***Домашнее задание №2***

*Дано:*

***При цене 5 рублей объем спроса на товар составляет 20 единиц, а при цене 40 рублей- 10 единиц. Можно ли сказать, что в данном диапазоне цен спрос на товар является эластичным.***

*Решение:*

*Epd=(10/15)/(35/22,5)=0,43*

*dP=40-5=35*

*dQd=20-10=10*

*P=(40+5)/2=22,5*

*Qd=(20+10)/2=15*

*0<0,43<1*Ответ : Спрос неэластичен

***Кейс №3***

*Задание: ПО АНАЛИЗУ АНТИКАРТЕЛЬНЫХ ДЕЛ В ЕВРОПЕЙСКОЙ КОМИССИИ НА ОСНОВЕ ДАННЫХ …*

1. *Выберите случаи, по которым вынесено окончательное решение о наложении санкций (fines). Определите отрасль, тип нарушения (список нарушений приведен ниже), число ответчиков, период рассмотрения, размер штрафа и принцип, по которому этот штраф вводился.*

Решение Комиссии по делу производителей профессиональных видеокассет

Тип нарушения: – фиксированные цены

Антитраст: Штрафы Комиссии по делу производителей профессиональных видеокассет на сумму свыше € 74 миллионов за создание картеля по фиксированию цен.  
 Европейская комиссия наложила штрафы, всего на сумму 74.790.000 €, на Sony, Fuji и Maxell за фиксирование цен на рынке продаж профессиональных видеокассет покупателям Европы в нарушении Соглашения EC о запрете на картели и другие действия по ограничению рыночных отношений (Ст 81). В период между 1999 и 2002 годами, Sony, Fuji и Maxell контролировали цены как в плане роста, так и во всех остальных отношениях посредством ряда регулярных встреч и других незаконных контактов. Штраф Sony был увеличен на 30% за препятствия работе Комиссии во время локальных проверок его помещений. Штрафы Fuji и Maxell были уменьшены на 40% и 20% соответственно, потому что они сотрудничали с расследованием в соответствии с программой освобождения от ответственности (2002 Leniency Notice). Однако в данном случае освобождения от ответственности не было. Для расчета штрафов в данном деле Комиссия впервые применила новое Руководство 2006 . (€) Sony (Япония) None None 47.190.000 Fuji (Япония) 40% 8.800.000 13.200.000 Maxell (Япония) 20% 3.600.000 14.400.000 Итого 74.790.000 (\*) Юридические лица в качестве ответчиков могут быть привлечены совместно и по отдельности по наложенным штрафам целиком или частично.

Тип нарушения : Разделение рынка

Штрафы Комиссии членов пивного картеля в Нидерландах на сумму свыше € 273 миллионов Европейская Комиссия оштрафовала голландских пивоваров Heineken, Grolsch и Bavaria на общую сумму € 273.783.000 за создание картеля на рынке пива в Нидерландах в нарушении Соглашения EC о запрете на картели и другие действия по ограничению рыночных отношений (Ст 81). Решение Комиссии включает группу компаний Heineken, Grolsch и Bavaria, вместе с InBev группой, которая также участвовала в картеле. Потребление пива в Нидерландах приблизительно составляет 80 литров на душу населения. В период как минимум между 1996 и 1999 годами эти четыре пивовара провели многочисленные неофициальные встречи, во время которых они координировали цены и повышение цен на пиво в Нидерландах. InBev не был оштрафован, так как предоставил убедительную информацию о картеле в соответствии с программой освобождения от ответственности.

После Комиссии, по собственной инициативе раскрыв картель на бельгийском рынке пива, InBev под эгидой программы освобождения от ответственности предоставил информацию о собственном участии в картелях в других европейских странах. Это привело к обыскам пивоваров во Франции, Люксембурге, Италии и Нидерландах. В результате этих расследований были приняты антикартельные решения по Бельгии, Франции и Люксембургу. Итальянское расследование было закрыто без вынесения обвинений.

Доказательства. В результате обысков были получены доказательства в виде личных рукописных записей, взятых на неофициальных встречах и содержащие информацию о датах и местах встреч. Полученные доказательства свидетельствовали, что Heineken, InBev, Grolsch и Bavaria управляли незаконным картелем в Нидерландах. Это также полностью подтверждается корпоративными заявлениями, сделанными InBev.

Штрафы. Рассмотренные случаи являются очень серьезным нарушением антитрастовых правил Соглашения EC. Штрафы были рассчитаны с учетом размера рынков, продолжительности деятельности картеля и размера вовлеченных фирм.

Комиссия признает, что расследование в данном случае неоправданно затянулось, и, начиная с обысков, продлилось свыше семи лет. По этим причинам размер штрафов был уменьшен на € 100.000.

1. *Использовалась ли в ходе дела программа освобождения от ответственности (Leniency Program)? Оцените последствия применения Leniency Program на картель.*

1. В случае с видеокассетами программа не использовалась.

2. Во втором случае в Нидерландах Комиссия признает, что расследование в данном случае неоправданно затянулось, и, начиная с обысков, продлилось свыше семи лет. По этим причинам размер штрафов был уменьшен на € 100.000.

Наложенные штрафы и сокращения, предоставленные Комиссией:

Наименование и месторасположение компании

Уменьшение штрафа в соответствии с Уведомлением о снисхождении

(%) Уменьшение штрафа в соответствии с Уведомлением о снисхождении

(€) Особые вычеты (euros) Штраф (euros) Heineken NV (NL) & Heineken Nederland BV (NL)(\*) 100.000.219.275.000 InBev NV (B) & InBev Nederland NV (NL)(\*) 100 84.375.000 0 0 Grolsch NV (NL) 0 0.100.000 31.658 000 Bavaria NV (NL) 0 0.100.000 22.850.000 Итого 273.783.000 (\*) Совместная и индивидуальная ответственность Действия в случае убытков Любой человек или фирма, которых затронуло анти-конкурентное поведение как описано в этом деле, могут вынести вопрос на рассмотрение судов Государств — членов и истребовать убытки, представляя элементы опубликованного решения как доказательство, что поведение имело место и было незаконно. Несмотря на то, что Комиссия оштрафовала заинтересованные компании, убытки можно востребовать без уменьшения из-за штрафа Комиссии.

1. *Подготовьте гипотезы о том, почему картель стал возможен на данном рынке (привлекая дополнительную информацию о рынке через Интернет). Представьте перечень индикаторов, которые могли бы подтвердить Ваши гипотезы.*

**Картель стал возможным на данных рынках потому что …**

1. произошло повышение цены реализации продукции. Это наиболее универсальное последствие, сопровождающее создание практически любого картеля. Часто именно оно выводит отрасль из убытков в зону прибыльности . К тому же картели часто создаются для прекращения разрушительных ценовых войн. Даже если сложившиеся цены грозят разорить всех, поднять их в отдельности не может ни одна из фирм. Стоит кому-то сделать такую попытку, и покупатель переключится на продукцию конкурентов, что дополнительно ухудшит и без того тяжелое положение рискнувшей повысить цены фирмы. Выход состоит в согласованном повышении цен всеми основными производителями. А это первый шаг к картелю.

*2.* закрепились некоторые сегменты рынка под монопольным контролем. Раздел рынка ведет к тому, что фирма становится чистыи монополистом в своем сегменте и может там диктовать собственную волю безо всякой оглядки на конкурентов. Помимо наиболее известного территориального раздела (например, по договору московский рынок обслуживает одна фирма, петербургский – другая) широко практикуется раздел по продуктам (члены картеля на взаимной основе предоставляют друг другу исключительные права на выпуск определенных товаров). Встречаются и договоры о разделе крупных клиентов (перекачивающие станции для «Газпрома» поставляет одна фирма, для «Транснефти» - вторая). В перспективном плане может осуществляться раздел направлений научных исследований, что годы спустя становится надежной основой продуктового раздела.

*3.* произошла дезинформация потребителей (имитация конкуренции). Члены картеля обычно скрывают от потребителей существование сговора. В итоге, например, на тендер по закурке оборудования может поступить шесть якобы независимых заявок с предложениями от разных фирм – членов картеля. На деле же пять из них будут специально содержать невыгодные предложения, чтобы последняя (чуть лучшая) показалась приемлемой, хотя в действительности тоже является грабительской. Точно так же для создания иллюзии выбора на рынке, отданном в монопольное пользование одному участнику, могут продаваться продукты других членов картеля, но по заведомо завышенным ценам.

*4.* распространение совместной борьбы с аутсайдерами. Члены картеля могут совместно препятствовать проникновению на рынок фирм-новичков. Для этого при появлении опасности один из участников может назначать сверхнизкие («боевые») цены, чтобы вытеснить аутсайдера (так называют не входящую в картель фирму). Другие же члены картеля в дальнейшем тем или иным способом компенсируют расходы боровшейся с аутсайдером фирмы.

|  |  |
| --- | --- |
| Статья Закона о защите конкуренции | пункт 1 части 1 статьи 11 (Установление или поддержание цен (тарифов)) |
| Основание для возбуждения дела | по признакам нарушения ООО «Полигон» (ИНН 1650340486) и АО «Экопром» (ИНН 1650246420) пункта 1 части 1 статьи 11 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции», что выразилось в заключении соглашения, которое приводит к установлению завышенного тарифа на услуги ООО «КомунСервис». |
| Количество участников в картели | Компании: ООО «Полигон» (ИНН 1650340486) и АО «Экопром» (ИНН 1650246420) |
| Период длительности картеля | 3 года |
| Сведения о принятом решении по делу о нарушении АМЗ | Подробности расписаны в «Решение №АР-05/702 Решение по делу №016/01/11-1230/2019 от 24 января 2020 г.» |
| Вынесенные штрафы | Отсутствуют |
| Сведения об обжаловании решений, предписаний, постановлений по делу в суде с указанием результатов. | Отсутствуют |

***Кейс №4***

***№2*** *В ходе расследования дела по фирмам* ООО «Полигон» и АО «Экопром» *не использовалась программа по освобождению от наказания (ПОН)*.

***№3***