøkes er om fusjonen forårsaker økt koordinering i hele markedet, mellom både fusjonerende og ikke- fusjonerende bedrifter. Dette innebærer redusert konkurranse i hele markedet, og omtales som koordinerte virkninger. (Motta, 2004)

Teorien for koordinerte virkninger tar utgangspunkt i at bedrifter som møtes i markedet et uendelig antall ganger, vil tilpasse sin strategi til dette. (Sørgard 1997) Koordinering kan være ulovlig, men kan også være "tacit collusion", som best forstås som stilltiende samarbeid på norsk. Dette innebærer at konkurrentene ikke bryter loven i form av å kommunisere direkte med hverandre eller inngå avtaler, men hver og en bedrift oppfatter det som rasjonelt på lengre sikt å holde seg til den underforståtte avtalen. Når bedriftene setter høyere pris enn ellers, går de glipp av en mulighet til å sette lavere pris enn sine konkurrenter og kapre store markedsandeler. Årsaken til at de allikevel kan velge å beholde prisene høye, er at den langsiktige gevinsten på dette er større enn den kortsiktige gevinsten ved å kapre markedet. (Sørgard, 2009)

Egenskaper ved markedet avgjør hvorvidt stilltiende samarbeid er mulig, men de ulike faktorene er lite kvantifiserbare, og deres interaksjon med hverandre gjør det vanskelig å avgjøre nettoeffekten av dem alle. (Motta, 2004) Hvor vanskelig det er for nye aktører å etablere seg, er avgjørende for om det er mulig for aktørene i et marked å koordinere prisene eller produksjonskvantum. De er avhengige av at det er noen hindringer mot nyetableringer, for å unngå at økt profitt som følge av koordinering tilrekker seg nye og "ukoordinerte" aktører. Antall bedrifter, deres størrelse, tilfeller av krysseierskap, gjennomsiktighet i forhold til priser og annen

informasjonsutveksling styrker sannsynligheten for koordinering fordi det styrker muligheten til å overvåke hverandre og avklare nivået man ønsker å legge seg på. Antall bedrifter er viktig, ettersom hver bedrift utgjør en risiko for at koordineringen brytes, og dermed svekker tillitten som er nødvendig. Bedriftenes størrelse er vesentlig, fordi størrelsen kan ha sammenheng med grensekostnadene, og like grensekostnader gjør det lettere å finne en felles pris. Det er også viktig fordi en liten aktør vil ha, relativt sett, mer å tjene på å bryte ut og kapre store markedsandeler i en periode. (Sørgard, 2009)

Grafisk kan koordineringen og avveiningen bedriftene står ovenfor fremstilles slik:



Figur 6 Illustrasjon av koordinering og gevinst

I figur 6 illustrerer det lyseblå feltet gevinsten ved å bryte ut av samarbeidet i en periode, og kapre en stor andel av markedet. Etter et avvik må det forventes en form for straff, eller fravær av samarbeid, og dermed konkurranseløsning, med lavere pris. Dette gir et tap, relativt til å ha koordinering, som er den blå linjen, og tapet er illustrert med det røde feltet. Koordineringen i et marked avhenger av at det røde er større enn det blå feltet. Hvorvidt dette er tilfellet avhenger av flere ting, hvor høy gevinsten for avvik er, hvor lange periodene er og hvor mye lavere en konkurranseløsning er i forhold til koordinering. Som den grønne linjen illustrerer endres de fargede områdene betraktelig ved lengre perioder eller som den lilla linjen viser, ved tøffere konkurranse etter avvik. I tillegg til dette er diskonteringen av den fremtidige gevinsten

Fusjoner kan bedre de strukturelle forholdene for koordinering, da det blir færre aktører som skal koordinere seg. (Motta 2004) Dette vil i så fall resultere i høyere priser. Markedsandelene forventes å holde seg stabile, ettersom et tap i markedsandeler kan få bedrifter til å bryte samarbeidet.

2.5 Markedsandeler, størrelse og makt

Markedsandeler har tradisjonelt vært avgjørende i vurderingen av markedsrett, som er logisk dersom man forutsetter at den høyeste grad av markedsrett, monopol, oppnås ved 100 % markedsandel. Og at en bedrift med svært lav markedsandel har liten eller ingen mulighet til å opptre uavhengig av konkurrenter og kunder.

2.5.1 Markedsandeler

Ut i fra teorien om at markedsandel er avgjørende for markedsrett, og behovet for noen generelle retningslinjer, har en del terskelverdier for markedsandeler blitt fastsatt. EUs fusjonsforordning, som er EØS-relevant og dermed også implementert i norsk lov, fastslår at fusjoner som på grunn av deltakende virksomheters begrensede markedsandeler ikke hemmer konkurransen, ikke er i strid med "lovens formål" (Den Europeiske Unions Tidende, 2004). Ved en total markedsandel mellom de fusjonerende parter på 25 % eller mindre, ansees det som lite sannsynlig at fusjonen hemmer konkurransen. (Den Europeiske Unions Tidende, 2004)

Selv om terskelverdiene på markedsandel benyttes som referansepunkt, er disse til dels varierende, ettersom markedsstrukturen kan være avgjørende. Kommisjonen (EU) har hevdet at i fragmenterte markeder kan en markedsandel på 20 – 40 % være tilstrekkelig for å ha stor grad av markedsrett og uavhengighet. (Foster 2009)

2.5.2 Herfindahl- Hirschman Indeksen (HHI)

Hvorvidt markedet er fragmentert eller konsentrert kan være avgjørende for hvorvidt en aktør har sterk eller svak markedsrett. Herfindahl- Hirschman Indeksen (HHI) måler konsentrasjonen i markedet, og beregnes ved å summere de kvadrerte markedsandelene til aktørene i markedet. Eksempelvis ved fire aktører med like store markedsandeler vil HHI være: $4 \cdot (25^2) = 2500$. Konkurransetilsynets norm, som er hentet fra EUs retningslinjer, er at ved $HHI < 1000$ er markedet lite konsentrert, ved $1000 < HHI < 2000$ er markedet moderat konsentrert og ved $HHI > 2000$ er markedet høyt konsentrert (KT, 2005a). I tillegg til å beskrive konsentrasjonen av bedrifter i et

marked, benyttes et estimat på *endringen i HHI*, ΔHHI , som filtrering på hvilke fusjoner som i stor grad øker konsentrasjonen i et marked. (Motta, 2004)

Konkurransetilsynet refererer til EUs retningslinjer, og benytter en vurdering av ΔHHI som første ledd i en vurdering om hvorvidt en fusjon må undersøkes nærmere. (KT 2003)

2.5.3 Markedsmakt – andre faktorer

En bedrifts mulighet til å utøve markedsmakt etter en fusjon, begrenses av flere faktorer enn sidestilte konkurrenter. Potensielle nykommere i markedet kan utøve tilstrekkelig konkurransepress til at markedsmakten reduseres. Bedrifter som før fusjonen finner det ulønnsomt å gå inn i markedet, kan finne dette lønnsomt dersom prisene stiger etter fusjonen. (Motta, 2004) Når den fusjonerende parten vet dette, og forutser deres inntreden, vil det hindre dem i å øke prisene. Hvorvidt potensielle nykommere begrenser markedsmakten avgjøres i stor grad av størrelsen, og irreversibiliteten, på de irreversible kostnadene som påløper ved inngang i markedet. I tillegg kommer andre faktorer som kan hindre nykommere i markedet, eksempelvis teknologiske, administrative, finansielle, ressursmessige eller juridiske hindringer. (Motta, 2004) Denne vurderingen av etableringsbarrierer og potensielle nykommere er anerkjent som en del av EUs markedsanalyse. (Motta, 2004)

De fusjonerende partenes mulighet for å øke prisene, avhenger av maktfordelingen mellom bedriftene og deres kunder. Sterke kunder kan begrense markedsmakten oppstrøms, ved å true med å bytte leverandør, redusere sine kjøp eller starte tilsvarende produksjon selv. Kundenes makt avhenger av konsentrasjonen av kunder og disses avhengighet av sine leverandører. (Motta, 2004)

Produksjonskapasiteten i markedet er en viktig del av markedsanalysen. For å kunne øke prisene eller begrense kvantumet, er de fusjonerende partene helt avhengige av at kundene ikke kan bytte til en annen leverandør. Dermed blir konkurrentenes produksjonskapasitet, og hvorvidt de har kapasitet til å ta over store deler av etterspørselen fra de fusjonerende partene, avgjørende. Alt annet like, vil stor ledig kapasitet hos konkurrentene, tilsi at det er svært vanskelig for en fusjonert enhet å øke prisene. (Motta, 2004) Produksjonskapasiteten vurderes som en del av konkurrentenes responsmuligheter. Her inkluderes også eventuelle byttekostnader

og eventuelt andre hindringer eller kostnader ved å skulle respondere på en prisøkning fra den fusjonerte bedriften.

En samlet vurdering av potensielle nykommere, kundemakt og konkurrentenes responsmuligheter, er nødvendig for å avgjøre om en bedrift har mulighet til å utnytte eventuell markedsrett etter en fusjon.

3 Konkurransopolitikk

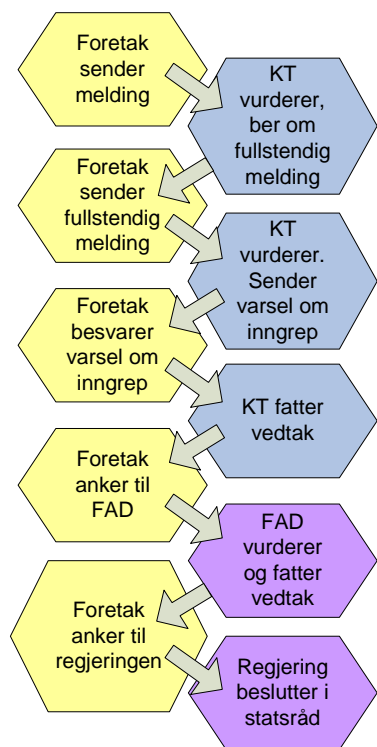
Konkurranselovens formål er ”å fremme konkurranse for derigjennom å bidra til effektiv bruk av samfunnets ressurser” (Konkurranseloven) og ansvaret for håndhevingen av dette er delegert til Konkurransetilsynet. Tilsynet håndhever blant annet forbud mot kartellvirksomhet og misbruk av dominerende stilling. I tillegg har tilsynet myndighet til å forby eller pålegge vilkår ved fusjoner og oppkjøp (heretter omtalt som fusjoner). Formålet for denne adgangen til å begrense fusjoner er å hindre at fusjoner som begrenser eller forsterker en begrensning av konkurransen blir gjennomført. Den konkrete vurderingen tilsynet gjør i hvert tilfelle er beskrevet i kapittel 3.2 *Fusjonskontroll*.

Reduksjon av antall aktører i et marked kan skape både koordinerte og ikke-koordinerte virkninger. Koordinerte virkninger innebærer at konkurransen mellom alle aktørene reduseres, også de ikke-fusjonerende. Ikke-koordinerte virkninger innebærer at konkurransen mellom de fusjonerende partene elimineres, mens konkurransen mellom de ikke-fusjonerende og de fusjonerende opprettholdes. I begge tilfeller vil konkurransen svekkes, og prisene i markedet økes. (Motta, 2004)

I Konkurransetilsynets vurdering vil det være avgjørende å avklare hvorvidt den fusjonerte parten, enten alene eller sammen med sine konkurrenter, vil redusere konkurransen. I denne vurderingen er forholdet relativt til andre aktører som kunder, leverandører og potensielle nykommere. En bedrifts med markedsrett defineres som: *et foretak som i stor grad kan opptre uavhengig av kunder og konkurrenter*. (Konkurransetilsynets temaark om kontroll med foretakssammenslutninger 2009)

3.1 Fusjonskontroll

Konkurranseloven regulerer markedsstrukturen gjennom kontroll med fusjoner og foretakssammenslutninger, videre omtalt som fusjoner. Myndigheten på dette området er delegert til Konkurransetilsynet, (KT) og er i motsetning til de andre pilarene i konkurranseloven ikke basert på forbudsregime, men en inngrepsregel. (Hjelmeng, 2009a)



Figur 7 Potensiell prosess for fusjonssaker

Kontrollrutinene baseres på en meldeplikt til KT for fusjoner, der selskapene har omsetning over en viss størrelse. KT avgjør deretter om det er behov for en fullstendig melding, og ber i så fall om denne. I perioden prosessen pågår kan tilsynet gi gjennomføringsforbud, som betyr at alle transaksjoner må avvente avklaring fra tilsynet. Etter at tilsynet har mottatt fullstendig melding, og gjort eventuelle selvstendige undersøkelser, vil KT sende varsel om inngrep til partene dersom de finner grunn for inngrep. Etter at partene har fått muligheten til å besvare varselet, fatter KT sitt vedtak. Dersom partene ønsker å anke saken, er Fornyings – og

administrasjonsdepartementet første ankeinstans. Siste ankeinstans er Kongen i statsråd, som har myndighet til

å tillate fusjoner som KT har nedlagt forbud mot.

Mulige vedtak KT kan fatte er klarering av fusjonen, klarering med bestemte vilkår, eller forbud. Typiske vilkår er å selge ut deler av virksomheten, eksempelvis i geografiske områder der fusjonen leder til monopol.

Loven pålegger tilsynet å gripe inn mot fusjoner som kan "føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med lovens formål". Dette gir et todelt kriterium for inngripen. Først at fusjonen fører til eller forsterker en begrensning av konkurransen, og deretter at den må være i strid med lovens formål. Lovens formål, definert i §1 i Konkurranseloven (lovdata.no), er todelt, og inkluderer både en totalvelferdsstandard, samt en setning om at konsumentene skal vektlegges. I motsetning til EU som har en konsumentvelferdsstandard, benytter Norge en totalvelferdsstandard i sine vurderinger. Dermed inkluderer vurderingen i norske fusjonssaker fusjonens effekt på hele det samfunnsøkonomiske overskuddet, ikke kun konsumentoverskuddet. Dermed kan en eventuell reduksjon i konsumentvelferd, veies opp med økning i produsentvelferd, gjennom eksempelvis effektivisering og synergieffekter. Dermed vil en fusjon som gjennom begrensning av konkurransen

reduserer konsumentoverskuddet, ikke nødvendigvis regnes for å være i strid med lovens formål. (Hjelmeng, 2009b) Den norske fusjonskontrollen er i stor grad i overensstemmelse med EUs fusjonsforordning¹, som gir en mer inngående instruks om hva konkurransemyndighetene skal vurdere i sin analyse. Markedsstrukturen, leverandører, potensielle konkurrenter og inngangsbarrierer tilbuds- og etterspørselstrender, samt forbrukere er blant elementene som skal analyseres for å avdekke hvorvidt fusjonen utgjør en signifikant begrensning av konkurransen. (Foster, 2009)

Min oppgave tar kun for seg første del av vurderingen i henhold til konkurransekoven, hvorvidt fusjonen fører til eller forsterker en begrensning av konkurransen.

3.2 Analyse av fusjonssaker i etterkant

Det har vært gjort flere studier av hvordan man kan undersøke og etterprøve ulike konkurransemyndigheters fusjonskontroll, og hvordan denne kan innrettes mest mulig effektivt.

En studie gjort for EU kommisjonen av Laboratorio di economia, anitrust, regolamentazione (LEAR) utarbeidet et sett med metoder for å evaluere fusjonskontrollvedtak, både hvorvidt vedtaket var korrekt og forslag til forbedringer av prosessen. Studien gjør en kompleks analyse, og foreslår et sett med teknikker for å analysere fusjoner i etterkant.

Blant metodene LEAR foreslår er en strukturell modell, der man henter inn markedsinformasjon som kvantum, priser, kostnader, etterspørselastisiteter og annet. Deretter sammenlikner man data fra før og etter fusjonen (eller forbudet mot fusjonen) og evaluerer i forhold til konsument- og produsentoverskudd. Denne gir mulighet for å analysere hvorvidt forbud eller klareringer var korrekte, men gir liten hjelp i å foreslå eller påpeke feil ved betingelser. For finansielle markeder eller markeder der aktørene er børsnoterte kan kursinformasjon og andre nøkkeltall også

¹ Rådets forordning nr 139/2004, av 20.januar 2004 om kontroll med fusjoner og virksomhetsoverdragelser.

være svært verdifulle. Disse dataene er i motsetning til de tidligere nevnte, ofte offentlig tilgjengelig og dermed betraktelig lettere å få tak i.

En annen metode som foreslås av LEAR er spørreundersøkelser, da til både konkurrenter, leverandører, kunder og eventuelt andre. Spørreundersøkelser er svært fleksible, og gir mulighet til å undersøke spesifikke detaljer som en bestemt betingelse. Det problematiske med denne metoden er at responsraten ofte er lav og at svarene folk gir, av ulike årsaker, ikke gjenspeiler hva de egentlig mener eller hvordan de egentlig agerer.

Uavhengig av metode fastslår LEAR at tidsrammen for en slik undersøkelse må være riktig. Dette både for at effektene av en eventuell fusjon må ha fått påvirke markedet slik at eventuelle effekter kan detekteres, og at det ikke har gått så lang tid at andre omveltende endringer kan gjøre analysen vanskelig. Hva som er riktig tidsaspekt varierer med flere faktorer, eksempelvis innovasjonsgraden i markedet. LEAR anbefaler å gjøre undersøkelser mellom 3 og 5 år etter fusjonen.

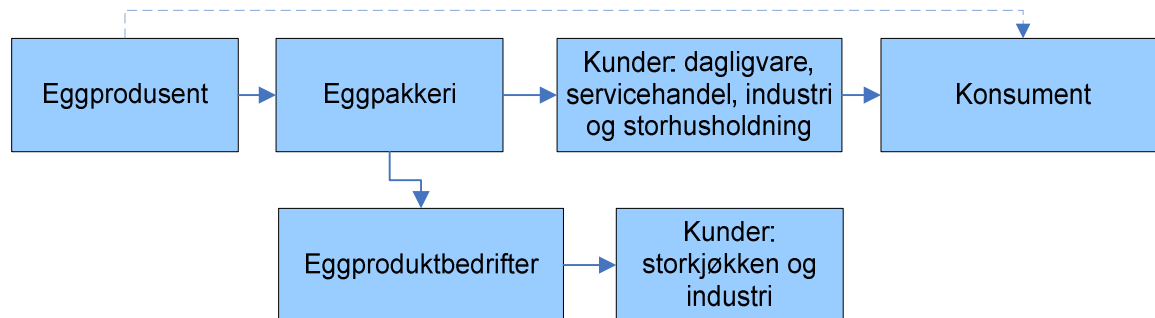
Office of Fair Trade og Competition Commission i Storbritannia (OFT/CC), gjennomførte i 2005 en ex post evaluering av ti fusjoner som ble klarert uten vilkår av CC. Målet med undersøkelsen var å se hvorvidt de klarerte fusjonene hadde svekket konkurransen, og dersom de hadde eller ikke hadde svekket konkurransen, hvilke årsaker som lå til grunn. Undersøkelsen bygget på intervjuer av ulike aktører i markedet, med mål om å finne ut hvorvidt det hadde forekommet signifikante endringer i markedet. Hovedvekten ble lagt på intervjuer av kunder, grunnet denne gruppens unike innsikt i priser, eventuelle substitutter og hvordan maktfordelingen mellom kundene og bedriftene var. Rapporten konkluderer blant annet med at kundemakt er vanskelig å forutsi, ettersom den ser ut til å kunne variere uavhengig av forholdet mellom antallet bedrifter og antall kunder.

Intervjuene ble gjennomført som strukturerte samtaler, for å sikre at man kunne tilpasse spørsmålene til det enkelte tilfellet og følge opp interessante elementer som dukket opp i samtalen. I alle intervjuer sikret man seg muligheten for å ta kontakt senere, dersom man hadde flere spørsmål. Referat ble ført under samtalen, deretter oversendt til intervjuobjektene slik at de var enige om at tolkningen av deres

meninger var korrekt. Etersom det i mange markeder var svært få aktører, ble det avgjort at alle ytringer skulle anonymiseres i rapporten. I tillegg ble referatene ikke vedlagt rapporten ettersom man i mange tilfeller vil kunne identifisere kundene ut i fra deres forhold til leverandører og annen informasjon. (OFT/CC 2005)

4 Det norske eggmarkedet

4.1 Verdikjeden for egg



Figur 8 Beskrivelse av verdikjeden for egg

Egg produseres hos bønder med ulike produksjonsforhold, eksempelvis bur, friarealer eller økologisk produksjon. I 2009 var det om lag 820 produsenter av konsumegg. (Fjørfe nr 1/2010) Egg produseres i ulike størrelser og for flere formål. Produsentene sorterer ut klinkegg (egg med brist i skallet) deformerte, ruglete og urene egg. (egg.no) Egg omsettes videre fra eggprodusentene, hovedsakelig til eggpakkerier, og en liten andel direkte til konsumenter. Andel direktesalg utgjorde i underkant av 10 % i 2007 og 2008.(Fjørfe 1/2010)

Eggpakkeriene kvalitetskontrollerer og sorterer eggene, før de som er godkjente som konsumegg sorteres etter størrelse og pakkes. Konsumegg selges videre til dagligvare – eller servicehandelen eller til storhusholdning – og industrimarkedet. Distribusjonen kan foregå direkte fra eggpakkeriet til kundens utsalgssted, eller gjennom kundens eget distribusjonsnett. Videre selges eller formidles konsumegg fra kundene til konsumentene. Egg som ikke ble godkjent for konsumegg, blir frasortert og går til eggproduktbedriftene for industriell bearbeiding og produksjon av eggprodukter. Eggprodukter selges videre til storkjøkken og næringsmiddelindustri, samt at en del går til eksport. En del eggpakkerier har selv utviklet produksjon av eggprodukter for å sikre lønnsom avsetning for frasorterte egg. (KT, 2005a)

4.2 Reguleringer og kompliserende faktorer

Som jordbruksprodukt, og således en del av jordbruksoppjøret, er det for eggmarkedet en rekke reguleringer og myndighetspålegg som er unormale i andre kommersielle markeder. Rammebetingelsene for næringen fastsettes i jordbruksforhandlingene, som forgår mellom staten og landbruksorganisasjonene. Her fastsettes *inntektsmålet* for bøndene, som er den stipulerte inntekten til bøndene, sammensatt av både støtte som utbetales og betaling for produserte varer, fratrukket produksjonskostnader. I tillegg til generell produksjonsstøtte gis det distriktstilskudd og fraktilskudd til enkelte produsenter, etter bestemte satser. Ut fra inntektsmålet beregnes *målprisen* og satsene for overføringer fra staten. Målprisen er basert på estimat av betalingsviljen i markedet for det kalkulerede tilbudet av produktet. Ved hjelp av importvern kan målprisen for egg være uavhengig, og ligge høyere, enn verdensmarkedsprisene. Målprisen er den prisen jordbruket maksimalt kan ta for egg, i gjennomsnitt over året. (KT, 2005a) Målprisen for 2.halvår 2009 var 15,05 kr pr kg, i inneværende avtaleår er den 16,54 kr pr kg. (SLF, Målprisutvikling)

Omsetningsrådet administrerer reguleringen av eggmarkedet, og følger opp noteringspriser som rapporteres fra samvirket som er markedsregulator. Ved for høy pris åpnes det midlertidig for import, mens det ved for lav pris gjennomføres reguleringseksport og førtidsslakt av høner. Alle produsentene av egg betaler en *omsetningsavgift* som dekker overproduksjon, ved at man f.eks kompenserer bønder for førtidsslakt. (Sørgard. 4.10.2005) Omsetningsavgiften er 0,70 kr fra 1.januar 2010. (SLF)

4.2.1 Samvirkeformen og eggsamvirket

Samvirkeformen er en utbredt eieform i norsk landbrukssektor, og kan betraktes som en vertikal integrasjon, der produsenten kontrollerer foredlings – og distribusjonsleddet. De mange produsentene eier foredlings- og distribusjonsleddet, slik at det ikke er noe marked for kjøp og salg av dette, men et delt eierskap. (Sørgard, 4.10.2005)

Bakgrunnen for samvirkeformen er å beskytte bøndene mot eventuell monopsonimakt i foredlingsleddet, ettersom det vil være få kjøpere og mange og små

produsenter. Dermed fungerer samvirket både ved å beskytte bøndene, samt gi den innflytelse på utviklingen av produktmarkedene. Samvirket konkurrerer om bøndene, som leverandører og eiere, gjennom å tilby lave kostnader slik at overskuddet blir størst mulig. I denne konkurransen møter samvirket private grossister. (Sørgard, 4.10.2005)

Samvirkeformen kan skape problemer, som eksempelvis overproduksjon, ved at den forkludrer signalene fra markedet til bøndene. Ettersom samvirkene er tildelt rollen som markedsregulator, er det da deres ansvar å redusere produksjonen. (Sørgard, 4.10.2005)

5 Prior & Norgården-fusjonen

Prior inngikk i mars 2005 en avtale med aksjonærene i Norgården om kjøp av samtlige aksjer, med påfølgende godkjenning av styrene i selskapene. KT mottok alminnelig melding i april, og påla deretter partene å sende en fullstendig melding. Denne ble sendt til KT i slutten av april samme år, og deretter innhentet KT partenes synspunkter på enkelte anføringer, samt innhentet annen informasjon. Etter utveksling av dokumentasjon varslet KT at de vurderte inngrep etter §16 i konkurranseloven, og fikk tilbakemelding fra partene på dette. I september 2005 fattet KT vedtak om å forby Priors erverv av aksjene i Norgården med hjemmel i § 16. (KT 2005b)

Partene klaget denne beslutningen inn for Moderniseringsdepartementet i oktober, og i februar 2006 besluttet departementet å ikke ta klagen til følge etter den konkurransefaglige vurderingen. Dog anbefaler departementet at Kongen i statsråd tillater fusjonen med hjemmel i § 21, etter avveining mot andre politiske hensyn. (FAD 2006b) Et slikt vedtak ble fattet i statsråd 10.februar, og fusjonen var dermed et faktum. (FAD 2006c)

5.1 Partene i fusjonen

5.1.1 Prior

Prior var et samvirkelag eid av ca 1200 produsenter av egg og fjørfe. Eierne har like andeler, og har rett og plikt til å levere hele sin produksjon til Prior. Som samvirkelag har Prior markedsreguleringsansvaret i egg- og fjørfemarkedet. Konsernet Prior består av flere datterselskaper og hadde i 2004 seks eggpakkerier, ca 13 88 ansatte, og en omsetning på NOK 2 493 mill. (KT 2005a)

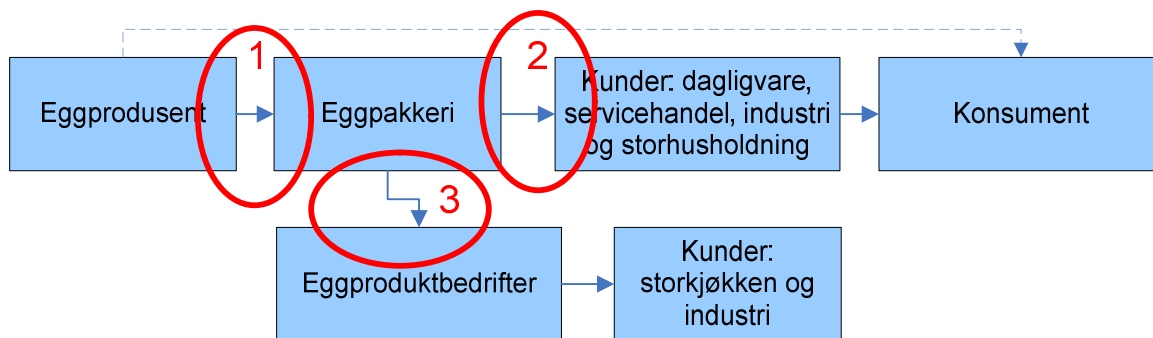
Som markedsregulator har Prior et ansvar for at målprisen oppnås, og mottaksplikt fra eggprodusenter som ikke er en del av samvirket, samt leveringsplikt for egg til private pakkerier dersom disse melder behov for dette.

5.1.2 Norgården

Norgården var eid av eid av fem privatpersoner, og virksomheten bestod av omsetning av egg. Norgården mottok egg fra frittstående produsenter og pakket og videresolgte, eller videreforedlet eggene. Norgården hadde ved utgangen av 2004 ca 75 tilknyttede produsenter og to eggpakkerier, der det ene ble vedtatt nedlagt i 2005. Selskapet hadde ca 35 ansatte og en omsetning på NOK 135 mill i 2004. (KT 2005a)

5.2 Avgrensning av relevant marked

KT deler verdikjeden for egg inn i ulike markeder i en vertikal kjede, og identifiserer tre markeder som berøres av fusjonen. Partene i saken har ikke anført noen motforestillinger mot denne inndelingen av markedet, og jeg legger derfor denne inndelingen av markeder til grunn:



Figur 9 Identifisering av markeder berørt av fusjonen

Marked nr 1 er kjøp, innsamling og mottak av egg fra produsenter. Her er de fusjonerte partene på kundesiden.

Marked nr 2 er sortering, pakking og salg av konsumegg til ulike kunder, henholdsvis dagligvaremarkedet, servicehandelen, industri og storhusholdningsmarkedet.

Marked nr 3 er Industriell bearbeiding av egg til ulike eggprodukter som selges videre til ulike kunder, henholdsvis i storkjøkken – og industrimarkedet.

Definisjonene av marked er hentet fra KT's varsel om inngrep.

Min oppgave fokuserer på marked nr 2, videre omtalt som marked for *sortering, pakking og salg av konsumegg*.

Av de tre definerte gruppene av kunder utgjør dagligvarehandelen den største omsetningskanalen med 85 – 90 % i 2004, og deres etterspørsel er avledet av konsumentenes etterspørsel i dagligvaremarkedet. Ettersom de ulike kundegruppene

etterspør ulike underkategorier av egg (størrelse, økologisk osv.), kan dette markedet deles i tre etter omsetningskanal. Samtidig gjør sterk mulighet for tilbudssubstitusjon mellom disse markedene dette unødvendig. Et pakkeri kan i løpet av kort tid og med lave kostnader vri produksjonen fra å være rettet mot en kundegruppe, til en annen. (KT 2005a) Videre i oppgaven dekker begrepet *pakkerivirksomhet* dermed sortering, pakking og salg av konsumegg til alle tre kundegruppene.

5.2.1 Geografisk marked

Det geografiske markedet avgrenses til å være nasjonalt, ettersom dagligvarekjeden etterspør nasjonale avtaler. Samtidig var importen i 2004 beskjedent med 583 tonn (SSB.no) i forhold til total omsetning i norske eggpakkerier som var på over 40 000 tonn i 2004 (Fjørfe 1/2005), noe som støtter et nasjonalt avgrenset marked.

5.3 Konkurransetilsynets anføringer

Konkurransetilsynets totalvurdering er at fusjonen vil svekke konkurranse, blant annet i markedet for sortering, pakking og salg av konsumegg. Hovedkonklusjonene som leder til dette er at de resterende aktørene i markedet er for små til å utgjøre noe konkurransepress. I tillegg er barrierene for potensielle nykommere for høye, både med hensyn på investeringskostnader, men mest med tanke på å få tak i eggprodusenter. Kundene i dagligvaremarkedet ansees å ha en viss grad av kjøpermakt, men ikke tilstrekkelig for å begrense det fusjonerte selskapets utnyttelse av markedsmakt. KT anser det som sannsynlig at prisene, som i flere år har vært under målprisen, vil stige som følge av fusjonen, men at økt slakk kan føre til at dette ikke kommer bøndene til gode. I tillegg anfører KT at import ikke er noe reelt alternativ, og ikke vil utgjøre noen konkurransefaktor.

5.4 Partenes anføringer

I sine brev til KT (Kvale&co 2005a), og klage til departementet (Kvale &co 2005b) fokuserer partene på at fusjonen vil utløse synergieffekter, samt gjøre det nye selskapet i stand til å håndtere markedsregulatorrollen bedre. I tillegg anfører de at fusjonen er nødvendig for å kunne konkurrere effektivt når importvernet for egg svekkes og importen øker drastisk. I tillegg påpeker partene at merkeloyaliteten er svært lav i sluttbrukermarkedet, slik at nye aktører enkelt kan komme inn. Dette

kombinert med det de anser for lave investeringskostnader og Priors leveringsplikt, gjør at partene anser det for å være lave inngangsbarrierer i markedet. Partene anfører at fusjonen, kombinert med nyetablerte selskaper, vil føre til en styrket priskonkurransen. (Kvale&co 2005a)

6 Forberedelse til analyse

6.1 Valg av Prior & Norgården-fusjonen for analyse

Tidligere i oppgaven har jeg referert til ex post undersøkelse av fusjoner i Storbritannia (OFT/CC 2005) og utviklingen av et rammeverk for analyse av konkurransemyndighetenes beslutninger i EU (LEAR 2006). Det som fremdeles er svært vanskelig å analysere, selv etter disse og flere analyser er gjort, er effekten av fusjoner som konkurransemyndighetene forbyr. Effekten av disse, dersom de blir gjennomført, er vanskelig å analysere ettersom de som hovedregel aldri blir gjennomført. Analysene reduseres dermed til "hva hvis"-betraktninger og antakelser. Prior & Norgården-fusjonen ble forbudt av KT, et vedtak som ble opptrettholdt på faglig grunnlag etter anke til departementet. Allikevel er fusjonen gjennomført, og beslutningen om å forby denne kan dermed analyseres med tilgang på reelle data.

I sitt rammeverk for analyser av konkurransemyndigheters beslutninger anbefaler EU at man analyserer fusjoner etter 3 – 5 år (LEAR 2006). Dette stemmer bra med Prior & Norgården-fusjonen. I tillegg er markedet for konsumegg forholdsvis lite innovativt og ingen store endringer i teknologi eller etterspørsel har påvirket markedet. Eggmarkedet er, som tidligere nevnt, å regne for et nasjonalt avgrenset marked, beskyttet av sterkt importvern. Dette gjør at markedet i stor grad, både priser og produksjon, er uavhengig av verdensmarkedet, noe som også gjør det lettere å isolere effektene av en fusjon.

Totalt sett gjør de overnevnte elementene at det er mulig å analysere effektene av en fusjon som i utgangspunktet ble forbudt, i perfekt tidsrom. Det er liten fare for at store andre endringer har påvirket markedet. Dette er sjeldent, og er årsaken til valget av Prior & Norgården-fusjonen til min analyse.

6.2 Forskningsdesign

Problemstillingen for oppgaven er å vurdere hvorvidt fusjonen mellom Prior og Norgården begrenset konkurransen i markedet, i henhold til KT's anføringer. Dermed må forskningsdesignet ha som utgangspunkt å teste KT's anføringer og implikasjonene av disse. Ut fra elementene KT påpekte som resultater av en svekket

konkurransen, og momenter fra teori for fusjoner markeder med både kvantum og pris som handlingsvariabler, vil jeg hente ut et sett hypoteser om hva fusjonen skulle føre til, for deretter å teste disse. Problemstillingen besvares dermed med en drøfting og oppsummering av hypotesetestingen. Årsaken til at jeg inkluderer hypoteser fra teori om oligopol og fusjoner i disse, er hovedsakelig at KT kun påpeker de endringer i markedet som er relevant ift loven, mens andre endringer kan være relevante for å vurdere konkurransebegrensende effekt.

Cournotmodellen og Bertrandmodellen for differensierte produkter har noe ulike prediksjoner ved fusjoner. Samtidig har de enkelte prediksjoner til felles, som de også deler med teorien for koordinerte virkninger av fusjoner. Dette innebærer at for disse prediksjonene, som er uavhengige av modell, vil det være unødvendig å velge en modell, ettersom alle tre leder til samme hypotese. Dermed vil resultatet av hypotesetestingen i større grad være uavhengig av de spesifikke forutsetningene som følger ved hver modell.

7 Hypoteser om effektene av fusjonen

7.1 Prisøkning

KT anfører at fusjonen vil føre til en prisøkning. Dette er konsistent med både Cournots og Bertrands teori for fusjoner, samt teori for koordinert virkning av fusjoner. De fusjonerende partene hevder i sin fullstendige melding at intens priskonkurranse vil hindre en prisøkning. Min hypotese er at prisene i eggmarkedet har steget som følge av fusjonen.

7.2 Produksjonsmengde

Teori for fusjoner i markeder med kvantumsrestriksjoner tilsier at de fusjonerte selskapene vil redusere sin produksjon, og derigjennom øke prisene. I Bertrands modell øker de fusjonerende partene prisene, og konkurrentene følger etter, men med en mindre prisøkning. Dette gjør at, dersom markedets preferanser er jevnt fordelt, vil konkurrentenes salg øke og de fusjonerende selskaperes salg reduseres, ut i fra begge modellene. Ved koordinerte effekter vil markedsandelene i stor grad være uendret. Min hypotese er at markedsandeler har blitt overført fra de fusjonerende til de ikke-fusjonerte selskapene som følge av fusjonen.

7.3 Andre elementer

Andre elementer enn pris og kvantum kan reflektere konkurransen i markedet. De fusjonerende partene anfører at fusjonen er nødvendig for å kunne konkurrere mot import. Nivået for import var lavt i 2004, og utgjorde lite konkurransepress. Min hypotese er at importen av egg ikke har økt, noe som vil tilsa at importvernet gjør det mulig å utnytte markedsrett, uten å bli utfordret av konkurrenter utenfor Norge.

KT hevder at kundene i dagligvaremarkedet, som står for størstedelen av omsetningen, har kundemakt men ikke tilstrekkelig til å utøve konkurransepress på den fusjonerte bedriften. Partene hevder at kundene har sterk makt og at det er intens priskonkurranse. Min hypotese er at kundene har liten kundemakt, ettersom de ikke har noen reell mulighet til å bytte leverandør.

Produksjonskapasiteten er avgjørende for hvorvidt konkurrenter har responsmulighet ovenfor de fusjonerende bedriftene. På dette området er de tre teoriene jeg har presentert, noe motstridende. I følge Cournot skal de fusjonerendes produksjonskapasitet reduseres og de ikke-fusjonerendes økes. I henhold til Bertrands teori skal både de fusjonerendes og ikke-fusjonerendes kapasitet reduseres ettersom begge øker prisene. Og i et marked med koordinerte virkninger vil kapasiteten reduseres likt for alle, eller forbli stabil. Felles for teoriene er en mulighet for at produksjonskapasiteten til de fusjonerende reduseres. Min hypotese er derfor at det fusjonerte selskapet har redusert sin produksjonskapasitet.

8 Innsamling av data

For å avkrefte eller bekrefte mine hypoteser om utviklingen i markedet trenger jeg sammenliknbare data fra tiden før fusjonen, og tiden etter, for de relevante parametere. Denne innsamlingen kan kompliseres av flere forhold. Først og fremst kreves det at parameteret registreres og lagres over tid, og at det er sammenliknbart. Etersom landbrukssektoren er offentlig regulert, registreres både priser og volumer. Det negative ved at registreringen følger offentlige krav i forhold til målpriser, avgifter og overføringer, er at målinger og måleparametere endres ved behov, slik at det ikke nødvendigvis er sammenliknbare data. Et eksempel på endret rapporteringen på produksjonskostnader til SLF seg, da Prior og Gilde fusjonerte til Nortura i 2006. SLF sluttet da å be om kostnad pr enhet for kylling, egg og hvitt kjøtt hver for seg, og gikk over til å be om kostnader for samlet produksjon. Dermed slutter tidsserien for produksjonskostnad pr kg konsumegg i 2006. (Jordbruksbudsjettet 2009)

En annen faktor som kan gjøre det vanskelig å samle informasjon er at data KT eller Fornyings- og administrasjonsdepartementet har samlet om markedet før fusjonen, er ansett å være konkurransesensitive. På tross av sin historiske karakter, vil det fremdeles kunne vært i strid med konkurranseloven og offentleglova å omdele denne informasjonen.

8.1 Informasjon om produksjonsmengde

Produksjonsmengder for egg er noe komplisert å måle, ettersom pakkeriene skiller eggene i konsumegg, også omtalt som skallegg, og egg til produksjon av eggprodukter, ref figur 6. Dermed er det nødvendig å sikre at produksjonstallene representerer produksjon av konsumegg, og ikke andre elementer. Det foregår en omfattende rapportering og oppfølging av produksjonsvolum fra myndighetenes side. Dessverre skiller denne ofte ikke mellom egg til konsum og egg til produksjon av eggprodukter, men beskriver totalproduksjon hos produsenter eller totalt inntak på pakkerier. (SLF statistikk) Et annet problem er at store deler av denne rapporteringen kun omfatter samvirkelagets pakkerier, slik at ikke alle produsentene er inkludert. (Jordbruksbudsjettet 2009)

Norsk Fjørfeleg er et landsomfattende faglag innen fjørfesektoren, og er åpent for alle produsenter, uavhengig av tilknytning til samvirkelag. I sitt magasin *Fjørfe* publiserer de årlig statistikk for produksjon av ulike produkter, herunder produksjon av skallegg (konsumegg) fra de ulike godkjente pakkeriene i Norge. Data fra Fjørfe ble benyttet som grunnlag av KT i sin analyse av konkurransesituasjonen i 2005, og ettersom NFL og Fjørfe benytter samme statistikk årlig, er tallene sammenliknbare.

8.2 Informasjon om priser

Som nevnt tidligere, er prisene i landbruket knyttet opp mot *målpriser*, som en del av jordbruksoppgjøret. Samtidig som målprisen er avgjørende for hvilken pris pakkeriene kan ta fra detaljistleddet, er også målprisen et resultat av hvor mye man antar at man *kan* kreve fra detaljistleddet, basert på etterspørsel og kontroll med tilbudet. (KT 2005a)

Norsk Institutt for Landbruksøkonomisk Forskning (NILF) registrerer og indekserer priser i landbruket, for å følge utviklingen over tid. Informasjon om engrospriser på egg, og utviklingen i denne er hentet fra NILF.

8.3 Annen informasjon

Trusselen om økt import av egg som følge av reduserte importrestriksjoner var ett av hovedargumentene for fusjonen i følge partene. Utviklingen på dette området kan undersøkes, ettersom Statistisk Sentralbyrå (SSB) registrerer og fører statistikk over import av landbruksvarer. SSB skiller ikke på ulike kategorier egg, men skiller mellom egg som er til konsum og egg til klekking.

For å få et innblikk i kundenes oppfattelse av markedet, substitutter og maktfordeling valgte jeg å intervju kunder i dagligvaresegmentet etter modell fra OFT/CC-undersøkelsen i Storbritannia. I dette markedet er det svært få aktører, og kun to av de fire dagligvarekjedene ønsket å delta i undersøkelsen. Intervjuene ble gjennomført som strukturerte samtaler, der intervjuobjektene fikk tilsendt referat i etterkant, som de så vurderte og godkjente. For å ivareta anonymiteten til de to intervjuobjektene er ikke referatene vedlagt. Intervjuguiden er vedlagt i Appendix A, men det må presiseres at intervjuene var mer fleksible enn intervjuguiden kan gi inntrykk av, særlig med hensyn på oppfølgingsspørsmål.

Produksjonskapasiteten i samvirkene redegjøres for som en del av jordbruksregnskapet, så også for eggpakkerier og eggsmvirket. (Jordbruksbudsjettet 2009) Dessverre er rapporteringen kun basert på samvirkenes eggpakkerier, og ikke resten av markedet. Tallene kan allikevel brukes til å vurdere utviklingen i samvirkets kapasitet før og etter fusjonen.

9 Konkurransanalyse

9.1 Konkurransen før fusjonen

9.1.1 Konsentrasjon og produksjon

I markedet for pakkerivirksomhet var det i 2005 totalt fem andre aktører enn de fusjonerende. Av de fire store dagligvarekjedene hadde Prior hovedleverandøravtale med to, og Norgården med en. (KT 2005a) Arne Magnussen AS var den største aktøren utenom de fusjonerende partene, med en omsetning på NOK 145 mill. Til sammenlikning hadde Prior og Norgården en omsetning i 2004 på henholdsvis NOK 2493 mill og NOK 135 mill. (KT 2005a)

Totalt i 2004 ble det omsatt 40 152 tonn konsumegg gjennom godkjente pakkerier. Av dette hadde Prior 24 472 tonn, og 61 % av markedet for pakkerivirksomhet, mens Norgården hadde 14 % og Arne Magnussen 14 %. ²(Fjørfe 1/2005) De resterende 11 % fordelte seg på fire aktører, der den største hadde 6 % av markedet. Denne fordelingen av markedsandeler gav en HHI på over 4100 poeng (KT 2005b) Dette er å anse som svært konsentrert i henhold til Konkurransetilsynets norm for terskelverdier (se avsnitt 3.1.2)

9.1.2 Priser

Prisene i markedet reguleres gjennom målprissystemet, der det øvre taket for prisen er målprisen + 10 %. Dette reduserer muligheten for å utøve markedsrett gjennom å sette monopolpris, men det er noe fleksibilitet til å heve prisene, også i et målprissystem. I tillegg vil målprisen i påfølgende perioder kunne øke dersom man tolker en pris over målpris over tid, som et tegn på at man har estimert etterspørselen for lavt. Dermed vil den fusjonerte enheten kunne benytte markedsrett til å heve prisene litt på kort sikt, men mer på lengre sikt.

Før fusjonen viste NILFs tabell over prisutvikling (NILF X) at prisindeksen for egg i engroledet var ca 98,5 i snitt for 2004, på en indeks der 1998 prisen =100. Dette tyder på at prisene har sunket fra 1998 til fusjonstidspunktet.

² Basert på omsetning av egg gjennom godkjente eggpakkerier i 2004.

9.1.3 Andre elementer

Som nevnt i 5.2.1 var importen av konsumegg begrenset i 2004, kun 583 tonn skallegg ble importert. KT argumenterer i vedtaket for at importerte egg ikke ansees som noe nært substitutt for norske konsumegg, både grunnet høy tollsats og sluttbrukernes preferanser. (KT 2005b)

KT estimerte ikke den totale produksjonskapasiteten i markedet, ettersom det er vanskelig å beregne totalkapasitet og ledig kapasitet ved de ulike pakkeriene. Det ble allikevel konkludert med noe slakk i produksjonen generelt. Prior og Norgården hadde henholdsvis seks og to pakkerianlegg, mens den nærmeste konkurrenten Arne Magnussen hadde ett. (KT 2005b)

9.2 Konkurransen etter fusjonen

9.2.1 Konsentrasjon og produksjon

Da Prior og Norgården fusjonerte fikk den nye enheten en markedsandel i pakkeriledet på 75 % med nærmeste konkurrent Arne Magnussen på 14 %. Over tid har dette utviklet seg og i 2008 og 2009 var tallene som vist i tabellen nedenfor:

Tabell 1 Utvikling i markedsandeler

År	Prior (Nortura, fusjonert enhet)	Arne Magnussen
2004 % ³	75 % (61 % + 14 %)	14 %
2008 % ⁴	69,7 %	21,7 %
2009 % ⁵	62,9 %	28,7 %

Som vist i tabell 1 har Prior redusert sin markedsandel fra fusjonen til 62,9 %, noe som er svært nær de 61 % Prior hadde før fusjonen, uten Norgårdens andel. Arne Magnussen, som har vært og er nærmeste konkurrent, har økt sin andel betraktelig fra 14 % til 28,7 % i 2009. Det er en økning på over 14 % og mer enn dobling. Totalbevegelsen i markedet ser ut til å være at Norgårdens markedsandel på ca 14 % , ble en del av Prior ved fusjonen, for så å forsvinne over til Arne

³ Tall hentet fra Fjørfe 1/2005

⁴ Tall hentet fra Fjørfe 3/2010

⁵ Tall hentet fra Fjørfe 3/2010

Magnussen. Dersom markedet har vært uendret størrelsesmessig, vil dette ha vært en ren overflytting av produksjon.

Konsentrasjonen i markedet ble endret ved fusjonen. HHI var ca 4100 før fusjonen, og i 2009 var HHI minst 4753.⁶ Det er en økning på over 700 poeng, som relativt til at en økning på 100 er terskelen for å undersøkes av KT, er en stor økning.

Utviklingen i produksjonsmengden viser hvorvidt endringen i markedsandeler har vært ren overføring, eller om aktørene har kapret nye kunder og derved endret andelene sine. Utviklingen er vist i tabellen nedenfor:

Tabell 2 Utvikling i omsatt kvantum

År	Prior (Nortura, fusjonert enhet)	Arne Magnussen	Totalt
2004 i tonn ⁷	24 472	5 752	40 152
2008 i tonn ⁸	30 139	9 394	43 250
2009 i tonn ⁹	28 292	12 899	44 954

Utviklingen i omsetning viser at markedet har hatt en vekst på om lag 12 % fra 2004 til 2009. Både Prior og Arne Magnussen har økt omsetningen sin, og resterende aktører har redusert sin omsetning fra nærmere 10 000 tonn til under 4 000.

⁶ Markedsandelene til Prior (62,9 %) og Arne Magnussen (28,7 %) gir en HHI på 4753 alene. Med mindre aktører i tillegg vil HHI være høyere enn dette.

⁷ Tall hentet fra Fjørfe 1/2005

⁸ Tall hentet fra Fjørfe 3/2010

⁹ Tall hentet fra Fjørfe 3/2010

9.2.2 Priser

Tabell 3 Engrosprisindeks fra NILF¹⁰

År	Indeks ¹¹
1998	100
1999	103
2000	99
2001	98
2002	100
2003	101
2004	98
2005	97
2006	101
2007	104
2008	106
2009	116

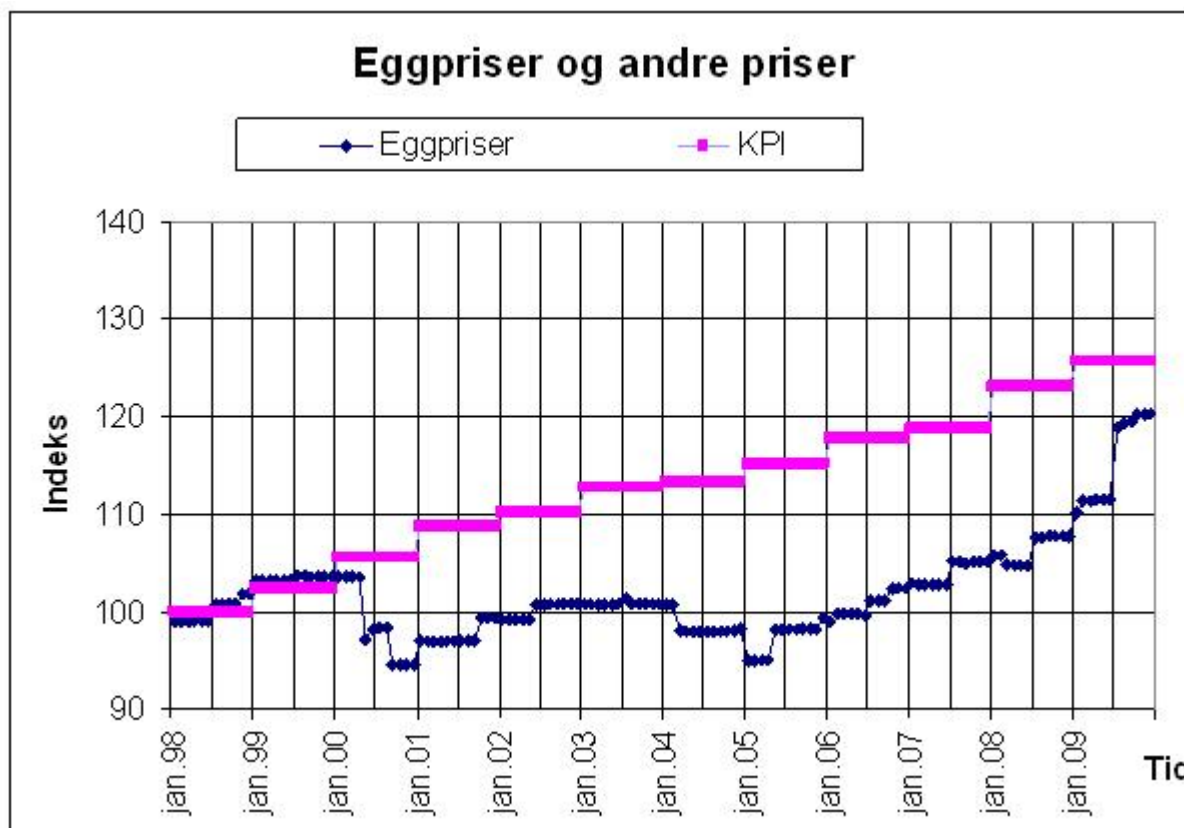
NILF registrerer prisene som samles inn månedlig i forbindelse oppfølgingen av målprisene, og fører disse i en indeks. Indeksen er gjengitt i tabellen til venstre nedenfor. Indeksen er satt til 100 for prisene i 1998, og verdiene i tabellen er gjennomsnittet for indeksten per år.

Som tabellen viser, var prisutviklingen svar og negativ frem til 2005. Deretter økte prisene fram til 2009. Selv om prisene i stor grad fastsettes av målprisen, som fungerer som øvre tak, vil prisen kunne variere opp til målprisen, samt at målprisen kan økes dersom det synes å være grunnlag for det.

For å gi inntrykk av hvordan prisene på egg har endret seg, sammenliknet med andre priser i samfunnet, er indeksten for egg sammenliknet med konsumprisindeksen fra SSB i grafen nedenfor. KPI er også satt til 100 i 1998, slik at disse har felles utgangspunkt. Grafen viser tydelig at eggprisene ikke fulgte prisstigningen i resten av samfunnet i flere år fra ca midten av år 2000, til år 2005, da prisveksten på egg tok seg opp. Fra januar 2005 til desember 2009, steg eggprisene betraktelig mer enn prisveksten i samfunnet generelt, og gikk fra å ligge 20 poeng under KPI, til å kun ligge fem poeng under.

¹⁰ For helhetlig indeks, se Appendix B

¹¹ Gjennomsnitt av indeks for året



Figur 10 Eggprisindeks og KPI I fra 1998 til 2009

9.2.3 Andre elementer

Import ble nevnt som en stor fremtidig trussel av partene, og et av hovedargumentene for fusjonens nødvendighet. SSB fører statistikk over import av egg, både til konsum og til klekking.

Tabell 4 Oversikt over import av skallegg hentet fra SSB

Varenr: 04070019, Hønseegg med skall, konserverte, kokte og friske		
År	Mengde, kg	Verdi, kr
2005	583 436	Kr 3 818 814
2006	1 887 377	Kr 14 870 406
2007	2 435 739	Kr 21 085 350
2008	1 390 178	Kr 11 907 273
2009	461 651	Kr 4 719 695

Importen av skallegg økte betraktelig første del av perioden etter fusjonen, men reduserte seg så igjen til et nivå lavere enn utgangspunktet i mengde. Økte priser

gjør at verdien av importen allikevel har steget totalt sett i perioden. Selv om importen har flerdoblet seg i løpet av noen år, for så å reduseres, har den hele tiden vært beskjeden i forhold til den nasjonale omsetningen i pakkerier som har vært over 40 000 tonn i hele perioden. Den enorme veksten i import som partene forskutterte, kan ikke sies å ha blitt reell.

Kundene i engrosmarkedet har en unik innsikt i og oversikt over mekanismene i eggmarkedet. I Intervjuer gav kundene noen konkrete beskrivelser av markedet og utsagn som var felles for dem. Begge kundene påpekte at det ikke var noen sterk konkurranse i markedet, men at det var fordelaktig at det er to store aktører. Kundene oppfatter det som mulig å bytte leverandør på landsbasis, men påpeker at det vil ta noe tid. Kundene fremhever at de har inntrykk av at det fusjonerte selskapet har gjort enkelte besparelser, men fremdeles sliter med høye kostnader. I forhold til sluttbrukernes preferanser hevder kundene at importerte egg ikke er noe reelt alternativ, blant annet grunnet frykt for salmonella. Sluttkundene oppfattes ikke som merkebevisste, noe som understøttes av at dagligvarekjedenes egne merker hevdes å ha hatt høyere vekst enn egg generelt de siste årene. Kundene oppfatter at det er rom for å forhandle prisene, men at det er lettere å gå med på krav om høyere priser, hvis målprisen også har steget. Landbruksoppkjørene de seneste årene oppfattes som rause, og en av kundene påpeker at leverandørene i større grad klarer å hente ut målprisen, enn i andre produktmarkeder med samme prisregulering.

Produksjonskapasitetene avgjøres til en viss grad av antall pakkerier de ulike aktørene har. Selvsagt kan det være slakk i produksjonen, men antall anlegg og utviklingen i denne kan indikere hvilken produksjon aktørene skalerer seg for.

I Totalbudsjett for jordbruket for 2009, er det ført statistikk over anleggene i sektoren fra 1990 til og med 2008. For eggpakkerier ser tallene slik ut¹²:

¹² Hele tabellen er i Appendix D

Tabell 5 Oversikt over eggsamvirkets eggpakkerier¹³

	1990	1995	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Egg og fjørfe ¹										
Eggpakkerier	18	13	8	6	6	6	5	5	5	5
Fjørteslakterier	7	6	5	3	3	3	3	3	3	3

Tabell 4 gir oversikt over Prior sine anlegg. Ved utgangen av 2004, før fusjonen, hadde Prior seks pakkerier, og fikk sammen med Norgården to til, men etter fusjonen reduserte de sin totale produksjonskapasitet til fem pakkerier. KT påpekte i sitt varsel at det var antatt å være en del slakk i produksjonen, eksempelvis at det kunne vært flere skift enn det var i 2005. Fra 2004 til 2009 har samvirkets kapasitet blitt redusert med til sammen tre eggpakkerier.

¹³ Hele tabellen er gjengitt i Appendix D

10 Hypotesetesting

10.1 Priser

Statistikken fra NILF for innsamling av noteringspriser, viser en tydelig prisvekst etter fusjonen, fra 2005 til 2009. Dette bekrefter min hypotese om prisvekst, og avviser partenes anføring om at kraftig priskonkurransen ville hindre dette. Hypotesen støttes ytterligere av at kundene uttaler at landbruksoppkjøperne har vært rause, og gitt vekst i målprisene, samt at aktørene er gode til å hente ut målprisen.

10.2 Produksjonsmengde

Tallene for omsatt kvantum gjennom godkjente eggpakkerier, fra Fjørfe, viser store endringer i fordelingen av markedsandeler mellom bedriftene. Min hypotese om at markedsandeler har blitt overført fra de fusjonerende til de ikke-fusjonerte selskapene har blitt bekreftet av omsetningstallene.

10.3 Andre elementer

Hypotesen om fremdeles lav import er bekreftet av statistikken fra SSB. Dog har importen i en periode vært høyere, noen som kan ha svekket Priors mulighet til å utnytte markedsrett. Samtidig avkrefter kundene at import utgjør et reelt konkurransepress, ved å hevde at importerte egg er uønsket av sluttbrukere og dermed ikke et fullgodt alternativ.

Hypotesen om at kundene ikke opplever å ha noen reell kundemakt må delvis forkastes, ettersom at de uttalte at det var fullt mulig å bytte leverandør. Allikevel vil jeg påstå at det ikke er sterk priskonkurransen som gir kundene makt i forhandlingene, noe intervjuene med kunder bekrefter. Kundene har makt i den betydning at de kan bytte leverandør, men de kan i begrenset grad benytte denne makten til å forhandle prisene ettersom målprisen til en viss grad legitimerer prisendringer.

Hypotesen om at den fusjonerte enheten ville redusere sin produksjonskapasitet bekreftes av Jordbruksbudsjettet 2009, som viser at selv etter fusjonen, der to pakkerier ble tilført, ble antall pakkerier redusert med ett fra 2004 til 2009.

11 Analyse

Problemstillingen for denne oppgaven tar utgangspunkt i den ene delen av vurderingen Prior & Norgården-fusjonen, hvorvidt fusjonen førte til en begrensning av konkurransen. Hypotesene som ble utledet av dette, ble hentet fra økonomisk teori for oligopoler. Ettersom de tre ulike teoriene i stor grad predikerer samme utfall, er forutsetningene og begrensningene for prediksjonene noe redusert. Hypotesene ble i stor grad bekreftet, men dette er ikke nødvendigvis et tilstrekkelig grunnlag for å besvare problemstillingen.

Hypotesen om prisøkning bekreftes, men det er ikke gjort noen videre undersøkelse for å finne underliggende faktorer for prisøkningen, utover intervjuer med kunder. En prisøkning kan stamme fra økt etterspørsel, noe som støttes av at totalmarkedet i henhold til omsetningstallene (Fjørfe 3/2010) har økt. Prisøkningen kan, i dette markedet, være et resultat av politiske prioriteringer, der man ønsker at en større andel av inntektsmålet skal dekkes fra målpriser og salg, fremfor overføringer fra staten. Dette ville i så fall blitt gjennomført ved å øke målprisen. Det vil i så fall kreves at Prior har tilstrekkelig markedsrett for å kunne håndheve en økning i målprisen

Hypotesen om en forflytning av markedsandeler fra det fusjonerte selskapet til konkurrentene, er delvis bekreftet ved at den eneste reelle konkurrenten har økt sin andel. Dette kan skyldes at Prior har begrenset sin produksjon for å sørge for en prisøkning, men det kan også skyldes et politisk ønske om å øke andelen ikke-samvirketilknyttede bønder som kan håndheves gjennom både produksjonskvoter og endrede tilkuddsordninger. Endringen i markedsandel kan også skyldes endrede preferanser i markedet, med økt etterspørsel etter en kategori egg Arne Magnussen produserer. En eventuell påstand om koordinerte virkninger av fusjonen svekkes av den store endringen i fordelingen av markedsandeler. Dersom det hadde vært koordinerte virkninger, vil en slik endring skje når en bedrift avviker fra den underforståtte avtalen, og dermed oppløse koordineringen.

Det fremdeles lave nivået på import av skallegg, avkrefter partenes påstand om økt import, og bekrefter min hypotese. Det kan allikevel hende at importen utgjør et relevant konkurransepress, ettersom omsetningsrådet på svært kort varsel kan åpne

for import dersom prisen ligger tilstrekkelig over målprisen. Dette blir samtidig noe mindre relevant når kundene uttrykker en svært skeptisk holdning til importerte egg.

Kundemakten viser seg å være sterkere enn antatt, i forhold til å kunne bytte leverandør. Samtidig hevder kundene at det ikke gir dem direkte makt i prisforhandlinger. Den manglende kundemakten i prisforhandlinger kan potensielt utnyttes av begge de to store aktørene, som en koordinert effekt. Samtidig vil målprisen, som fungerer som pristak, kunne begrense utnyttelsen av dette på kort sikt. Og den samme målprisen oppleves av kunden som en legitimering av prisøkninger de siste årene.

Den fusjonerte enheten har redusert produksjonskapasiteten, og bekreftet hypotesen om dette. Dette kan skyldes et ønske om å redusere produksjonen for å øke prisene, eventuelt som en følge av økte priser. Det kan også skyldes effektivisering og synergieffekter som gjorde det mulig å redusere antall anlegg. Det er også mulig at anlegg er slått sammen og har de facto samme totale kapasitet¹⁴.

Foruten en, bekreftes samtlige hypoteser. Dette skulle i utgangspunktet tilsi at fusjonen har begrenset konkurransen, i hvertfall ut i fra de parametrene som normalt benyttes til å vurdere intensiteten og utviklingen i konkurransen. I tillegg avdekkes det at kundemakt i prisspørsmål og import, ikke i noen stor grad utøver konkurransepress på den fusjonerte aktøren.

Samtidig som mine funn bekrefter hypotesene, finnes det gode og sannsynlige forklaringer på samtlige funn, som ikke direkte impliserer en begrenset konkurranse som følge av fusjonen. Dette gjør det vanskelig å trekke noen konklusjon direkte fra de enkelte funnene.

Eggmarkedet, som en del av landbrukssektoren, er preget av politisk styring, detaljreguleringer og enkelte særordninger som i stor grad påvirker de parametrene man normalt vurderer for å undersøke konkurranseforhold. Endringer i priser er en sentral del av alle de tre teoriene for oligopol jeg har presentert. Dermed blir det til

¹⁴ SLF registrerer kun antall anlegg, ikke deres totale produksjonskapasitet

dels problematisk å forsøke å analysere priser og endringer i disse, i et marked der det eksisterer en prisregulering gjennom målprissystemet, og der den fusjonerte aktøren har et spesielt ansvar for å sørge for at målprisen oppnås, nettopp gjennom styring av produksjonen.

På tross av at samtlige funn har sannsynlige alternative forklaringer, er det ikke nødvendigvis sannsynlig at alle hypotesene ville blitt bekreftet hvis ikke konkurransen ble svekket av fusjonen. Særlig prisøkningen og forflyttingen i markedsandeler taler for at den fusjonerte bedriften har utnyttet sin styrkede markedsrett, og dermed at fusjonen begrenset konkurransen. Allikevel må det en grundigere undersøkelse, med betraktelig større omfang, til for å kunne konkludere entydig hvor vidt konkurransen ble begrenset, slik KT anførte, av fusjonen mellom Prior og Norgården.

12 Avsluttende kommentarer

Jeg har i min mastergradsutredning foretatt en deskriptiv analyse av utviklingen i det norske markedet for konsumegg, i engros-leddet, etter fusjonen mellom Prior og Norgården i 2006. Målet for analysen har vært å vurdere hvorvidt fusjonen begrenset konkurransen i det relevante markedet. Jeg har tatt utgangspunkt i metodikk for ex post vurdering av fusjoner og håndtering av fusjonssaker, utviklet av *Laboratorio di economia, anitrust, regolamentazione (LEAR)*, på oppdrag for EU kommisjonen. I tillegg har jeg supplert med metodikk benyttet av britiske konkurransemyndigheter i en evaluering av sine fusjonssaker. I henhold til metoden anbefalt av LEAR har jeg samlet data fra før og etter fusjonen, og sammenliknet disse. Dataene som er samlet inn, er også samlet for det tidsrommet LEAR anbefaler å vurdere en fusjon i, for å få med effekter men minimere påvirkningen fra utenforliggende elementer.

Metodeverket LEAR utviklet legger vekt på å analysere prosessen konkurransemyndighetene har for vurdering av fusjoner. Denne delen av metodeverket har jeg ikke benyttet, ettersom det var utenfor min problemstilling. Jeg har heller ikke funnet det mulig å benytte metodene de foreslår for å vurdere finansielle data, som børskurser, trendanalyser, eller analyser fra uavhengige analytikere. Dette skyldes at saken jeg har vurdert ikke inkluderer bedrifter som er børsnoterte eller følges av eksterne analytikere.

Det har vært mulig å finne en stor del av informasjonen som trengs for å bekrefte eller avkrefte hypotesene om utviklingen i markedet. Samtidig har en del informasjon ikke vært mulig, eller utenfor omfanget av denne oppgaven å få tak i. Informasjon som ville vært aktuelt å inkludere i denne oppgaven, dersom den var tilgjengelig, er kostnadsdata for den fusjonerte enheten over tid, i hvilken grad Prior leverer egg til de private eggpakkeriene og hvordan utviklingen på har vært på dette området. Informasjon om den totale inntekten til bøndene, og endringer i de ulike elementene som inkluderes i inntektsmålet kunde vært nyttig for å avklare hvorvidt de økte prisene har kommet bøndene til gode. En oversikt over totale endringer og utvikling i politiske reguleringer, tilskudd, avgifter og liknende som kan påvirke de andre dataene hadde vært nyttig, men er en svært kompleks materie å analysere.

Informasjonen som er hentet inn, er i stor grad funnet på bakgrunn av hypotesene som ble fremsatt. Det innebærer at det kan være mer informasjon, som kunne vært relevant for oppgaven, men som ikke er inkludert fordi hypotesene ikke etterspurte den informasjonen. Dermed er det en svakhet ved oppgaven at informasjon er håndplukket for å besvare bestemte spørsmål.

Oppgaven forsøker ikke å vurdere hvorvidt fusjonen mellom Prior og Norgården var ”*i strid med lovens formål*” og således om det var en korrekt beslutning av KT å forby den. Oppgaven må dermed ikke oppfattes som en evaluering av KT's beslutning. Det er ikke inkludert noen ny analyse av potensialet for redusert konkurranse i dette markedet, ettersom KT's analyse av dette var svært grundig og lite bestridt.

I oppgaven har jeg analysert utviklingen i konkurransen i markedet for *sortering, pakking og salg av konsumegg*, som var KT's markedsavgrensning da fusjonen ble vurdert. Jeg har ikke gjort noen ny vurdering av hva som er det relevante markedet, ettersom det ikke ble klaget på denne inndelingen fra partene.

På bakgrunn av innsamlet datamateriale og påfølgende hypotesetesting har jeg funnet at det er tegn på svekket konkurranse i markedet, nå relativt til før fusjonen. Jeg ønsker samtidig å understreke at det grunnet datamangel, samt en svært kompleks markedsstruktur, ikke kan konkluderes entydig med at konkurransen er svekket grunnet fusjonen

13 Kilder

Bøker, tidsskrift og saksdokumenter

Bergset, Nils Øyvind et al.(2008): *Marginer i egg og kjøttsektoren – utvikling i priser fra bonde til butikk*, orsk institutt for landbruksøkonomisk forskning, Notat 2008 – 20

Besanko, David, et al. (2007): *Economies of strategy*, 4th ed., John Wiley & Sons Inc, USA

Budsjettneemda for jordbruket (2009): *Jordbrukets totalregnskap 2007 og 2008, Jordbrukets totalbudsjett 2009, Registrerte og normaliserte tall*, Utredning nr 1, Norsk Institutt for Landbruksøkonomisk Forskning

Crandall, Robert W & Winston, Clifford (2003): *Does Antitrust Policy improve Consumer Welfare? Assenssing The Evidenc*, The Journal of Economic Perspectives, Vol 17, No 4, American Economic Association

Deneckere, R og Davidson (1985): *Incentives to form Coalitions with Bertrand Competition*, Rand Journal of Economics, vol 16, no 4, 473 – 486, Blackwell Publishing

Den Europeiske Unions Tidende (2004): RÅDETS FORORDNING (EF) om kontrol med fusjoner og virksomhedsovertagelser, Nr. 139/2004 af 20. januar 2004

Farrell, Joseph & Shapiro, Carl (1990): *Horizontal merges: an equilibrium analysis*, The Amerocan Economic Rewiev, Vol 80, No 1 mars 1990, American Economic Assosiation

Fornyings – og administrasjonsdepartementet (FAD)(2006a): *Klage på Konkurransetilsynets vedtak V2005-12 – Forbud mot Prior Norge BAs erverv av Norgården AS*, 6.februar 2006

Fornyings – og administrasjonsdepartementet (FAD)(2006b), *Vedtak etter konkurranselova § 21 om å tillate Prior Norge BA si overtaking av Norgården AS på det vilkåret at Eggprodukter AS vert avhenda*, Kongelig resolusjon, 8.februar, 2006

Fornyings – og administrasjonsdepartementet (FAD)(2006c): *Vedtak om utfyllende vilkår og gjennomføring av salg av Norgården AS' aksjer i Eggprodukter AS, jf. kongelig resolusjon 10. februar 2006*

Fjørfe (1/2005): *Oversikt over omsetning i godkjente pakkerier i 2004*, Norsk Fjørfeleg

Fjørfe (1/2010): *Oversikt over produsenter i 2009*, Norsk Fjørfeleg

Fjørfe(3/2010): *Eggsalget i 2009*, Norsk Fjørfelag

Foster, Nigel (2009): *Foster on EU LAW*, 2.utgave, Oxford University Press, USA

Ivaldi, Marc et al.(2003): *The economics of unilateral effects*, Report for DG Competition, European Commission, IDEI, Tolouse

Konkurransetilsynet (KT)(2003): *DnB og Gjensidige NOR, konkurranseloven § 3-11, vedtak om inngrep mot fusjon*, brev av 7.11.2003

Konkurransetilsynet (KT)(2005a): *Prior Norge BA – Norgården AS – Konkurranseloven §16- varsel om inngrep*, 14.07. 2005

Konkurransetilsynet (KT)(2005 b): *Vedtak V2005- 12 Prior Norge BA – Norgården AS – Konkurranseloven § 16 – vedtak om inngrep*, 29.09.2005

Kvale&co (2005a): *Offentlig versjon av fullstendig melding av Prior Norge BAs kjøp av samtlige aksjer i Norgården AS*, brev av 27.04.2005

Kvale&co (2005b): *Klage til Moderniseringsdepartementet over Konkurransetilsynets vedtak V2005-12 Prior Norge BA – Norgården AS*, brev av 20.10.2005

Laboratorio di economia, anitrust, regolamentazione (LEAR)(2006): *Ex-post review of merger control decisions*, Study for the European Commission

Lipczynski, John et.al (2005): *Industrial Organization, Competition, Strategy, Policy*, 2th ed. Pearson Education Limited, England

Melnik, Arie et al.(2008): *Assessing market dominance*, Journal of Economic Behavior & Organization 68, p 63-72

Motta, Massimo (2004): *Competition Policy, Theory and Practice*, Cambridge University

OFT/CC(2005):Office of Fair Trade, Department of Trade and Industry & Competition Commission: *Ex post evaluation of mergers*, mars 2005,Press, USA

Salant, Stephen w. et al. (1983): *Losses from Horizontal Merger: The effects of an Exogenous Change in Industry Structure on Cournot-Nash Equilibrium*, The Quarterly Journal of Economics, Vol 98, No 2, p 185 – 199, The MIT Press

Sørgard, Lars (1997): *Konkurransestrategi – eksempler på anvendt mikroteori*, 2.utgave, Fagbokforlaget, Norge

Sørgard, Lars (2009): *Optimal Merger Policy; Enforcement vs Deterrence*, The Journal of industrial Economics, Vol LVII, No 3, Blackwell Publishing

Utgård, Jakob & Pettersen, Ivar (2008): *Auka priser på jordbruksråvarer, årsaker, fremtidsutsikter og vegval for matsektoren i Noreg*, Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning, Notat 2008 – 12

Von der Fehr, Nils-Henrik & Sjørgard, Lars (2004): *Vinning og Tap ved Fusjoner og Oppkjøp*, Artikkel på oppdrag av Advokatfirmaet BAHR, 20.juni 2004

Presentasjoner og forelesninger

Hjelmeng, Erling (2009a): *Institusjoner og oversikt over regelverk*, Forelesning MIE 421 Norges Handelshøyskole, 22.01.2009

Hjelmeng, Erling (2009b): *Fusjonskontroll*, Forelesning MIE 421 Norges Handelshøyskole, 26.01.2009

Sjørgard, Lars (4.10.2005), *Samvirkeform og konkurransepolitikk*, Foredrag på seminar for NILF

http://www.konkurransetilsynet.no/ImageVault/Images/id_1716/ImageVaultHandler.aspx (10.02.2010)

Sjørgard, Lars (2009): *Horisontalt samarbeide*, Forelesning MIE 421 Norges Handelshøyskole, 20.02.2009

Web-baserte kilder

www.egg.no

- Opplysningskontoret for egg og hvitt kjøtt, verdikjeden for egg

<http://www.egg.no/Article.aspx?artid=9440&bgstyle=books&mnu1id=4503&mnu2id=4520&mnu3id=4524&mnu4id> (4.juni 2010)

www.konkurransetilsynet.no

- Veileder til saksbehandlingen ved kontroll med foretakssammenslutninger,

http://www.konkurransetilsynet.no/ImageVault/Images/id_1963/ImageVaultHandler.aspx (3.06.2010)

- Temaark om fusjonskontroll, Kontroll med foretakssammenslutninger Oppdatert 10. oktober 2008.

http://www.konkurransetilsynet.no/ImageVault/Images/id_1724/ImageVaultHandler.aspx (3.6.2010)

www.lovdatab.no

- Konkurranseloven a 5.3.2004

http://www.lovdatab.no/cgi-wift/wiftldles?doc=/app/gratis/www/docroot/all/nl-20040305-012.html&emne=konkurranselov*&

www.nilf.no

- Norsk Institutt for landbruksøkonomisk forskning, matpriser, Kylling og egg

<http://www.nilf.no/Matpriser/Bm/Tekst/t-KyllingOgEgg.shtml> (20.02.2010)

www.slf.dep.no

- Statens landbruksforvaltning, Omsetningsavgift og forskningsavgift for egg:

http://www.slf.dep.no/portal/page?_pageid=53,418236&_dad=portal&_schema=PORTAL&p_d_i=-121&p_d_c=&p_d_v=12884&p_d_i=-221&p_d_c=&p_d_v=12884
(5.6.2010)

- Målprisutvikling fra år 2000 for korn, melk, kjøtt og egg

http://www.slf.dep.no/portal/page?_pageid=53,418330&_dad=portal&_schema=PORTAL&p_d_i=-201&p_d_c=&p_d_v=2144&p_d_i=-181&p_d_c=&p_d_v=2144&p_d_i=-121&p_d_c=&p_d_v=10146 (5.6.2010)

www.ssb.no

- Importstatistikk etter varegruppe og land

<http://www.ssb.no/tabell/03057> (se også Appendix C)

14 Appendix

A - Intervjuguide

Intervjuobjekter: Innkjøpsansvarlige i dagligvarekjedene, som er kunder i markedet for sortering pakking og salg av konsumegg.

Metoden er inspirert av "Ex post evaluation of mergers" fra 2005, utført av PwC Economics på vegne av Office Of Fair Trading og Competition Commission (CC). Der fokuserte man på analyser av fusjoner som var godkjent av CC, og hvordan de påvirket markedsutviklingen. Det er radikalt annerledes her, ettersom fusjonen ble forbudt, men fikk det omgjort av regjeringen etter anke. Derfor er det naturlig at temaene for intervjuene i større grad dreier seg om de momentene som ble fremhevet av Konkurransetilsynet som begrunnelse for å ikke tillate fusjonen. I den overnevnte rapporten legges det vekt på at det ikke var noen fast intervjuguide, men at man forsøkte å trekke ut informasjonen gjennom strukturerte samtaler. Jeg har fulgt dette, ved å ikke ha faste spørsmål, men heller en liste over problemstillinger som bør belyses i samtalen. Problemstillingene er hentet fra både den overnevnte rapporten, samt Konkurransetilsynets sak og Priors forsvar i klage på vedtak.

Intervju:

Innledning:

Fokuset for dette intervjuet er markedet for konsumegg, og de endringene som har skjedd etter fusjonen mellom Prior og Norgården i 2006. Fordi det er så få "kunder" av Prior/Nortura, vil all informasjon bli anonymisert i min oppgave. I etterkant av intervjuet vil jeg sende over et utkast til referat, slik at du (intervjuobjektet) kan verifisere informasjonen som kom ut av intervjuet.

Momenter som bør belyses:

- Konkurransesituasjon generelt, endring fra før fusjonen
 - Antall aktører
 - Reelle alternative leverandører
 - Endring i kundens forhandlingsmakt?
 - Hvordan oppfattes inngangsbarrierene? Er det mulig for nye aktører å komme inn i markedet?
 - Opplever kunden at Prior/Nortura har gjennomført rasjonaliseringer og kostnadseffektivisering i produksjonen?

- Produktegenskaper for konsumegg
 - Har det skjedd noen utvikling ift sortiment?

- Er merkeloyaliteten av betydning? (har det vært noen økning i kjedenes egne merker?)
- Pris
 - Endring i pris i engrosmarkedet
 - Endring i marginer hos leverandør/kunde
- Import
 - Er import noe reelt alternativ?
 - Har importen økt?

B - Prisindeks fra NILF

Hentet fra <http://www.nilf.no/Matpriser/Bm/Tekst/t-KyllingOgEgg.shtml>

	Kylling	Egg
Pris 1998	28,47 kr/kg	15,93 kr/kg
2010		
Mai	112,2	119
April	112,2	119
Mars	112,2	119,1
Februar	112,2	119,1
Januar	112,1	119
2009		
Desember	112	120,2
November	112	120,2
Oktober	112	120,2
September	112	119,5
August	112,1	119,3
Juli	112,2	118,9
Juni	111,9	111,5
Mai	111,9	111,5
April	111,9	111,5
Mars	111,8	111,4
Februar	111,9	111,4
Januar	111,7	110,1
2008		
Desember	111,7	107,7
November	111,6	107,7
Oktober	111,5	107,7
September	111,3	107,7
August	111,2	107,6
Juli	111,4	107,6
Juni	106,5	104,8
Mai	106,3	104,8
April	106,1	104,8
Mars	105,8	104,8
Februar	105,5	105,7
Januar	105,1	105,7
2007		
Desember	104,6	105,1
November	104,5	105,1
Oktober	104,5	105,1
September	104,5	105
August	104,5	105,1
Juli	104,4	105,1
Juni	103,3	102,8
Mai	103,3	102,8
April	103,4	102,8
Mars	103,3	102,8
Februar	103,3	102,7
Januar (1)	103,1	102,9

2006		
Desember	104,1	102,3
November	104,1	102,4
Oktober	104,1	102,4
September	104,1	101,1
August	104,1	101,2
Juli	104,1	101,1
Juni	104,1	99,5
Mai	104,1	99,7
April	104,1	99,8
Mars	104,4	99,7
Februar	104,5	99,7
Januar	104	99
2005		
Desember	104	99,3
November	103,9	98,2
Oktober	102,8	98,2
September	102,9	98,2
August	102,9	98,2
Juli	102,3	98,1
Juni	102,2	98,2
Mai	102,2	98,2
April	102,4	94,9
Mars	102,4	95
Februar	102,5	94,9
Januar	102,6	94,9
2004		
Desember	102,4	98,2
November	102,4	98
Oktober	102,7	98
September	102,9	98
August	103,2	98
Juli	102,3	98
Juni	103,3	98
Mai	102,8	98
April	102,8	98
Mars	102,8	98
Februar	101	100,8
Januar	101	100,8
2003		
Desember	103,6	100,8
November	103,6	100,8
Oktober	103,6	100,8
September	103,6	100,8
August	103,6	100,8
Juli	103,7	101,4
Juni	103,6	100,8
Mai	103,6	100,8
April	103,6	100,8
Mars	103,6	100,8
Februar	103,6	100,8
Januar	103,6	100,8

C – Importoversikt fra SSB

Hentet fra <http://www.ssb.no/tabell/03057>

		04070011 (m1=kg, m2=nei) Hønseegg med skall, friske, til klekking	04070019 (m1=kg, m2=nei) Hønseegg med skall, konserverte, kokte og friske, ikke til klekking
		Import	Import
Mengde 1 (M1)	2005	157648	583436
	2006	346445	1887377
	2007	195228	2435739
	2008	199960	1390178
	2009	131370	461651
Verdi (kr)	2005	6946314	3818814
	2006	17515991	14870406
	2007	13921239	21085350
	2008	18078943	11907273
	2009	14934068	4719695
Dersom det ved et søk ikke fremkommer verdier, skyldes ikke dette nødvendigvis at det ikke er handel med en bestemt vare. At det står null (0) i feltene kan også skyldes: 1) varenummeret/ landkoden er ikke gyldig i den perioden søket er gjort for 2) varenummeret er underlagt restriksjoner, slik at vi altså ikke kan gi opplysninger om importen/eksporten på dette varenummeret.			

D – Oversikt over anlegg

Hentet fra: Utredning nr. 1, Jordbrukets totalregnskap 2007 og 2008

Jordbrukets totalbudsjett 2009, Registrerte og normaliserte tall

Tabell 9.4. Antall anlegg i meieri-, slakteri- og egg samvirket

	1990	1995	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Meieri ¹	128	95	62	59	53	53	52	52	50	50
Meieranlegg								47	45	45
Meieriterminaler								5	5	5
Kjøtt										
Slakting	34		28	26		24	20	20	20	18
Skjæring			34	27		22	21	21	21	20
Foredling ²			22	14		17	15	15	13	15
Egg og fjørfe ¹										
Eggpakkerier	18	13	8	6	6	6	5	5	5	5
Fjølleslakterier	7	6	5	3	3	3	3	3	3	3

1) Ved årsskiftene.

2) Ikke fullt sammenliknbare tall mellom 2000 og 2002.

Kilde: TINE/NML, Norsk Kjøtt, PRIOR