

**VAASAN YLIOPISTO
KAUPPATIETEELLINEN TIEDEKUNTA
TALOUSOIKEUS**

Mikko Toivonen

**YRITYSKAUPPAVALVONTA KOTIMAISTEN YRITYSKAUPPOJEN
NÄKÖKULMASTA**

Taloustieteiden
pro gradu -tutkielma

Vaasa 2012

SISÄLLYSLUETTELO

LYHENNELUETTELO	3
KUVIOLUETTELO.....	7
TIIVISTELMÄ	9
1. JOHDANTO	11
1.1 Tutkimusaiheen kuvaus	11
1.2 Tutkimustehtävä ja aiheen rajaus.....	12
1.3 Tutkimuksen eteneminen.....	14
2. YRITYSKAUPPAVALVONNAN SÄÄNTELY.....	16
2.1 Kilpailuoikeus.....	16
2.2 Yrityskauppa- ja kilpailuvalvonta Euroopan unionin sulautuma-asetuksessa	19
2.3 Euroopan komission rooli yrityskauppa- ja kilpailuvalvonnassa.....	21
2.4 Yrityskauppa- ja kilpailuvalvonta Suomen kilpailulaissa.....	24
2.5 Kotimaan kilpailuviranomaiset.....	26
3. YRITYSKAUPPA	28
3.1 Määritelmä	28
3.1.1 Määräysvallan hankkiminen.....	30
3.1.2 Liiketoiminnan tai sen osan hankkiminen	32
3.1.3 Sulautuminen	33
3.1.4 Toiminnallisen yhteisyrityksen perustaminen	34
3.2 Yrityskaupan liitännäisrajoitukset	36
3.3 Yrityskauppojen kilpailuvaikutukset	37
3.4 Yrityskauppatyyppien vaikutukset kilpailuun	38
3.5 Yrityskauppa- ja kilpailuvalvonnan vuosikatsaus.....	40
4. ILMOITTAMISEEN LIITTYVÄ MENETTELY	43
4.1 Menettely ennen yrityskaupan ilmoittamista Kilpailuvirastolle	43
4.2 Kilpailuviraston menettely yrityskaupan ilmoittamisen jälkeen	46
4.3 Täytäntöönpanokielto	49
4.4 Seuraamus ilmoitusvelvollisuuden laiminlyönnistä	50

5. YRITYSKAUPAN ARVIOINTI.....	52
5.1 SIEC-testi.....	52
5.2 Määräävän markkina-aseman merkitys arvioinnissa.....	55
5.3 Relevanttien markkinoiden määrittely.....	57
5.3.1 Relevantit hyödykemarkkinat.....	58
5.3.2 Relevantit maantieteelliset markkinat	61
5.4 Kilpailun olennainen estyminen	62
5.5 Yrityskaupan kieltäminen ja ehtojen asettaminen	65
6. YHTEENVETO JA LOPPUPÄÄTELMÄT.....	69
LÄHDELUETTELO.....	76
YRITYSKAUPPATAPAUSLUETTELO	82

LYHENNELUETTELO

ECN	Euroopan unionin kilpailuviranomaisten yhteistyöverkosto (European Competition Network)
EU	Euroopan unioni
EY	Euroopan yhteisö
HE	Hallituksen esitys Eduskunnalle
KIVI	Kilpailuvirasto
MAO	Markkinaoikeus
SEUT	Euroopan unionin toiminnasta tehty sopimus

KUVIOLUETTELO

Kuvio 1.	Yrityskaupan valvovan viranomaisen valinta kriteerien mukaan.	23
Kuvio 2.	Suomen kilpailuviranomaiset ja niiden väliset toimivaltasuhteet.	26
Kuvio 3.	Yrityskauppojen kokonaismääränsuhde yrityskauppavalvonnan alaisiin yrityskauppoihin Suomessa.	40
Kuvio 4.	Yrityskauppojen käsittelykaavio.	44
Kuvio 5.	Yrityskaupan valvontaprosessi.	48

VAASAN YLIOPISTO**Kauppätieteellinen tiedekunta**

Tekijä:	Mikko Toivonen	
Tutkielman nimi:	Yrityskauppavalvonta kotimaisten yrityskauppojen näkökulmasta	
Ohjaaja:	Brita Herler	
Tutkinto:	Kauppätieteiden maisteri	
Laitos:	Talousoikeuden laitos	
Oppiaine:	Talousoikeus	
Aloitusvuosi:	2007	
Valmistumisvuosi:	2012	Sivumäärä: 82

TIIVISTELMÄ

Yrityskaupat ovat olennainen osa vapaasti ohjautuvaa markkinatalouden kiertokulkua ja rakennemuutosta. Yrityskaupan kautta voidaan kasvattaa ja vahvistaa markkinaosuutta, tukea kasvua, vähentää kilpailua ja lisätä yrityksen arvoa sekä hankkia uutta tietotaitoa, tuotantokapasiteettia ja reaaliomaisuutta. Kilpailuoikeudessa tunnettu termi yrityskauppa on hyvin laaja, sillä se kattaa paitsi määräysvaltaan johtavan omistuskaupan myös substanssikaupan ja fuusion.

Suomen lainsäädäntö asettaa tiettyjä rajoituksia yrityskaupan toteutumiselle. Yrityskauppavalvonnan tavoitteena on varmistaa markkinoiden kilpailullinen rakenne puuttumalla tarpeen tullen etukäteen yrityskauppoihin, joiden seurauksena kilpailu estyisi olennaisesti Suomen markkinoilla tai niiden oleellisella osalla. Suomessa Kilpailuviraston tehtäviin kuuluvat kaikki ensiasteiset yrityskauppapäätökset lukuun ottamatta yrityskaupan kieltämistä tai seuraamusmaksun määräämistä, jotka kuuluvat markkinaoikeuden tehtäviin. Euroopan komission valvontatehtäviin kuuluvat sille säännellyt yhteisönlaajuiset yrityskaupat

Marraskuussa 2011 Suomessa voimaan tuli uusi kilpailulaki, joka korvasi vuodesta 1992 sovelletun kilpailurajoituslain. Uudistuksen myötä kotimaisessa yrityskauppavalvonnan arvioinnissa siirryttiin soveltamaan EU:n sulautuma-asetuksessa käytettyä SIEC-testiä, joka korvasi entisen kilpailurajoituslain dominanssitestin. Lisäksi lakimuutos harmonisoi Suomen yrityskauppavalvonnan vastaamaan entistä paremmin Euroopan unionin sulautuma-asetusta.

AVAINSANAT: yrityskauppa, yrityskauppavalvonta, kilpailulaki, kilpailuoikeus, sulautuma-asetus, SIEC-testi

1. JOHDANTO

1.1 Tutkimusaiheen kuvaus

Kilpailulainsäädännön tarkoitus on taata, että taloudellinen kilpailu toimii. Lainsäädännöllä suojataan kilpailumekanismia itsessään, ei yksittäisiä yrityksiä tai sopimussuhteita. Suojattu kilpailumekanismi kannustaa yrityksiä hyödyntämään käytettävissä olevia resurssejaan mahdollisimman tehokkaasti ja tuottamaan parempia tuotteita ja palveluita kuluttajien tarpeiden mukaan.¹

Markkinatalouden kannalta yrityskaupat ovat olennainen osa vapaasti ohjautuvaa markkinatalouden kiertokulkua ja rakennemuutosta. Yrityskaupat ovat osa yritysjohton liiketoimintastrategiaa, jonka kautta yritykset ja talouden eri sektorit pyrkivät sopeutumaan muuttuviin markkinaolosuhteisiin. Sopeutumisen seurauksena markkinoille syntyy monesti yrityskeskittymiä, koska tehottomat yritykset tippuvat kilpailun aiheuttamasta paineesta johtuen markkinoilta pois.²

Vaikka markkinoiden itseohjautuvuutta pidetään teoreettisesti markkinoiden kehityksen kannalta tehokkaimpana vaihtoehtona, tarvitsevat yrityskaupat tietyissä tapauksissa julkista valvontaa. Valvonnan tavoitteena on taata markkinoiden kilpailullinen rakenne estämällä etukäteen kilpailulle ja yhteiskunnalle haitalliset yrityskaupat.³

Haitallisiksi yrityskaupoiksi mielletään yleisesti kaupat, joissa yritykselle syntyy määräävä markkina-asema, jonka seurauksena kilpailu markkinoilla heikentyy. Määräävä markkina-asema ei sinällään ole kielletty, vaan olennaista on keskittyä kokonaiskuvaan ja tutkia nimenomaan sitä, aiheuttaako yrityskauppa negatiivisia vaikutuksia markkinoille. Yrityskaupan kieltäminen tulisi näillä perusteilla aiheelliseksi vasta silloin, kun tehokas kilpailu estyy kaupan vaikutuksesta. Ennen yrityskaupan kieltämistä tai ehtojen asettamista kaupalle, tulisi arvioida, estääkö kauppa merkittävästi tehokasta kilpailua Suomen markkinoilla tai niiden oleellisella osalla.⁴ Vuodesta 1998 lähtien, jolloin kilpailuvalvontasäännökset sisältänyt lainuudistus tuli voimaan, on Kilpailuvirasto puuttunut säännöksen perusteella noin 25 yrityskauppaan antamalla

¹ KIVI 2011 Selkeyttä kilpailuasioihin -seminaari.

² Kuoppamäki 2012: 287.

³ KIVI 2012 Yrityskauppavalvonta.

⁴ HE 88/2010.

kaupan syntymiselle ehtoja. Kahdessa tapauksessa Kilpailuvirasto on jopa joutunut antamaan markkinaoikeudelle yrityskaupan kieltämistä suosittelleen ehdotuksen.⁵

Eduskunnassa pitkään valmisteilla ollut uusi kilpailulaki tuli voimaan 1.11.2011. Laki korvasi vuonna 1992 voimaan tulleen kilpailurajoituslain. Lakiuudistukseen vaikutti tarve johdonmukaistaa lakia vastaamaan paremmin tämän päivän vaatimuksia ja yhdenmukaistaa Suomen kilpailurajoituslaki EU:n kilpailuoikeudellisen sääntelyn kanssa. Yrityskauppavalvonnan näkökulmasta Suomen kilpailulaki pohjautuu vuonna 2004 voimaan tulleeseen Euroopan unionin sulautuma-asetukseen. Yrityskaupat, jotka ylittävät tietyt liikevaihtorajat, on asetuksen mukaan ilmoitettava Euroopan komissiolle, jolla on yksinomainen toimivalta tutkia yhteisölaajuiset yrityskeskittymät.⁶

EU:lla on ollut erittäin suuri vaikutus nykyistä kilpailuoikeutta rakentavana tahona erityisesti Euroopassa, mutta myös koko maailmassa. Euroopan unionin jäsenvaltiot ovat siirtäneet toimivaltaansa kansalliselta tasolta Euroopan unionin tason toimielimille ja pyrkineet yhteen sovittamaan toimintatapojaan yhdentymisen eri osa-alueilla sekä suhteessa kolmansiin maihin ja kansainvälisiin prosesseihin.⁷ Vaikka EU:n jäsenvaltioiden ei tarvitsekaan sanataarkasti kopioida yrityskauppavalvonnan perustana olevia EU:n sulautuma-asetuksen määräyksiä, on kotimaisia lakeja vuosien aikana voimakkaasti yhdenmukaistettu komission linjausten suuntaan, jotta EU:n sisäisiltä kilpailupolitiikan ristiriidoilta vältyttäisiin. Edellä mainituista syistä johtuen kotimaisten yrityskauppojen sääntelyä käsittelevässä tutkimuksessa on kokonaiskuvan saavuttamiseksi otettava käsittelyyn paitsi Suomen, myös yhteisötason näkökulmat.⁸

1.2 Tutkimustehtävä ja aiheen rajaus

Tässä tutkimuksessa tutkitaan yrityskauppavalvonnan roolia Suomessa tehtävissä yrityskaupoissa. Tähän perustuen ensimmäinen tutkimustehtävä on pyrkiä havainnollistamaan, mitkä yrityskaupat kuuluvat ja millä perustein, yrityskauppavalvonnan alaisuuteen ja ovat täten velvollisia tekemään pakollisen yrityskauppailmoituksen. Vain murto-osa Suomessa tehtävistä yrityskaupoista täyttää kilpailulaissa ja erityisesti sulautuma-asetuksessa määritellyt ilmoitusvelvollisen yrityskaupan kriteerit. Tutkimuksessa etsitään kilpailuviranomaisjärjestelmän avaamisen kautta perusteet sille, missä tilanteissa

⁵ Talouselämä 2011 Harvinainen tapaus: Kilpailuvirasto torjuu Destia-NCC-yrityskaupan.

⁶ HE 88/2010.

⁷ Ojala 2011: 35.

⁸ Aalto-Setälä, Aine, Lehto, Parikka, Petäjäniemi-Björklund, Stenborg & Virtanen 2008: 352.

yrityskaupan osapuolet ovat joko kotimaisen tai yhteisön tason viranomaista kohtaan ilmoitusvelvollisia.

Toinen tutkimuksen päätehtävä on selvittää kilpailulain alaisten yrityskauppojen arviointia. Huomio kiinnittyy arviointiperusteisiin, joita käyttäen Kilpailuvirasto arvioi kilpailulle haitallisten ja määräävän markkina-aseman synnyttävien yrityskauppojen ehtojen asettamisen sekä yrityskauppojen kieltämisen. Tutkimustehtävää voidaan pitää perusteltuna, sillä nykyinen kilpailulaki on hyvin tuore ja siitä tehdyt tutkimukset ovat toistaiseksi erittäin harvassa. Kilpailulaki tuli voimaan marraskuussa vuonna 2011 tuoden yrityskauppavalvontaan monia uudistuksia, joista merkittävimpänä voidaan pitää yrityskauppojen arviointitestin muutosta dominanssitestistä SIEC-testiin⁹. Tutkimuksessa otetaan esille seikat arviointitestin muutoksen takana sekä avataan markkinamäärittelyä, johon kilpailun olennaisen estymisen arviointiprosessi pääsääntöisesti perustuu. Arviointiin liittyen, tutkimuksessa pyritään myös pintapuolisesti perustelevaan, miksi yrityskauppoja tulisi ylipäätään, kansantalouden näkökulmasta, valvoa.

Tutkimus keskittyy erityisesti Suomen kilpailulain neljänteen lukuun yrityskauppavalvonnasta. Lisäksi tutkimuksessa on huomioitava kotimaiseen yrityskauppavalvontaan suoraan vaikuttava, yrityskeskittymien valvonnasta annettu, Euroopan unionin sulautuma-asetus. Kilpailulainsäädäntöä pidetään yleisesti vaikeaselkoisena Euroopan unionin ja Suomen lakien aiheuttamasta monitasoisuudesta johtuen sekä arvioinnin ja käsittelyn tapauskohtaisen kokonaisarvioitavuuden takia¹⁰. Tutkimuksen kolmantena keskeisenä tehtävänä on selkeyttää alan kirjallisuudessa esiintyvää lainmuutoksista johtuvaa epä johdonmukaisuutta sekä käsite-eroavaisuuksia käyttämällä alan tuoreinta sanastoa mahdollisimman rationaalisesti. Lisäksi asioiden ymmärrettävyyttä pyritään helpottamaan yrityskauppatapausten sekä kuvioiden avulla, jotka havainnollistavat voimassa olevaa lakia sekä yleisiä periaatteita.

Tutkimustehtävän metodinen lähestymistapa on oikeusdogmaattinen eli lainopillinen. Lainoppi systematisoi ja tulkitsee voimassa olevan oikeuden oikeussääntöjä. Sen tarkoituksena on tuottaa perusteltuja tulkintakannanottoja voimassa olevan oikeuden sisällöstä sekä oikeudellisille päätöksentekijöille että kansalaisille. Oikeusdogmaattista tutkimustapaa hyödyntäen tutkimuksessa pyritään etsimään vastauksia tutkimusongelmiin voimassa olevaa lainsäädäntöä sekä muuta oikeudellista aineistoa apuna käyttäen.¹¹

⁹ Significant Impediment to Effective Competition.

¹⁰ Hiltunen, Tammivuori & Wallin 1998: 62.

¹¹ Siltala 2001: 16–17.

Tutkimusekonomisista syistä joudun jättämään tutkimuksen ulkopuolelle seuraavia asioita, vaikka ne tutkimustehtävään jolloin asteella liittyvätkin. Ensinnäkin, tutkimuksen aiheena on kotimainen yrityskauppa- ja valvonta. Tästä johtuen, vaikka kotimainen yritys- ja kauppa- ja valvonta pohjautuu lähes täysin Euroopan unionin sulautuma-asetukseen, käsitellään tutkimuksessa Euroopan unionin lakeja vain siinä määrin, kun se on kotimaisen yritys- ja kauppa- ja valvonnan lähtökohtien ja viranomaisjärjestelmän avaamiseksi tarpeellista. Rajaaminen poistaa tutkimuksen käsittelyalasta mm. tarkemman EU:n arviointi- ja ilmoitusprosessin selvittämisen, sillä ilmoitusvelvollisuuden alaisuuteen kuuluvat vain hyvin harvat kotimaiset yritys- ja kaupat. Myös tarkemmat analysoinnit ilmoitusvelvollisuuden liittyvistä liikevaihdon matemaattisista laskentaperiaatteista jätetään tarkastelun ulkopuolelle. Lisäksi tutkimuksessa perehdytään nimenomaan voimassaolevaan yritys- ja kauppa- ja valvontaan, ja syvällisemmät selvitykset historiallisista kehitysvaiheista jätetään tutkimuksen ulkopuolelle.

1.3 Tutkimuksen eteneminen

Johdannon jälkeisessä luvussa avataan Euroopan unionin sekä kotimaisen kilpailuoikeuden rakennetta pääpiirteittäin pohtimalla muun muassa niiden keskeisiä yhtymäkohtia ja yritys- ja kauppa- ja valvonnan osuutta suhteessa kilpailuoikeuteen. Tarkempaan käsittelyyn otetaan yritys- ja kauppa- ja valvonnan kannalta keskeinen EU:n sulautuma-asetus sekä yritys- ja kauppa- ja valvontaa käsittelevä osio Suomen kilpailulaista. Tarkoituksena on selventää, millä perusteilla yritys- ja kauppa kuuluu joko sulautuma-asetuksen tai kilpailulain alaisuuteen. Lisäksi luvussa esitellään yritys- ja kauppa- ja valvontaan vaikuttavat toimivaltaiset viranomaiset.

Kolmannessa pääluvussa perehdytään yritys- ja kaupan määrittelyyn kilpailulain pohjalta. Laki on melko yksiselitteisesti määrittellyt yritys- ja järjestelyjen muodot, jotka kuuluvat kilpailulain piiriin. Luvussa tarkastellaan nämä laissa määrittellyt yritys- ja kaupan muodot käymällä lävitse eri yritys- ja kauppojen tunnuspiirteet yritys- ja kauppatapausten avulla. Lisäksi käsitellään yritys- ja kaupan toteutumisen välttämättömien liitännäisrajoitusten hyväksyttävyyttä sekä erillisessä osiossa vielä yritys- ja kauppojen positiivisia sekä negatiivisia vaikutuksia markkinoiden kilpailutilanteeseen. Päämääränä on antaa kokonaiskuva yritys- ja kauppojen kilpailuvaikutusten mahdollisista eroavaisuuksista sekä käsitys siitä, kuinka harva yritys- ja kauppa lopulta kuuluu yritys- ja kauppa- ja valvonnan alaisuuteen.

Neljännessä luvussa selvitetään yrityskauppojen ilmoitusvelvollisuuteen liittyvää menettelyä. Luvun tarkoituksena on selventää sitä, mitä yrityskauppoja ilmoitusvelvollisuus koskee, millaisia asioita ja velvoitteita sisältyy ilmoituksen tekemistä edeltävään aikaan sekä miten menetellään yrityskaupan ilmoittamisen jälkeen. Olennainen osa lukua on Kilpailuvirastoa ja markkinaoikeutta yrityskauppailmoituksen vastaanottamisen jälkeen sitovat määräajat. Myös ilmoitusvelvollisuuteen läheisesti liittyvä toimeenpanokielto sekä näiden laiminlyönneistä aiheutuvat seuraamukset sisältyvät luvussa käsiteltäviin aiheisiin.

Viidennessä pääluvussa käydään läpi yrityskaupan konkreettista arviointia eli niitä asioita, joiden perusteella Kilpailuvirasto voi asettaa kaupan syntymiselle ehtoja tai antaa kieltävän esityksen markkinaoikeudelle. Luvussa esitellään yrityskauppa-arvioinnin perusteena oleva EU:n sulautuma-asetuksen SIEC-testi sekä relevanttien markkinoiden määrittelyn tarjoamat työvälineet kilpailun olennaisen estymisen arviointiin. Lisäksi luvussa esitellään yrityskauppojen arviointiin vaikuttavat positiiviset kilpailuvaikutukset.

Kuudes pääluku sisältää yhteenvedon ja johtopäätökset. Siinä esitellään tutkimuksen aikana tehtyjä päätelmiä ja palataan tutkimuksen tehtäviin.

2. YRITYSKAUPPAVALVONNAN SÄÄNTELY

2.1 Kilpailuoikeus

Yrityskaappavalvonta kuuluu Suomen laissa suurempaan kilpailuoikeuden kokonaisuuteen, jonka säännöksiä käsitellään kilpailulaissa (Kilpailulaki 948/2011) Kilpailulain 1 §:n mukaan lain tarkoituksena on terveen ja toimivan taloudellisen kilpailun turvaaminen vahingollisilta kilpailunrajoituksilta. Tätä lakia sovellettaessa on erityisesti otettava huomioon markkinoiden toimintaedellytysten ja elinkeinon harjoittamisen vapauden suojaaminen niin, että myös asiakkaat ja kuluttajat hyötyvät kilpailusta. Toimiva kilpailu pohjautuu markkinoiden hinnanmuodostukseen, elinkeinoharjoittajien itsenäisen hinnoittelun ja sitä ohjaavan hintamekanismin kautta, ilman olemassa olevia keinotekoisia alalle pääsyn esteitä. Toimivassa kilpailussa elinkeinoharjoittajien tulee pystyä vapaasti päättämään kilpailukeinojensa käytöstä tavalla, jota ohjaavat taloudelliset tosiseikat. Elinkeinoharjoittajien toiminnan tulee kuitenkin nojautua lakiin sekä hyvän tavan mukaisiin kilpailukeinoihin.¹²

Kilpailulain soveltamisen kohderyhmänä ovat elinkeinoharjoittajat. Lakia sovelletaan yleisesti kaikilla elinkeinosektoreilla, lukuun ottamatta lain 2 §:ssä mainittuja poikkeuksia, jossa työmarkkinat ja osin maatalouden alkutuotanto on suljettu lain soveltamisalan ulkopuolelle.¹³ Elinkeinoharjoittajalla tarkoitetaan kilpailulain 4 §:n mukaan luonnollista henkilöä sekä yhtä tai useampaa yksityistä tai julkista oikeushenkilöä, jotka harjoittavat taloudellista toimintaa. Kaikki taloudellista toimintaa harjoittavat yksiköt kuuluvat siis kilpailulain soveltamisen alaan, mikäli toiminnalla tarjotaan tavaroita ja/tai palveluita markkinoille. Tarjoamisen vastikkeellisuudella ei lain esitöiden mukaan näytä olevan suoranaista vaikutusta elinkeinoharjoittajan määritelmän kriteerin täyttymiselle.¹⁴

Kilpailulaki perustuu kieltoperiaatteelle, jonka mukaan laissa todetut kilpailurajoitukset ovat lähtökohtaisesti kiellettyjä. Periaatteen mukaan yleisesti vahingollisina pidetyt kilpailurajoitukset on suoraan kielletty laissa. Tämä mahdollistaa yksittäistapauksissa kilpailuviranomaisen suoran puuttumisen rajoituksen lopettamiseen ilman erillistä osoittamista kielletyn kilpailurajoituksen vahingollisuudesta. Kiellettyjä kilpailurajoituksia kilpailulain mukaan ovat: Vertikaaliset hinnat eli määrähinnat; tarjouskartellit; horison-

¹² HE 162/1991.

¹³ Hiltunen ym. 1998: 19–21.

¹⁴ HE 88/2010.

taaliset hintakartellit, jotka rajoittavat tuotantoa tai hankintalähteitä sekä määräävän markkina-aseman väärinkäyttö. Muihin tapauksiin sovelletaan väärinkäyttöperiaatetta. Niissä kilpailurajoituksia ei pidetä automaattisesti kiellettyinä, mutta ne voidaan tapauskohtaisesti kieltää, mikäli niissä havaitaan vahingollisia vaikutuksia kilpailulle.¹⁵

Kotimainen kilpailuoikeus pohjautuu EY:n perustamissopimuksen eli niin kutsutun Rooman sopimuksen artikloihin¹⁶. Yritystoiminnan kannalta tärkeimmät perussopimuksen artiklat ovat SEUT 101 ja 102¹⁷ sekä EY:n neuvoston hyväksymät kilpailuoikeuden soveltamisesta ja täytäntöönpanosta annetut asetukset. EU:n kilpailulainsäädännön tavoitteet yhteismarkkinoiden yhtenäisessä toimivuudesta vapaana markkinataloutena voidaan tiivistää kolmeen keskeiseen kilpailunormiin:¹⁸

- 1) SEUT 101 artikla
- 2) SEUT 102 artikla
- 3) Yrityskeskittymien valvonnasta annettu sulautuma-asetus 139/2004

SEUT 101 artiklan 1 kohdassa kielletään yritysten väliset sopimukset, yritysten yhteisliittymien päätökset sekä yritysten yhdenmukaistetut menettelytavat, jotka vaikuttavat jäsenvaltioiden väliseen kauppaan, tarkoituksena tai seurauksena kilpailun estyminen, rajoittuminen tai vääristyminen yhteismarkkinoilla.¹⁹ Artikla kieltää niin kilpailuun vaikuttavat kilpailijoiden väliset horisontaaliset kilpailurajoituksiin liittyvät sopimukset kuin vertikaaliset eri tuotannon tai jakelun portailta toimivien yritysten kesken tehdyt sopimukset. Horisontaalisista sopimusrajoituksista voidaan mm. mainita hintakartellit, markkinoiden jako ja tietojen vaihto kilpailijoiden välillä, kun taas vertikaaliset sopimusrajoitukset pohjautuvat esim. määrähintoihin, vientikieltoihin ja muihin alueellisiin rajoituksiin.²⁰ Yrityskauppavalvontaa käsittelevän tutkimuksen kannalta SEUT artikla 101 on pienessä roolissa suhteessa muuhun keskeiseen kilpailunormistoon. Asia on kuitenkin tärkeää ottaa esille, sillä se mahdollistaa EU:n kilpailunormiston keskeisen rakenteen ymmärtämisen.

SEUT perussopimuksen 102 artiklassa kielletään määräävän markkina-aseman väärinkäyttö. Kiellon tarkoituksena on estää määräävän markkina-aseman omaavaa yritystä

¹⁵ Hiltunen ym. 1998: 25.

¹⁶ Alkio & Wik 2009: 5-6.

¹⁷ Entiset perustamissopimuksen artiklat 81 ja 82.

¹⁸ Ojala 2011: 26.

¹⁹ Aalto-Setälä ym. 2008: 24.

²⁰ Mäkinen, Paloranta, Pokela & Vuori 2006: 184.

käyttämästä asemaansa väärin ja aiheuttamasta kilpailulle vääristymiä. Artikla ei siis kiellä itse määräävää markkina-asemaa, vaan sen väärinkäytön tietyillä markkinoilla, kun väärinkäytöllä on vaikutus jäsenvaltioiden väliseen kauppaan.²¹

Määräävän markkina-aseman käsite esiintyy EU:n kilpailuoikeudessa SEUT 102 artiklan lisäksi myös yrityskauppavalvontaa käsittelevässä sulautuma-asetuksessa. On kuitenkin hyvä huomioida näiden sääntelyn lähtökohtien eroavaisuudet. Yrityskauppavalvonta pyrkii ylläpitämään markkinoiden kilpailullista rakennetta puuttumalla tarpeen tullen etukäteen yrityskauppoihin, jotka merkittävästi estävät kilpailua määräävän markkina-aseman kautta.²² Yrityskauppavalvonta pyrkii siis etukäteen ennalta ehkäisemään kilpailulle haitallisten yrityskeskittymien syntymisen, kun taas artiklan 102 mukaan määräävän markkina-aseman väärinkäyttöön voidaan puuttua vasta jälkikäteen. Sulautuma-asetusta tullaan käsittelemään tarkemmin luvussa jäljempänä.

Arvioitaessa kotimaisen ja Euroopan unionin kilpailulakien suhdetta, tulee erityisesti kiinnittää huomiota vuonna 2004 voimaan tulleeseen täytäntöönpano-asetukseen (1/2003). Se merkitsi yhteisön tasolla toteutettujen EU:n kilpailusääntöjen toimeenpanon hajauttamista osittain jäsenmaiden vastuulle ja siihen kytkeytyneisiin kansallisten kilpailurajoituskieltojen yhdenmukaistamista yhteisön oikeuden kanssa.²³ Asetuksen mukaan kansallisen lainsäädännön tulee vastata Euroopan unionin kilpailulainsäädäntöä mahdollistaen yhteisön alueen yritysten yhtenäisen toimintaympäristön. Artiklojen voimaan tulleen uudistuksen jälkeen komission sekä kansallisen kilpailuviranomaisen tuli alkaa soveltaa voimaan tulleita säännöksiä artikloissa mainittuihin kaikkiin kilpailurajoitustapauksiin, joilla katsotaan olevan merkittävä vaikutus jäsenmaiden väliseen kauppaan. Täytäntöönpanoasetuksen tarkoituksena on yhdenmukaistaa kansallista lainsäädäntöä suhteessa Euroopan unionin keskeisiin kilpailua säänteleviin artikloihin SEUT 101 ja SEUT 102.²⁴ Kyseisen uudistuksen vuoksi myös kotimaisten yritysten kannattaa entistä enemmän kiinnittää huomiota em. artiklojen ja niihin liittyvien komission tiedonantojen ja suuntaviivojen sisältöön yhteistyöjärjestelyjä tai yrityskauppaan liittyviä sopimuksia laatiessaan.²⁵

Lakien sisällön yhtenäistäminen on edistänyt merkittävästi tasapuolisempien toimintaedellytysten luomista valtioiden rajojen yli toimiville yrityksille, jotka voivat vastedes

²¹ Ojala 2011: 258–259.

²² Ojala 2011: 374–375.

²³ Työ- ja Elinkeinoministeriö 2009: 21.

²⁴ Työ- ja Elinkeinoministeriö 2009: 14.

²⁵ KIVI 2010 EU:n kilpailusäännöt.

suunnitella liiketoimintastrategiansa 27 yksittäisen sääntökokonaisuuden sijaan yksien yhteisten sääntöjen perusteella. Suomen kilpailulain 3 §:n tarkoituksena on turvata se, että kilpailulaki vastaisi perussopimuksen SEUT 101 ja SEUT 102 artikloissa vahvistettujen kilpailusääntöjen täytäntöönpanosta annetun asetuksen (1/2003) sanamuotoa tilanteessa, jossa kilpailurajoitus on omiaan vaikuttamaan Euroopan yhteisön jäsenvaltioiden väliseen kauppaan²⁶. Lain sanamuoto mahdollistaa kilpailulain kieltoäännösten ja Euroopan unionin perussopimuksen artiklojen SEUT 101 ja 102 rinnakkaisen sovellettavuuden²⁷. Kotimaisessa kilpailulaissa lakien yhteys Euroopan unionin artikloihin nähdään on kiistaton, sillä Suomen kilpailulain 7 §:n ja 5 §:n vastaavat sananmukaisesti SEUT artikloihin 101 ja 102 perustuvaa sääntelyä²⁸. Lisäksi perustamissopimukseen kuulumaton säännös yrityskauppojen valvonnasta, joka muodostaa Suomen kilpailulain neljännen luvun, pohjautuu Euroopan unionin sulautuma-asetukseen²⁹.

2.2 Yrityskauppa- ja valvonta Euroopan unionin sulautuma-asetuksessa

EU:n yrityskauppa- ja valvonnan perustava säädös on sulautuma-asetus (139/2004), joka sisältää tärkeimmät yrityskeskittymien valvonnassa noudatettavat määräykset. Asetuksen tarkoituksena on valvoa yhteisölaajuisesti sellaisia yrityskeskittymiä, jotka pääsääntön mukaan täyttävät samanaikaisesti kaksi edellytystä.³⁰

1) Useamman yrityksen on osallistuttava sulautuma-asetuksessa määritettyyn yrityskeskittymään tai yhden tai useamman yrityksen on saatava kyseisen toimen kautta täydellinen tai osittainen määräysvalta muussa yrityksessä tai sen osassa.

2) Näiden yritysten liikevaihtojen on oltava vähintään sulautuma-asetuksessa määriteltujen raja-arvojen suuruisia.

Sulautuma-asetuksen soveltamisalaan kuuluvat liiketoimet tulee määritellyksi kahden edellytyksen täyttymisen perusteella. Ensinnäkin liiketoimen seurauksena tulee syntyä sulautuma-asetuksen 3 artiklassa tarkoitettu keskittymä. Toiseen ehtoon sisältyvät sulautuma-asetuksen 1 artiklaan kuuluvat liikevaihdon raja-arvot, joiden kautta pyritään tunnistamaan keskittymät, joilla katsotaan olevan vaikutusta yhteisössä ja joita voidaan

²⁶ Työ- ja Elinkeinoministeriö 2009: 82.

²⁷ Työ- ja Elinkeinoministeriö 2009: 82.

²⁸ Alkio & Wik 2009: 160–161.

²⁹ Alkio & Wik 2009: 601.

³⁰ Ojala 2011: 382.

pitää yhteisönlaajuisina keskittyminä.³¹ Euroopan unionin sulautuma-asetusta tulee soveltaa liikevaihtorajojen mukaan yrityskauppoihin, jos³²

- 1) kaikkien siihen osallistuvien yritysten yhteenlaskettu koko maailmasta kertynyt kokonaisliikevaihto on yli 5 miljardia euroa, ja
- 2) ainakin kahden siihen osallistuvan yrityksen EU:n alueelta kertynyt kokonaisliikevaihto on erikseen yli 250 miljoonaa euroa, ellei jokaisen keskittymään osallistuvan yrityksen omasta EU:n alueelta kertyneestä kokonaisliikevaihdosta yli kaksi kolmasosaa ole kertynyt yhdestä ja samasta jäsenvaltiosta.

Vaikka liikevaihtorajan kriteerit eivät toteutuisikaan, tulee tarkasteluun ottaa toissijaiset soveltamisedellytykset. Soveltamisedellytysten mukaan kauppaa on pidettävä yhteisölaajuisena, kun³³

- 1) kaikkien siihen osallistuvien yritysten yhteenlaskettu koko maailmasta kertynyt kokonaisliikevaihto on yli 2,5 miljardia euroa,
- 2) kaikkien siihen osallistuvien yritysten vähintään kolmesta jäsenvaltiosta kertynyt yhteenlaskettu kokonaisliikevaihto on jokaisessa jäsenvaltiossa suurempi kuin 100 miljoonaa euroa,
- 3) vähintään kolmesta jäsenvaltiosta ainakin kahdelle keskittymään osallistuvista yrityksistä erikseen kertynyt kokonaisliikevaihto on jokaisessa jäsenvaltiossa yli 25 miljoonaa euroa,
- 4) ainakin kahden keskittymään osallistuvan yrityksen EU:n alueelta kertynyt kokonaisliikevaihto on yli 100 miljoonaa euroa, ja jollei jokaisen keskittymään osallistuvan yrityksen omasta EU:n alueelta kertyneestä kokonaisliikevaihdosta yli kaksi kolmasosaa ole kertynyt yhdestä ja samasta jäsenvaltiosta.

Liikevaihtorajojen lisäksi yrityskauppalvonnassa sovelletaan ns. ”3+ -kriteeriä”, jonka mukaan tapaus kuuluu, liikevaihtorajojen täyttymättömyydestä huolimatta, yhteisön sääntelyn alaisuuteen, kun kaikki tai vähintään kolme tapaukseen kuuluvaa osapuolta

³¹ Ojala 2011: 382.

³² Europa 2008.

³³ Europa 2008.

esittävät niin kutsutun siirtopyynnön³⁴. Euroopan unionin yrityskauppavalvonta perustuu ns. tehostettuun siirtojärjestelmään. Järjestelmän ideana on antaa kauppatapaukset sen viranomaisen päätettäväksi, jolla on parhaat edellytykset ratkaista asia. Siirto voisi, osapuolten pyynnöstä, tapahtua myös komissiosta jäsenvaltiolle, vaikka liikevaihtorajat täyttyisivät.³⁵

EU:n liikevaihtorajojen alle jäävissä yrityskaupan tapauksissa kansalliset kilpailuviranomaiset saattavat olla toimintavaltaisia käsittelemään tapausta. Tässä suhteessa kansallisilla valvontajärjestelmillä on täydentävä rooli suhteessa yhteisön yrityskauppavalvontaan. Kauppatilanteessa kotimaiset yritykset joutuvat käytännössä arvioimaan sekä kansalliset että EU:n yrityskauppasäännökset, koska niiden liikevaihtorajat eroavat toisistaan. Liikevaihtorajat toimivat siten toimivaltakriteereinä määriteltäessä kuuluuko yrityskauppa yhteisön vai kansallisen viranomaisen valvonnan piiriin.³⁶ Suomessa 2011 voimaan tulleella kilpailulailla on pyritty harmonisoimaan lakia suhteessa yhteisön lakeihin mm. tutkimuksen kappaleessa viisi käsiteltävällä arviointitestin muutoksella. Lakien yhtenäistäminen ei ole kuitenkaan ollut koko unionin alueella yhtä nopeaa, mikä vuoksi yrityskauppavalvonnan säännökset poikkeavat toisistaan joiltain osin. Tästä johtuen myös kotimaisten yritysten selonottovelvollisuus saattaa olla monissa kauppatilanteissa hyvin laaja.³⁷

2.3 Euroopan komission rooli yrityskauppavalvonnassa

Sulautuma-asetus perustuu ns. yhden luukun periaatteeseen, jonka mukaan komissiolla on yksinomainen toimivalta tutkia yhteisölaajuisia keskittymiä. Kansallisilla viranomaisilla ei siis ole toimivaltaa yrityskauppataapauksissa, jotka täyttävät aiemmin luvussa määritellyn sulautuma-asetuksen pääsäännön sovellettavuuskriteerit. Pääperiaatteen mukaan yrityskauppoja, joissa komissio on toimintavaltainen käsittelemään tapausta, ei yritysten tule ilmoittaa keskittymäänsä jäsenvaltioiden kansalliselle viranomaiselle vaan ainoastaan komissiolle.³⁸ Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että komissiolla on mahdollisuus vaikuttaa ja viime kädessä päättää myös merkittävimmät kotimaiset yrityskauppataapaukset, joissa yhteisölaajuuskriteerin voidaan katsoa täyttyvän³⁹.

³⁴ Europa 2008.

³⁵ Ojala 2011: 377.

³⁶ Huopalainen, Händelin, Keturi & Luostarinen 2001: 207.

³⁷ Ojala 2011: 379.

³⁸ Ojala 2011: 379.

³⁹ Kuoppamäki 2012: 62.

Jotta valvontajärjestelmän vaikutuksen alaiset yritykset olisivat tietoisia noudatettavista periaatteista, käytännöistä ja tulkinnoista, komissio on antanut lukuisia tiedonantoja sulautuma-asetuksen sisällöstä. Tiedonantojen tarkoituksena on välittää yrityksille tietoa siitä, miten komissio tulkitsee sulautuma-asetusta käytännössä. Ne ovatkin merkittävä tietolähde yrityksille ja niiden neuvonantajille yrityskeskittymän ilmoitusvelvollisuuden arvioinnissa ja ilmoituksen sisällön suunnittelussa.⁴⁰

Vaikka yhden luukun periaate on hyvin keskeisessä asemassa EU:n yrityskauppavalvonnassa, ei järjestelmän tarkoitus ole se, että komissio päättäisi ainoana viranomaisena jokaisen tapauksen, jossa kriteerit täyttyvät. Toisaalta ei ole myöskään tarkoituksenmukaista jättää kaikkia tapauksia, jotka eivät täytä pääsäännön kriteerejä, kokonaan komission toimivallan ulkopuolelle.⁴¹ Jäsenmaiden kilpailuviranomaiset ja Euroopan komission muodostavat yhdessä verkoston (ECN), joka mahdollistaa tapausten siirron viranomaiselta toiselle. Järjestelmän tavoitteena on löytää joustavasti paras mahdollinen käsittelypaikka kullekin tapaukselle. Komissio kuitenkin johtaa verkoston toimintaa ja voi ottaa kansalliselle viranomaiselle kuuluvan tapauksen itselleen käsiteltäväksi.⁴² Sulautuma-asetuksen artiklojen 4 (5) ja 22 säännösten mukaan liikevaihtokriteerien mukaan kansalliselle viranomaiselle kuuluvan tapauksen käsittely voidaan siirtää myös viranomaiselta komissiolle jäsenvaltion tai yrityskaupan ilmoitusvelvollisen pyynnöstä, ellei minkään toimivaltaisen jäsenmaan kilpailuviranomainen vastusta siirtopyyntöön suostumista⁴³. Kyseisellä säännöksellä on erityinen merkitys tilanteissa, joissa tapaus tulisi käsitellyksi usean eri kansallisen viranomaisen toimesta. Siirto mahdollistaa tapauksen käsittelyn keskittämisen yhteen paikkaan usean sijasta.⁴⁴ Asetuksen artiklat 9 ja 4 (4) taas mahdollistavat kyseisten tahojen pyynnöstä komissiolle kuuluvan tapauksen siirron kansalliselle kilpailuviranomaiselle⁴⁵. Informaatiota, siirtämistä ja neuvontaa koskevien säännösten tehtävänä on ennen kaikkea tehostaa yhteisöön kuuluvan alueen yrityskauppojen valvontaprosessia, mutta myös varmistaa mahdollisimman yhdenmukainen kilpailusääntöjen soveltaminen kaikissa jäsenvaltioissa⁴⁶.

⁴⁰ Alkio & Wik 2009: 480–481.

⁴¹ Ojala 2011: 392–393.

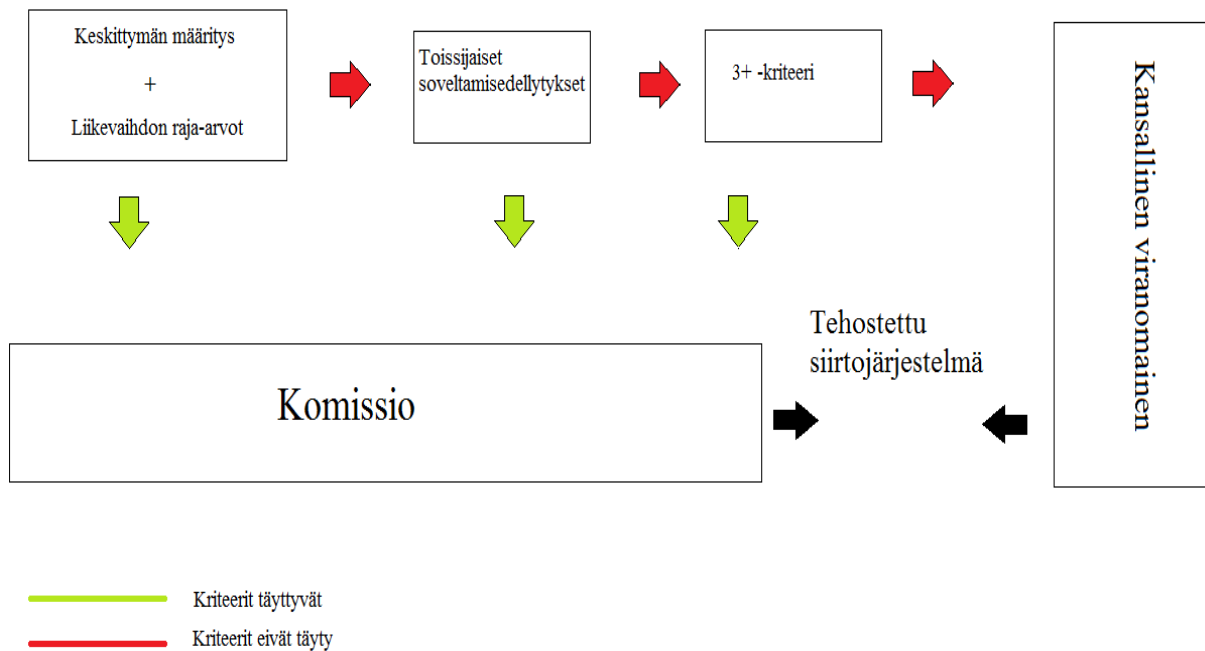
⁴² Kuoppamäki 2012: 62–63.

⁴³ Aalto-Setälä ym. 2008: 314–318.

⁴⁴ Kuoppamäki 2012: 307–308.

⁴⁵ Aalto-Setälä ym. 2008: 314–318.

⁴⁶ Kuoppamäki 2012: 62–63.



Kuvio 1. Yrityskaupan valvovan viranomaisen valinta kriteerien mukaan.

Kuvion 1 mukaan, mikäli kriteerit täyttyvät, tulee yrityskeskittymät siis ilmoittaa komissiolle, ja lisäksi niille tulee saada hyväksyntä ennen täytäntöönpanoa. Komissio arvioi yrityskeskittymän kilpailuvaikutukset ja voi jopa lopullisesti kieltää yrityskeskittymän syntymisen, mikäli se olennaisesti estäisi tehokasta kilpailua yhteismarkkinoilla tai niiden olennaisella osalla.⁴⁷ Komission toimet ja arviot yrityskauppariippuvalvonnassa tulisivat tietysti olla perusteltuja ja ennen kaikkea tasapuolisia suhteessa eri jäsenvaltioihin. Viimeisen vuosikymmenen aikana komission kilpailupoliittisten toimien tasapuolisuutta on kuitenkin kyseenalaistettu useasti julkisessa keskustelussa ja kirjallisuudessa. Erityisesti esillä on ollut epäilyksiä yrityskauppojen arvioinnin tasapuolisuudesta erikokoisten markkinoiden yrityksille. On esitetty, että komission käyttämä yrityskauppojen arviointikäytäntö olisi epäedullinen pienten markkinoiden yrityksille, joihin kotimaiset yritykset pääsääntöisesti kuuluvat, sillä niillä olisi selvästi heikompi mahdollisuus keskinäisiin yritysjärjestelyin muodostaa kilpailukykyisiä kokonaisuuksia rajat ylittävään, eurooppalaiseen tai globaaliin kilpailuun. Komissio on poikkeuksetta kieltänyt väitteet epätasapuolisen kilpailupolitiikan soveltamisesta syrjivän arviointikäytännön kautta, joka asettaisi pienten ja suurten markkinoiden yritykset eriarvoiseen asemaan.⁴⁸

⁴⁷ Alkio & Wik 2009: 478.

⁴⁸ Oinonen 2011: 133.

2.4 Yrityskauppavalvonta Suomen kilpailulaissa

Vuonna 2011 marraskuussa voimaan tulleen Suomen kilpailulain (948/2011) 4 luvun säännöksiä yrityskauppavalvonnasta tulee sovellettavan silloin, kun komissiolla ei ole asiassa toimivaltaa ja yrityskaupan osapuolten yhteenlaskettu liikevaihto ylittää 350 miljoonaa euroa ja vähintään kahden osapuolen Suomessa kertyvä liikevaihto ylittää 20 miljoonaa euroa.⁴⁹ Kaikki 3 luvussa lain mukaan yrityskaupoiksi määritellyt liiketoimet eivät siis kuulu yrityskauppavalvonnan piiriin, vaan erityisesti kilpailulaissa säädetty liikevaihtorajat rajaavat suuren osan yrityskaupoista lain ulkopuolelle.

Yrityskauppavalvontaa koskevat säännökset lisättiin osaksi silloista kilpailurajoituslakia vuonna 1998, jota ennen Suomessa ei ollut kansallista yrityskauppavalvontaa. Kaikki kotimaiset yrityskauppatapaukset eivät kuitenkaan jääneet täysin kilpailuvalvonnan ulkopuolelle ennen lakiuudistusta, koska silloisen EU:n fuusiovalvonta-asetuksen⁵⁰ säännökset koskivat myös suomalaisia yrityskauppoja. Suomen kannalta fuusiovalvonta-asetuksen määräämien yrityskauppavalvonnan säännösten merkitys jäi vähäiseksi, koska asetuksen soveltamiseen vaaditut liikevaihtorajat olivat niin korkeat. Liikevaihtorajojen korkeuden vuoksi lähes kaikki Suomessa tehdyt yrityskaupat ja jopa kokonaisia toimialoja jäi käytännössä fuusiovalvonta-asetuksen soveltamisalan ulkopuolelle.⁵¹

Esimerkkinä tapaus, jonka Kilpailuvirasto vei vuonna 1996 EU:n ratkaistavaksi, koska Suomessa ei ollut lakia yrityskauppojen valvonnasta. Tapaus koski kotimaista vähittäiskauppaa, jossa *Kesko* pyrki ostamaan *Tukon*.⁵² Komissio ei hyväksynyt kauppaa, koska katsoi sen aiheuttavan vähintään 55 prosentin markkinaosuuden vähittäiskaupassa, niin paikallisella, alueellisella kuin kansallisellakin tasolla. Vaikka kyseessä oli kotimaisen mittapuun mukaan mittava yrityskauppa, oli Kesko-Tuko-kaupan komission tutkimukset mahdollista aloittaa vain Kilpailuviraston pyynnöstä. Ilman suomalaisviranomaisten pyyntöä komissiolla ei olisi ollut toimivaltaa puuttua kauppaan, koska yritysten liikevaihdot eivät yltäneet tasolle, joka olisi vaatinut komission toimivaltaa. Tällaisessa tapauksessa jokaisella jäsenvaltiolla oli kuitenkin oikeus pyytää komissiota tutkimaan tapausta.⁵³

⁴⁹ Aalto-Setälä ym. 2008: 317.

⁵⁰ Nykyään sulautuma-asetus.

⁵¹ HE 243/1997.

⁵² Komission päätös Asia N:o IV/M.784 - Kesko/Tuko.

⁵³ MTV 3 1996.

Yrityskauppavalvonnan tavoitteena on suojata markkinoiden kilpailullinen rakenne. Edellä mainittujen liikevaihtorajojen ylittävät yrityskaupat tulee ilmoittaa Kilpailuvirastolle, eikä kauppaa ole ennen sitä ja Kilpailuviraston hyväksymistä sallittua panna täytäntöön. Jos havaitaan yrityskaupan johtavan kilpailun vääristymiseen tai estymiseen, voidaan kaupalle joko asettaa ehtoja, joilla pyritään poistamaan kaupasta aiheutuvia negatiivisia kilpailuvaikutuksia, tai niiden ollessa riittämättömiä, voidaan kauppa markkina-oikeuden päätöksestä kieltää kokonaan. Valvonnalla estetään siis haitallisten yrityskeskittymien syntymistä, jotka johtaisivat hintatason nousuun ja näin kuluttajien hyvinvoinnin alenemiseen. Lisäksi valvonta turvaa uusien yritysten alallepääsymahdollisuudet.⁵⁴

Kansallisen yrityskauppavalvonnan tarve korostuu erityisesti kotimarkkinoilla. Suomen tyyppisillä keskikokoa pienemmillä markkinoilla yksittäiselläkin yrityskaupalla voi olla merkittävästi kilpailua vähentävä vaikutus. Suomen kansantalouden pienuus ja maantieteellinen etäisyys Keski-Euroopan markkinoista hankaloittavat jo entisestään ulkomaisien yritysten alalle tuloa. Tilanne on toinen vientimarkkinoilla, joilla yritykset kohtaavat kansainvälisen kilpailun ja siten myös kansallisen valvonnan tarve on olennaisesti pienempi.⁵⁵

Yrityskauppavalvonnan luonne poikkeaa kahdella tavalla muusta kilpailuvalvonnasta. Esimerkiksi määräävän markkina-aseman väärinkäytön ja kartellikiellon valvonnassa puututaan tarvittaessa jälkikäteen yritysten käyttäytymiseen markkinoilla. Yrityskauppavalvonnan tarkkailun kohteena on markkinoiden rakenne, ja valvonta on luonteeltaan ennaltaehkäisevää eikä jälkikäteen tapahtuvaa.⁵⁶

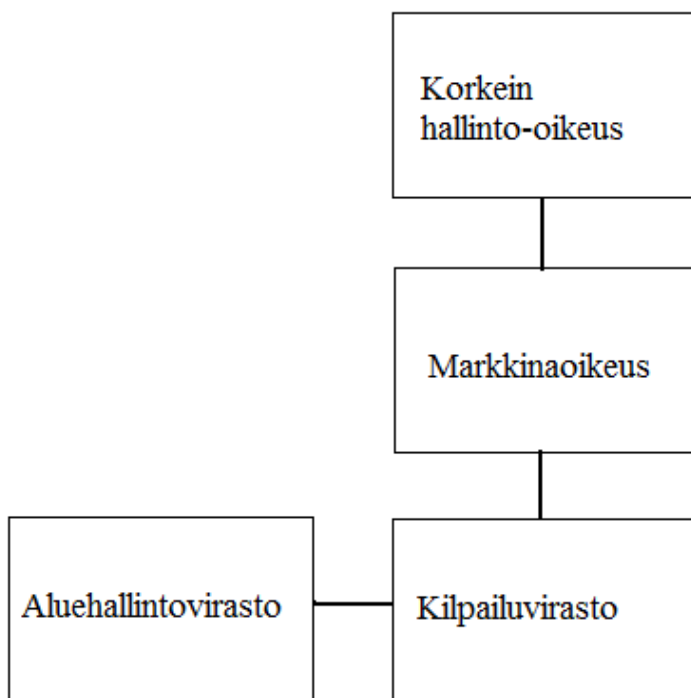
⁵⁴ HE 243/1997.

⁵⁵ HE 243/1997.

⁵⁶ KIVI 2012 Yrityskauppavalvonta.

2.5 Kotimaan kilpailuviranomaiset

Suomessa kilpailuasioita käsittelevät Kilpailuvirasto, markkinaoikeus, aluehallintovirasto ja korkein hallinto-oikeus (kuvio 2)⁵⁷.



Kuvio 2. Suomen kilpailuviranomaiset ja niiden väliset toimivaltasuhteet.

Kilpailuviraston rooli on riippumattomana ja itsenäisenä viranomaisena turvata terve ja toimiva taloudellinen kilpailu tutkimalla kilpailuolosuhteita, selvittämällä kilpailurajoituksia, ryhtymällä toimenpiteisiin vahingollisten vaikutusten poistamiseksi sekä tekemällä aloitteita kilpailun edistämiseksi. Kilpailuviraston tehtäviin kuuluu ensiasteiset päätökset kaikissa asioissa lukuun ottamatta yrityskaupan kieltämistä tai seuraamusmaksun määräämistä, jotka kuuluvat markkinaoikeuden tehtäviin. Markkinaoikeus on kotimainen kilpailuoikeudellinen tuomioistuin, joka voi Kilpailuviraston esityksestä kieltää yrityskaupan, joka toteutuessaan vahingoittaisi markkinoiden kilpailullista rakennetta. Kiellon sijasta kaupalle voidaan antaa kilpailua turvaavia ehtoja. Myös Kilpailuviraston tekemistä päätöksistä tehdyt valitukset kuuluvat markkinaoikeuden tehtäviin. Kilpailuviranomaisjärjestelmän ylin viranomainen on korkein hallinto-oikeus, jonka tehtävänä on hoitaa markkinaoikeuden päätöksiä koskevat valitukset. Aluehallintoviraston rooli osana Suomen kilpailua valvovaa viranomaisverkostoa on selvittää Kilpailuvi-

⁵⁷ Kuoppamäki 2012: 58.

raston alaisena viranomaisena kilpailurajoituksia. Niillä ei ole siis itsenäistä päätöksentekovaltaa kilpailuasioissa.⁵⁸

Kilpailuvirastolla on melko laajat tutkimisvaltuudet selvittäessään vahingollisia kilpailurajoituksia. Sillä on oikeus vaatia elinkeinoharjoittajan tai elinkeinoharjoittajien yhteenliittymää esittämään kaikki tarvittavat tiedot ja asiakirjat, jotka koskevat kilpailurajoituksen sisällön, tarkoituksen ja vaikutusten sekä kilpailuolosuhteiden selvittämistä. Kilpailulain 35 §:n mukaan Kilpailuvirastolla on oikeus toimittaa tarkastus myös elinkeinoharjoittajan liiketiloissa, tutkimalla tiloista löytyvää aineistoa liittyen liikekirjeenvaihtoon, kirjanpitoon ja muihin asiakirjoihin, joilla voi olla merkitystä kilpailulain noudattamisen kannalta. Muihin kuin yrityksen tiloihin tehtävään tarkastukseen tarvitaan markkinaoikeuden lupa.⁵⁹ Tarkastuksen toimittamiseen Kilpailuvirastolla on mahdollisuus pyytää poliisilta virka-apua. Euroopan komissiolla on Kilpailuviraston ohella oikeudet täytäntöönpanoasetuksen mukaan tehdä tarkastuksia kotimaisissa yrityksissä. Kilpailuvirasto on komission pyynnöstä velvollinen auttamaan tarkastuksissa.⁶⁰

⁵⁸ HE 45/1994.

⁵⁹ Kuoppamäki 2012: 59–60.

⁶⁰ HE 45/1994.

3. YRITYSKAUPPA

3.1 Määritelmä

Markkinoiden kasvaessa kiihtyvään tahtiin on myös yritysten kasvettava säilyttääkseen markkinaosuutensa. Yrityksen menestys on monesti riippuvainen siitä, kuinka yritys suuntaa resurssinsa. Resurssien käyttökohteen vaihtoehtoina saattaa olla uuden tuotteen lanseeraus, tehtaan käynnistäminen, tuotekehityksen parantaminen tai tutkimuksen aiheeseen liittyvä yrityskaupan toteuttaminen.⁶¹ Yrityskaupat ovat nopein ja monesti myös ainoa strateginen vaihtoehto, jolla yritysjohto kykenee vastaamaan markkinoiden tarjoamiin haasteisiin⁶². Yrityskaupan kautta voidaan kasvattaa ja vahvistaa markkinaosuutta, tukea kasvua, vähentää kilpailua ja lisätä yrityksen arvoa sekä hankkia uutta tietotaitoa, tuotantokapasiteettia ja reaaliomaisuutta⁶³. Vuonna 2010 Suomessa tehtiin yrityskauppoja 534 kappaletta⁶⁴, joista 23 täytti kilpailulaissa määritellyn ilmoitusvelvollisuuden saamatta kaupan syntymiselle ehtoja tai kieltävää ehdotusta⁶⁵. Kilpailuolueudessa tunnettu termi yrityskauppa on hyvin laaja, sillä se kattaa paitsi määräysvaltaan johtavan omistuskaupan myös substanssikaupan⁶⁶ ja fuusion⁶⁷.

Yrityskauppasäännöstit koskevat ainoastaan yrityskeskittymiin johtavia järjestelyjä. Keskittymäksi tulkitaan toimet, joiden seurauksena asianomaisten yritysten rakenne muuttuu pysyvästi ja joiden tavoitteena on määräysvallan vaihdos tai osapuolten liiketoiminnan siirtäminen. Kyseisenlainen rakenteen muutos toteutuu, kun kaksi aikaisemmin itsenäistä yritystä sulautuu tai kun koko yritys tai sen osa hankitaan. Lisäksi yrityskauppasäännöstössä tarkoitettu keskittymä voi muodostua, kun perustetaan yhteisyritys, joka hoitaa pysyvästi kaiken itsenäiselle taloudelliselle yksikölle kuuluvan toiminnan.⁶⁸ Yrityskauppalvonta onkin hieman harhaanjohtava termi kuvaamaan yrityskeskittymien valvontaa, sillä valvonnan kohteeksi ei kuulu esimerkiksi se, saako A myydä yritys-

⁶¹ Blomqvist, Blumme & Simola 1997: 7.

⁶² Tenhunen & Werner 2000: 11–12.

⁶³ Katramo, Lauriala, Matinlauri, Niemelä, Svennas & Wilkman 2011: 19.

⁶⁴ Talouselämä 2011. Näkykö velkakriisi jo yrityskauppojen määrässä?

⁶⁵ KIVI 2011 Yrityskaupparatkaisut.

⁶⁶ Substanssikaupalla tarkoitetaan järjestelyä, jossa kohdeyrityksen liikeomaisuus ostetaan. Immonen 2006: 33.

⁶⁷ Immonen 2006: 33.

⁶⁸ Huopalainen ym. 2001: 186.

kaupalla tytäryhtiö B:n C:lle, vaan se, saavatko B ja C yhdistää voimansa ja muodostaa yrityskeskittymän⁶⁹. Suomen kilpailulaki 21 § määrittelee yrityskaupan seuraavasti:

- 1) kirjanpitolain (1336/1997) 1 luvun 5 §:ssä tarkoitetun määräysvallan tai vastaavan tosiasiallisen määräysvallan hankkimista (*määräysvalta*);
- 2) elinkeinonharjoittajan koko liiketoiminnan tai sen osan hankkimista;
- 3) sulautumista;
- 4) sellaisen yhteisyrityksen perustamista, joka huolehtii pysyvästi kaikista itsenäiselle yritykselle kuuluvista tehtävistä.

Yrityskauppavalvonnan säännöksiä sovelletaan kaikkiin kilpailulaissa määriteltyihin yrityskauppakäsitteen alaisiin yrityskauppoihin, jotka ylittävät aiemmin tutkimuksessa määritellyt liikevaihtorajat, riippumatta siitä millaisessa yhtiömuodossa liiketoimintaa harjoitetaan. Ratkaisevaa yrityskaupassa on siitä aiheutuva lopputulos, ei niinkään järjestelyn oikeudellinen toteutumismuoto.⁷⁰ On kuitenkin tärkeää ottaa huomioon, että yrityskauppavalvonnan säännökset eivät tule sovelletuksi konsernin sisäisiin järjestelyihin, koska kyseessä ei ole kilpailun kannalta rakenteellinen muutos markkinoilla⁷¹.

Suomen yrityskaupanormit on laadittu käyttäen hyväksi komission oikeuskäytäntöä. Myös yrityskaupan käsite on pitkälti yhteneväinen⁷². Merkille pantavin ero, joka kilpailulain ja luvussa kaksi käsitellyn sulautuma-asetuksen yrityskaupan käsitteessä on, on se, että kun sulautuma-asetuksessa puhutaan keskittymästä, käytetään kilpailulaissa käsitettä yrityskauppa. Kyseessä on lähinnä tekninen tarkastelunäkökulmaan liittyvä eroavaisuus, jolla voi olla merkitystä yksittäisten kilpailulain yrityskauppavalvontasäännösten soveltamisessa, muttei itse yrityskauppojen arvioinnissa.⁷³ Säännösten soveltamiseen liittyen käsitteistön eroavaisuus ei kuitenkaan aiheuta ongelmia. Yrityskaupanormiston käsitteistön tulkinnan tulisi nimittäin lähtökohtaisesti olla joustavaa, minkä vuoksi komission tehtävänä on, säännöllisin väliajoin, antaa käsitteiden tulkinnasta tiedonantoja.⁷⁴

⁶⁹ Aalto-Setälä ym. 2008: 319.

⁷⁰ Hiltunen ym. 1998: 74–75.

⁷¹ Aalto-Setälä ym. 2008: 319.

⁷² Aalto-Setälä ym. 2008: 319.

⁷³ Hiltunen ym. 1998: 75.

⁷⁴ Aalto-Setälä ym. 2008: 319.

3.1.1 Määräysvallan hankkiminen

Määräysvallan hankinta kilpailulaissa koskee tilanteita, joissa omistusoikeus yhtiössä siirtyy kokonaan tai osittain esimerkiksi yhtiön osakkeita ostettaessa. Lain soveltamisalaan kuuluvat luonnollisesti yrityskaupat, joissa omistusoikeus siirtyy kokonaisuudessaan, koska tällöin ostava taho saa poikkeuksetta määräysvallan kohdeyrityksestä. Kun omistusoikeus siirtyy vain osittain, tulee yrityskauppavalvonnan mukainen määräysvallan hankinta arvioitavaksi, joko kirjanpitolain (1336/1997) 1 luvun 5 §:ssä tarkoitettuna määräysvallan tai vastaavan tosiasiallisen määräysvallan mukaisesti.⁷⁵

Kirjanpitolain mukaisen määräysvallan katsotaan syntyvän, jos yrityskaupan ostaja saa enemmän kuin puolet kaikkien osakkeiden, jäsenosuuksien, tai yhtiöosuuksien tuottamasta äänimäärästä tai yhtiön pääomasta. Määräysvalta voi perustua äänten enemmistöön tai oikeuteen nimittää enemmistö toisen yhtiön johtoelinten jäsenistä taikka enemmistö henkilöistä, jotka puolestaan nimittävät johtoelimen jäsenet. Määräysvalta voi perustua myös sopimukseen.⁷⁶

Kilpailulain määräysvallan käsite on kirjanpitolain määritelmää laajempi. Vaikka kirjanpitolain mukaan määräysvallan edellytykset eivät täytyisikään, yrityskauppaa pidetään yrityskauppavalvonnan alaisena määräysvallan hankkimisena, jos siinä saadaan vastaava tosiasiallinen määräysvalta.⁷⁷ Tosiasiallinen määräysvalta käsittää tilanteen, jossa henkilöllä on yksin tai yhdessä vaikuttajan lähipiirin kanssa mahdollisuus vaikuttaa ratkaisevasti yhtiön strategiseen päätöksentekoon. Kyseisenlaisina päätöksinä voidaan pitää esimerkiksi yhtiön budjetin tai toimintasuunnitelman tai niistä tehtävien olennaisten poikkeamien hyväksymistä, osingonjakoa, merkittäviä investoinneista tai yrityskaupoista päättämistä, yrityksen hallituksen ja toimivan johdon asettamista tai vaihtamista sekä muita yhtiön liiketoimintaa koskevia keskeisiä valintoja. Tosiasiallinen määräysvalta voi ilmetä, paitsi mahdollisuutena toimia aktiivisena, myös mahdollisuutena, veto-oikeuden turvin, estää yhtiön omistajia tekemästä edellä mainittuja päätöksiä.⁷⁸ Määräysvallan hankintaa arvioidessa päähuomion tulisi kiinnittyä yrityskaupan tosiasialliseen vaikutukseen elinkeinoharjoittajan tai yhteisön toiminnalle, sillä määräysvallan hankintatavalla ei ole arvioinnin suhteen merkitystä⁷⁹.

⁷⁵ Kuoppamäki 2012: 298.

⁷⁶ Kuoppamäki 2012: 298.

⁷⁷ Huopalainen ym. 2001: 193.

⁷⁸ Hiltunen ym. 1998: 83.

⁷⁹ Kuoppamäki 2012: 299.

Pääsääntönä on siis se, että yrityskaupaksi määritellään kilpailulain mukaan aina yli 50 prosentin ääniosuuteen johtava järjestely. Kilpailuvirasto voi kuitenkin ottaa kantaa myös 50 %:n alittaviin yrityskauppoihin vastaavan tosiasiallisen määräysvallan perusteella. Tapauksessa⁸⁰ *Capman / MK-Rest Oy ja Scandic Hotels Oy* Kilpailuvirasto otti kantaa pääomarahastojen hallintoyhtiö Capmanin noin 40 %:n hankintaan uuden yhtiön osakkeiden tuottamista äänistä kaupassa, jossa kahden muun osakkaan osuus jäi hieman alle 30 %:n osakasta kohden⁸¹. Hankinnan kohteena olivat MK-Rest Oy:n ja Scandic Hotels Oy:n ravintolaliiketoiminnat, jotka järjestelyn toteuttamista varten siirrettiin nimenomaisesti perustettuun Royal Rest Oy:öön. Osakas-sopimuksen perusteella Capman sai oikeuden nimetä kolme seitsemästä hallituksen jäsenestä, joista yhden tuli olla puheenjohtaja, jonka ääni ratkaisee äänten mennessä tasan. Capmanilta tarvittiin lisäksi suostumus muun muassa budjetin hyväksymiseen, ylimpien johtohenkilöiden valitsemiseen sekä merkittäviin investointeihin. Kaupan ehtoja tarkasteltaessa voitiin todeta Capmanin saavan tosiasiallisen määräysvallan Royal Rest Oy:ssä liiketoiminnan myyjien jäädessä vähemmistöosakkaiksi uuteen yhtiöön.⁸² Edellä mainituista syistä johtuen, kauppa kuuluu yrityskauppavalvonnan alaiseksi, vaikka se poikkeaa määräysvallan hankinnan pääsäännöstä, sillä vastaavan tosiasiallisen määräysvallan ehdot täytyvät.

Tosiasiallisen määräysvallan voi synnyttää suhteellisen pienikin äänimäärä, jos omistus on hajallaan tai osakkeenomistajat ovat jatkuvasti passiivisia osallistumaan yhtiökokouksiin. Jos esimerkiksi yhtiökokouksessa on toistuvasti edustettuna ainoastaan puolet yhtiön koko äänimäärästä, yli neljänneksen äänivaltaan oikeuttavien osakkeiden hankkiminen voi antaa mahdollisuuden yhtiön hallituksen jäsenten enemmistön nimittämiseen.⁸³

Määräysvallan hankintaa koskevaa lainsäädäntöä sovelletaan myös tilanteisiin, joissa hankkijoita on enemmän kuin yksi. Järjestelyssä, jossa määräysvallan käyttäminen on sidottu yhteiseen toimintaan, voidaan useamman elinkeinoharjoittajan katsoa hankkivan määräysvallan yhdessä. Kyseinen tilanne voi syntyä esimerkiksi silloin, kun hankkijoilla on jakamaton yhteisomistus tai heidän välillään on sopimus määräysvallan käyttämi-

⁸⁰ Kilpailuviraston päätös Dnro 1103/81/1998.

⁸¹ Huopalainen ym. 2001: 193.

⁸² KIVI 1999 CapMan Capital Management Oy:n ja Royal Rest Oy:n välisen yrityskaupan hyväksymisen.

⁸³ KIVI 2011 Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavalvonnasta: 17.

sestä. Välillinen määräysvallan hankinta voi myös tulla kysymykseen, jos hankita toteutetaan kahden saman tahon määräysvallan alaisena olevan yhteisyrityksen kautta. Jos määräysvalta on yhdessä kahdella tai useammalla yhtiön osakkaalla, voi kyseessä olla myöhemmin luvussa käsiteltävä yhteisyritys.⁸⁴

3.1.2 Liiketoiminnan tai sen osan hankkiminen

Yrityskauppavalvonnan soveltamisalaan katsotaan myös kuuluvan yrityskaupat, joissa hankinnan kohteena on elinkeinoharjoittajan koko liiketoiminta tai osa siitä. Hankinnan kohdistuessa ainoastaan yrityksen omaisuuteen, kuten koneeseen, laitteeseen tai vastaavaan ilman, että samalla kaupassa siirtyisi henkilöstöä, tietotaitoa tai asiakassuhteita, kyseessä ei tavallisesti ole kilpailulain tarkoittama yrityskauppa.⁸⁵ Komission tiedonannon mukaan liiketoiminnan hankinnan tai sen osan soveltamisen piiriin kuuluvat toimet, joilla voidaan harjoittaa liiketoimintaa ja siihen voidaan selkeästi kohdistaa liikevaihtoa. Tiedonannon perusteella lain määritelmät yrityskaupasta voivat siis täytyä jo pelkällä asiakaslistalla. Valvottavana kauppana tulee myös arvioida yhteisyrityksen purkautuminen, yhteisyrityksen tai sen osan siirtyminen yhteisyrityksen osakkaalle tai kolmannelle taholle.⁸⁶

Kilpailurajoituslain⁸⁷ esitöiden mukaan kilpailulain tarkoittaman liiketoiminnan tai sen osan hankintana voidaan pitää tietyissä tapauksissa myös immateriaalioikeuksien hankintaa, vaikka hankinnassa ei siirtyisi edellä mainittuja henkilöstöä, tietotaitoa tai vastaavaa⁸⁸. Kilpailuvirasto otti kantaa verkkoliiketoimintaan liittyvien immateriaalioikeuksien hankintaa koskevassa tapauksessa *Cisco/IBM*⁸⁹, jossa Cisco hankki IBM:n tietoverkkolaitteiden kehittämiseen, valmistamiseen ja jakeluun liittyviä immateriaalioikeuksia. Suomessa Ciscoa edustaa Cisco Systems Finland Oy, joka on organisoitunut toimintansa käyttämällä paikallisia yhteistyökumppaneita, joille on myönnetty eritasoisia lisenssejä. Yrityskaupan vaikutuksesta markkinoilla tapahtui rakenteellinen muutos, kun Cisco sai haltuunsa IBM:n patenteja, tietotaitoa ja muita immateriaalioikeuksia, kun IBM sitoutui lopettamaan kyseisten tuotteiden kehittämisen ja valmistamisen ja kun IBM pyrki siirtä-

⁸⁴ Kuoppamäki 2012: 299–300.

⁸⁵ Kuoppamäki 2012: 300.

⁸⁶ Aalto-Setälä ym. 2008: 321.

⁸⁷ Nykyinen kilpailulaki.

⁸⁸ HE 243/1997.

⁸⁹ Kilpailuviraston päätös Dnro 763/81/99.

mään kyseisen liiketoiminnan suomalaisen asiakaskunnan Ciscolle.⁹⁰ IBM sitoutui kauppasopimuksen kilpailukieltoa koskevassa kohdassa viiden vuoden ajan olemaan kokoamatta, valmistamatta tai kehittämättä kaupan kohteen tuotelinjan kanssa kilpailevia tuotteita. Lisäksi IBM sitoutui kaupassa kolmen vuoden ajan siirtämään ne edellä mainitun kilpailukiellon kohteena olevan liiketoiminnan asiakkaat Ciscolle, jotka haluavat siirtyä. Cisco on perustellut kilpailukieltoa tarpeella ottaa haltuunsa IBM:n teknologia ja siirtää tuotteiden maine itselleen sekä asiakaskunnan siirtymistä koskevaa kilpailunrajoitusta maineen siirtymisellä ja teknologian haltuun ottamisella. Kilpailuvirasto hyväksyi kaupan muilta osin lukuun ottamatta liitännäisrajoituksiin, joita käsitellään tarkemmin luvussa myöhemmin, lukeutuvia kilpailukieltoa ja asiakkaiden siirtoa. Kilpailuvirasto katsoi, että asiakaskunnan siirtämistä koskeva rajoitus ei ole välttämätön tietotaidon ja muiden immateriaalioikeuksien haltuunotolle. Kilpailukielto hyväksyttiin ainoastaan vuodeksi perusteena se, että tietotaito vanhenee markkinoilla, joilla tekninen kehitys on merkittävää. Kilpailuvirasto ei myöskään katsonut kaupassa siirtyneen tietotaidon täyttävän merkittävyyden kriteeriä.⁹¹

3.1.3 Sulautuminen

Kilpailulaissa yrityskauppa käsittää myös sulautumisen. Suomessa sulautumisesta säädetään osakeyhtiölaissa (734/1978), osuuskuntalaissa (247/1954), säätiölaissa (109/1930) ja vakuutusyhtiölaissa (1062/1979).⁹² Osakeyhtiölain mukaisessa sulautumisessa osallisten varat ja velat yhdistyvät, ja samalla sulautuva yhtiö lakkaa. Tästä johtuen sulautumista ei ole koskaan mahdollista tehdä osittain.⁹³ Osakeyhtiölain mukainen sulautuminen voi tapahtua seuraavasti:

- 1) Vastaanottava yhtiö sulauttaa itseensä yhden tai useamman sulautuvan yhtiön. (absorptiosulautuminen)
- 2) Vähintään kaksi sulautuvaa yhtiötä sulautuu perustamalla yhdessä vastaanottavan yhtiön. (kombinaatiosulautuminen)
- 3) Tytäryhtiösulautuminen on absorptiosulautumisen muoto, jossa vastaanottava yhtiö omistaa kaikki sulautuvan yhtiön osakkeet.

⁹⁰ KIVI 1999 Yrityskaupan hyväksyminen; Cisco Systems, Inc. / IBM:n verkkolaiteliiketoimintaan liittyvät immateriaalioikeudet.

⁹¹ Huopalainen ym. 2001: 196–197.

⁹² Aalto-Setälä ym. 2008: 323.

⁹³ Immonen & Nuolimaa 2007: 212.

Tytäryhtiösulautuminen ei kuulu yrityskauppa- ja valvonnan piiriin, koska kyseessä on tällöin kilpailulain 21 §:n kohdan 2 mukainen konsernin sisäinen järjestely.⁹⁴

3.1.4 Toiminnallisen yhteisyrityksen perustaminen

Kilpailulain 21 §:n yrityskauppa- ja määrityksen viimeisen kohdan mukaan yrityskauppa- ja valvonnan alaiseksi yrityskaupaksi soveltuu sellaisen yhteisyrityksen perustaminen, joka pysyvästi hoitaa kaiken itsenäiselle taloudelliselle yksikölle kuuluvan toiminnan tai, kuten laissa sanotaan, huolehtii pysyvästi kaikista itsenäiselle yritykselle kuuluvista tehtävistä. Lain kohta voidaan jakaa kolmeen yhteisyritykseltä vaadittavaan täyttymiskriteeriin:⁹⁵

- 1) Vähintään kahden yhteisyrityksen osakkaan on käytettävä määräysvaltaa yhdessä,
- 2) yhteisyrityksen on huolehdittava kaikista itsenäiselle yritykselle kuuluvista tehtävistä ja
- 3) yhteisyritys on perustettava pysyvää liiketoiminnan harjoittamista varten.

Ensimmäisen kriteerin katsotaan täyttyvän, kun yhteisyrityksen osakkaiden on sovittava yhteisyritystä koskevista strategisista ratkaisuista yhdessä. Yhteisen määräysvallan voi synnyttää tilanne, jossa äänivaltaiset osakkeet jakautuvat tasan kahden osakkaan kesken tai osakkaiden määräysvallan käyttöä koskevasta sopimuksesta taikka yhtiöjärjestyksen määräyksestä. Vähemmistöosakkaankin rooli voi lain soveltamisen kannalta olla ratkaiseva, sillä vähemmistöosakas on yhteisen määräysvallan käyttäjä, kun osakkaalla on mahdollisuus estää yhtiötä koskevien strategisten päätösten tekeminen niin sanottuja veto-oikeuksia käyttämällä.⁹⁶

Itsenäisyyden kriteerin täyttääkseen yrityksellä tulee olla oma operatiivinen johto ja mahdollisuus saada käyttöönsä riittävä määrä resursseja hoitaakseen vastaavin tavoin tehtävänsä kuin muut alalla toimivat yritykset. Kyseisiin resursseihin lukeutuvat muun muassa rahoitus, henkilökunta sekä aineeton ja aineellinen omaisuus.⁹⁷ Näillä perusteilla yrityksen tulee aina olla omistajiensa määräysvallan alaisena. Tällä tarkoitetaan sitä, että yrityksen tulee olla itsessään oma elinkelpoinen taloudellinen yksikkö, jolta emoyh-

⁹⁴ Aalto-Setälä ym. 2008: 323.

⁹⁵ KIVI 2011 Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppa- ja valvonnan: 20.

⁹⁶ KIVI 2011 Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppa- ja valvonnan: 21.

⁹⁷ Huopalainen ym. 2001: 198.

tiöt ovat pysyväksi tarkoitetulla rakenteellisella järjestelyllä siirtäneet kaupan kohteena olleet toiminnot uuteen yksikköön. Yritys ei siis ole pelkkä emoyhtiön käden jatke, jonka vastuulla on ainoastaan tietty liiketoiminnan osa-alue, kuten esimerkiksi markkinointi. Toiminnalla tulee olla myös riittävät omat resurssit, eikä se saa olla riippuvainen perustajien toimituksista tai ostoista. Ratkaisevana voidaan pitää perustajien ostojen tai myyntien osuutta suhteessa kolmansilta tapahtuviin ostoihin tai myynteihin kolmansille. Mitä pienempi osa yhteisyrityksen tuotannon myynnistä kohdistuu perustajille, sitä todennäköisempää on, että yhteisyritystä pidetään toiminnallisesti itsenäisenä.⁹⁸

Kolmannen kriteerin mukaan järjestelyn katsotaan toteutuvan silloin, kun yhteisyrityksen toiminta on tarkoitettu pitkäaikaiseksi tai jatkuvaksi. Mainittujen kriteerien perusteella kilpailulain ulkopuolelle voidaan sulkea tilanteet, joissa yritys on perustettu lyhyeksi ajaksi vain tiettyä projektia tai hanketta varten. On hyvä ottaa huomioon, että pelkästään yhteisyrityksen voimassaolon kiinteä määräaikaisuus tai se, että se on mahdollista purkaa, eivät estä toiminnan pitämistä pysyvänä.⁹⁹ Yhteisyrityksen toiminnan ei kuitenkaan katsota olevan riittävän pysyvää, jos se perustetaan harjoittamaan liiketoimintaa vain muutamaksi vuodeksi. Komission tapauskäytännössä noin 10–15 vuoden pituista aikaa on pidetty riittävänä.¹⁰⁰

Jokaisen yhteisyrityksen muodostamisen osalta on yrityskauppalvontasääntöjen sovellettavuus ratkaistava tapauskohtaisesti. Arviointiprosessin tulee olla kaksivaiheinen, jossa ensinnäkin tulee punnita, onko kyseessä strategisen päätöksenteon suhteen yhteisyritys vai onko kyseessä harvainyhtiö, jonka päätöksenteko ei tapahdu yhdessä. Mikäli arvioinnin ensimmäisen vaiheen tuloksena on yhteisyritys, tulee seuraavaksi arvioida, onko se kilpailulain tarkoittamassa suhteessa toiminnallisesti itsenäinen.¹⁰¹ Kilpailuviraston on siis arvioitava yhteisyritykseen liittyvä yrityskauppa kokonaisuutena ilman yksittäisten kriteerien tarkempaa soveltamista. Kilpailuviraston velvollisuutena on ottaa myös soveltamiskäytännössään huomioon, soveltuvien osin, yhteisyrityksistä komission toimivaltatiedonannossa esitettyjä periaatteita.¹⁰²

⁹⁸ Kuoppamäki 2012: 301-302.

⁹⁹ Kuoppamäki 2012: 302.

¹⁰⁰ KIVI 2011: Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppalvonnasta: 25.

¹⁰¹ Aalto-Setälä ym. 2008: 323.

¹⁰² KIVI 2011: Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppalvonnasta: 20.

3.2 Yrityskaupan liitännäisrajoitukset

Liitännäisrajoitukset ovat yrityskaupan toteutumiseksi välttämättömiä kilpailurajoituksia, joita yrityskaupasta erillisinä arvioidaan kilpailulain 5-7 §:n tai vastaavasti SEUT 101 tai 102 artiklan mukaisesti. Liitännäisrajoituksille tavanomaista on se, että liiketoiminnan arvon siirtäminen määräysvallan hankkijalle tai yhteisyritykselle edellyttää kilpailurajoitusta.¹⁰³ Rajoitusten arvioinnin sovellettavuutta, yrityskaupan yhteydessä, tarkasteltaessa on huomioitava se, että liitännäisrajoitusten tulisi olla ylittämättä ajalliselta kestoltaan tai asialliselta tai alueelliselta ulottuvuudeltaan sitä, mitä yrityskaupan toteutumiselta kohtuudella edellytetään. Kyseisenlaisella tavalla kohtuullisia liitännäisrajoituksia voivat ominaisuuksiltaan olla kilpailukieltolausekkeet, teknologian lisensointi ja jakelusopimukset. Lain kohtien mukaan siis sallittuna yrityskauppaan kuuluvana liitännäisrajoituksena pidetään esimerkiksi kilpailukieltota, jolla myyjä sitoutuu olemaan kilpailematta myymänsä yrityksen toimialalla ja –alueella, mikäli rajoitusta voidaan pitää kaupan kannalta välttämättömänä ja se on ajallisesti, asiallisesti ja alueellisesti kohtuullinen.¹⁰⁴

Komissio on antanut tiedonannon, jonka mukaan se ei tee enää yrityskauppojen käsitteilyn yhteydessä liitännäisrajoituksia koskevaa arviointia¹⁰⁵. Lisäksi tiedonannon pohjalta Kilpailuviraston tekemät yrityskaupapäätökset kattavat myös yrityskaupan liitännäisrajoitusten arvioinnin. Tämä merkitsee sitä, että Kilpailuviraston ei tarvitse tehdä erillistä arviota liitännäisrajoitusten hyväksyttävyydestä yksittäisissä tapauksissa. Yrityskaupan osapuolilla on kuitenkin mahdollisuus pyytää Kilpailuvirastolta erillinen arvio kaupan yhteydessä sovittujen kilpailurajoitusten liitännäisrajoitusluonteesta.¹⁰⁶

Kilpailun kannalta liitännäisrajoitukset rajoittavat osapuolten toimintavapautta markkinoilla. Yhtenä merkittävänä rajoituksena on se, että liitännäisrajoituksina ei tule soveltaa kilpailurajoituksia, jotka on sovittu kolmansien osapuolten kanssa. Liitännäisrajoitukseksi on esitetty myös rekrytointikieltoja, joissa myyjä sitoutuu tietyksi ajaksi olemaan palkkaamatta ostajalle siirtyneitä henkilöitä työntekijöiksi. Rajoitus on kuitenkin hyväksytty vain tapauksiin, joissa ostajan palvelukseen siirtyisi johto- tai avainhenkilöitä. Tässäkin tilanteessa liitännäisrajoitusten tulisi koskea vain aktiivisia työntekijöitä.¹⁰⁷

¹⁰³ KIVI 2011: Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavalvonnasta: 102.

¹⁰⁴ Kuoppamäki 2012: 303.

¹⁰⁵ Aalto-Setälä ym. 2008: 347.

¹⁰⁶ KIVI 2011: Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavalvonnasta: 102.

¹⁰⁷ Huopalainen ym. 2001: 203.

Liitännäisrajoitusten kilpailuvaikutuksiin liittyvä arviointitapa perustuu kokonaisharkintaan, sillä rajoitusten välttämättömyyttä arvioitaessa huomio kiinnittyy myös markkinaolosuhteisiin, joissa yrityskauppa toteutetaan. Esimerkkinä yleisesti kokonaisharkinnan käytännöistä on ostajaa hyödyttäviin liitännäisrajoituksiin suhtautuminen myönteisemmin kuin myyjää hyödyttäviin. Ostajan nimittäin täytyy saada varmuus siitä, että sen hankkiman kohteen arvo on sopimuksen mukainen.¹⁰⁸ Kilpailuvirasto ja komissio edellyttävät yrityskaupan osapuolten mainitsevan ilmoituksessaan oma-aloitteisesti kaikki liitännäisrajoitukset, jotka ilmoituksen kanssa toimitetut sopimukset sisältävät ja selvittävän miksi ne ovat keskittymän kannalta välttämättömiä.¹⁰⁹

3.3 Yrityskauppojen kilpailuvaikutukset

Yrityskaupat kuuluvat menetelmiin, joilla yritykset ja talouden eri sektorit sopeutuvat muuttuviin markkinaolosuhteisiin. Yrityskauppojen vaikutukset voidaan jakaa yhteiskunnan kannalta haitallisiin ja hyödyllisiin kauppoihin. Elinkeinorakenteen keskittymistä ei pidä arvioida poikkeuksetta markkinatalouden negatiivisena vaikutuksena, vaan luonnollisena seurauksena, joka aiheuttaa tehottomien yritysten poistumisen markkinoilta. Keskittymät voivat mahdollistaa alan kannalta tehokkaamman yrityskoon, parantaa elinkeinotoiminnan tehokkuutta sekä yritysten kansainvälistä kilpailukykyä tyydyttäen näin myös kuluttajien tarpeita monipuolisemmin. Keskittymistä voidaan tietyissä tapauksissa pitää erityisesti Suomen kokoisilla pienillä markkinoilla elinehtona, sillä kansainvälisen kaupan ja kilpailun lisääntymisen seurauksena keskittyminen voi olla monilla aloilla tarpeellinen, jotta kotimaiset yritykset pystyisivät haastamaan kilpailijansa niin Suomen kuin kansainvälisilläkin markkinoilla.¹¹⁰

Yritysten keskittymisellä voidaan luonnollisesti havaita myös merkittäviä negatiivisia haittavaikutuksia, sillä muutenhan koko yrityskauppavalvonnan sääntely olisi yksinkertaisesti tarpeetonta. Voimakas keskittymiskehitys ja yrityskoon kasvu ovat omiaan vahvistamaan yksittäisen yrityksen kilpailuasemaa kotimarkkinoilla aiheuttaen tilanteen, jossa kilpailu ei enää toimi. Yrityskaupan seurauksena voi syntyä sellainen määräävä markkina-asema, joka merkittävästi estää kilpailua vaikuttaen elinkeinonalan kehitykseen. Keskittyminen voi myös hankaloittaa alallepääsyä siten, ettei uusien yritysten ole enää kannattavaa pyrkiä markkinoille. Merkittävien alallepääsyn esteiden vuoksi

¹⁰⁸ KIVI 2011: Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavalvonnasta: 102.

¹⁰⁹ Huopalainen ym. 2001: 203.

¹¹⁰ HE 243/1997.

markkinoilta häviää potentiaalinen kilpailu, jonka tehtävänä on turvata markkinoiden toimivuus. Potentiaalisen kilpailun puuttuminen mahdollistaa tehottoman toiminnan, joka johtaa kansantaloudellisiin tappioihin. Keskittymät voivat myös aiheuttaa kansainvälisen kilpailukyvyn heikentymisen, kun kansainvälisillä markkinoilla toimiva yritys on riippuvainen keskittymisen alaisista tuotantotekijöistä, joiden hinnat keskittymän seurauksena nousevat. Pahimmassa tapauksessa keskittymisen vaikutukset näkyvät juuri hintatason korkeutena ja kansantalouden toimimisena tehottomasti.¹¹¹

Yrityskauppavalvonta aiheuttaa kustannuksia markkinoilla toimiville yrityksille, sillä valvonnasta aiheutuvista yrityskaupan osapuolten velvollisuuksista johtuen yrityskaupan toteutuminen hidastuu. Siitä huolimatta, tarkasteltaessa kansantalouden kokonaisuhyödyn kannalta, yrityskauppavalvonnan vaikutukset ovat myönteiset.¹¹²

3.4 Yrityskauppatyypin vaikutukset kilpailuun

Arvioitaessa yrityskauppojen kilpailuvaikutuksia, on hyvä erottaa toisistaan horisontaaliset, vertikaaliset ja monialayrityskaupat. Potentiaalisimmat haittavaikutukset, suhteessa kansantalouteen ja tehokkaaseen kilpailuun, yhdistetään erityisesti horisontaalisiin yrityskaupoihin, koska ne mahdollistavat tuotannon vähentämisen ja hintojen nostamisen.¹¹³ Horisontaalisessa yrityskaupassa yritys ostaa toisen yrityksen, joka tuottaa tai myy samanlaisia hyödykkeitä samoilla maantieteellisillä markkinoilla. Kyseisen tyyppinen yrityskauppa eliminoi luonnollisesti kilpailun yritysten väliltä, kun kahdesta kilpailevasta yrityksestä kaupan seurauksena tulee vain yksi, mistä aiheutuu yritysten määrän väheneminen markkinoilta ja ostavan yrityksen markkinavoiman kasvu.¹¹⁴ Horisontaaliset yrityskaupat vaikuttavat siten välittömästi markkinoiden rakenteeseen ja mahdolliseen keskittymiseen, kun niillä aiemmin toiminut yritys poistuu markkinoilta. Haittavaikutukset voivat siis nousta tehokkaasti toimivien markkinoiden kannalta kohtalokkaiksi, kun yrityskauppa olennaisesti estää tehokasta kilpailua vaikuttamalla yrityskaupan osapuolten tai sen ulkopuolisten yritysten kohtaamaan kilpailupaineeseen.¹¹⁵

Horisontaalisen yrityskaupan kilpailuvaikutus ei tietenkään läheskään aina ole negatiivinen, sillä muutenhan kyseinen kauppatyypin olisi kokonaan kielletty. Positiivinen

¹¹¹ HE 243/1997.

¹¹² HE 243/1997.

¹¹³ Kuoppamäki 2012: 288.

¹¹⁴ Määttä 2006: 86.

¹¹⁵ KIVI 2011 Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavalvonnasta: 73.

vaikutus kilpailuun voidaan perustella tehokkuusetuina, jotka kaupan syntyminen mahdollistaa. Horisontaalisen keskittymän positiivisista vaikutuksista kansantalouteen ja markkinoihin mainittakoon mittakaava- ja laajuusedut. Mittakaavaedut mahdollistavat hyödykkeiden tuottamisen laajemmissa yksiköissä alhaisemmin yksikkökustannuksin, kun taas laajuusetujen hyödyt perustuvat yhden yrityksen kykyyn tuottaa huokeammilla kustannuksilla kahta eri hyödykettä verrattuna kustannuksiin, joilla kaksi erillistä yritystä pystyisivät nämä hyödykkeet erikseen tuottamaan.¹¹⁶

Yrityskauppojen toisen päätyypin muodostavat vertikaaliset yrityskaupat. Vertikaalisessa yrityskaupassa yritys ostaa joko asiakkaansa, kuten tukkukauppa vähittäiskaupan, tai yrityksen, jolta se ostaa hyödykkeitä, kuten vähittäiskauppa tukkukaupan. Yleisesti puhutaan yrityksen ostamisesta jalostusketjun eri portaalta. Vertikaalisessa yrityskaupassa yritysten markkinaosuuksissa ei tapahdu muutoksia, koska yritykset eivät olleet ennen kauppaa kilpailijoita keskenään.¹¹⁷ Kilpailun kannalta kaupan negatiivisten vaikutusten riskit perustuvat jakelukanavien monopolisoitumiseen, josta haitallisessa tilanteessa seuraa kilpailijoiden toiminnan vaikeutuminen ja potentiaalisten kilpailijoiden markkinoille tulon estäminen. Kyseinen tilanne voi syntyä, jos esimerkiksi yritys saa monopolisaseman merkittävästä raaka-aineesta, minkä avulla se pystyy estämään kilpailijoilta raaka-aineiden saannin tai vaatia kohtuuttomia hintoja. Vertikaalisten yrityskauppojen vaikutukset ovat monesti problemaattisia, sillä niihin liitetään usein kilpailun kannalta positiivisia seurauksia. Kuten edellä käsitellyssä esimerkissä, jälleenmyyjän oston vaikutuksesta tapahtuu kyseisen tuotteen markkinoinnin parantuminen ja eri valmistajien tuotteiden välisen kilpailun piristymisen. Vertikaalisilla yrityskaupoilla voidaan saavuttaa myös kustannussäästöjä mahdollisten raaka-ainekustannusten pienentymisten ja tuotteiden jakelun tehostumisen kautta.¹¹⁸

Monialayrityskaupat taas käsittävät kaupat, joissa yritykset toimivat eri markkinoilla, eikä niillä ole suoranaisia horisontaalisia eikä vertikaalisia yhteyksiä¹¹⁹. Monialayrityskauppojen kielteisten vaikutusten näyttämistä toteen yksittäistapauksissa on pidetty erittäin haastavana. Yleisten perusteluiden perusteella niiden on arveltu liittyvän suurfuusioiden kilpailun toimivuudelle aiheuttamiin vaaroihin erityisesti tilanteessa, jossa iso monialayritys tulee yrityskaupan kautta alalle, jolla ennestään toimivilta yrityksiltä puuttuvat uuden tulokkaan resurssit. Kauppa voi myös synnyttää tilanteen, jossa tilauksia saaneet yritykset velvoitetaan tilaamaan niiltä yrityksiltä, joilta ne puolestaan ovat

¹¹⁶ Määttä 2006: 86–87.

¹¹⁷ Määttä 2006: 87.

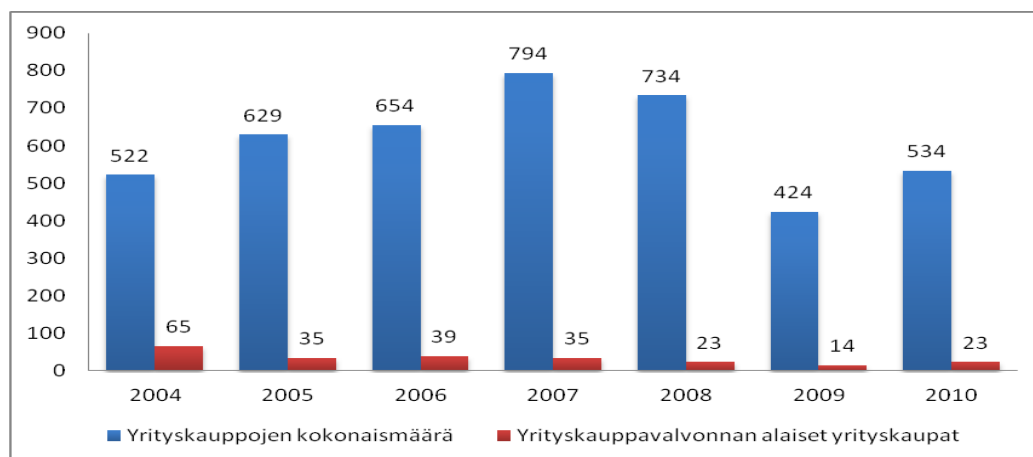
¹¹⁸ Kuoppamäki 2012: 290.

¹¹⁹ KIVI 2011 Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppa- ja fuusiovalvonnasta: 63.

saaneet tilauksia. Mitä useammilla aloilla monialayritys toimii, sen todennäköisempää on, että sen potentiaaliset toimittajat kuuluva myös potentiaalsiin asiakkaisiin.¹²⁰

3.5 Yrityskauppavalvonnan vuosikatsaus

Vuonna 2010 Suomessa tehtiin 534¹²¹ yrityskauppaa, joista 23¹²² täytti kilpailulaissa määritellyn ilmoitusvelvollisuuden saamatta kaupan syntymiselle ehtoja tai kieltävää ehdotusta. Yhteisötasolla vastaavien komissiolle ilmoitettujen yrityskauppatapausten määrä vuonna 2010 oli kaikkiaan 274, joista tehtiin 16 ehdollista päätöstä eikä yhtään kielteistä päätöstä¹²³.



Kuvio 3. Yrityskauppojen kokonaismäärän¹²⁴ suhde yrityskauppavalvonnan alaisiin yrityskauppoihin¹²⁵ Suomessa.

Kuviosta 3 pystytään helposti havaitsemaan yrityskauppavalvonnan alaisten yrityskauppojen osuuden vähäisyys kaikista kotimaassa tehdyistä yrityskaupoista. On hyvä tiedottaa, että yrityskauppavalvonta koskee vain sitä pientä osaa yrityskauppatapeuksista, jotka ylittävät vaaditut raja-arvot sekä vaatimukset, ja joilla näin ollen voi olla vaikutus valvonnan kannalta markkinoihin ja Suomen kansantalouteen.

¹²⁰ Kuoppamäki 2012: 290–291.

¹²¹ Talouselämä 2011. Näkykö velkakriisi jo yrityskauppojen määrässä?

¹²² KIVI 2011 Yrityskaupparatkaisut.

¹²³ Euroopan komissio 2011.

¹²⁴ Talouselämä 2011. Näkykö velkakriisi jo yrityskauppojen määrässä?

¹²⁵ KIVI 2011 Yrityskaupparatkaisut.

Vuoden 2011 aikana globaaliksi puhjennut velkakriisi näkyy osittain tällä hetkellä toteutumassa olevien yrityskauppojen määrässä, mutta suurelta osin murrosvaihetta ei ole vielä havaittavissa. Tässä vaiheessa kriisi tulee kohtelemaan erityyppisiä kauppvoja hie-man eri tavoin. Mahdollisten muutosten perimmäinen syy on yritysten pääoman kustannusten nousussa tai sen uhassa, ja erilaiset yrityskaupat reagoivat uhkaan eri nopeu-della. Tilanne saattaa pahimmillaan muuttua nopeastikin tämänhetkisestä huonommaksi kaikissa yrityskauppatyypeissä.¹²⁶

Viime vuosina Suomi on ollut kiinnostava kohde ulkomaalaisille yritysostajille. Noin joka kuudennessa suomalaisen yhtiön ostossa, viimeisten kahden vuoden aikana, ostaja on ollut ulkomainen.¹²⁷ Ulkomaisten yritysostojen kasvusta johtuen, yritysostot Suo-mesta voivat joutua tiukemman valvonnan piiriin. Valtioneuvosto esittääkin eduskun-nalle, että ostoja voitaisiin seurata ja kieltää nykyistä helpommin. Tavoitteena on suoja-ta tärkeitä aloja ei-kaupallisilta ulkomaisilta sijoittajilta. "Maailmalla on kehitys, että esimerkiksi Aasian valtioiden omat rahastot investoivat Eurooppaan", kertoo johtaja Henrik Räihä työ- ja elinkeinoministeriöstä Helsingin sa-nomien artikkelissa Suomi haluaa suojata avainyrityksiään aasialaisten ostoinnolta. Vas-taavanlaisia uudistuksia on tehty myös muualla Euroopassa.¹²⁸

Uudistus mahdollistaisi viranomaisille oikeuden saada harkintansa mukaan lisäselvitys-tä kaupasta, mikäli oston kohteena on yhteiskunnan kannalta kriittinen yritys. Laissa ei määriteltäisi tarkemmin, mitä nämä yritykset ovat. Muutos laajentaisi viranomaisen puuttumismahdollisuuksia, kun kysymyksessä on ulkomailta Suomeen tapahtuva yri-tysosto. Tällä hetkellä viranomaisen yrityskaupan vahvistus tarvitaan vain tapauksiin, joissa kaupan kohteena on sotilaskäyttöön soveltuva tuote.¹²⁹

Viranomaiset ovat tähän asti voineet pyytää selvityksiä yleensä vain hyvin suuriin yri-tyksiin liittyvistä kaupoista, joissa ostaja on OECD:n¹³⁰ ulkopuolelta. Jatkossa kaikki puolustustarvikkeisiin liittyvät ostot joutuisivat selvittelyyn kaikkien ulkomaalaisten ostajien osalta. Muilla toimialoilla laki koskisi vain EU- ja Efta-alueiden ulkopuolelta

¹²⁶ Talouselämä 2011 Näkykö velkakriisi jo yrityskauppojen määrässä?

¹²⁷ Talouselämä 2011 Kuinka paljon ulkomaiset ostavat suomalaisia yhtiöitä?

¹²⁸ Helsingin Sanomat 2011.

¹²⁹ Helsingin Sanomat 2011.

¹³⁰ OECD on taloudellista yhteistyötä ja kehitystä tukemaan kehitetty järjestö. OECD:n jäsenmaita ovat: Belgia, Espanja, Alankomaat, Irlanti, Itävalta Islanti, Yhdistynyt Kuningaskunta, Italia, Kanada, Kreikka, Luxemburg, Norja, Portugali, Ranska, Ruotsi, Saksa, Sveitsi, Tanska, Turkki, Yhdysvallat, Japani, Suo-mi, Australia, Uusi-Seelanti, Meksiko, Tšekin tasavalta, Unkari, Puola, Etelä-Korea, Slovakia, Chile, Slovenia, Israel ja Viro.

tulevia ostajia. Kauppa voitaisiin vaatia selvittelyn kohteeksi silloin, kun vähintään kymmenen prosentin siivu yrityksestä on siirtymässä ulkomaalaisomistukseen.¹³¹

¹³¹ Helsingin Sanomat 2011.

4. ILMOITTAMISEEN LIITTYVÄ MENETTELY

4.1 Menettely ennen yrityskaupan ilmoittamista Kilpailuvirastolle

Ennen yrityskaupan täytäntöönpanoa kaupan osapuolten tulee selvittää, kuuluko valmis-teilla oleva kauppa pakollisen yrityskauppailmoituksen piiriin ja miten ilmoitusvelvolli-suuden täytyessä tulisi menetellä ennen lopullista rakennemuutoksen toteuttamista. Asia on erittäin olennainen, sillä kilpailulain alaista yrityskauppaa ei saa laittaa täytän-töön ennen kuin pakollinen ilmoitusvelvollisuus on tehty ja yrityskaupasta on annettu lopullinen päätös¹³².

Vuonna 2011 voimaan tulleen lakiuudistuksen myötä laissa määriteltyjen yrityskauppo-jen ilmoitusaika muuttui. Uudistus Suomen kilpailulain 23 §:än yrityskauppaa koske-vasta ilmoitusvelvollisuudesta mahdollistaa sen, että ilmoitus voidaan toimittaa Kilpai-luvirastolle myös ennen kaupan täytäntöönpanoa, kun osapuolet voivat osoittaa riittä-vällä varmuudella aikomuksensa tehdä yrityskaupan. Riittävä varmuus on hyvin tulkin-nanvarainen määre, mutta se voidaan katsoa täyttyvän ainakin kauppatilanteissa, joissa kaikki sopimusosapuolet allekirjoittavat aiesopimuksen tai niin sanotun yhteisymmär-ryspöytäkirjan taikka julkisen ilmoituksen ostotarjouksen tekemisellä.¹³³ Lisäksi vanhan kilpailurajoituslain mukainen viikon ilmoitusaika poistettiin. Uudistusten tavoitteena oli tehdä yrityskauppojen tutkinta entistä joustavammaksi.¹³⁴ Lain tarkoituksena on, että soveltamisalaan kuuluvat yrityskaupat tulisivat ilmoitetuiksi mahdollisimman aikaisessa vaiheessa yrityskauppaprosessia, jotta niiden kilpailuvaikutukset voidaan havaita, ennen kuin kaupassa tapahtuva rakennemuutos ehtii vaikuttamaan ratkaisevasti kaupan osa-puolten toimintaan.¹³⁵

Yrityskaupan ilmoitusvelvollisuus ratkeaa neliportaisen kysymyksenasettelun kautta (kuvio 4). Ratkaistaessa tuleeko yrityskaupasta ilmoittaa Kilpailuvirastolle, arviointi-prosessi tulisi käynnistää selvittämällä, täyttyvätkö Euroopan unionin sulautuma-asetuksessa määritellyt kriteerit, joiden perusteella kauppa tulisi ilmoittaa kansallisen viranomaisen sijasta suoraan Euroopan komissiolle. Mikäli ehto ei täyty, ilmoitusvel-vollisuuden tarkastelussa tulisi ratkaista onko kauppa kilpailulain 21 §:ssä määritelty yrityskauppa. Kyseisen määritelmän täytyessä ja prosessin edetessä, seuraavilla kahdel-

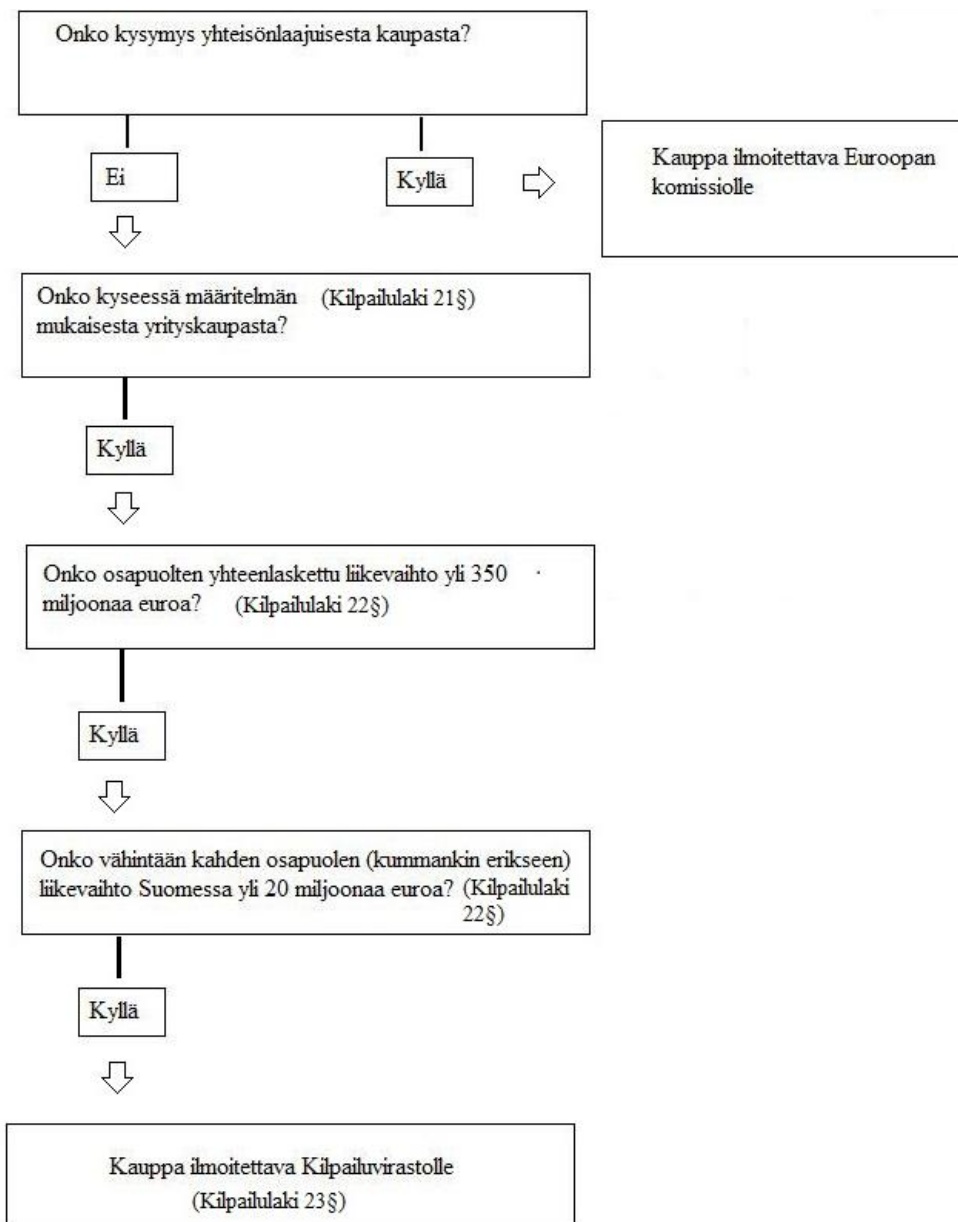
¹³² Huopalainen ym. 2001: 227.

¹³³ KIVI 2011 Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavalvonnasta: 42.

¹³⁴ HE 2010/88.

¹³⁵ Kuoppamäki 2012: 308.

la kysymysportaalla tulee arvioitavaksi kilpailulain 22 §:ssä säännellyt kaksi liikevaihtorajaa, jotka viime kädessä ratkaisevat sen, tuleeko yrityskauppa ilmoittaa Kilpailuvirastolle. Ilmoitus tulee toimittaa sopimuksen tekemisen, määräysvallan hankkimisen tai julkisen ostotarjouksen jälkeen, kuitenkin viimeistään ennen yrityskaupan täytäntöönpanoa¹³⁶.



Kuvio 4. Yrityskauppojen käsittelykaavio¹³⁷.

¹³⁶ Wikberg 2011: 314–315.

¹³⁷ Wikberg 2011: 321.

Kilpailulain 21 §:n mukaan ilmoitusvelvollisia ovat määräysvallan hankkija, liiketoiminnan tai sen osan hankkija, sulautumiseen osallistuvat yhteisöt ja säätiöt sekä yhteisyrityksen perustajat. Mikäli ilmoitusvelvollisia on useita, on niillä mahdollisuus tehdä myös yhteinen ilmoitus tai valtuuttaa yksi ilmoitusvelvollisista tai asiamies tekemään ilmoituksen. Jokaisen ilmoitusvelvollisen tulee joka tapauksessa vastata siitä, että ilmoitus tehdään kilpailulain mukaan oikeilla tiedoilla.¹³⁸ Tiivistetysti ilmoituksen tulee sisältää¹³⁹ yrityskaupan toteuttamismuoto, liikevaihtotiedot, omistukseen ja määräysvaltaan liittyvät selvitykset, vaikutuksenalaisten markkinoiden määrittely ja lisäksi tiedot liitännäisistä markkinoista¹⁴⁰.

Mahdollisimman nopean käsittelyn takaamiseksi ilmoitusvelvollisella on mahdollisuus kääntyä Kilpailuviraston puoleen jo ennen virallisen ilmoituksen tekemistä¹⁴¹ niin sanotussa prenotifikaatiovaiheessa¹⁴². Ilmoitusvelvollisilla on itsellään päävastuu ilmoitusvelvollisuuden täyttämistä, mutta Kilpailuviraston tulee antaa ohjausta sovellettavista säännöistä sekä vastauksia kenen tahansa esittämiin tiedusteluihin liittyen ilmoitusvelvollisuuden laajuutta. Tavanomaisesti ennen varsinaista yrityskauppailmoitusta ilmoitusvelvollinen käy Kilpailuviraston kanssa eräänlaiset ennakkoneuvottelut kauppaan liittyvistä asianhaaroista, kuten markkinamäärityksestä. Neuvottelujen tarkoituksena on lisätä sekä Kilpailuviraston että yrityskaupan osapuolten edustajien tietoa niistä kysymyksistä, jotka saattavat olla yrityskaupan arvioinnin kannalta kriittisiä. Kilpailuvirastolla ei kuitenkaan ole kyseisessä vaiheessa velvollisuutta ottaa sitovasti kantaa mahdollisiin yrityskaupan luomiin kilpailuongelmiin tai muihin arviointikysymyksiin, vaan neuvotteluissa esitetyt kommentit tulisi tulkita luonteeltaan alustavina.¹⁴³

Prenotifikaatiovaiheella on erittäin tärkeä rooli osana yrityskauppavalvontaa, sillä käytännössä yrityskaupan ilmoittajien ja Kilpailuviraston tulkinnat relevanttien markkinoiden määrittämisestä saattavat erota huomattavasti toisistaan. Yleisesti ilmoittajan olisi suositeltavaa käyttää Kilpailuviraston neuvotteluissa esittämää kantaa markkinoiden määrittämisestä ilmoitusta tehdessään, jotta ilmoitusvelvollisuus tulisi todennäköisemmin täytettyä. Tämä ei kuitenkaan merkitse sitä, ettei ilmoitusvelvollisuus täytyisi, jos markkinoiden määrittäminen olisi tehty Kilpailuviraston ehdottaman vastaisesti. Ratkai-

¹³⁸ Aalto-Setälä ym. 2008: 337–338.

¹³⁹ Ilmoitusvelvollisuuden tarkemmasta sisällöstä on säädetty valtioneuvoston asetuksella 1012/2011.

¹⁴⁰ Aalto-Setälä ym. 2008: 340.

¹⁴¹ Kuoppamäki 2012: 310.

¹⁴² Aalto-Setälä ym. 2008: 339.

¹⁴³ KIVI 2011: Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavalvonnasta: 8-9.

sevaa ilmoitusvelvollisuuden täyttymisen kannalta kyseissä tilanteissa on se, miten va-
littu ratkaisumalli on perusteltu.¹⁴⁴

4.2 Kilpailuviraston menettely yrityskaupan ilmoittamisen jälkeen

Kotimaisen yrityskauppavalvontaprosessin käynnistää virallisesti se, kun Kilpailuviras-
to vastaanottaa kilpailulainsäädännön asettamat sisältövaatimukset täyttävän yritys-
kauppailmoituksen. Kilpailulain 26 §:n 1 momentin mukaan Kilpailuviraston tulee tut-
kia yrityskauppaa koskeva ilmoitus välittömästi sen saatuaan. Kilpailuvirasto aloittaa
yrityskaupan kilpailuvaikutusten selvittämisen viipymättä lähettämällä pääsääntöisesti
kirjalliset lausunto- tai selvityspyynnöt yrityskaupan osapuolten asiakkaille, kilpailijoil-
le, tavarantoimittajille, toimialaliitoille ja järjestöille sekä mahdollisille muille tahoille.
Mikäli kolmansien osapuolten näkemyksen mukaan yrityskaupalla voi olla haitallisia
kilpailuvaikutuksia, on tärkeää, että näkemykset tuodaan mahdollisimman aikaisessa
vaiheessa Kilpailuviraston tietoon. Kilpailuvirasto saa tavallisesti merkittävän osan yri-
tyskaupan kilpailuvaikutusten arvioinnissa hyödyntämästään aineistosta nimenomaan
yrityskaupan osapuolilta. Osapuolet ovat velvollisia toimittamaan tarvittavan materiaa-
lin joko yrityskauppailmoituksessa tai Kilpailuviraston vaatiessa erillistä lisäselvitys-
tä¹⁴⁵. Lisäksi Kilpailuvirasto voi kilpailuvaikutuksia arvioidessaan hyödyntää asiantunti-
joita sekä tehdä erilaisia yrityskäyntejä tavaten erilaisia toimijoita selvitettävään yritys-
kauppaan liittyen.¹⁴⁶

Ilmoituksen tekemisestä alkaa kuviossa 5 käsiteltävä yrityskauppojen valvontaproses-
siin kuuluva Kilpailuvirastoa sitova kuukauden pituinen määräaika. Lain 26 §:n 2 mo-
mentin mukaan Kilpailuviraston tulee antaa määräaikaan mennessä yrityskaupasta pää-
tös, jolla se joko hyväksyy yrityskaupan, tai siirtää sen ns. toisen vaiheen jatkoselvityk-
seen. Määräaika ei ala kulua, jos ilmoituksessa ilmenee virheitä tai se on olennaisesti
puutteellinen. Näissä tilanteissa Kilpailuviraston tulee ilmoittaa ilmoituksen tekijöille
havaituista puutteellisuuksista ilman aiheetonta viivästystä.¹⁴⁷

¹⁴⁴ Aalto-Setälä ym. 2008: 339.

¹⁴⁵ Lisäselvitykseen liittyvää materiaalia ovat esimerkiksi kyseistä yrityskauppaa koskeva suunnitteluma-
teriaali, kuten sen taloudellisia syitä ja kilpailuvaikutuksia koskeva sisäinen materiaali (hallitusmateriaa-
lit, selvitykset, analyysit ja raportit tms.), sekä yrityskauppaa koskevien markkinoidenosalta myynti-,
kapasiteetti- ja muut markkinatiedot. KIVI 2011: Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavalvonnasta:
10.

¹⁴⁶ KIVI 2011: Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavalvonnasta: 10.

¹⁴⁷ Aalto-Setälä ym. 2008: 337–341.

Kuukauden määräajassa Kilpailuvirasto voi päätyä seuraavanlaisiin lopputulemiin:¹⁴⁸

1. Toimenpiteeseen ei sovelleta yrityskauppasäännöksiä eli yrityskauppa ei ole kilpailulain alainen.
2. Järjestelyyn sovelletaan yrityskauppasäännöksiä, mutta yrityskauppa hyväksytään sellaisenaan tai yrityskaupan hyväksymiseen liitetään ehtoja.
3. Yrityskaupan soveltuvuudesta markkinoille on vakavia epäilyjä ja Kilpailuvirasto päättää jatkoselvityksen aloittamisesta.

Kilpailulain tavoitteena on, ettei yrityskaupan valvontaprosessi tulisi hidastamaan kaupan toteutumista sen enempää kuin sen kilpailuvaikutusten selvittäminen edellyttää. Täten kilpailuvaikutuksiltaan vähäisten yrityskauppojen käsittelyn tulisi päättyä kuukauden kestävän ensivaiheen aikana ja jatkoselvitykseen päätyisivät vain kaupat, joilla on ensimmäisen vaiheen selvityksissä havaittu mahdollisia negatiivisia kilpailuvaikutuksia. Jos Kilpailuvirasto ei ole kuitenkaan tehnyt päätöstä jatkoselvityksen aloittamisesta ilmoituksen saapumisesta alkaneen kuukauden määräajan kuluessa, voidaan kauppa katsoa hyväksytyksi. Kyseisessä tilanteessa Kilpailuvirastolla ei ole siis mahdollisuutta jälkikäteen antaa yrityskaupalle ehtoja tai kieltävää päätöstä.¹⁴⁹

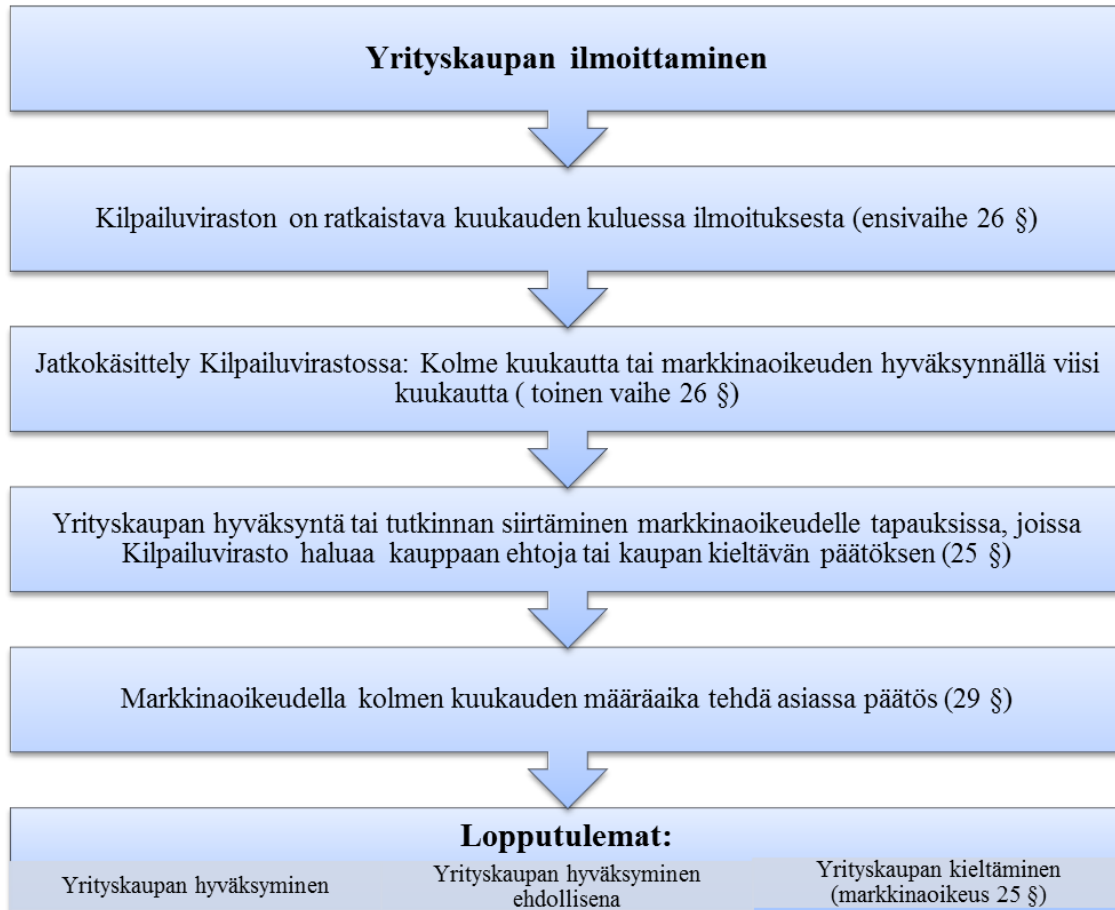
Kilpailuvirasto voi kuitenkin kilpailulain 26 §:n 3 momentin mukaan pidentää käsittelymääräaikoja, mikäli yrityskaupan osapuolet eivät toimita Kilpailuviraston pyytämiä kaupan hyväksymisen kannalta merkityksellisiä tietoja asetetussa määräajassa tai toimitetut tiedot ovat olennaisilta osin virheellisiä tai puutteellisia. Säännös käsittelymääräajan pidentämisestä on ensisijaisesti tarkoitettu sovellettavaksi tapauksissa, joissa yritys tahallisesti laiminlyö tietojen toimittamisen tai toimittaa ne puutteellisina tai virheellisinä. Ennen määräajan pidentämissä päätöksiä Kilpailuvirasto asettaa yrityskauppaa koskevassa selvityspyynnössä määräajan, jonka kuluessa selvitys on toimitettava Kilpailuvirastolle. Kilpailuvirasto pyytää tällöin puuttuvat tiedot päätöksellä, jossa se samalla ilmoittaa, että käsittelymääräaika tullaan pidentämään. Käsittelymääräaika voidaan tarvittaessa jatkaa samalla määrällä päiviä kuin mitä vaadittavan informaation toimittaminen myöhästyy määräpäivästä, joka niiden toimittamiselle on alun perin asetettu.¹⁵⁰ Tilanteessa, jossa osapuolet ovat tehneet yrityskauppasopimukseen kaupan arviointiin merkittävästi vaikuttavia keskeisiä muutoksia, voidaan poikkeuksellisesti joutua toteamaan, ettei määräaika ole alkanut kulua. Tällaisia muutoksia ovat esimerkiksi kaupan

¹⁴⁸ Huopalainen ym 2005: 231.

¹⁴⁹ Kuoppamäki 2012: 310–311.

¹⁵⁰ KIVI 2011: Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppalvonnasta: 43–44.

kohteeseen liittyvät ratkaisevat muutokset, joiden ilmoittamatta jättämisen johdosta määrääjän katsotaan alkavan alusta. Jotta näin voi tapahtua, on kyseessä oltava ilmoittajan syyksi luettava seikka, joka olisi tullut huomioida ilmoittajan toimesta.¹⁵¹



Kuvio 5: Yrityskaupan valvontaprosessi¹⁵².

Jos Kilpailuvirasto on tehnyt päätöksen toisen vaiheen jatkoselvityksen aloittamisesta, on sillä päätöksen antamisesta kolme kuukautta aikaa tehdä yrityskauppaa koskeva lopullinen päätös. Mikäli Kilpailuvirasto katsoo kolmen kuukauden määräajan olevan riittämätön yrityskaupan kilpailuvaikutusten tutkimiseen, voi se hakemuksella anoa markkinaoikeudelta enintään kahden kuukauden lisäystä määräaikaan.¹⁵³ Käsittelymääräajan pidentämisen tarve on kuitenkin hyvin epätavallista. Määräaikaa voidaan kyseisellä tavalla pidentää kilpailulain 25 §:n 3 momentissa tarkoitettujen ehtojen selvittä-

¹⁵¹ Kuoppamäki 2012: 311.

¹⁵² Aalto-Setälä ym. 2008: 342.

¹⁵³ Kuoppamäki 2006: 260.

seksi tai sen vuoksi, että ilmoituksen laatinut elinkeinonharjoittaja on Kilpailuviraston käsittelyn loppuvaiheessa ilmoittanut muuttavansa alkuperäistä yrityskauppajärjestelyä tavalla, joka pakottaa Kilpailuviraston tekemään lisäselvitystä käsittelyssä olevasta yrityskaupasta. Tapauksissa, joissa ilmoituksen tehnyt elinkeinonharjoittaja vastustaa määräraajan pidentämistä, on määräaika mahdollista pidentää vain painavasta syystä.¹⁵⁴

4.3 Täytäntöönpanokiello

Yrityskaupan osapuolet eivät saa kilpailulain 27 §:n mukaan ryhtyä toimenpiteisiin yrityskaupan toteuttamiseksi ennen kuin yrityskauppaa koskevassa asiassa on annettu lopullinen päätös tai kauppa voidaan katsoa tulleen muutoin hyväksytyksi, esimerkiksi Kilpailuviraston tai markkinaoikeuden noudatettavaksi säänneltyjen määräaikojen umpeen kulumisen seurauksena¹⁵⁵. Heitä sitoo nk. täytäntöönpanokiello.

Täytäntöönpanokiellon voimassaoloaikana yrityskaupan osapuolet eivät siis saa ryhtyä minkäänlaisiin toimenpiteisiin yrityskaupan täytäntöönpanemiseksi tai sen toteuttamiseksi. Sallituiksi toimenpiteiksi voidaan katsoa ainoastaan välttämättömät toimet liittyen omaisuuden säilyttämiseen ja turvaamiseen sekä liiketoiminnan jatkamiseen. Täytäntöönpanokiellon voimassaoloaikana ei näin ollen saa ryhtyä mihinkään sellaiseen toimeen, joka vaikuttaa hankinnan kohteen kilpailukäyttäytymiseen. Tämän takia esimerkiksi yrityskaupan closing-tapahtumaa, jossa omistusoikeus lopullisesti siirtyy ja ostaja saa kohdeyrityksen hallintaansa, ei ole suositeltavaa järjestää ennen kilpailuviranomaisen hyväksyvää päätöstä.¹⁵⁶

Kilpailuvirasto ja markkinaoikeus voivat kuitenkin päätöksellään poistaa täytäntöönpanokiellon ennen lopullista päätöksen antamista. Päätös yrityskaupan sallimisesta tai jatkoselvitykseen ryhtymisestä ja siitä aiheutuvasta täytäntöönpanon lykkääntymisestä ei ole läheskään aina ongelmaton. Kilpailuviranomaisten tulee aina miettiä seuraamuksia yhtäältä jatkoselvitysten tarpeellisuudesta ja samanaikaisesti siitä, missä määrin täytäntöönpanon lykkäämisestä aiheutuu haittoja yrityskaupan osapuolille.¹⁵⁷ Siksi täytäntöönpanokiellon sallittua laajuutta määritettäessä tulisi raja vetää siihen, mitä toimivan yrityskauppavalvonnan ja osapuolten oikeusturvan varmistamiseksi on välttämätöntä¹⁵⁸.

¹⁵⁴ KIVI 2011 Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavalvonnasta: 45.

¹⁵⁵ Huopalainen ym 2005: 231.

¹⁵⁶ Aalto-Setälä ym. 2008: 343.

¹⁵⁷ Kuoppamäki 2012: 312.

¹⁵⁸ Työ- ja Elinkeinoministeriö 2009: 73.

4.4 Seuraamus ilmoitusvelvollisuuden laiminlyönnistä

Kilpailulain 28 §:n mukaan yrityskaupan ilmoitusvelvolliselle, joka panee yrityskaupan täytäntöön kilpailulain 25 tai 27 §:n vastaisesti tulee tälle määrätä kilpailulain 12 §:ssä säädetty seuraamusmaksu. Sanktio voidaan kuitenkin jättää määräämättä tilanteissa, joissa menettelyä on pidettävä vähäisenä tai seuraamusmaksun määräämistä voidaan pitää kilpailun turvaamisen kannalta muutoin perusteettomana. Kyseisenlainen lain tulkinta voi tulla kysymykseen esimerkiksi tilanteissa, joissa ilmoittamiselle asetettu määräaika on ylitetty vähäisesti, kyseessä on ilmoitusvelvollisuuden täyttymisen tulkinnan rajatapaus tai ilmoitusvelvollinen on jättänyt puutteellisen ilmoituksen, mutta täydentää annettuja tietoja Kilpailuviraston kehotuksesta jälkikäteen. Ilmoitusvelvollisuuden osittaista laiminlyöntiä ankarammin on arvioitava tapaukset, joissa elinkeinoharjoittajat rikkovat kilpailulain 27 §:n täytäntöönpanokieltoa erityisesti, jos yritys on tiennyt tai sen olisi pitänyt tietää kaupan kuuluvan säännösten soveltamisalaan. Seuraamusmaksun määrää kilpailulain 12 §:n mukaan markkinaoikeus Kilpailuviraston esityksestä.¹⁵⁹

Tilanteet, joissa ilmoitusvelvollisuutta on laiminlyöty, aiheuttavat kaupan osapuolille mahdollisen rahallisen sanktion ohella kaupan hyväksymiseen säännellyn käsittelymääräajan pidentymisen. Kuukauden määräaika, jonka kuluessa Kilpailuviraston on tehtävä päätös jatkoselvitykseen lähtemisestä, ei ala kulumaan ennen kuin ilmoitusvelvollisuus on täytetty virheettömästi ilman puutteellisuuksia. Ankarimmillaan Kilpailuvirasto voi myös määrätä kilpailulain vastaisesti toteutetun kaupan purettavaksi. Käytännössä purku velvoittaa yrityskaupan osapuolia palauttamaan ennalleen ennen kaupantekoa vallinnut tilanne.¹⁶⁰ Yrityskaupan ilmoitusvelvollisuudesta ja täytäntöönpanokiellosta johtuen tavallisesti jo toteutuneita kauppvoja ei ole tarpeellista jälkikäteen purkaa. Lain esitöiden mukaan mahdollisuudet kaupan purkuun rajoittuvat tapauksiin, joissa ilmoitusvelvollinen on laiminlyönyt ilmoitusvelvollisuuden, yrityskauppa on pantu lainvastaisesti täytäntöön tai ilmoitusvelvollinen on antanut virheellisiä tai harhaanjohtavia tietoja. Kaupan purkaminen voi siis tulla kysymykseen tilanteessa, jossa lainvoimainen päätös on otettava uudestaan kilpailuviranomaisen käsittelyyn ilmoitusvelvollisesta johtuvasta syystä.¹⁶¹

Kotimaisen yrityskauppa- ja valvonnan historian saatossa ilmoitusvelvollisuuden rikkomisia on tapahtunut käytännössä erittäin harvoin, koska yrityskauppa- ja valvonnan kokoluokan

¹⁵⁹ Kuoppamäki 2012: 213.

¹⁶⁰ Kuoppamäki 2012: 313.

¹⁶¹ Aalto-Setälä ym. 2008: 345.

yritysjärjestelyissä on yleensä mukana oikeudelliset neuvonantajat, joilta yrityskauppa-
valvontaan liittyvät näkökohdat eivät jää huomaamatta. Joissakin hivenen tulkinnanva-
raisissa tilanteissa ilmoitusvelvollisuus on kuitenkin saattanut jäädä täyttämättä ajallaan.
Näissäkin tapauksissa on yleensä ollut siinä määrin lieventäviä tekijöitä mukana, että
rangaistuksia täytäntöönpanokiellon rikkomisesta ei ole varsinaisesti annettu.¹⁶²

¹⁶² Taurula 2012.

5. YRITYSKAUPAN ARVIOINTI

5.1 SIEC-testi

Yrityskauppavalvonnan kannalta keskeisimpänä kysymyksenä voidaan perustellusti pitää sitä, miksi ja milloin yrityskauppa pitäisi kieltää tai milloin sen toteutumiseksi voidaan asettaa ehtoja¹⁶³. Yrityskaupan vaikutuksia sekä kaupan hyväksyttävyyttä tulee arvioida yrityskauppavalvontaa koskevissa säännöksissä asetetun aineellisen testin perusteella¹⁶⁴. Toisin sanoen testi toimii työkaluna, jonka avulla pystytään määrittelemään vastaukset perusteluineen arvioinnin kannalta keskeisiin kysymyksiin.

Vuonna 2011 voimaan tulleen kilpailulain myötä kotimaisessa yrityskauppavalvonnan arvioinnissa siirryttiin soveltamaan EU:n sulautuma-asetuksessa käytettyä SIEC-testiä, joka korvasi entisen kilpailurajoituslain dominanssitestin. Vanhan testin nojalla kilpailuviranomaisten oli mahdollista kieltää tai asettaa ehtoja vain sellaisiin yrityskauppoihin, jotka saivat aikaan määräävän markkina-aseman syntymisen tai vahvistumisen. Dominanssitesti perustui kaksiportaiseen arviointiin, jossa ensin tarkoituksena oli tutkia syntykö tai vahvistuuko jollekin tai joillekin yrityksille määräävä markkina-asema. Mikäli ensimmäisen portaan arviointi tuotti myöntävän vastauksen, tuli seuraavalla portaalla arvioida johtaako tämän määräävän markkina-aseman syntyminen tai vahvistuminen kilpailun merkittävään estymiseen. SIEC-testissä arvioinnin lähtökohta on toinen. Testin avainkriteeri on tehokkaan kilpailun olennainen estyminen, jonka yksi, mutta ei ainoa, ilmenemismuoto on luonnollisesti määräävän markkina-aseman syntyminen tai vahvistuminen. Uudistuksen myötä yrityskaupan arvioinnin painopisteet on tarkoitus keskittää suuremmin kaupan aiheuttamiin kilpailua heikentäviin seurauksiin, määräävän markkina-aseman arvioinnin sijasta.¹⁶⁵

Muutoksen taustoja tutkittaessa esille nousee erityisesti oligopolistisilla markkinoilla mahdollinen tilanne, jossa kaupan seurauksena kilpailu olennaisesti heikentyy ilman, että markkinoille syntyy tai vahvistuu määräävää markkina-asemaa. Dominanssitesti ei näin ollen pysty tehokkaasti puuttumaan edellä esitetynlaiseen tilanteeseen, eikä sen haitalliseen kilpailuvaikutukseen.¹⁶⁶ Juuri tähän perustuukin dominanssitestin heikkous, sillä testin periaatteiden mukaisesti kilpailulle haitallisen yrityskaupan tulee synnyttää

¹⁶³ Ojala 2011: 393.

¹⁶⁴ Huikuri 2011: 177.

¹⁶⁵ HE 88/2010.

¹⁶⁶ HE 88/2010.

myös määräävä markkina-asema. Toisin sanoen testin molempien portaiden kriteerien tulee täytyä, niin määräävän markkina-aseman kuin kilpailun estymisen osalta, ennen kuin kauppaa voidaan pitää markkinoiden kannalta haitallisena. Vaikka edellä esitetynlaista tilannetta voidaan pitää perustellusti epätavallisena, olisi pitäytyminen dominanssitestissä jättänyt kotimaiseen yrityskauppavalvontaan aukon¹⁶⁷. Tämä ei olisi täyttänyt kilpailulain pääperiaatteita, joiden mukaan lain tulisi suojella markkinoita kaikilta mahdollisilta kilpailurajoituksilta¹⁶⁸. Arviointitestin päivittämisen tarvetta lisäsi myös monien kotimaisten markkinoiden, kuten panimo- ja vähittäiskaupan alan, oligopolinen rakenne. Näillä aloilla tapahtuneet yrityskaupat olisivat saattaneet aiheuttaa kilpailun kannalta epämiellyttävän tilanteen, johon dominanssitestillä ei olisi ollut mahdollista puuttua¹⁶⁹.

Lain tuoreudesta ja tapausten harvinaisuudesta johtuen kotimainen yrityskauppavalvonta ei ole joutunut käsittelemään tapauksia, joissa kilpailu merkittävästi estyy synnyttämättä määräävää markkina-asemaa. Tämän takia joudun ottamaan käsittelyyn SIEC-testin edut havainnollistavan oikeustapausesimerkin EU:n tasolta. Yrityskauppatapauksessa *T-Mobile Austria/Tele.ring*¹⁷⁰, itävaltalainen matkaviestintämarkkinoiden toiseksi suurin yritys, T-mobile, suunnitteli hankkivansa samojen markkinoiden neljänneksi suurimman yrityksen Tele.ringin. Yrityskauppa olisi luonnollisesti kasvattanut T-Mobilen markkinaosuutta, mutta ei määrällä, joka olisi vaadittu määräävän markkina-aseman syntymiseen. Tapauksesta ongelmallisen teki Tele.ringin aktiivinen hinnoittelustrategia sekä sen jatkuvasti kasvanut markkinaosuus. Komissio katsoikin, että tällaisen aggressiivisesti kilpailevan yrityksen poistaminen markkinoilta voisi huomattavasti pienentää muihin markkinoilla toimiviin yrityksiin kohdistuvaa kilpailupainetta, mikä olisi johtanut tehokkaan kilpailun estymiseen¹⁷¹. Komissio joutui antamaan yrityskaupalle ehtoja, joiden tarkoituksena oli taata T-Mobilen toiminta samanlaisen kilpailupaineen alaisena, jossa Tele.ring oli toiminut¹⁷². Yrityskauppa on pidetty ensimmäisenä tapauksena, johon dominanssitestin nojalla ei olisi tehokkaasti voitu puuttua antamalla kaupalle ehtoja perustellusti, sillä

¹⁶⁷ Nenonen 2008: 37.

¹⁶⁸ Nenonen 2008: 43.

¹⁶⁹ Nenonen 2008: 47.

¹⁷⁰ Komission päätös COMP/M.3916 - T-Mobile Austria/Telering.

¹⁷¹ Komission päätös COMP/M.3916 - T-Mobile Austria/Telering kohdat 125-126.

¹⁷² Nenonen 2008: 19.

kaupan myötä ei syntynyt tai vahvistunut edes yhteistä määräävää markkina-asemaa¹⁷³.

Toisenlaisen ongelmatilanteen dominanssitestille aiheuttavat ns. unilateraaliset vaikutukset. Tällainen tilanne voi syntyä markkinoille, joilla kilpailijat tarjoavat differentoituja hyödykkeitä tai joilla yritysten kustannukset poikkeavat merkittävästi toisistaan. Näin voi olla esimerkiksi tilanteessa, jossa markkinoilla toimii viisi suurin piirtein samankokoista yritystä. Oletetaan ainoastaan kahden toimijan tarjoavan täysin toisiaan korvaavia hyödykkeitä. Mikäli nämä kaksi yritystä yhdistäisivät voimansa yrityskaupan kautta, voisi yrityskaupan ostava osapuoli toimia kaupan toteutumisen jälkeen joiltain osin ilman kilpailun tuomaa painetta, nimenomaan siitä johtuen, että kilpailijoiden tarjoamat hyödykkeet eivät ole ostajan hyödykkeisiin nähden täysin korvaavia. Dominanssitesti pystyisi puuttumaan ongelmaan ainoastaan määrittelemällä relevantit markkinat tarpeeksi suppeasti tai yhteisen määräävän markkina-aseman perusteella, jotta määräävän markkina-aseman tunnusmerkistö täytyisi. Tätä ei voida kuitenkaan pitää kaikissa tilanteissa perusteltuna vaihtoehtona. Uuden SIEC-testin voimaantulon myötä ongelma poistui, eikä kilpailuviranomaisilla ole enää samanlaista kiusausta määrittellä markkinoita suppeasti tämänkaltaisissa tapauksissa. SIEC-testissä nimittäin olennaista on arvioida tilanteita tehokkaan kilpailun säilyttämisen kannalta myös ilman määräävän markkina-aseman vaatimusta. EU:n uuden testin hyötynä on siis ollut, ettei relevanttien markkinoiden määrittely ole enää yhtä ratkaisevaa kuin ennen muutosta.¹⁷⁴

Arviointitestin muutoksen taustalta löytyy myös täytäntöönpanoasetukseen 1/2003 liittyvä yrityskauppojen arviointitavan harmonisointi Suomen ja muun EU:n välillä. Siirtyminen komission käyttämään SIEC-testiin varmistaa komission ja Suomen kilpailuviranomaisten ratkaisujen yhdenmukaisuuden, jotka dominanssitestin aikana olisivat periaatteessa voineet erota radikaalistikin. Lisäksi muutos helpottaa muun muassa yrityskauppatapausten siirtoa komission ja jäsenvaltioiden välillä. Myös komissiolta pyydettyt tutkintapyynnöt ja neuvonannot pystytään entistä paremmin hyödyntämään samojen arviointiperiaatteiden soveltamisen myötä.¹⁷⁵

Aineellisen arviointitestin muutos on kuitenkin saanut myös vastarintaa. Muutosta on kritisoitu hyödyttömäksi, sillä vuonna 2004 voimaan tullessa sulautuma-asetuksessa (139/2004) säädetty SIEC-testi on vaikuttanut EU:n tasolla vain muutamassa tapaukses-

¹⁷³ Bishop & Walkers 2010: 359-360.

¹⁷⁴ Kuoppamäki 2012: 224-325.

¹⁷⁵ KIVI 2011 Puheenvuoroja Kilpailuviraston vuosikirja 2011: 36.

sa komission ratkaisuun sellaisen perusteen nojalla, johon ei olisi dominanssitestiä käyttäen voitu tehokkaasti puuttua.¹⁷⁶ Yrityskauppojen arviointi tulee kuitenkin myös jatkossa pohjautumaan pääsääntöisesti määräävän markkina-aseman arviointiin. Kilpailulain esitöissä onkin todettu, että SIEC-testiin siirtymisellä ei ole tarkoitus laskea yrityskauppoihin puuttumisen kynnyistä merkittävästi alemmas, vaan pikemminkin poistaa vanhan testin katvealue ja samalla tältäkin osin harmonisoida kotimaista lainsäädäntöä EU:n sääntöjen kanssa¹⁷⁷. EU:n kokemukset SIEC-testistä osoittavat, että komission tarve puuttua yrityskauppoihin on vähäisempi uuden testin käyttöönoton myötä. Syynä tähän on se, ettei markkinamäärittelyllä ja korkeilla markkinaosuuksilla ole enää niin ehdotonta asemaa yrityskauppojen arvioinnissa kuin dominanssitestin aikakaudella, vaikka ne tärkeässä roolissa ovat luonnollisesti edelleenkin.¹⁷⁸

Uuden testin voimaantulon myötä arvioinnin huomio kiinnittyy siis aikaisempaa enemmän yrityskaupan kilpailuvaikutuksiin, markkinaosuuksien ja muiden rakenteellisten tekijöiden sijasta. Arvioinnissa pystytään täten huomioimaan paremmin myös markkinavoimaa tasapainottavat tekijät.¹⁷⁹ Tämä voi vaikuttaa tapauksiin, joissa määräävän markkina-aseman syntymisestä tai vahvistumisesta huolimatta yrityskauppa voidaan hyväksyä, jos määräävä markkina-asema voidaan katsoa lyhytkestoiseksi esimerkiksi uusien yritysten alalle tulon tai ulkomaisen kilpailun lisääntymisen vuoksi¹⁸⁰. Myös yrityskaupan tuottamiin tehokkuusetuihin kiinnitetään aikaisempaa enemmän huomiota. Yrityskaupan osapuolten tulee, kuitenkin näissä tapauksissa, osoittaa tehokkuusetujen todellinen toteutuminen ja niistä markkinoille syntyvä hyöty¹⁸¹.

5.2 Määräävän markkina-aseman merkitys arvioinnissa

Yrityskauppoja koskevan arvioinnin lähtökohtana tulee uuden arviointitestin mukaan keskittyä entistä enemmän kaupan aiheuttamiin, kilpailua heikentäviin seurauksiin ilman määräävän markkina-aseman erillistä kriteeriä. Tämä ei silti muuta sitä tosiasiaa, että jatkossakin lähes kaikissa tapauksissa syynä kilpailuviranomaisen yrityskauppoihin puuttumiselle tulee olemaan määräävän markkina-aseman syntymisestä tai vahvistumisesta aiheutuva kilpailun estyminen. Tästä johtuen määräävän markkina-aseman käsite

¹⁷⁶ Talouselämä 2011 Yrityskauppalvonta muuttuu.

¹⁷⁷ HE 88/2010.

¹⁷⁸ Kuoppamäki 2012: 325–326.

¹⁷⁹ KIVI 2011 Puheenvuoroja Kilpailuviraston vuosikirja 2011: 37.

¹⁸⁰ Wikberg 2011: 334.

¹⁸¹ KIVI 2011 Puheenvuoroja Kilpailuviraston vuosikirja 2011: 37.

on edelleen erittäin keskeisessä asemassa sekä kilpailulain että sulautuma-asetuksen soveltamisalaan kuuluvien yrityskauppojen arvioinnissa.¹⁸²

Kilpailulaissa yrityskauppojen arvioinnissa sovellettavan SIEC-arviointitestin lähtökohdaksi on turvata tehokas kilpailu, jonka merkittävänä haittatekijänä voidaan perustellusti pitää määräävää markkina-asemaa. Yrityskaupan vaikutuksesta syntyy määräävä markkina-asema, jos kaupan tuloksena yritys saavuttaa aseman, jossa se voi merkittävästi ohjata hyödykkeen hintatasoa taikka vastaavanlaisesti muulla tavalla vaikuttaa kilpailuolosuhteisiin tietyllä tuotanto- tai jakeluportaalla. Määräävässä markkina-asemassa olevan yrityksen kauppakumppaneiden kannalta kyse on riippuvuudesta, jonka vuoksi ne eivät ainakaan täysimääräisesti pysty valitsemaan kilpailevaa vaihtoehtoa. Aseman saavuttanut yritys pystyy siten merkittävästi estämään tehokkaan kilpailun toimintaedellytyksiä, sillä yritys nauttii suhteessa kilpailijoihinsa eduista, joiden seurauksena sen markkinavoima on noussut tehokkaan kilpailun kannalta liian suureksi.¹⁸³

Kilpailulaki määrittelee määräävän markkina-aseman käsitteen nimenomaisesti lain 4 §:ssä. Kilpailulain mukaan määräävällä markkina-asemalla tarkoitetaan:

yhdellä tai useammalla elinkeinonharjoittajalla taikka elinkeinonharjoittajien yhteenliittymällä olevaa koko maan tai tietyn alueen kattavaa yksinoikeutta tai muuta sellaista määräävää asemaa tietyillä hyödykemarkkinoilla, että se merkittävästi ohjaa hyödykkeen hintatasoa tai toimitusehtoja taikka vastaavalla muulla tavalla vaikuttaa kilpailuolosuhteisiin tietyllä tuotanto- tai jakeluportaalla.

Sulautuma-asetus ei sen sijaan sisällä nimenomaista määräävän markkina-aseman määritelmää, vaan sen soveltaminen perustuu SEUT 102 artiklan määräävän markkina-aseman väärinkäyttöä koskeviin tapauksiin. Käytännön kannalta näillä säännöksillä ei ole merkittävää eroa.¹⁸⁴

Vaikka SEUT 102 artiklan ja kilpailulain 7 §:ssä käsitelty määräävän markkina-aseman väärinkäytön soveltamiskäytäntö tarjoaa tulkinta-apua määräävän markkina-aseman syntymistä tai vahvistumista koskevaan arviointiin, niin niiden määräävän markkina-aseman väärinkäytön arviointi poikkeaa yrityskauppavalvonnan vastaavasta. Yrityskauppavalvonnan arvioinnin lähtökohtana on se, miten hyvin kilpailu markkinoilla toimii, mikäli yrityskauppa toteutuu. Tämän vuoksi markkinoiden tulevan kehityksen arvi-

¹⁸² KIVI 2011 Selkeyttä kilpailuasioihin –seminaari.

¹⁸³ Kuoppamäki 2006: 267.

¹⁸⁴ Alkio & Wik 2009: 311–312.

joskaan yrityskaupan kieltotunnusmerkistö ei täyty ainoastaan määräävän markkina-aseman syntymisellä¹⁹¹.

Ilman riittävän tarkkaa markkinamäärittelyä ei ole mahdollista selvittää yrityksen suhteellista markkinavoimaa suhteessa sen kilpailijoihin. Toisaalta markkinoiden rajat ovat vain harvoin tarkasti määriteltävissä, koska relevanttien markkinoiden määrittelyn perustana on ajatusmalli, jossa taloudelliset syy- ja seuraussuhteet ovat hyvin monimutkaisia. Relevanttien markkinoiden määrittelyn laajuudella on olennainen merkitys arvioinnin tulokseen, sillä mitä suppeammin relevantit markkinat määritellään, sitä todennäköisempää on, että yrityskauppa on kilpailulle haitallinen. Vastakohtaisesti laajan markkinoiden määrittelyn vaikutuksesta vain harvat yrityskaupat täyttävät merkittävän haitan kriteerit.¹⁹²

Niin kuin yrityskauppojen arvioinnissa tavallisesti on tapana, myös relevanttien markkinoiden määrittelyssä on huomio kiinnitettävä tutkittavan kilpailuasian luonteeseen. Yrityskauppavalvonta kohdistuu tulevaan, mistä johtuen markkinamäärittelyssäkin on huomioitava, että määrittelyn aikahorisontti on eri kuin määräävän markkina-aseman tapauksissa. Aikahorisontin erovaisuus voi johtaa markkinamäärittelyn kannalta erilaisiin lopputuloksiin yrityskauppavalvonnan ja määräävän markkina-aseman väärinkäyttöä koskevien säännösten nojalla.¹⁹³

5.3.1 Relevantit hyödykemarkkinat

Relevantteja hyödykemarkkinoita määriteltäessä tavoitteena on tunnistaa yrityskaupan vaikutusten kannalta merkitykselliset markkinat. Tarkastelun kohteena on siis se, mitkä hyödykkeet kilpailevat yrityskaupan osapuolten tavaroiden kanssa sekä, mitkä tuotteet tai palvelut voivat olla potentiaalisia kilpailijoita.¹⁹⁴ Arvioinnissa avainasemassa on siis se, mitä tuotteita tai palveluja voidaan pitää asiakkaiden kannalta toisiaan korvaavina hyödykkeinä. Toisin sanoen huomion tulisi kiinnittyä ennen kaikkea kysynnän korvaavuuteen, johon vaikuttavia tekijöitä ovat tuotteen hinta, käyttötarkoitus sekä ominaisuudet. Lisäksi relevanttien tuotemarkkinoiden arvioinnissa tulisi huomioida kulutustottumukset, kysynnän hintajousto sekä markkinoiden erityispiirteet. Esimerkiksi merkittävä hintaero kahden tuotteen välillä voidaan tulkita siten, että hyödykkeet toimivat eri markkinoilla, koska muuten kuluttajat korvaisivat kalliimman tuotteen halvemmalla

¹⁹¹ Kuoppamäki 2012: 319.

¹⁹² Kuoppamäki 2006: 168–169.

¹⁹³ Huikuri 2011: 190.

¹⁹⁴ Palm 2005: 224.

vaihtoehdolla. Markkinoilla olevat kysynnän ja tarjonnan rakenteelliset erot johtavat siis erillisten hyödykemarkkinoiden määrittelyyn. Yksittäisten kriteerien painoarvo vaihtelee kuitenkin tapauskohtaisesti. Tämä on seurausta asiakkaiden ostopäätökseen vaikuttavien kriteerien vaihtelevuudesta sen mukaan, minkä tyyppisestä hyödykkeestä kulloinkin on kysymys.¹⁹⁵

Relevanttien hyödykemarkkinoiden määrittelyn apuvälineinä voidaan käyttää matemaattisia työkaluja. Määrittelyn kannalta avainasemassa on kysynnän korvaavuus, joka voidaan avata erilaisten joustojen avulla, jos luotettavaa hintainformaatiota on saatavilla.¹⁹⁶ Laskemalla kysynnän ristijousto, voidaan arvioida hyödykkeen kysynnän reagoimista toisen hyödykkeen hinnanmuutokseen. Mitä korkeampi arvioitavien hyödykkeiden välinen hintaristijousto on, sitä todennäköisemmin ne kuuluvat samoille markkinoille.¹⁹⁷ Toinen esille otettava tapa tutkia relevantteja hyödykemarkkinoita on hintakorrelaation selvittäminen. Kahden tuotteen kuullessa samoille markkinoille, niiden hinnat liikkuvat tavallisesti ajallisesti yhdessä. Tuotteen hinnan noustessa, myös muiden samoilla markkinoilla olevien tuotteiden hintojen tulisi nousta. Vastaavasti niiden hintojen pitäisi myös laskea samaa matkaa.¹⁹⁸

Relevanttien hyödykekohtaisten markkinoiden selvittäminen on monimutkainen ja haastava prosessi, jota ei tule liikaa yksinkertaistaa¹⁹⁹. Kysynnän korvaavuuden laskeminen erilaisten joustojen tai hintakorrelaation avulla vaatii riittävän yksityiskohtaista ja riidatonta tietoa, jollaista on harvoin saatavilla. Siksi useimmissa tapauksissa markkinamäärittelyn perustana on lukuisten eri todisteiden²⁰⁰ huomioon ottaminen.²⁰¹

Markkinoiden määrittely käyttämällä ainoastaan kysynnän korvaavuutta arvioivia välineitä ei siten aina johda oikeaan lopputulokseen²⁰². Kysynnän korvaavuuden lisäksi tulisi toissijaisesti huomion kiinnittyä myös tarjonnan korvaavuuteen. Siinä tarkoituksena on tutkia, missä määrin muut yritykset voisivat lyhyehköllä aikavälillä ryhtyä valmistamaan kyseistä hyödykettä. Arvioinnin pyrkimyksenä ei ole määritellä tarjonnan periaatteellista mahdollisuutta, vaan selkeää ja riittävän voimakasta käytännön vaikutus-

¹⁹⁵ Kuoppamäki 2006: 169.

¹⁹⁶ Hiltunen ym. 1998: 143.

¹⁹⁷ Palm 2005: 224.

¹⁹⁸ Kuoppamäki 2006: 171.

¹⁹⁹ Hiltunen ym. 1998: 143.

²⁰⁰ Todisteisiin kuuluvat mm. hyödykkeiden toiminnallinen arviointi, asiakkailta saatu palaute, aikaisempi alaa koskenut oikeuskäytäntö sekä asiakas- ja kilpailijatiedustelut. Kuoppamäki 2006: 172.

²⁰¹ Kuoppamäki 2006: 172.

²⁰² Hiltunen ym. 1998: 143.

ta yritysten kilpailukäyttäytymiseen.²⁰³ Tarjonnan korvaavuuden tarkoituksena on arvioida mahdollista potentiaalista kilpailua, jonka huomioimatta jättäminen voi johtaa yrityskauppojen arvioinnin kannalta väärin lopputuloksiin²⁰⁴.

Relevanttien hyödykemerkkinoiden määrittelyn monimutkaisuutta voidaan kuvata *Valio-tapauksen*²⁰⁵ kautta, jossa Kilpailuvirasto selvitti ja otti kantaa moniin kilpailukysymyksiin. Kilpailuvirasto arvioi kaupan kilpailuvaikutuksia yhteensä 24 eri tuotemerkkinoilla ja havaitsi niissä lukuisia ongelmia²⁰⁶. Kaupan vaikutuksesta Valio olisi muun muassa saanut haltuunsa yli 75 prosenttia kotimaisen raakamaidon markkinoista, jonka seurauksena sen kilpailijat olisivat olleet riippuvaisia Valion raakamaidon ja muiden maitopohjaisten tuotteiden toimituksista. Lisäksi maitojauheiden markkinoiden määrittäminen aiheutti kauppaan merkittävän ongelman, sillä Kilpailuviraston tulkinnan mukaan kotimaisella maitojauheella on olemassa oma erillinen maantieteellinen markkinansa, josta Valio olisi kaupan myötä saavuttanut noin 60 prosentin markkinaosuuden. Tulkinta perustui Joutsenlippu-merkin sääntöihin, joiden mukaan Joutsenlipulla merkityssä tuotteessa käytetyn maidon on oltava täysin kotimaista. Kilpailuvirasto perusteli markkinoiden määrittelyä siten, että ensinnäkin maitojauhetta käytetään monissa elintarvikkeissa ja toiseksi Joutsenlipulla on merkittävä positiivinen vaikutus kyseisten elintarvikkeiden kysyntään. Elintarvikealan yritykset eivät täten voi korvata kotimaisia maitojauheita tuontituotteilla, mikäli ne haluavat käyttää kotimaisuutta hyödyksi tuotteen markkinoinnissa. Lisäksi maitojauhe muodostaa vain pienen osan monien elintarvikkeiden reseptikustannuksista, minkä vuoksi elintarvikkeiden tuottajilla ei ole edellytyksiä eikä voimakkaita kannusteita vastustaa kotimaisen maitojauheen hinnankorotuksia. Vaikka yrityskauppa sisälsi esiteltyjen lisäksi myös monia muita haitallisia kilpailuvaikutuksia, niin Kilpailuvirasto hyväksyi yrityskaupan lopulta asettamalla sille merkittäviä ehtoja. Ehdoista voidaan nostaa esille muun muassa kohdat, jotka velvoittivat Valion myymään vuosittain 150 miljoonaa litraa raakamaitoa sekä keskeiset tuotemerkit ”Aito” ja ”Into” kilpailijoilleen.²⁰⁷

²⁰³ Kuoppamäki 2006: 172.

²⁰⁴ Hiltunen ym. 1998: 145.

²⁰⁵ Kilpailuviraston päätös Dnro 1151/81/1999.

²⁰⁶ Alkio & Wik 2009: 605.

²⁰⁷ KIVI 2000 Yrityskaupan hyväksyminen ehdollisena; Valio Oy / Kainuun Osuusmeijerin, Osuuskunta Maito-Pirkan ja Aito Maito Fin Oy:n meijeri- ja markkinointiliiketoiminnot.

5.3.2 Relevantit maantieteelliset markkinat

Yrityskauppavalvonnan kannalta maantieteellisiä markkinoita määriteltäessä lähtökohdiana on selvittää maantieteelliset alueet, joilla toimivien yritysten tai alueella tarjottavien hyödykkeiden toimesta aiheutuva kilpailu haittaavat yrityskaupan myötä syntyneen toimijan markkinavoiman käyttöä. Yrityskauppavalvonnan luonteen vuoksi huomioon tulisi ottaa vallitsevan kilpailutilanteen ohella myös potentiaalinen kilpailu.²⁰⁸ Relevantit maantieteelliset markkinat muodostuvat sellaisesta alueesta, joilla kilpailuolosuhteet ovat riittävän samanlaiset ja joilla yrityskaupan osapuolet ovat mukana asian kannalta merkityksellisten tuotteiden tai palvelujen tarjonnassa ja kysynnässä. Erityisesti ratkaisevaa on siis erottaa lähialueista ne alueet, jotka ovat kilpailuolosuhteiltaan huomattavasti erilaiset.²⁰⁹

Relevanttien maantieteellisten markkinoiden määrittely on moniulotteinen tehtävä, johon vaikuttavat monet asianhaarat. Joitakin hyödykkeitä on mahdollista pienillä kustannuksilla myydä jopa maailmanlaajuisesti. Vastakohtaisesti toisten tuotteiden myyntialue voi rajoittua kustannuksellisista, teknisistä tai oikeudellisista syistä hyvin pienelle alueelle. Esimerkkinä kuljetuskustannukset, jotka voivat tietyissä hyödykeryhmissä kasvaa liian korkeiksi suhteessa myytävän tuotteen arvoon, minkä vuoksi kyseistä tuotetta ei kannata myydä tai ostaa kovin laajalla säteellä.²¹⁰ Markkinoiden määrittelyssä on otettava huomioon sekä myyjien että ostajien näkökulmat. Määrittelyyn vaikuttavat myyjien tosiasialliset mahdollisuudet ja halu siirtää tuotanto ja tarjonta toiselle alueelle sekä ostajien kulutustottumukset ja mahdollisuudet hankkia tuotetta etäisyyksien päästä. Lisäksi markkinoiden erottelussa tulisi kiinnittää huomio yrityksen markkinaosuuksiin eri alueilla sekä merkittäviin eroavaisuuksiin hyödykkeiden hinnoissa laaduissa tai muissa ominaisuuksissa eri alueilla.²¹¹

Maantieteellisten markkinoiden määrittämisen lopputuloksena markkinat voivat laajuudeltaan käsittää koko Suomen tai sitä pienemmän tai suuremman alueen. Talouden integroituminen ja globalisoituminen laajentavat monia markkinoita. Toisaalta markkinoiden omasta logiikasta, esimerkiksi kuljetuskustannusten suhteesta hyödykkeen arvoon seuraa se, että markkinat säilyvät alueellisesti rajallisina. Maantieteellisten markkinoiden määrittelyä voidaan lähestyä tutkimalla empirisesti vaihdannan laajuutta. Siinä tarkastelun kohteena on tietyn tuotteen tuonti tiettyyn maahan. Mikäli havaitaan

²⁰⁸ Palm 2005: 229.

²⁰⁹ Ojala 2011: 398.

²¹⁰ Kuoppamäki 2003: 668–669.

²¹¹ Hiltunen ym. 1998: 147

tuonnin olevan huomattavan laajaa, voidaan yleensä olettaa, että kyseisen maan markkinat ovat osa suurempaa kokonaisuutta. Empiirinen vaihdannan tutkiminen antaa relevantteja tuloksia erityisesti silloin, kun tuonti- ja vientituotteiden hinnat ovat samansuuruiset tai samanlaisilla tuotteilla käydään sekä tuonti- että vientikauppaa.²¹²

Relevanttien maantieteellisten markkinoiden määrittely aiheutti ongelmia kotimaisessa yrityskaupassa *Fortum/E.ON*²¹³. Tapauksessa kyseessä oli määräävän markkina-aseman vahvistuminen sähkön tuotannon ja tukkumyynnin markkinoilla. Kilpailuvirasto hyväksyi yrityskaupan antamallaan päätöksellä ehdollisena. Kilpailuvirasto perusteli ehtojen tarpeellisuutta sillä, että sähkön tuotannon ja tukkumyynnin markkinoita oli pidettävä ainakin osan ajasta maantieteelliseltä ulottuvuudeltaan kansallisina. Kilpailuviraston tulkinnan mukaan ilman ehtoja tehty yrityskauppa olisi ollut omiaan vahvistamaan Fortumin määräävää markkina-asemaa tavalla, joka olisi merkittävästi estänyt kilpailua Suomen markkinoilla. Markkinaoikeus kumosi, Fortumin valituksesta, Kilpailuviraston ehdollisen päätöksen. Markkinaoikeus katsoi, että sähkön tuotannon ja tukkumyynnin markkinoiden osalta relevantteja maantieteellisiä markkinoita oli pidettävä ainakin Suomen ja Ruotsin laajuisina. Relevanttien maantieteellisten markkinoiden laajentumisesta johtuen Fortumilla ei voitu katsoa olevan määräävää markkina-asemaa ennen yrityskauppaa eikä sen jälkeenkään. Tästä syystä kauppa tuli hyväksyä sellaisenaan ilman ehtoja.²¹⁴

5.4 Kilpailun olennainen estyminen

SIEC-testissä keskitytään suoraan yrityskaupan vaikutusten eli kilpailun olennaiseen estymisen arviointiin. Kilpailun olennainen estyminen kuului jo dominanssitestin arviointikriteereihin.²¹⁵ Vanhan testin arviointi vaati kuitenkin määräävän markkina-aseman syntymisen ennen kuin voitiin tutkia kilpailun olennaista estymistä. Kilpailulain 25 §:n mukaisesti yrityskauppaan voidaan puuttua vain, jos yrityskauppa estää olennaisesti tehokasta kilpailua. Olennaisuuden arvioinnin tulisi tapahtua niin laadullisesti kuin ajallisesti²¹⁶. Kilpailun olennaisen estymisen kriteeri täyttyy yrityskaupassa, jossa kaupan

²¹² Kuoppamäki 2003: 669.

²¹³ MAO:123/08.

²¹⁴ Markkinaoikeus 2008.

²¹⁵ Työ- ja Elinkeinoministeriö 2009: 89.

²¹⁶ Työ- ja Elinkeinoministeriö 2009: 89.

seurauksena syntyy joko voimakkaita tai pitkäkestoisia haittavaikutuksia. Yrityskaupan negatiivisten kilpailuvaikutusten tulee ilmetä Suomen alueella tai sen olennaisella osalla, jona voidaan pitää relevanttien markkinoiden määrittelyn perusteella esimerkiksi kaupunkia, taajamaa tai maakuntaa.²¹⁷ Kilpailun olennainen estyminen tulee luonnollisesti arvioida tapauskohtaisesti²¹⁸, siksi lakiin ei ole määritelty tarkempaa olennaisuuden tunnusmerkistöä²¹⁹. On siis hyvä tiedostaa, että yrityskaupan kieltäminen vaatii aina yrityskauppavalvonnan luonne huomioon ottaen selkeää näyttöä sen haitallisista kilpailuvaikutuksista²²⁰.

Yrityskaupan arvioinnissa tulee haittavaikutusten lisäksi ottaa tarkasteluun myös sen tasapainottavat tekijät eli yrityskaupan osapuolten esittämät tehokkuusperustelut. Arvioinnissa voidaan katsoa, että yrityskaupasta aiheutuva, markkinoiden kannalta positiivinen vaikutus tasapainottaa erityisesti kuluttajille aiheutuvaa negatiivista vaikutusta, minkä perusteella kauppa voidaan hyväksyä. Tehokkuuspuolustukseksi kutsutulla tilanteella on yrityskaupan kokonaisarvioinnissa merkitystä, jos saatava hyöty aiheutuu ilmoitetusta yrityskaupasta eikä sitä voida saavuttaa yhtä suuressa määrin vähemmän kilpailua heikentävillä vaihtoehdoilla. Lisäksi etujen tulee olla todennettavissa, ja sen, miten hyöty siirtyy kuluttajille, on oltava osoitettavissa.²²¹ Yrityksen tuotannollisen tehokkuuden parantuminen ei siten ole riittävä peruste tehokkuuspuolustukseksi, elleivät kuluttajat saa siitä hyötyä alempien hintojen tai muun muodossa. Hyötyjen siirtäminen on näin ollen elintärkeässä asemassa tehokkuusetuja arvioitaessa, sillä se asettaa rajansa tehokkuushyötyjen huomioimiselle.

Kotimainen kilpailulaki ei yrityskauppavalvonnan osalta säädä EU:n sulautumaasetuksen tapaan nimenomaisesti tehokkuuspuolustuksesta, vaan arviointi perustuu lain esitöihin. Esitöiden mukaan yrityskaupassa on otettava huomioon myös yrityskaupan osapuolten esittämät tehokkuusperustelut.²²² Tällaisessa tilanteessa yrityskaupan arvioinnin kokonaisharkinnan merkitys nousee olennaiseen osaan, sillä se, aiheutuuko kaupasta tehokkaan kilpailun kannalta olennaista haittaa, ei ole enää ainut kriteeri. Mikäli

²¹⁷ Kuoppamäki 2012: 326.

²¹⁸ Arviointiin vaikuttaa paitsi sillä hetkellä olemassa oleva kilpailu, niin myös potentiaalinen kilpailu, markkinoiden rakenne, yrityskaupan osapuolten markkina-asema ja taloudellinen vahvuus, kauppakumppaneiden vaihtoehtoiset valintamahdollisuudet ja neuvotteluvoima, oikeudelliset ja taloudelliset markkinoille pääsyn esteet, kyseisten tavaroiden tai palveluiden tarjonnan ja kysynnän kehitys, väli- ja loppukäyttäjien asema sekä markkinoiden taloudellinen ja tekninen kehitys, joka on kuluttajille eduksi eikä estä kilpailua. Hiltunen ym. 1998: 153.

²¹⁹ Hiltunen ym. 1998: 153.

²²⁰ Työ- ja Elinkeinoministeriö 2009: 89.

²²¹ Työ- ja Elinkeinoministeriö 2009: 89.

²²² Kuoppamäki 2012: 328.

yrityskaupan osapuoli vetoaa ilmoituksessaan tehokkuusetuihin, tulee arvioinnissa yhtiöltä ottaa huomioon kaupan aiheuttama kilpailun estyminen ja toisaalta yrityskaupan mahdolliset tehokkuusvaikutukset.²²³

Yrityskaupassa, jossa *Sonera* hankki yhteisen määräysvallan *Yleisradion* tytäryhtiössä *Digita Oy:ssä*, Kilpailuvirasto joutui ensimmäisen kerran esittämään kieltävän ehdotuksen silloiselle kilpailuneuvostolle²²⁴. Kilpailuvirasto katsoi Soneran pääsevän asemaan, jossa se pystyy Digitan avulla vaikuttamaan muiden alalla toimivien yritysten kilpailumahdollisuuksiin digitaalisen television ja radion toimintaympäristössä.²²⁵ Kilpailuneuvosto otti yrityskaupan arvioinnissa tarkemmin huomioon kaupan tehokkuushyödyt, koska sen mukaan kauppa mahdollisti uuden digitaalisen tekniikan kehittämisen. Kaupan riskinä oli erityisesti teknologisen tulpan syntyminen, joka vaikeuttaisi Soneran kilpailijoita pääsemään digitaaliseen jakeluverkkoon. Toisaalta kaupan kieltämisellä saatettaisiin estää kilpailua ja kuluttajien hyvinvointia edistävä kehitystyö. Kilpailuneuvosto joutui ratkaisussaan punnitsemaan keskenään uuden teknologian kehittymisestä saatavaa hyötyä ja kaupan kilpailun haittoja päätyen siihen, että kauppa voidaan sallia tarvittavin ehdoin.²²⁶ Sonera ei kuitenkaan suostunut määrättyihin ehtoihin, joten kauppa ei lopulta toteutunut. Kaupan kannalta ratkaisevaksi muodostui Soneran halu saada digi-tv-toimilupa. Kilpailuneuvoston antamissa ehdoissa oli nimittäin kohta, jonka mukaan Sonera tai sen määräysvallassa oleva yritys ei voi hakea digi-tv-toimilupaa, mikäli se omistaa Digitan osakkeita.²²⁷

Tehokkuuspuolustuksesta tulee yrityskaupan arvioinnissa erottaa niin sanottu failing firm – tilanne²²⁸, jossa yrityskaupan kohde joutuisi poistumaan markkinoilta esimerkiksi konkurssin seurauksena, ellei yrityskauppaa toteutettaisi²²⁹. Yrityskaupan vaikutukset kilpailuun eivät välttämättä ole merkittäviä, mikäli kyseessä on ainoa vaihtoehto kaupan kohteena olevan yrityksen toiminnan jatkumiseksi. Kauppa luonnollisesti nostaa ostavan toimijan markkinaosuuksia, minkä voidaan katsoa aiheuttavan haittaa tehokkaalle kilpailulle. Toisaalta kohdeyrityksen poistuminen markkinoilta aiheuttaisi joka tapauksessa sen, että markkinat keskittyisivät yhtä paljon tai vielä enemmän, vaikka ilmoitet-

²²³ Kuoppamäki 2012: 328.

²²⁴ Nykyään markkinaoikeus.

²²⁵ Kilpailuviraston päätös Dnro 1010/81/99.

²²⁶ Kuoppamäki 2012: 329.

²²⁷ YLE 2000.

²²⁸ Kirjallisuudessa käytetään myös termiä failing company –puolustus. Kuoppamäki 2012: 330.

²²⁹ Hiltunen ym. 1998: 156–157.

tua kauppaa ei toteutettaisi. Failing firm – tilanteessa yrityskaupan osapuolten on osoitettava yrityskaupan olevan ainoa käytettävissä oleva liiketaloudellisesti järkevä keino välttää omaisuuden poistuminen markkinoilta. Lisäksi on näytettävä, ettei vähemmän kilpailua rajoittavaa vaihtoehtoa ole käytettävissä. Vähemmän kilpailua rajoittavana vaihtoehtona voidaan muun muassa pitää yrityksen myymistä sellaiselle kilpailijalle, joka ei synnyttä tai vahvista määräävää markkina-asemaa.²³⁰

5.5 Yrityskaupan kieltäminen ja ehtojen asettaminen

Uuden kilpailulain voimaan tulon myötä yrityskauppa voidaan kieltää kolmella vaihtoehtoisella perusteella²³¹:

1. Yhden yrityksen määräävän markkina-aseman syntyminen tai vahvistuminen,
2. Yhteisen määräävän markkina-aseman syntyminen tai vahvistuminen,
3. Kilpailun olennainen estyminen ainoastaan SIEC-testin alaan kuuluvissa poikkeustilanteissa,

mikäli yrityskauppa täyttää kilpailulain 25 §:n, yrityskaupan kieltosäännöksen kolme tunnusmerkkiä²³²:

1. Tehokkaan kilpailun olennaisen estymisen, sekä
2. haittavaikutusten ilmenemisen Suomen markkinoilla tai niiden olennaisella osalla.
3. Näiden lisäksi edellytetään, ettei kilpailun estymistä ole vältettävissä asettamalla kilpailulain 25 §:n 3 momentissa tarkoitettuja ehtoja.

Erityisesti tunnusmerkistön kolmas kohta on yrityskauppavalvonnan loppupäätöksen kannalta olennainen. Kilpailuviraston tulee markkinaoikeudelle tehtävän kieltoesityksen sijasta aina neuvotella yrityskaupalle sellaiset ehdot, joiden avulla yrityskaupan haitalliset vaikutukset voidaan välttää. Yrityskaupan ilmoittajan velvollisuus on ongelmallisissa yrityskauppatapauksissa esittää Kilpailuvirastolle ehtoja, joiden se katsoo poistavan yrityskauppaan liittyvät kilpailuongelmat. Tämän jälkeen alkaa esille nostettuihin ehtoihin liittyvät ehtoneuvottelut ilmoittajan ja Kilpailuviraston välillä. Kilpailulaissa säädettyjen tiukkojen määräaikaisten vuoksi ehtoneuvottelujen ajankohtana toimii pääasiassa käsittelyn toinen vaihe. Osapuolten tekemien sitoutumisehdotusten on tultava Kilpailu-

²³⁰ Kuoppamäki 2012: 331.

²³¹ Kuoppamäki 2012: 326.

²³² Kuoppamäki 2012: 317.

viraston tietoisuuteen mahdollisimman aikaisessa vaiheessa, jotta niiden toteuttamiskelpoisuus pystytään arvioimaan kilpailulain 26 §:ssä säädetyssä määräajassa.²³³ Yrityksillä on myös luonnollisesti mahdollisuus peruuttaa kauppa, jos ne katsovat neuvotteluissa esille nousseiden Kilpailuviraston vaatimusten tai ehtojen vuoksi sen kannattamattomaksi toteuttaa. Kun kauppa peruutetaan, asian käsittely virastossa raukeaa.²³⁴

Mikäli yrityskaupan ilmoittajan esittämät ehdot riittävät poistamaan yrityskauppaan liittyvät kilpailuongelmat, tulee sen hyväksyä esittämänsä ehdot kirjallisesti, minkä jälkeen Kilpailuvirasto määrää ehdot noudatettavaksi. Kieltoesitysten vähäinen määrä perustuu Kilpailuvirastoa velvoittaviin ensisijaisiin neuvotteluihin, sillä Kilpailuvirasto ei voi tehdä markkinaoikeudelle esitystä yrityskaupan kieltämisestä, jos yrityskaupan ilmoittajan esittämät ehdot ovat riittävät poistamaan yrityskaupan aiheuttamat kilpailuongelmat.²³⁵

Ensisijaisesti yrityskaupalle asetettujen ehtojen on tarkoitettu olevan rakenteellisia. Ne voivat esimerkiksi velvoittaa yrityskauppaan osallisia yrityksiä myymään tietty tytäryhtiö, liiketoiminta tai omaisuus kokonaan tai osittain; purkamaan tietty yhtiöjärjestely tai eroamaan siitä tai siirtämään tai lisensoimaan immateriaalioikeuksia kolmansille osapuolille. Käyttäytymiseen liittyvät ehdot tulevat kysymykseen vain toissijaisesti.²³⁶ Niiden käyttötarkoitus rajoittuu tapauksiin, joissa kilpailuongelmat ovat väliaikaisia ja vain tietyssä siirtymävaiheessa vaikuttavia²³⁷. Rakenteellisten ehtojen ensisijaisuus perustuu yrityskauppavalvonnan päätehtävään suojata kilpailullista markkinarakennetta, eivätkä ne esimerkiksi pyri kompensoimaan kilpailun loppumista sillä, että määräävässä markkina-asemassa oleva yritys saatettaisiin jatkuvan käyttäytymiskontrollin alaiseksi.²³⁸ Käytännössä sitoutumiskokonaisuudet ovat aina tapauskohtaisia, sillä niiden sisältö vaihtelee kilpailuongelman vakavuuden ja luonteen mukaan. Tämän vuoksi on mahdollonta ryhtyä tekemään yleistyksiä vertaamalla tapauksia aikaisemmin tehtyihin sitoutumispäätöksiin.²³⁹

Ehtoneuvottelujen toimivuutta käytännössä voidaan puolestaan aukaista yrityskauppatapauksen²⁴⁰ avulla. Siinä *Huhtamäki Oy* myi makeisteollisuuten-

²³³ Wikberg 2011: 335–336.

²³⁴ Kuoppamäki 2012: 333.

²³⁵ Wikberg 2011: 335–336.

²³⁶ Hiltunen ym. 1998: 214.

²³⁷ Wikberg 2011: 336.

²³⁸ Kuoppamäki 2012: 333.

²³⁹ Wikberg 2011: 337.

²⁴⁰ Kilpailuviraston päätös Dnro 420/81/99.

sa eli Leaf-divisioonan hollantilaiselle *CSM:lle*. Kaupan osapuolien yhteenlaskettu markkinaosuus sokerimakeisten kaupasta oli noin 35–40 %, mutta ksyylitolilla makeutettujen purukumien osalta markkinaosuus olisi noussut noin 70 prosenttiin, mikä sai Kilpailuviraston epäilemään määräävän markkina-aseman syntymistä. Purukumi-markkinoiden nousseesta osuudesta ei kuitenkaan muodostunut kaupan kannalta ongelmallista, sillä CSM ilmoitti käsittelyn alkuvaiheessa luopuvansa omistamastaan Stimorol-purukumin jakelusta Suomessa siirtymäajan kuluessa. Sitoumuksen jälkeen kauppa voitiin hyväksyä nopeasti kuukauden pituisessa ensivaiheen käsittelyssä.²⁴¹

Ehtoneuvottelujen tulos sitoo yrityskaupan osapuolia, sillä kaupan osapuolet eivät saa valittaa yrityskauppapäätöksestä, jolla osapuolten esittämät ehdot on määrätty noudatettaviksi. Ehdollisissa yrityskauppapäätöksissä hyväksyvä päätös ja sille asetetut ehdot muodostavat näin yhden kokonaisuuden. Asia on hyvin yksiselitteinen, koska ilman ehtojen täytäntöönpanoa yrityskauppa luo ne kilpailuongelmat, joiden perusteella kaupan osapuolten hyväksymät ehdot on alun perin asetettu.²⁴² Kilpailuvirasto voi toisaalta, hakemuksen perusteella, jälkikäteen poistaa tai lieventää yrityskauppaan asetettuja ehtoja markkinaolosuhteiden muutoksen tai muun painavan syyn takia²⁴³.

Kilpailuvirasto on tehnyt yrityskaupan kieltävän esityksen markkinaoikeudelle ainoastaan kaksi kertaa, joista toinen tapaus on kaiken lisäksi kohtalaisen tuore. Yrityskaupassa *NCC Roads* hankki *Destia Oy:n* ja *Destia Kalusto Oy:n* asfalttipäällysluokituksen. Perustelu kieltoesitykselle oli kaupan seurauksena syntyvä *NCC Roads* ja *Lemminkäinen Infra Oy:n* yhteinen määräävä markkina-asema, joka estäisi merkittävästi kilpailua pääkaupunkiseudun asfalttimassan markkinoilla. Koska yrityskaupan aiheuttamaa kilpailun estymistä ei voitu estää *NCC:n* Kilpailuvirastolle esittämällä ehdoilla, oli virasto pakotettu tekemään kieltoesitys.²⁴⁴ Markkinaoikeus pysyi Kilpailuviraston esityksessä ja totesi ettei kauppaa voitu hyväksyä ilmoittajan esittämällä ehdoilla. Kilpailuvirasto oli siten menetellyt oikein, kun se ei hyväksynyt yrityskauppaa täydennettynä *NCC:n* esittämällä sitoumuksilla.²⁴⁵ Markkinaoikeus hyväksyi kaupan antamalla kaupalle huomattavasti esitettyä tiukemmat ehdot. Ehtojen perusteella *NCC* päätyi perumaan aikaisem-

²⁴¹ Jokinen 2003.

²⁴² KIVI 2011 Puheenvuoroja Kilpailuviraston vuosikirja 2011: 38–39.

²⁴³ Wikberg 2011: 337.

²⁴⁴ MAO:499/11.

²⁴⁵ KIVI 2011 Markkinaoikeus asetti tiukat ehdot *NCC:n* ja *Destian* välisen yrityskaupan hyväksymiselle.

min solmitun sopimuksen, koska ehtojen täyttäminen ei olisi ollut täysin NCC:n kontrolloitavissa²⁴⁶. Yrityskaupan osapuolet tekivät perumisen jälkeen uuden sopimuksen, jossa he päättivät jättää tapauksen arvioinnin kanalta keskeisen pääkaupunkiseudulla olevan asfalttiaseman kaupan ulkopuolelle. Kilpailuvirasto hyväksyi yrityskaupan uusilla ehdoilla.²⁴⁷

Yrityskauppa tulee siis kieltää ainoastaan siinä tapauksessa, että yrityskaupassa esiintyviä kilpailuongelmia ei voida poistaa sitoumusten avulla. Kilpailuviraston tulee viime kädessä tehdä markkinaoikeudelle esitys yrityskaupan kieltämisestä.²⁴⁸ Tämän jälkeen markkinaoikeuden on käsiteltävä asia kolmen kuukauden määräajassa. Kilpailuvirasto tai markkinaoikeus voi asettaa kilpailulain 25:n 1 momentissa tarkoitetun kiellon tai yrityskaupan purkamista koskevan määräyksen tai 2 momentissa mainitun ehdon tehokkaaksi uhkasakon. Markkinaoikeus määrää uhkasakon maksettavaksi.²⁴⁹

²⁴⁶ NCC 2011.

²⁴⁷ Kilpailuviraston päätös Dnro 913/14.00.10/2011.

²⁴⁸ Wikberg 2011: 338.

²⁴⁹ Kuoppamäki 2012: 336.

6. YHTEENVETO JA LOPPUPÄÄTELMÄT

Yrityskaupat ovat luonnollinen ja tärkeä osa markkinatalouden kiertokulkua ja rakennemuutosta. Tehokkaasti toimiva markkinatalous voi aiheuttaa toimialarakenteen keskittymistä, jota voidaan pitää kilpailuprosessin luonnollisena ja hyväksyttävänä seurauksena tehottomien yritysten pudotessa markkinoilta pois. Keskittymisellä voidaan paitisi saavuttaa alan kannalta toimivampi yrityskoko, tuloksena voi olla myös elinkeinotoiminnan tehokkuuden sekä kotimaisten yritysten kansainvälisen kilpailukyvyn lisääntyminen. Mikäli tilanne olisi näin mustavalkoinen, kotimaisen kilpailulain kannattaisi tehokkuussyihin vedoten tukea elinkeinorakenteen keskittymistä. Keskittymiskehityksessä ja yrityskoon kasvussa piilee kuitenkin merkittäviä riskejä, sillä ne saattavat vahvistaa jonkin tietyn yrityksen kilpailuasemaa tavalla, joka eliminoi kilpailulta mahdollisuuden toimia efektiivisesti. Suomen markkinatalouden pienuudesta johtuen jo yksikin yrityskauppa voi estää merkittävästi kilpailua, jota puolestaan voidaan pitää tehokkaasti toimivien markkinoiden peruspilarina.

Teoriassa tehokkaimpana vaihtoehtona markkinatalouden kannalta tulisi pitää vapaasti toimivia markkinoita, joiden toiminta perustuu niiden itseohjautuvuuteen, ilman yrityskauppavalvonnan kaltaisia keinotekoisia järjestelyjä. Taloustieteiden yleisten periaatteiden mukaisesti tällaiset markkinat pystyvät tuottamaan kuluttajille maksimaalisen hyödyn tarjoamalla kuluttajille laadullisesti parhaat tuotteet parhaaseen mahdolliseen hintaan. Teoriassa kyseisenlaiset markkinat olisivat sekä kaikkien niillä toimivien ostajien kuin myyjienkin kannalta paras mahdollinen vaihtoehto. Asia olisikin näin, jos markkinoilla olisi tarvittava määrä suurin piirtein samankokoisia toimijoita, eikä näillä olisi mahdollisuutta kasvattaa kokoaan ja samalla valtaansa, suhteessa muihin samoilla markkinoilla toimijoihin, esimerkiksi yrityskaupan kautta. Epätasainen kasvu voi aikaansaada tilanteen, jossa yksi toimija pääsee hallitsemaan markkinoita tavalla, joka on omiaan nostamaan tuotteiden hintoja sekä laskemaan niiden laatua. Tämä yksinkertainen hahmotelma kuvastaa sitä, että markkinat tarvitsevat keinotekoisia ohjausta, jonka yksi olennainen ilmenemismuoto on yrityskauppavalvonta.

Yrityskauppavalvonnan tarkoituksena ei ole missään tapauksessa estää kilpailua, vaan antaa kilpailulle puitteet toimia mahdollisimman tehokkaasti. Suomessa voimassa olevan kilpailulain mukaan yrityskauppavalvonnan tavoitteena on turvata markkinoiden kilpailullinen rakenne puuttumalla tarvittaessa etukäteen tehokasta kilpailua olennaisesti estäviin yrityskauppoihin. Tämän vuoksi kilpailun tehokkuuden näkökulmasta on tärke-

ää pitää kilpailuviranomaisten puuttumiskynnys korkealla, jotta markkinat toimisivat mahdollisimman luonnollisesti.

Kotimainen yrityskauppavalvonta on osa suurempaa kilpailuoikeuden kokonaisuutta, joka pohjautuu EU:n perussopimuksen kohtiin SEUT 101 ja 102. Perussopimuksen kohdat toimivat pohjana tarkasteltaessa kotimaista kilpailulakia kokonaisuudessaan. Asetelma kuitenkin muuttuu hieman, kun käsiteltävänä on kilpailuoikeuteen kuuluva yrityskauppavalvonta, sillä Euroopan unioni on nähnyt tarpeelliseksi luoda yrityskauppavalvonnalle perussopimuksen ulkopuoliset säännökset yrityskeskittymien valvonnasta. Sulautuma-asetuksena tunnettu asetus toimii pohjana koko kotimaiselle yrityskauppavalvonnalle. Erityisesti perussopimuksen SEUT 102 kohtaa määräävän markkina-asema väärinkäytöstä tulee pitää tärkeänä peruspilarina sulautuma-asetuksessa. Niiden tarkastelulähtökohdissa on kuitenkin havaittavissa selkeä ero. Sulautuma-asetuksessa säädeltä yrityskauppavalvonta on luonteeltaan yrityskauppaa seuraavan tulevan kehityksen arviointia, kun taas SEUT 102 arviointi perustuu sen hetkiseen tilanteeseen markkinoilla.

Suomessa yrityskauppavalvonnan yleisviranomaisena toimii Kilpailuvirasto, jonka tehtäviin kuuluu muun muassa yrityskauppailmoitusten vastaanotto. Euroopan unionin vastaavana toimielimenä toimii Euroopan komissio, joka vastaa koko unionin alueen kilpailun valvonnasta. Koska Suomi kuuluu EU:hun, on Suomessa voimassa kaksiportainen kilpailunormisto, joka koostuu kansallisista ja ylikansallisista säännöistä. Yrityskauppavalvonnan kannalta kaksiportaisuus aiheuttaa sen, että tapaukset, jotka kuuluvat kotimaisten kilpailuviranomaisten alaisuuteen kansallisten sääntöjen nojalla, ja tapaukset, jotka kuuluvat komission valvottavaksi ylikansallisten sääntöjen puitteissa, tulisi määritellä yksiselitteisesti. Yhteisöntason yrityskauppataapauksissa toimivaltakriteereiksi on säännelty liikevaihtorajat samalla tavalla kuin kilpailulaissa on määritelty, mitkä kaupat kuuluvat suomalaisen yrityskauppavalvonnan alaisuuteen. Mikäli siis yritys-kauppa ylittää Euroopan unionin sulautuma-asetuksessa asetetut liikevaihtorajat, on komissio toimivaltainen tutkimaan yrityskaupan sallittavuuden. Vaaditut liikevaihtorajat komissiossa käsiteltäville tapauksille on asetettu huomattavasti korkeammalle verrattuna kotimaisen kilpailulain yrityskauppavalvonnan liikevaihtorajoihin, koska komissiossa käsiteltävien yrityskauppojen vaikutus unionin alueen tai sen osan kilpailuolosuhteisiin tulee olla huomattavasti kansallisia tapauksia laajempi.

Toimivaltakriteerien määrittelemisestä ei ole kuitenkaan haluttu tehdä joustamatonta. Siksi Euroopan unionissa on käytössä niin sanottu tehostettu siirtojärjestelmä, joka

mahdollistaa, sulautuma-asetuksessa määritellyin ehdoin, yrityskaupan siirron sille viranomaiselle, jolla on paras tuntemus kyseiseen yrityskauppaan liittyen. Käytännössä, Suomessa niin kansallisten kuin ylikansallistenkin sääntöjen soveltaminen johtaa yleensä aina samaan lopputulokseen, koska Suomen kilpailulainsäädäntö on lähes täysin harmonisoitu vastaavien EU:n normien kanssa. Harmonisoinnin tarkoituksena on ollut kilpailulainsäädännöllisten ristiriitojen poistaminen, jota myös vuonna 2011 voimaan tullut kilpailulaki tukee. Aiemmin nimittäin samanlaisissa tapauksissa saatettiin päätyä erilaisiin lopputuloksiin, riippuen pitkälti siitä, tuliko tapaukseen sovelletuksi kansallinen vai ylikansallinen kilpailunormisto.

Kilpailulaki on määritellyt yrityskauppavalvonnan alaiset yrityskaupat hyvin laajasti, sillä se kattaa paitsi määräysvaltaan johtavan omistuskaupan myös substanssikaupan ja fuusion. Yrityskauppavalvonnan kannalta yrityskaupoiksi katsotaan kaikki sellaiset toimenpiteet, jotka tähtäävät määräysvallan vaihdokseen tai osapuolten liiketoiminnan siirtämiseen. Sillä, miten yrityskauppaan johtavat toimenpiteet suoritetaan, ei siis ole väliä, vaan ratkaisevaa on ainoastaan lopputulos. Vaikka laki määrittelee yrityskaupan hyvin laajasti, niin siitä huolimatta yrityskauppavalvonnan tarkoitus ei ole puuttua jokaiseen yrityskauppaan, vaan ainoastaan niihin, joilla on merkitys tehokkaan kilpailun ja markkinoiden rakenteen näkökulmasta. Tästä johtuen suurin osa Suomessa tehtävistä yrityskaupoista jää valvonnan ulkopuolelle, koska ne ovat liian pieniä vaikuttamaan markkinoihin olennaisesti. Yrityskauppavalvonnan näkökulmasta merkityksellisinä yrityskauppoina tulee pitää kilpailulaissa säännellyt liikevaihtorajat ylittäviä tapauksia. Merkittävyydestä ei näin pääse syntymään tulkintaongelmaa, sillä yrityskauppa, jonka osapuolten liikevaihdot ylittävät säännöstyössä asetetut rajat, tulee automaattisesti valvonnan alaisuuteen. Liikevaihtorajojen korkeuden havainnollistaa se, että esimerkiksi vuonna 2010 tehtiin 534 yrityskauppaa, joista vain 23 täytti kilpailulaissa määritellyn ilmoitusvelvollisuuden.

Vaikka yrityskauppavalvonnan säännökset koskevat vain harvoja markkinoilla toimijoita, jokaisen yrityskauppaa suunnittelevan on tärkeä olla tietoinen pakollisen ilmoitusvelvollisuuden pelisäännöistä. EU:ssa sekä kansallisessa yrityskauppavalvonnassa määritellyt liikevaihtorajat ylittävät yrityskaupat on nimittäin ilmoitettava etukäteen, eikä kauppaa voida panna täytäntöön ennen kilpailuviranomaisen hyväksyntää. Kaupan toteutumisen odottaminen aiheuttaa luonnollisesti monenlaisia ylimääräisiä kustannuksia yrityskaupan osapuolille, siksi esimerkiksi kotimaisen Kilpailuviraston tulee tutkia yrityskauppaa koskeva ilmoitus välittömästi. Kilpailulakiin on säännelty Kilpailuvirastoa sitova kuukauden määräaika, jonka puitteissa sen tulee tehdä päätös jatkoselvitykseen

ryhtymisestä. Kolmen kuukauden jatkoselvityksen aikana Kilpailuvirasto joko antaa yrityskaupalle ehtoja tai esittää kaupan kieltävän ehdotuksen markkinaoikeudelle, joka toimii Kilpailuvirastoa ylempänä toimielimenä. Markkinaoikeus voi poikkeustapauksessa edelleen pidentää jatkoselvityksen määräaika kahdella kuukaudella. Mikäli jokin edellä mainituista määräajoista ehtii kulua umpeen ennen viranomaisen päätöstä, katsotaan kaupan tulleen hyväksytyksi.

Ilmoituksen jälkeisen Kilpailuviraston hyväksymän, ehdollisen ja kieltävän yrityskauppapäätöksen tulee perustua aineelliseen arviointitestiin. Yrityskauppalvonnalla merkittävin muutos vuonna 2011 voimaan tullessa kilpailulaissa on arviointitestin vaihtuminen EU:n sulautuma-asetuksen SIEC-testiin. Uuden testin mukaisen arvioinnin tulee kilpailulain mukaan turvata tehokkaasti toimivia markkinoita yrityskaupoilta, jotka olennaisesti estävät kilpailua Suomen markkinoilla tai niiden oleellisella osalla erityisesti siitä syystä, että sillä luodaan määräävä markkina-asema tai vahvistetaan sitä. Suurin muutos, vanhan lain dominanssitestiin verrattaessa, on määräävän markkina-aseman vaatimuksen poistuminen, sillä ennen lakiuudistusta kilpailuviranomainen pystyi puuttamaan ainoastaan tapauksiin, jotka synnyttivät tai vahvistivat määräävää markkina-asemaa.

Arvioinnin lähtökohdan muutoksen voidaan perustellusti sanoa tapahtuneen pääsääntöisesti teoreettisella tasolla, sillä käytännössä lähes jokaisen ehtoja tai kiellon saavan yrityskaupan tunnusmerkistönä tulee jatkossakin olemaan määräävän markkina-aseman syntyminen tai vahvistuminen. Niin kuin edellä mainitsin, SIEC-testin päätehtävänä on suojella tehokasta kilpailua ongelmia aiheuttavilta yrityskaupoilta. Koska määräävä markkina-asema on nimenomaisesti omiaan estämään tehokasta kilpailua, on se samalla myös uuden arviointitestin olennaisin tarkkailunkohde. Päätelyketjun perusteella voidaan lisäksi todeta se, että kilpailuviranomaisia yrityskauppalvonnassa velvoittava puuttumiskynnys ei ratkaisevasti kasvanut uuden testin myötä, sillä siinä on vain harvoihin tapauksiin vaikuttava katvealue, mihin vanhalla dominanssitestillä ei olisi voitu puuttua.

Jotta kilpailuviranomainen pystyisi arvioimaan niitä rajoituksia, joita yritys tosiasiasa kohtaa toimiessaan markkinoilla, vaatii yrityskauppojen arviointi relevanttien markkinoiden määrittämistä. Määrittelyn tarkoituksena on tutkia yrityskaupan ostajaosapuolen kaupan jälkeinen markkinavoima suhteessa sen kilpailijoihin. Tämä tapahtuu selvittämällä sen todelliset kilpailijat, joilla on mahdollisuus estää sitä toimimasta kilpailusta vapaana. Relevantit markkinat voidaan määrittellä tuotekohtaisesti ja maantieteellisesti.

Relevantit tuotemarkkinat käsittävät kaikki ne tuotteet, joita kuluttajan on mahdollista pitää toisiaan korvaavina tuotteiden hintatason, ominaisuuksien tai käyttötarkoituksen perusteella. Relevantit maantieteelliset markkinat sen sijaan muodostuvat alueista, joilla kauppaan liittyvät yritykset toimivat ja joilla kilpailuolosuhteet ovat riittävän samanlaiset siten, että ne voidaan erottaa lähialueista erilaisuuden perusteella.

Yrityskauppojen kilpailuvaikutusten luokittelu voi puolestaan auttaa ymmärtämään pääpiirteet kaupasta syntyvien vaikutusten eroavaisuuksista. Yksinkertaisin tapa on jaotella yrityskaupat horisontaalisiin ja ei-horisontaalisiin yrityskauppoihin. Horisontaalisissa yrityskaupoissa kaupan osapuolet ovat toistensa kilpailijoita eli niiden tarjoamat hyödykkeet ovat kuluttajien silmissä lähtökohtaisesti toisiaan korvaavia. Horisontaaliset yrityskaupat ovat kilpailun ja samalla markkinoiden kannalta ongelmallisempia, sillä kaupan vaikutuksesta markkinoilla toimivien itsenäisten yritysten lukumäärä pienenee ja näin myös kilpailevien yritysten suhteelliset markkinaosuudet muuttuvat. Tavallisesti ei-horisontaaliset yrityskaupat jaetaan vertikaalisiin yrityskauppoihin ja monialayrityskauppoihin. Vertikaalisissa yrityskaupoissa ostaja ja hankinnan kohde toimivat hyödykkeen jalostusketjun eri vaiheissa. Monialayrityskauppa puolestaan tapahtuu sellaisilla markkinoilla, joilla ei ole suoranaisia vertikaalisia eikä horisontaalisia yhteyksiä. Tehokkaasti toimivien markkinoiden kannalta vertikaaliset yrityskaupat voivat aiheuttaa niin sanotun markkinoiden sulkemisen. Tässä tilanteessa yrityskaupan ostaja saa mahdollisuuden esimerkiksi estää potentiaalisen kilpailijan markkinoille tulon tai vaikuttaa jo markkinoilla olevien yritysten mahdollisuuksiin käyttää tärkeitä tuotantopanoksia. Tehokkaan kilpailun olennaista estymistä voidaan perustellusti pitää todennäköisempänä horisontaalisissa kuin ei-horisontaalisissa yrityskaupoissa. Lisäksi ei-horisontaaliset yrityskaupat voivat monesti tarjota markkinoiden kannalta positiivisia tehokkuusetuja, koska kaupan osapuolten tarjoamat hyödykkeet ovat usein toisiaan täydentäviä.

Yrityskaupan vaikutuksesta tapahtuva kilpailun olennainen estyminen edellyttää aina tapauskohtaista kokonaisarviointia, johon vaikuttavat monet tekijät. Jotta yrityskaupan aiheuttamat kilpailuvaikutukset tulisivat arvioiduiksi kokonaisvaltaisesti, tulee arvioinnissa ottaa huomioon yrityskaupan aiheuttamien haittojen lisäksi myös sen positiiviset vaikutukset. Kilpailuviraston on ilmoittajan vetoamuksesta otettava käsittelyyn yrityskauppaan liittyvät tehokkuusedut eli niin sanottu tehokkuuspuolustus. Esitettyjen etujen perusteella kauppa, jota muuten ei olisi hyväksytty sellaisenaan, voidaan katsoa hyväksytyksi siitä syystä, että kuluttajille siirtyvää hyötyä ei olisi voitu saavuttaa vähemmän kilpailun vastaisella toiminnalla. Yrityskaupan haittoja tasapainottavana tekijänä tulisi myös arvioida failing company-tilanteet, joissa yrityskaupan kohde joutuisi joka tapa-

uksessa jättämään markkinat esimerkiksi konkurssin seurauksena. Tilanteessa markkinoilla olevien yritysten määrä luonnollisesti pienenee ilman yrityskaupan vaikutustakin, minkä seurauksena markkinat mahdollisesti keskittyvät vielä ongelmallisemmin kuin kaupan toteutuessa. Failing company-puolustuksessa yrityskaupan osapuolten tulee perustellusti näyttää, että vähemmän kilpailun vastaista vaihtoehtoa ei ole käytettävissä.

Yrityskaupan sisältäessä liitännäisrajoituksia tulevat myös ne arvioitavaksi yrityskaupan kokonaisarvioinnissa. Yrityskauppapäätökset tulevat siten automaattisesti sisältämään liitännäisrajoitukset ilman erillisen arvion antamista. Rajoitusten arvioinnin sovellettavuutta, yrityskaupan yhteydessä, tarkasteltaessa on huomioitava se, että liitännäisrajoitusten tulee olla ylittämättä ajalliselta kestoaltaan tai asialliselta tai alueelliselta ulottuvuudeltaan sitä, mitä yrityskaupan toteutumiselta kohtuudella edellytetään. Tämä tarkoittaa siis sitä, että yrityskaupasta erillisenä toteutettuina tällaiset rajoitukset täyttäisivät kieltotunnusmerkistön, mutta kaupan yhteydessä ne voidaan tietyssä laajuudessa katsoa hyväksytyiksi. Kyseisenlaisia liitännäisrajoituksia voi muiden muassa olla kilpailukieltolauseke, teknologian lisensointi, jakelusopimukset ja yksinmyynti- tai ostosopimukset.

Yrityskaupan kokonaisarviointi kulminoituu Kilpailuviraston yrityskauppapäätökseen. Päätöksen tulee olla joko hyväksyvä, ehdollinen tai kieltävä yrityskauppapäätös. Kilpailuvirasto voi antaa yrityskaupan kieltävän ehdotuksen markkinaoikeudelle, mikäli yrityskauppa olennaisesti estää tehokasta kilpailua Suomen markkinoilla tai niiden oleellisella osalla. Lisäksi Kilpailuviraston tulee neuvotella yrityskaupan osapuolten kanssa mahdollisista ehdoista, joilla kieltävältä esitykseltä vältyttäisiin. Ehtoneuvotteluissa ilmoitusvelvollisen tulee esittää virastolle näkemyksensä siitä, minkälaisilla ehdoilla yrityskauppaan liittyvät ongelmat voitaisiin poistaa. Ehtojen tulee pääsääntöisesti olla rakenteellisia, esimerkiksi tietyn liiketoiminnan osan myymistä velvoittavia, mutta tietynlaisissa tapauksissa kysymykseen voi myös tulla käyttäytymiseen liittyvät ehdot. Mikäli Kilpailuvirasto katsoo esitettyjen ehtojen olevan riittäviä, tulee kauppa hyväksyä ehdollisena ehtoneuvottelujen mukaisesti. Niin kansallisessa kuin ylikansallisessa yrityskauppavalvonnassa kieltopäätöksiä annetaan erittäin harvoin. Lähes jokaisessa tapauksessa, johon liittyy riski kilpailun rajoittumisesta, on kilpailun kannalta riittävää ehtoneuvottelujen tuloksena saatujen ehtojen asettaminen.

Yksi tutkimukseni päätehtävistä on ollut selkokielistää ja avata ongelmallista yrityskauppavalvonnan kokonaisuutta. Kilpailulainsäädäntö on kuitenkin myös yritysten mielestä yksi ongelmallisemmista lainsäädännön osa-alueista. Käytännössä jokainen yritys-

kauppa vaatii yksilöllistä arviointia, minkä vuoksi ehdottomien yrityskauppavalvontaan liittyvien yleistysten antaminen johtaa helposti yksittäistapauksissa vääränlaisiin lopputuloksiin. Asioiden ymmärtämistä voidaan toki helpottaa jakamalla käsiteltävä aihe pienempiin osa-alueisiin, esittämällä esimerkkitapauksia sekä asian kokoavia kuvioita käsitelystä asiasta. Näillä keinoilla olen tutkimuksessa pyrkinyt selventämään vaikeaselkoista ja moniulotteista asiakokonaisuutta. Huomioon otettavien asianhaarojen määrä asettaa kuitenkin tietyn rajoitteen sille, mihin saakka asioita on mahdollista, harhaanjohtavuuksilta välttyen, yksinkertaistaa.

LÄHDELUETTELO

Aalto-Setälä, Ilkka, Antti Aine, Petri Lehto, Julius Parikka, Anne Petäjaniemi-Björklund, Markku Stenborg & Pertti Virtanen (2008). Kilpailulait ja julkiset hankinnat. 4.painos. Helsinki: Tietosanomat Oy.

Alkio, Mikko & Christian Wik (2009). Kilpailuoikeus 2. painos. Helsinki: Talentum.

Bishop, Simon & Walker Mike (2010). The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement. University Edition. Lontoo: Sweet & Maxwell, Thomson, Reuters.

Blomqvist, Lars, Nils Blumme & Anna-Maija Simola (1997). Due diligence ja arvonnääritys yrityskaupoissa. Jyväskylä: KHT-yhdistyksen palvelu Oy.

Euroopan komissio (2011). Kilpailupolitiikkaa koskeva kertomus 2010 [online]. [ladattu 2.11.2011] Saatavilla Internetissä: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0328:FIN:FI:PDF>>

Europa (2008). Yrityskeskittymien valvonta [online]. [ladattu 9.12.2011] Saatavilla Internetissä: <http://europa.eu/legislation_summaries/competition/firms/l26096_fi.htm>

Faull, Jonathan & Ali Nikpay (2007). The EC Law of Competition. New York United States: Oxford University Press.

HE 162/1991 Hallituksen esitys Eduskunnalle laiksi kilpailunrajoituksista.

HE 45/1994 Hallituksen esitys Eduskunnalle laiksi kilpailunrajoituksista annetun lain muuttamisesta.

HE 243/1997 Hallituksen esitys Eduskunnalle laeiksi kilpailunrajoituksista sekä eräiden siihen liittyvien lakien muuttamisesta.

HE 88/2010 Hallituksen esitys Eduskunnalle Kilpailulaiksi.

Helsingin Sanomat (2011). Suomi haluaa suojata avainyrityksiään aasialaisten ostoinnolta (Julkaistu 28.9.2011) [online]. [ladattu 12.10.2011] Saatavilla Internetissä:

<<http://www.hs.fi/talous/Suomi+haluaa+suojata+avainyrityksi%C3%A4%C3%A4n+asialaisten+ostoinnolta/a1305546204874>>

Hiltunen, Sari, Kristian Tammivuori & Carl-Henrik Wallin (1998). Yrityskauppa-
valvonta. Porvoo: WSOY.

Huikuri, Satu (2011). Yhteisyritykset yrityskauppa-
valvonnan näkökulmasta. Tampere:
Juvenes Print – Tampereen yliopistopaino.

Huopalainen, Toni, Markus Händelin, Kari Keturi & Jukka Luostarinen (2001). Kilpai-
luoikeuden käsikirja. Helsinki: Edita.

Immonen, Raimo (2006). Yritysjärjestelyt. 3.painos. Helsinki: Talentum, Gummerus
Kirjapaino Oy.

Immonen, Raimo & Risto Nuolimaa (2007). Osakeyhtiöoikeuden perusteet. Helsinki:
Talentum.

Jokinen, Juhani (2003). Kokemuksia yrityskauppa-
valvonnasta (Julkaistu 24.4.2003)
[online]. [ladattu 1.4.2012] Saatavilla Internetissä: < [http://www.kilpailuvirasto.fi/cgi-
bin/suomi.cgi?sivu=uut/u-1999-03-01](http://www.kilpailuvirasto.fi/cgi-bin/suomi.cgi?sivu=uut/u-1999-03-01)>

Katramo, Mikko, Jari Lauriala, Ismo Matinlauri, Jaakko Niemelä, Karin Svennas &
Nina Wilkman (2011). Yrityskauppa. Helsinki: WSOYpro Oy.

Kilpailuvirasto (1999). CapMan Capital Management Oy:n ja Royal Rest Oy:n välisen
yrityskaupan hyväksyminen (Julkaistu 24.2.1999) [online]. [ladattu 9.12.2011] Saatavil-
la Internetissä: <[http://www.kilpailuvirasto.fi/cgi-bin/suomi.cgi?sivu=ratk/r-1998-81-
1103](http://www.kilpailuvirasto.fi/cgi-bin/suomi.cgi?sivu=ratk/r-1998-81-1103)>

Kilpailuvirasto (1999). Yrityskaupan hyväksyminen; Cisco Systems, Inc. / IBM:n verk-
kolaiteliiketoimintaan liittyvät immateriaalioikeudet (Julkaistu 15.11.1999) [online].
[ladattu 9.12.2011] Saatavilla Internetissä: <[http://www.kilpailuvirasto.fi/cgi-
bin/suomi.cgi?sivu=ratk/r-1999-81-0763](http://www.kilpailuvirasto.fi/cgi-bin/suomi.cgi?sivu=ratk/r-1999-81-0763)>

Kilpailuvirasto (2000). Yrityskaupan hyväksyminen ehdollisena; Valio Oy / Kainuun
Osuusmeijerin, Osuuskunta Maito-Pirkan ja Aito Maito Fin Oy:n meijeri- ja markki-

nointiliiketoiminnat (Julkaistu 20.6.2000) [online]. [ladattu 19.3.2012] Saatavilla Internetissä: <<http://www.kilpailuvirasto.fi/cgi-bin/suomi.cgi?sivu=ratk/r-1999-81-1151>>

Kilpailuvirasto (2010). EU:n kilpailusäännöt (Julkaistu 10.12.2010) [online]. [ladattu 1.11.2011] Saatavilla Internetissä: <<http://www.kilpailuvirasto.fi/cgi-bin/suomi.cgi?luku=eyn-kilpailusaannot&sivu=eyn-kilpailusaannot>>

Kilpailuvirasto (2011). Puheenvuoroja Kilpailuviraston vuosikirja 2011 [online]. [ladattu 11.10.2011] Saatavilla Internetissä: <<http://www.kilpailuvirasto.fi/tiedostot/vuosikirja-2011.pdf>>

Kilpailuvirasto (2011). Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavalvonnasta [online]. [ladattu 11.10.2011] Saatavilla Internetissä: <<http://www.kilpailuvirasto.fi/tiedostot/Suuntaviivat-1-2011-Yrityskauppavalvonta.pdf>>

Kilpailuvirasto (2011). Selkeyttä kilpailuasioihin –seminaari 28.9.2011 Vaasa.

Kilpailuvirasto (2011). Yrityskaupparatkaisut [online]. [ladattu 13.10.2011] Saatavilla Internetissä: <<http://www.kilpailuvirasto.fi/cgibin/suomi.cgi?luku=yrityskauppavalvonta&sivu=yrityskaupparatkaisut>>

Kilpailuvirasto (2012). Yrityskauppavalvonta (Julkaistu 5.3.2012) [online]. [ladattu 24.4.2012] Saatavilla Internetissä: <<http://www.kilpailuvirasto.fi/cgi-bin/suomi.cgi?sivu=yrityskauppavalvonta>>

Kilpailuvirasto (2011). Markkinaoikeus asetti tiukat ehdot NCC:n ja Destian välisen yrityskaupan hyväksymiselle (Julkaistu 2.11.2011) [online]. [ladattu 10.4.2012] Saatavilla Internetissä: <<http://www.kilpailuvirasto.fi/cgi-bin/suomi.cgi?luku=tiedotteet&sivu=tied/t-2011-30>>

Kuoppamäki, Petri (2003). Markkinavoiman sääntely EY:n ja Suomen Kilpailuoikeudessa. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kuoppamäki, Petri (2006). Uusi kilpailuoikeus. Helsinki: WSOYpro.

Kuoppamäki, Petri (2012). Uusi kilpailuoikeus. 2. Painos. Helsinki: Sanoma Pro.

Markkinaoikeus (2008). Markkinaoikeus hyväksyi Fortumin valituksen Kilpailuviraston päätöksestä E.ON Finland Oyj:n yrityskauppavalvonta-asiassa (Julkaistu 14.3.2008) [online]. [ladattu 20.3.2012] Saatavilla Internetissä: <<http://www.oikeus.fi/markkinaoikeus/42759.htm>>

MTV 3 (1996). EU ei hyväksynyt Keskon Tuko-kauppaa (Julkaistu 20.11.1996) [online]. [ladattu 15.12.2011] Saatavilla Internetissä: <<http://www.mtv3.fi/uutiset/arkisto/9611/961120/9611200201.html>>

Mäkinen, Pentti, Paula Paloranta, Hannu Pokela & Kristiina Vuori (2006). Markkinaoikeuden perusteet. 2. painos. Helsinki: Talentum, Gummerus Kirjapaino Oy.

Määttä, Kalle (2006). Oikeustaloustieteen perusteet. Helsinki: Edita.

NCC (2011). NCC uuteen sopimukseen Destian asfalttiliiketoiminnan ostamisesta (Julkaistu 10.11.2011) [online]. [ladattu 10.4.2012] Saatavilla Internetissä: <http://www.ncc.fi/tietoa_nccsta/uutiset/uutiset_2011/fi_FI/NCCn_ja_Destian_uusi_sopimus_asfalttiliiketoiminnan_ostamisesta/>

Nenonen, Anna-Kaisa (2008). Dominanssitestistä SIEC-testiin – Tutkimus kilpailurajoituslain uudistustarpeesta yrityskauppavalvonnan materiaalsen testin osalta. Kilpailuviraston selvityksiä 3/2008 [online]. [ladattu 19.12.2011] Saatavilla Internetissä: <<http://www.kilpailuvirasto.fi/tiedostot/Kilpailuviraston-Selvityksia-3-2008-Nenonen.pdf>>

Oinonen, Mika (2011). Pienten markkinoiden yritysten syrjintä EU:n yrityskauppavalvonnassa tutkimuskohteena: kokemuksia, haasteita ja kehityssuuntia [online]. [ladattu 9.12.2011]. Saatavilla Internetissä: <<http://elektra.helsinki.fi/se/1/0023-7353/109/1/pientenm.pdf>>

Ojala, Marjo (2011). EU-kilpailuoikeus. 2. painos. Helsinki: Edita Bookwell.

Palm, Jukka (2005). Yritysostot ja määräysvaltamarkkinat: Tutkimus kilpailuoikeudellista yrityskauppavalvontaa ja arvopaperimarkkinaoikeudellista julkista

ostotarjoustusta koskevan sääntelyn ja sen soveltamisen kehittämistarpeista. Helsinki: Edita.

Siltala, Raimo (2001). Johdatus oikeusteoriaan. Helsinki: Hakapaino Oy.

Talouselämä (2011). Kuinka paljon ulkomaiset ostavat suomalaisia yhtiöitä? (Julkaistu 15.4.2011) [online]. [ladattu 18.12.2011] Saatavilla Internetissä: <<http://www.talouselama.fi/yrityskaupat/asiantuntijalta/hyvakysymys/kuinka+paljon+ulkomaiset+ostavat+suomalaisia+yhtioita/a611972>>

Talouselämä (2011). Harvinainen tapaus: Kilpailuvirasto torjuu Destia-NCC-yrityskaupan (Julkaistu 5.8.2011) [online]. [ladattu 12.10.2011] Saatavilla Internetissä: <<http://www.talouselama.fi/yrityskaupat/harvinainen+tapaus+kilpailuvirasto+torjuu+destianccyrityskaupan/a663667>>

Talouselämä (2011). Yrityskauppa- ja kilpailuvirasto muuttuu (Julkaistu 18.8.2011) [online]. [ladattu 19.12.2011] Saatavilla Internetissä: <<http://www.talouselama.fi/yrityskaupat/asiantuntijalta/ajankohtaista/yrityskauppa-ja-kilpailuvirasto+muuttuu/a670245>>

Talouselämä (2011). Näkykö velkakriisi jo yrityskauppojen määrässä? (Julkaistu 19.8.2011) [online]. [ladattu 18.12.2011] Saatavilla Internetissä: <<http://www.talouselama.fi/yrityskaupat/asiantuntijalta/hyvakysymys/nakyyko+velkakriisi+jo+yrityskauppojen+maarassa/a670998>>

Taurula, Maarit (2012). Sähköpostikeskustelu 16.2.2012. Tutkimuspäällikkö, yrityskauppa- ja kilpailuvirasto.

Tenhunen, Lauri & Rauno Werner (2000). Yrityskaupan käsikirja 3. painos. Helsinki: Tietosanoma.

Työ- ja Elinkeinoministeriö (2009). Kilpailulaki 2010 [online]. [ladattu 11.10.2011] Saatavilla Internetissä: <www.tem.fi/files/21617/TEM4.pdf>

Wikberg, Olli (2011). Johdatus kilpailuoikeuteen. Helsinki: Talentum.

Yle (2000). Yle jatkaa neuvotteluja Digitan myynnistä (Julkaistu 9.8.2000) [online].
[ladattu 10.4.2012] Saatavilla Internetissä: <<http://yle.fi/yleisradio/ajankohtaista/yle-jatkaa-neuvotteluja-digitan-myyynnista>>

YRITYSKAUPPATAPAUSLUETTELO**Euroopan komissio**

26.4.2006 Asia No COMP/M.3916 s.53

19.2.1997 Asia No IV/M.784 s.24

Markkinaoikeus

2.11.2011 MAO:499/11 s.67

14.3.2008 MAO:123/08 s.62

Kilpailuvirasto

20.6.2000 1151/81/99 s.60

17.4.2000 1010/81/99 s.64

15.11.1999 763/81/99 s.32

28.5.1999 420/81/99 s.66

24.2.1999 1103/81/98 s.31