**Домашнее задание №1**

Совокупные издержки TC фирмы конкурентного рынка равны

Формула издержек

Известно, что конкурентная цена товара составляет 50 руб.

**Вопросы:**

1.Перечислите все виды издержек (какие возможны).

Ответ:

переменные издержки

постоянные издержки

средние переменные издержки

средние постоянные издержки

средние общие издержки

предельные издержки

2.Какое количество товара будет производить фирма максимизирующая прибыль?

Ответ:

переменные издержки - VС = ТС - FС = Q2 + 5Q;

постоянные издержки - FС = const = 25;

средние переменные издержки - АVС = VС/Q = (Q2 + 5Q)/Q = Q + 5;

средние постоянные издержки - FС/Q = 25/Q

средние общие издержки - АС = ТС/Q = (Q2 + 5Q + 25)/Q = Q + 5 + 25/Q;

предельные издержки - МС = (Q2 + 5Q + 25)' = 2Q + 5.

3.Напишите функцию предложения фирмы.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вариант 1 | Вариант 2 | Вариант 3 |
| Цена, руб. | P | P = ТR/Q = 1250/25 = 50 | P = ТR/Q = 1320/33 = 40 | 30 |
| Объем продаж, тыс. шт. | Q | 25 | 33 | Q = ТR/P = 2100/30 = 70 |
| Выручка,  тыс. руб. | ТR | ТR = TC + Pr =  1000 + 250 = 1250 | 1320 | ТR = TC + Pr = 2000 + 100 = 2100 |
| Постоянные издержки, тыс. руб. | FC | FC = const = 200 | FC = const = 200 | FC = TC – VC = 2000 – 1800 = 200 |
| Переменные издержки, тыс. руб. | VC | 800 | VC = TC – FC = 1200 – 200 = 200 | 1800 |
| Суммарные издержки, тыс. руб. | TC | TC = VC+ FC = 800 + 200 = 1000 | TC = ТR – Pr = 1320 – 120 = 1200 | 2000 |
| Прибыль,  тыс. руб. | Pr | 250 | 120 | Pr = r • ТС =  0,05 • 2000 = 100 |
| Рентабельность по издержкам, % | r | r = Pr/ТС = 250/1000 = 0,25 или 25% | r = Pr/ТС = 120/1200 = 0,1 или 10% | 5 |

4.Если цена единицы товара возрастет до 100 руб., что произойдет с этой отраслью?

Отрасль пойдет на спад

5. К каким рыночным структурам принадлежат  следующие отрасли  экономики России: банковский сектор, нефтепереработка, пищевая промышленность, электроэнергетика, услуги парикмахеров, услуги доступа в интернет.

|  |  |
| --- | --- |
| Отрасль | Рыночная структура |
| Банковский сектор | Монополистическая конкуренция |
| Нефтепереработка | Олигопольный рынок |
| Пищевая промышленность | Монополистическая конкуренция |
| Электроэнергетика | Естественная монополия |
| Услуги парикмахеров | Совершенная конкуренция |
| Услуги доступа в интернет | Олигопольный рынок |

**КЕЙС №3**

Анализ антикартельных дел в Европейской комиссии проведите, отвечая на следующие вопросы:  
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.

*Соглашения между участниками рынка, признаются нелегальными per se (по букве закона) в законодательстве большинства стран*:

* *фиксирования цены (price-fixing).* Является самым жестким нарушением конкурентных правил; Нарушение заключается в повышении цены выше конкурентного уровня с целью получения большей прибыли в условиях картеля.
* *разделение рынка (market sharing);* Такое нарушение позволяет участникам  картеля разбить рынок на разные группы потребителей или географические зоны с целью закрепления за каждой фирмой определенной доли рынка

Ответ:

Решение Комиссии по делу производителей профессиональных видеокассет  
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 (Статья 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 (см. IP/06/857 и MEMO/06/256).  
Комиссар ЕС по вопросам конкуренции Нели Крес (Neelie Kroes) сказала: «Это решение содержит два предупреждения компаниям, участвующим в картельной деятельности: во-первых - Комиссия может эффективно преследовать картели по суду даже без соглашения об освобождении от ответственности, и во-вторых, препятствия в антимонопольном расследовании Комиссии ведут к серьезным штрафам.»  
Комиссия начала расследование по собственной инициативе с обысков, выполненных в помещениях европейских филиалов Sony, Fuji и Maxell в мае 2002. Обыски оказались особенно успешными, поскольку во время них были обнаружены обширные доказательства деятельности картеля. Однако, в нарушении обязательств Sony в содействии, служащий Sony отказался отвечать на устные вопросы, заданные инспекторами Комиссии, в то время как другой служащий Sony был уличен в измельчении документов во время осмотра. Fuji и, позднее, Maxell сотрудничали с Комиссией и представили дополнительные доказательства. Sony только признавал его причастность после получения Заявления протеста (см. MEMO/07/109).  
Картель  
Картель охватил два наиболее популярных во время нарушения профессиональных формата видеокассет: Betacam SP и Digital Betacam, ежегодные продажи которых в 2001 составили порядка €115 миллионов на территории Европейской Экономической зоны (EEA). Основными покупателями профессиональных видеокассет являются телестанции и независимые производители телевизионных программ и рекламных роликов.  
Sony, Fuji и Maxell, с объединенной долей больше чем 85% рынка профессиональных видеокассет, организовали три успешных раунда увеличения цены и стремились стабилизировать цены всякий раз, когда увеличение не было возможно. Они также регулярно контролировали выполнение ценовых соглашений.  
Имеются доказательства, в которых подробно описываются одиннадцать встреч, во время которых Sony, Fuji и Maxell обсуждали и согласовывали цены и/или обменивались важной коммерческой информацией, а также постоянные контакты с целью контроля выполнения их картельных соглашений.  
Штрафы  
Это – первое антимонопольное решение Комиссии, в котором использовано Руководство по расчету штрафов 2006 (см. IP/06/857 и MEMO/06/256). Благодаря новому методу, штрафы лучше отражают полное экономическое значение нарушения, а также доли каждой вовлеченной компании.  
Наименование и месторасположение ответчика Уменьшение штрафа в соответствии с Уведомлением о снисхождении  
(%) Уменьшение штрафа в соответствии с Уведомлением о снисхождении  
(€) Штраф\*  
(€) 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.  
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.

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

Ответ:

Не использовались

3. 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.

Ответ:

Проведение настройки программы ослабления наказания в сфере антитраста имеет значение не только само по себе (как имеющее антикартельный эффект), но и как важный пример разработки программы деятельного раскаяния, применимой для других отраслей законодательства в свете поиска наилучшего из возможных сочетаний ошибок I и II рода.

В отношении картелей редко обсуждается вопрос о применении правила взвешенного подхода в отличие от запрета согласно букве закона. Вместе с тем это обстоятельство не дает оснований считать, что для экономического анализа, выходящего за рамки изучения эффектов соглашений, ограничивающих конкуренцию, нет места. В значительной мере это обусловлено необходимостью ослабления множества предпосылок — как явных, так и в еще большей степени имплицитных, — которые в исследованиях, посвященных проблематике создания и поддержания картелей, оставались без внимания. Такая ситуация формировала избыточно упрощенную картину и создавала благоприятную почву в первую очередь для ошибок I рода. Кроме того, реализация самого принципа запрета согласно букве закона в чистом виде проблематична ввиду необходимости установления факта соблюдения ряда условий, требующихся для квалификации взаимодействия участников рынка в терминах картеля. Одним из принципиальных как в теоретическом, так и практическом плане вопросов является определение оснований правовой квалификации различных эпизодов взаимодействия между участниками рынка как картеля. Для этого особое значение имеют результаты экономического анализа взаимодействия между продавцами, выступающие в качестве основания для установления и/или подтверждения юридических фактов. В этой связи перспективным является исследование картелей как гибридных форм институциональных соглашений, в которых коллективная адаптация не только совмещается с сохранением распределенных конечных прав и прав на остаточный доход в условиях неполных контрактов, но и выступает как частичный заменитель санкций, основанных на четкой и детальной спецификации правил функционирования картеля. Такой подход позволяет отличить работоспособный картель от фикции, а также полезный гибрид — от опасного для конкуренции и обеспечения динамической эффективности. Он позволяет внести бóльшую ясность в определение множества допустимого для поиска фирмами конкурентных преимуществ

**КЕЙС №4**

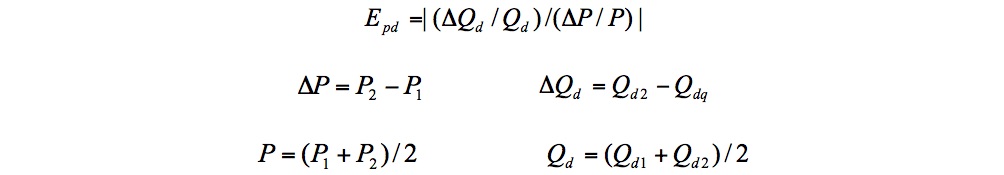
Проведите анализ антикартельных дел в России, отвечая на следующие вопросы:

(1)Среди соглашений, фактически раскрытых ФАС за период с 2004 года и до конца 2007 года, отберите соглашения, которые признавались бы нелегальными (СТАТЬЯ 11 ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА ОТ 26.07.2006 № 135-ФЗ «О ЗАЩИТЕ КОНКУРЕНЦИИ» (запрет на ограничивающие конкуренцию соглашения, согласованные действия хозяйствующих субъектов);  Всю информацию по соглашениям оформите в виде таблицы. Образец таблицы приведен:

|  |  |
| --- | --- |
| № дела, дата возбуждения | *Например*, 1 11/132 – 10 от 24.08.2010 |
| Статья Закона о защите конкуренции | пункт 8 части 1 статьи 11 (созданию препятствий доступу на товарный рынок или выходу из товарного рынка другим хозяйствующим субъектам) |
| Основание для возбуждения дела | Нарушение антимонопольного законодательства |
| Количество участников в картели | 4 участника |
| Период длительности картеля | Полгода |
| Сведения о принятом решении по делу о нарушении АМЗ | №34ОМ6799 |
| Вынесенные штрафы | Запрет на осуществление деятельности. |

**Домашнее задание №2**

Коэффициент ценовой эластичности спроса :



             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.

Ответ:

Общую выручку продавца (TR) можно определить как произведение количества проданной продукции на ту цену, по которой продукция была реализована. Таким образом, общая выручка зависит от двух факторов: цены и объема реализованной продукции. Коэффициент эластичности общей выручки показывает относительное изменение общей выручки при изменении одного из этих факторов на единицу:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | *∂TR* |  | *∂TR* |  |  |  |  | *∂TR* |  | *∂TR* |  |  |  |  |
| *E* | *=* | *∂Q* | *=* | *×* | *Q* | *èëè E* | *=* | *∂P* | *=* | *×* | *P* | *.* | *(4.5)* |
| *TR* | *∂Q* | *TR* | *TR* | *∂P* |  |
| *r* |  |  |  | *r* |  |  |  | *TR* | |  |
|  |  | *Q* |  |  |  |  |  |  | *P* |  |  |  |  |  |  |

На объем общей выручки влияет ценовая эластичность спроса. Если спрос неэластичный, то общая выручка продавца изменяется в том же направлении, что и цена реализуемого товара. При эластичном спросе направления изменений общей выручки и цены противоположны. Если спрос единичной эластичности, величина общей выручки не меняется.