



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РІШЕННЯ

25 травня 2017 р.

Київ

№ 221-р

Про результати розгляду
справи про концентрацію

Антимонопольний комітет України, розглянувши справу № 24-25/4-17-ЕК про концентрацію у вигляді придбання компанією «HP Inc.» (м. Пало-Альто, Каліфорнія, США) акцій компанії «S-Printing Solution Co., Ltd.» (м. Сувон, Республіка Корея), що забезпечує перевищення 50 відсотків голосів у вищому органі управління компанії,

ВСТАНОВИВ:

1. ПРЕДМЕТ СПРАВИ

- (1) Концентрація полягає у придбанні компанією «HP Inc.» акцій компанії «PrinterOn Inc.», що забезпечує перевищення 50 відсотків голосів у вищому органі управління компанії.
- (2) Компанія «HP Inc.» придбає бізнес із виробництва і продажу принтерів, яким прямо або опосередковано володіє компанія «Samsung Electronics Co., Ltd» (м. Сувон, Республіка Корея) (далі – Бізнес з виробництва та реалізації принтерів).

2. КВАЛІФІКАЦІЯ ДІЙ

- (3) Відповідно до пункту 4 частини другої статті 22 Закону України «Про захист економічної конкуренції» концентрацією визнається, зокрема, безпосереднє або опосередковане придбання, набуття у власність іншим способом чи одержання в управління часток (акцій, паїв), що забезпечує досягнення чи перевищення 25 або 50 відсотків голосів у вищому органі управління відповідного суб'єкта господарювання. Отже, заявлені дії, відповідно до вказаної статті, є концентрацією.

3. УЧАСНИКИ КОНЦЕНТРАЦІЇ

- (4) Компанія «HP Inc.» (Група Покупця) та компанії «S-Printing Solution Co., Ltd.» і «Samsung Electronics Co., Ltd» (Група Продавця).

4. ПРОЦЕДУРНІ ДІЇ

- (5) До Антимонопольного комітету України (далі – Комітет) надійшла заява уповноваженого представника компаній «HP Inc.» та «Samsung Electronics Co., Ltd» від 29.11.2016 № 1414/01 (zareestrovana v Komiteti 29.11.2016 za № 15-01/574-EKk)

- про надання дозволу компанії «HP Inc.» на придбання акцій компанії «PrinterOn Inc.», що забезпечує перевищення 50 відсотків голосів у вищому органі компанії.
- (6) Розпорядженням державного уповноваженого Комітету від 10 січня 2017 року № 06/6-р розпочато розгляд справи 24-25/4-17-ЕК про концентрацію у зв'язку з виявленням у поданих матеріалах підстав для заборони концентрації.
 - (7) Під час розгляду справи були опитані:
 - (8) учасники ринку принтерів звичайного формату, а саме: суб'єкти господарювання, що є конкурентами учасників концентрації (листи Комітету були надіслані 13.01.2017 за № 24-25/06-385 відповідно до реєстру), споживачі та мережі, через які реалізуються принтери (листи Комітету були надіслані 10.02.2017 за № 24-25/06-1425 відповідно до реєстру);
 - (9) Асоціація підприємств інформаційних технологій України (лист Комітету був надісланий 22.12.2017 за № 24-25/06-13632);
 - (10) 12 січня 2017 року на офіційному сайті Комітету, офіційній сторінці Комітету у Facebook та у дайджесті Комітету було розміщено текст повідомлення про розгляд справ про концентрацію на ринках принтерів звичайного формату.

5. ІНФОРМАЦІЯ ПРО УЧАСНИКІВ КОНЦЕНТРАЦІЇ

- (11) За інформацією заявників:
- (12) компанія «S-Printing Solution Co., Ltd.» разом з іншими суб'єктами господарювання – нерезидентами України утворюють бізнес із виробництва і продажу принтерів, якими прямо або опосередковано володіє компанія «Samsung Electronics Co., Ltd.»;
- (13) компанія «Samsung Electronics Co., Ltd» здійснює діяльність з управління корпоративними правами суб'єктів господарювання, що пов'язані з нею відносинами контролю, та безпосередньо не здійснює жодної господарської діяльності на території України;
- (14) компанія «Samsung Electronics Co., Ltd» разом із суб'єктами господарювання – резидентами та нерезидентами України утворює групу Samsung Electronics, яка здійснює діяльність з виробництва та реалізації електронних пристроїв (у тому числі телевізорів, моніторів, кондиціонерів, пральних машин та принтерів), інформаційних технологій та систем мобільного зв'язку (у тому числі мобільних телефонів, смартфонів та планшетів), а також пристроїв (таких, як напівпровідники та процесори для мобільних додатків);
- (15) Група Samsung Electronics на території України здійснює діяльність лише через:
- (16) товариство з обмеженою відповідальністю «Самсунг Електронікс Україна Компані» (м. Київ, Україна), яке здійснює діяльність з продажу мобільних пристроїв та аксесуарів, аудіо- та відеотехніки (а саме: цифрових камер, DVD-плеєрів, домашніх кінотеатрів тощо), телевізорів та аксесуарів (LCD, LED, SUHD, UHD, FHD, HD, PDP), комп'ютерного обладнання (LCD моніторів та принтерів), засобів збереження даних та побутової техніки;
- (17) компанія «HP Inc.» здійснює діяльність з постачання брендового автоматизованого офісного обладнання;
- (18) компанія «HP Inc.» пов'язана відносинами контролю із суб'єктами господарювання – резидентами та нерезидентами України, які утворюють групу HP, яка здійснює діяльність із виробництва та реалізації персональних комп'ютерів та інших пристроїв доступу, обробки зображень та поліграфічної продукції, а також пов'язаних з ними технологій, рішень та послуг;
- (19) на території України група HP здійснює діяльність лише через:
- (20) компанію «HP Inc.», яка здійснює діяльність з продажу принтерів та персональних систем (комп'ютерів);
- (21) суб'єктами господарювання – нерезидентами України, які здійснюють діяльність з реалізації принтерів звичайного формату та персональних систем (комп'ютерів).

6. ОПИС РИНКІВ, НА ЯКИХ ВІДБУВАЄТЬСЯ КОНЦЕНТРАЦІЯ, РИНКОВІ ЧАСТКИ УЧАСНИКІВ КОНЦЕНТРАЦІЇ ТА РІВНІ КОНЦЕНТРАЦІЇ НА ЗАДІЯНИХ ТОВАРНИХ РИНКАХ

- (22) Під час розгляду справи встановлено наступне:
- (23) компанія «HP Inc.» і Активи з виробництва та реалізації принтерів здійснюють діяльність з постачання брендового автоматизованого офісного обладнання, а саме: принтерів звичайного формату, у сегментах лазерних принтерів та струменевих принтерів, які включають в себе однофункціональні принтери (далі – ОФП) та багатофункціональні пристрої (далі – БФП);
- (24) отже, задіяними товарними ринками в заявленій концентрації є загальнодержавні ринки принтерів звичайного формату, у сегментах лазерних принтерів та струменевих принтерів, які включають в себе індивідуальні принтери та БФП.
За інформацією заявників:
- (25) принтер являє собою пристрій, який перетворює текст і графіку з комп'ютера, цифрової камери, камери телефона або карти пам'яті і виводить інформацію у вигляді паперового документа.
- (26) Принтери звичайного формату поділяються:
- (27) за функціями: на ОФП, які перетворюють текст і графіку з комп'ютера, цифрової камери, камери телефона або карти пам'яті і виводить інформацію у вигляді паперового документа та БФП, які роздруковують інформацію і виконують хоча б одну з нижчезазначених додаткових функцій: роблять копії, мають функцію факсу або сканування;
- (28) останнім часом все більше переваг як з боку попиту, так і з боку пропозиції надається БФП. Наразі різниця в ціні між ОФП та БФП стала набагато меншою, ніж 15 років тому, і БФП витісняють ОФП;
- (29) за кольором друку: на чорно-білі (далі – монохромні) та кольорові. Різниця в ціні між монохромними і кольоровими значно зменшилася за останні 15 років;
- (30) витратні матеріали для принтерів складаються в основному з лазерних тонерів і картриджів, які є змінними картриджами, що містять порошок тонера, а іноді фоточутливий барабан, на якому лазерний принтер формує зображення для друку. Картриджі та тонери для принтерів можна класифікувати на (а) брендові (тобто такі, що виробляються та продаються під тією ж торговою маркою, що і сам принтер того ж виробника); (б) від виробника (тобто постачальників, які мають виробничі потужності для виробництва тонерів і картриджів); та (в) приватної торгової марки (тобто сторонніх постачальників, які не мають виробничих потужностей, але позначають продукцію власним брендом);
- (31) сукупні частки Групи HP та Групи Samsung Electronics на ринку принтерів звичайного формату за підсумками 2013, 2015 років та I кварталу 2016 року [конфіденційна інформація], за підсумками 2014 року – [конфіденційна інформація];
- (32) у 2015 році Група HP в Україні була [конфіденційна інформація] за кількістю поставок постачальником принтерів звичайного формату, у той час як Група Samsung Electronics була [конфіденційна інформація] за кількістю поставок постачальником;
- (33) ринкові частки Групи Samsung Electronics на ринку принтерів звичайного формату протягом 2013 – 2016 років [конфіденційна інформація].
- (34) сукупні частки Групи HP та Групи Samsung Electronics на ринку принтерів звичайного формату в сегменті лазерних принтерів за підсумками 2013 - 2015 років та I кварталу 2016 року перевищують [конфіденційна інформація];

- (35) частка Групи HP на ринку принтерів звичайного формату в сегменті струменевих принтерів за підсумками 2013 - 2015 років та I кварталу 2016 року *[конфіденційна інформація]*;
- (36) Група Samsung Electronics не здійснює діяльності на ринку принтерів звичайного формату в сегменті *[конфіденційна інформація]* в Україні, або будь-де у світі, крім Південної Кореї;
- (37) сукупні частки Групи HP та Групи Samsung Electronics на ринку принтерів звичайного формату в сегменті БФП принтерів за підсумками 2013 - 2015 років та I кварталу 2016 року *[конфіденційна інформація]*.

7. ЩОДО КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКАХ ПРИНТЕРІВ ЗВИЧАЙНОГО ФОРМАТУ

- (38) За інформацією заявників:
- (39) учасники концентрації зазнають конкуренції з боку інших суб'єктів господарювання, доказом чого є:
- (40) *[конфіденційна інформація]* частки Групи HP на ринку принтерів звичайного формату у період з 2013 року по I квартал 2016 більше ніж на *[конфіденційна інформація]*;
- (41) одночасне зростання частки основних конкурентів на ринку принтерів звичайного формату, таких, як Група Canon, Група Konica Minolta та компанія «Ricoh»;
- (42) зміна способу реалізації принтерів. *[конфіденційна інформація]*. Саме споживачі стимулюють постачальників переходити на договірні відносини, що дозволяє останнім мінімізувати свої витрати та більш ефективно управляти загальними потребами, пов'язаними з друком;
- (43) основними конкурентами учасників концентрації на ринку принтерів звичайного формату є: *[конфіденційна інформація]*;
- (44) у процесі розвитку ринку виробники, розташовані у вищому ціновому сегменті ринку принтерів (наприклад, *[конфіденційна інформація]*) почали розробляти меншу і дешевшу продукцію, щоб конкурувати з виробниками принтерів, такими, як *[конфіденційна інформація]*;
- (45) при цьому значна кількість світових виробників принтерів звичайного формату ще не здійснюють діяльності в Україні (або присутні в обмеженому форматі) і можуть вийти на ринок при мінімальних витратах та за короткий час, зокрема компанії: *[конфіденційна інформація]*;
- (46) крім того, існує ринок небрендованих принтерів (англ. OEM), який розглядається постачальниками принтерів як альтернатива через можливість залучати розробки і виробничі потужності інших виробників;
- (47) між найбільшими виробниками принтерів існує велика кількість контрактних відносин, а саме:
- (48) *[конфіденційна інформація]*;
- (49) *[конфіденційна інформація]*;
- (50) компанія «HP Inc.» має намір продовжувати такі відносини після концентрації, оскільки більший масштаб та повне використання виробничих потужностей зменшують витрати на виробництво в цілому.

8. АНАЛІЗ МОЖЛИВИХ АНТИКОНКУРЕНТНИХ НАСЛІДКІВ КОНЦЕНТРАЦІЇ

8.1. ОДНОСТОРОННІ АНТИКОНКУРЕНТНІ НАСЛІДКИ

- (51) залишення частини потужностей незадіяною є малоймовірним та не вигідним для учасників концентрації, оскільки обмеження потужностей призведе до зменшення обсягу виробництва та відповідно обсягів реалізації, і зменшення частки на ринку принтерів звичайного формату;

- (52) утримання від будівництва нових потужностей є малоймовірним, оскільки надлишкові потужності або тимчасово незадіяні потужності учасники концентрації можуть використовувати для виробництва «небрендіваних» принтерів, для компаній, які самостійно не здійснюють виробництва. Після концентрації Група НР матиме економічний стимул надалі продавати «небрендівані» принтери, оскільки більші масштаби та більше завантаження потужностей допоможуть заощадити кошти на все виробництво;
- (53) переорієнтація з одного ринку на інший є малоймовірною, оскільки потужності для виробництва принтерів можна переорієнтувати лише на виробництво принтерів іншого виду. При цьому зробити це можна досить швидко та без істотних додаткових витрат, оскільки діяльність з дослідження та розробки для принтерів звичайного формату поширюються на кілька моделей принтерів, а базова технологія, права інтелектуальної власності і ноу-хау є загальними для багатьох видів принтерів.

8.2. КООРДИНУЮЧІ НАСЛІДКИ (ЕФЕКТИ)

- (54) За інформацією заявників:
- (55) учасникам концентрації та іншим учасникам ринку не відомі будь-які ознаки координації та узгодженої поведінки на ринку принтерів звичайного формату в Україні;
- (56) стосовно попиту споживачі матимуть можливість легко та своєчасно змінити постачальника принтерів, що перешкоджатиме гіпотетичній спробі вступити в змову на ринку;
- (57) стосовно постачання не існує залежності між постачальниками і виробниками принтерів звичайного формату;
- (58) отже, з урахуванням характеристик ринку принтерів звичайного формату, конкуренти не мають і не матимуть можливості чи стимулу займатись координацією в результаті здійснення концентрації.

9. ВРІВНОВАЖУЮЧІ ЧИННИКИ

9.1. ВРІВНОВАЖУЮЧА ВЛАДА ПОКУПЦЯ

За інформацією заявників:

- (59) стосовно попиту вважається, що асортимент принтерів звичайного формату є взаємозамінним для більшості споживачів: покупці одного виду принтерів звичайного формату регулярно розглядають можливість і купують альтернативні принтери як за видами, так і за брендами;
- (60) споживачі, у разі гіпотетичного підвищення цін учасниками концентрації, можуть звернутись та звернуться до інших постачальників без значних грошових та/або часових затрат;
- (61) споживачами учасників концентрації є:
- (62) корпоративні дистриб'ютори, великі торгові партнери, які діють на державному чи регіональному ринках, охоплюють середній і великий бізнес. Їх бізнес-моделі, як правило, мають більш широкий спектр послуг, ніж у дрібніших дилерів;
- (63) традиційні дистриб'ютори, IT-перепродавці, які охоплюють широке коло кінцевих споживачів, від домашніх користувачів до підприємств середнього бізнесу, залежно від розміру, асортименту товарів, клієнтської бази, а також географічного положення споживачів (від невеликих магазинів до більших підприємств, що включають професійних користувачів і компанії);
- (64) роздрібні дистриб'ютори, які здійснюють продажі товарів домашнім користувачам і малому бізнесу на транзакційних умовах;
- (65) споживачі, дистриб'ютори не зазнають значних витрат при зміні постачальника завдяки невеликим витратам і врівноважувачій купівельній спроможності клієнтів,

можуть легко і швидко знайти альтернативні джерела постачання принтерів звичайного формату та легко замінити один вид принтера (одного виробника) іншим (виробника, який конкурує з учасниками концентрації);

- (66) крім того,
 - кінцевий споживач може легко порівняти ціни та продукцію різних виробників, які знаходяться у відкритому доступі;
 - не вимагається жодних істотних витрат для того, щоб змінити вид принтера або бренд принтера;
 - більшість кінцевих споживачів купують принтери для дому та малого бізнесу без особливих вимог до виду або функцій, що дозволяє легко та швидко змінити постачальника;
- (67) з огляду на наявну владу покупця, споживачі зможуть протистояти будь-якому гіпотетичному підвищенню цін після злиття, що зробить таке підвищення не вигідним.

9.2. ОПИС ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ВСТУП НА РИНОК ПРИНТЕРІВ ЗВИЧАЙНОГО ФОРМАТУ

9.2.1. Витрати, пов'язані із вступом на ринок принтерів звичайного формату в Україні *За інформацією заявників:*

- (68) бар'єри для вступу, розширення та зміни позиції на ринку принтерів звичайного формату є низькими.
- (69) Більшість гравців ринку здійснюють діяльність у всьому світі, але мають незначну присутність або не присутні в Україні. Такі виробники, зокрема компанії «Lenovo», «Kodak», «Fujitsu», могли б легко, своєчасно та без істотних затрат увійти на український ринок принтерів звичайного формату.
- (70) Сукупна вартість вступу на ринок не є значною, інфраструктура є широко доступною:
- (71) діяльність з дослідження та розробки для принтерів звичайного формату поширюється одночасно на декілька моделей принтерів, а базові технології, інтелектуальна власність та ноу-хау є спільними для багатьох видів принтерів. Крім того, різні види принтерів звичайного формату зазвичай виробляються на одних і тих самих виробничих потужностях з використанням схожого обладнання та таких самих базових компонентів (запчастин).
- (72) Для того, щоб почати виробляти принтери з новими функціями не вимагається значних зусиль, багато часу або значних інвестицій, а також не потрібно створювати нові мережі постачання. Виробники принтерів додають нові моделі/лінії продукції, а інвестиції для розширення виробництва є незначними та можуть бути завершені за короткий проміжок часу.

9.2.2. Юридичні або регуляторні бар'єри вступу *За інформацією заявників:*

- (73) відсутні істотні обмеження, пов'язані з регуляторними вимогами, інтелектуальною власністю та економією за рахунок збільшення масштабів.
- (74) Учасники концентрації вважають, що закони, нормативно-правові акти та промислові стандарти, що застосовуються до галузі принтерів звичайного формату в Україні, не діють як бар'єри, які можуть перешкоджати входу на ринок, розширенню або зміні положення на ринку.
- (75) Отже, за винятком незначних витрат та певних регуляторних бар'єрів (отримання висновку санітарно-епідеміологічної експертизи), фактично не існує жодних інших перешкод для вступу на відповідний ринок.

10. ПЕРСПЕКТИВИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКІВ ПРИНТЕРІВ ЗВИЧАЙНОГО ФОРМАТУ

За інформацією заявників:

- (76) за оцінками компанії «International Data Corporation» ринок принтерів звичайного формату в Україні найближчими роками матиме [конфіденційна інформація] сукупного щорічного коефіцієнта зростання на рівні [конфіденційна інформація];
- (77) разом з тим, обсяг ринку принтерів звичайного формату як у світі, так і в Україні скорочується, оскільки технології та конвертовані ціни призводять до переходу споживачів на іншу продукцію;
- (78) новітні технології та новітні пристрої є високою загрозою для галузі принтерів як в Україні, так і в усьому світі, які значно знижують загальний попит на друковану продукцію протягом останніх років;
- (79) Інтернет, планшети і мобільні пристрої стають все більш популярними для читання книг, журналів, газет, оскільки вони можуть бути доступні в аудіо- або у цифровому форматі, зменшуючи попит на друковану продукцію;
- (80) зростання хмарних веб-додатків, таких, як Google Drive та Gmail, також вплинули на зменшення попиту принтерів, дозволяючи споживачам отримувати доступ до документів та електронних листів з будь-якого пристрою;
- (81) споживачі шукають (та продовжуватимуть у майбутньому шукати) способи скорочення відходів, стають більш екологічно свідомими і користуються розробленими відповідними альтернативами друкованих документів;
- (82) з 2013 року загальний ринок принтерів звичайного формату в Україні [конфіденційна інформація] до [конфіденційна інформація] у 2014 році й до [конфіденційна інформація] у 2015 році;
- (83) разом з цим аналітичні прогнози ринку принтерів звичайного формату є досить оптимістичними, аналітики прогнозують можливе зростання ринку найближчими роками;
- (84) 2015 рік змінив баланс між струменевими і лазерними пристроями. Останні почали відвойовувати частку у струменевої техніки;
- (85) компанія «Epson» також зміцнила лідерські позиції на українському ринку струменевого друку, збільшивши частку в грошовому вираженні до [конфіденційна інформація]. Цей сегмент буде пріоритетним для компанії і очікується [конфіденційна інформація] обсягу ринку [конфіденційна інформація] друку і збереження позиції лідера в цьому сегменті;
- (86) за останні кілька років корпоративний клієнт став звертати увагу на енергозбереження пристроїв. Очікується, що в поточному році вимоги споживачів до друку не сильно зміняться, але буде ще більше уваги приділятися економії, в т.ч. за рахунок енергозбереження;
- (87) учасники ринку розраховують на економічні реформи, які повинні змінити ситуацію в бізнесі, і особливо в секторі малого та середнього бізнесу;
- (88) наразі помітна зміна структури ринку принтерів звичайного формату, зокрема, зростає попит на лазерні апарати, простежується тенденція зниження собівартості кольорового лазерного друку і збільшення попиту на відповідні витратні матеріали;
- (89) приділяється значна увага розвитку програм підтримки авторизованих сервісних центрів і таким продуктам, як комплексне корпоративне обслуговування «під ключ», що включає заправку пристроїв друку, ремонт та інші послуги;
- (90) існує відкладений попит і, в разі економічного зростання, неминуче збільшення потреб бізнесу, у тому числі й у техніці для друку;
- (91) ці чинники, за деякими оцінками, повинні спричинити вибухове зростання ринку і повернення протягом року-двох до показників 2012-2013 років, коли ринок досягнув найбільших обсягів реалізації;

- (92) на думку IDC, найближчими роками очікується початок відновлення ринку друкарської техніки. У сегменті лазерних пристроїв невелике зростання спостерігалось вже у другому півріччі 2015 року;
- (93) Отже, враховуючи викладене, очікується зростання ринку принтерів звичайного формату в Україні.

11. АНАЛІЗ ВІДПОВІДЕЙ, ЩО НАДІЙШЛИ ВІД УЧАСНИКІВ ЗАДІЯНОГО РИНКУ

- (94) Під час розгляду справи про концентрацію були опитані конкуренти учасників концентрації, дистриб'ютори та торговельні мережі, споживачі принтерів звичайного формату.
- (95) Дистриб'ютори, торговельні мережі, конкуренти та споживачі вважають, що:
- (96) рівень конкуренції на ринках принтерів звичайного формату є високим, що пояснюється наявністю великої кількості конкурентів, асортименту продукції на ринку, а також відсутністю істотних бар'єрів для входження на ринки нових суб'єктів господарювання;
- (97) товари учасників концентрації (принтери звичайного формату) можуть бути взаємозамінними з аналогічними товарами інших виробників;
- (98) споживач (дистриб'ютор) не обмежений у виборі виробників/постачальників, які здатні замінити один одного протягом короткого часу та без суттєвих витрат;
- (99) зазначена концентрація не буде мати вплив на функціонування ринку принтерів звичайного формату.

12. ПОЗИТИВНИЙ ЕФЕКТ ВІД ЗДІЙСНЕННЯ ЗАПЛАНОВАНОЇ КОНЦЕНТРАЦІЇ

- (100) За інформацією заявників:
- (101) вказана концентрація надасть можливість доповнити асортимент товарів учасників концентрації та поєднає досвід Групи НР з виробництва [конфіденційна інформація] і [конфіденційна інформація] Групи Samsung Electronics [конфіденційна інформація] бізнесом;
- (102) вказана концентрація надасть можливість Групі НР швидко і легко запроваджувати інновації, технічні вдосконалення, задовольняти потреби клієнтів, швидше та ефективніше реагувати на запити щодо налаштування;
- (103) після здійснення концентрації компанія НР буде ефективніше конкурувати із сильними учасниками ринку, зокрема компанією [конфіденційна інформація] та іншими учасниками ринку, які пропонують більш низькі ціни, шляхом запровадження інноваційних принтерів за більш доступними цінами.
- (104) При цьому ціни залишатимуться конкурентоспроможними, а зменшення та обмеження виробництва принтерів не планується.

13. ВИСНОВКИ

- (105) Отже, враховуючи, що:
- (106) принтери всіх виробників (у тому числі учасників концентрації) мають майже однакові базові технічні характеристики, можуть бути взаємозамінними між собою;
- (107) рівень конкуренції на ринку принтерів звичайного формату в Україні учасниками ринку оцінюється як високий;
- (108) на задіяному ринку відзначається значна влада покупця – як дистриб'юторів (торгових мереж), так і кінцевих споживачів, які у свою чергу формують бізнес плани дистриб'юторів;
- (109) ціна зміни постачальника є низькою, споживачі здебільшого надають перевагу не бренду, а цінам;

- (110) на українському ринку присутня велика кількість постачальників принтерів та є чимало потенційних світових учасників ринку, які можуть вийти в будь-який момент на український ринок;
- (111) учасникам концентрації недоцільно підвищувати ціни на свої товари, оскільки їх конкуренти швидко і без великих затрат зможуть збільшити або розпочати свою присутність в Україні;
- (112) ринок знаходиться в зрілій фазі та характеризується перевищенням пропозиції над попитом;
- (113) у результаті здійснення концентрації малоімовірно настання антиконкурентних наслідків та координуючих ефектів на задіяному ринку;
- (114) відсутні значні адміністративні бар'єри на імпорт принтерів звичайного формату;
- (115) бар'єри для вступу та розширення на ринку є низькими;
- (116) заявлена концентрація не призводить до монополізації чи суттєвого обмеження конкуренції на ринках принтерів звичайного формату в Україні.
- (117) Враховуючи викладене, керуючись статтями 7 та 14 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтями 25 і 31 Закону України «Про захист економічної конкуренції» та підпунктами 1, 9 пункту 9 розділу XII Положення про порядок подання та розгляду заяв про попереднє отримання дозволу Антимонопольного комітету України на концентрацію суб'єктів господарювання, затвердженого розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19 лютого 2002 року № 33-р, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 21 березня 2002 року за № 284/6572 (у редакції розпорядження Антимонопольного комітету України від 21.06.2016 № 14-рп), Антимонопольний комітет України

ПОСТАНОВИВ:

Надати дозвіл на концентрацію у вигляді придбання компанією «HP Inc.» (м. Пало-Альто, Каліфорнія, США) акцій компанії «S-Printing Solution Co., Ltd.» (м. Сувон, Республіка Корея), що забезпечує перевищення 50 відсотків голосів у вищому органі управління компанії.

Голова Комітету

Ю. ТЕРЕНТЬЄВ