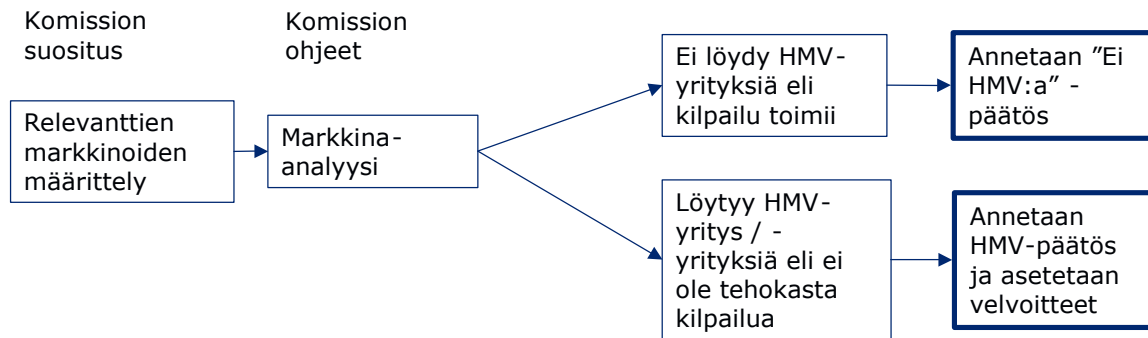


HUOMATTAVAN MARKKINAVOIMAN (HMV) PÄÄTÖKSET VIESTINTÄVIRASTOSSA

Taustaa

Viestintäviraston tehtävänä on viestintämarkkinoiden toimivuuden ja tehokkuuden turvaaminen. Tavoitteena on, että kuluttajille on tarjolla keskenään kilpailevia, teknisesti kehittyneitä, laadukkaita ja edullisia viestintäpalveluita. Jotta tämä tavoite saavutettaisiin, Viestintävirasto mm. panee täytäntöön viestintämarkkinalakia (393/2003) ja valvoo sen noudattamista. Lain täytäntöönpanoon kuuluvat esimerkiksi merkityksellisten viestintämarkkinoiden määrittely ja analysointi, mahdollisten huomattavan markkinavoiman yritysten nimeäminen sekä velvollisuuksien asettaminen näille. Kuvassa 1 on kuvattu HMV-analyysin vaiheita.

Kuva 1: HMV-analyysi lyhyesti



Teleyritysten sekä komission ja muiden ETA - maiden kuuleminen

Huomattava markkinavoima

Viestintämarkkinalain mukaan yrityksellä on huomattava markkinavoima, jos sillä markkina-analyysin perusteella havaitaan olevan tietyillä markkinoilla yksin tai yhdessä muiden kanssa sellaista taloudellista vaikutusvaltaa, jonka turvin se voi toimia huomattavassa määrin riippumattomana kilpailijoista, kuluttajista tai muista käyttäjistä. Tämä määritelmä pitää sisällään muutamia huomionarvoisia kohtia. Huomattava markkinavoima voidaan havaita ainoastaan markkina-analyysin perusteella, joten Viestintäviraston tulee kerätä ja analysoida tietoa sadoilta eri yrityksiltä. Vaikka huomattava markkinavoima voi olla joko vain yhdellä yrityksellä tai useammalla yrityksellä yhdessä, perinteisesti viestintämarkkinoilla huomattavan markkinavoiman yrityksiä on ollut yksi. Yrityksen toimiminen huomattavassa määrin riippumattomana on epätarkka ilmaus. Yrityksen korkea markkinaosuus jollakin relevantilla markkinalla vihjaa, että ko. yrityksellä voi olla huomattava markkinavoima, mutta markkinaosuus yksin ei riitä tästä osoitukseksi.

Markkina-analyysi HMV:n selvittämiseksi

EU:n komissio on julkaissut ohjeet markkina-analyysiä ja huomattavan markkinavoiman arvioimista varten. Ohjeiden mukaan HMV-tarkastelu on välttämätön toimivan kilpailun takaamiseksi. Ohjeissa todetaan mm., että jos tarkastelussa ei löydy HMV-yritystä, kilpailu toimii ja olemassa olevat HMV-velvoitteet poistetaan eikä uusia aseteta. Toisaalta, jos löytyy vähintään yksi HMV-yritys, kilpailu ei toimi ja yrityksille asetetaan tarpeelliset HMV-velvoitteet. Selvitettäessä huomattavaa markkinavoimaa tulee tarkastella mm. seuraavia kriteereitä:

- markkinaosuus
- yrityksen taloudellinen ja rahoituksellinen vahvuus
- teknologinen paremmuus
- asiakkaiden tai tavarantoimittajien neuvotteluvoiman puuttuminen
- laaja hyödykevalikoima
- mittakaava- ja laajuusedut
- vertikaalinen integraatio
- kehittyneet jakelu- ja myyntiverkostot
- potentiaalisen kilpailun puuttuminen
- alalle tulon esteet
- laajentumisen esteet

Relevantit markkinat

Markkinoita arvioitaessa otetaan huomioon kaksi ulottuvuutta: tuote- tai palvelukohtainen ulottuvuus sekä maantieteellinen ulottuvuus. Huomattavan markkinavoiman kannalta ns. relevantit markkinat saadaan näiden yhdistelmästä, ja Suomessa niiden määrittely on Viestintäviraston vastuulla. Relevantit markkinat määritellään yleisesti seuraavalla tavalla: "Tietyn hyödykejoukon ja maantieteellisen alueen rajaama kokonaisuus, jonka yksinomaisen hallinta mahdollistaa elinkeinonharjoittajalle markkinavoiman pysyväisluontoisesti kattavan hyväksikäytön." Pyritään siis havaitsemaan sellaiset sähköiseen viestintään liittyvät hyödykkeet, joita hallitsee yksi yritys esim. tietyn kaupungin tai muutaman kunnan alueella. Tuotteiden saatavuutta hallitseva yritys voi tällöin periä kohtuuttomia hintoja ja estää kilpailijoiden tulon markkinoille.

Tuote- ja palvelukohtainen ulottuvuus

Euroopan unionin komissio julkaisi suosituksensa relevanteiksi tuote- ja palvelumarkkinoiksi 11.2.2003. Suositus käsittää 18 tuote- ja palvelumarkkinaa, ja Viestintävirasto pitää ko. suositusta lähtökohtana määritellessään Suomessa relevanttien markkinoiden tuote- ja palvelukohtaisen ulottuvuutta. Mikäli katsotaan, että suosituksesta pitää poiketa, tämän tekee liikenne- ja viestintäministeriö.

Maantieteellinen ulottuvuus

Huomattavan markkinavoiman maantieteellistä ulottuvuutta määriteltäessä etsitään yhtenäistä aluetta, jolla asiakkailta on realistinen mahdollisuus hankkia edellä määriteltyjä hyödykkeitä. Kilpailuolosuhteiden tulee ko. alueella olla riittävän yhtenäiset ja se tulee voida erottaa naapurialueista kilpailuolosuhteiden erilaisuuden vuoksi. Yleensä millä tahansa alueella Suomessa esimerkiksi kuluttajalle laajakaistapalveluita tarjottaessa tarvittava ns. tilaajayhteys voidaan ostaa vain yhdeltä yritykseltä, nimittäin kunkin alueen perinteiseltä kiinteän puhelinverkon operaattorilta.

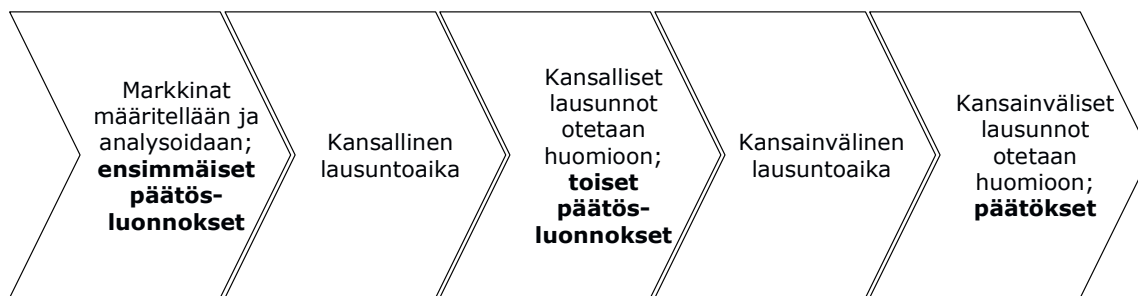
Kysynnän ja tarjonnan korvattavuuden tarkastelu

Tuote- ja palvelukohtaista ulottuvuutta ja maantieteellistä ulottuvuutta määriteltäessä tutkitaan, esiintyykö markkinoilla ns. kysynnän tai tarjonnan korvattavuutta. Kysynnän korvattavuuden tarkastelulla selvitetään, onko ostajalla mahdollisuutta vaihtaa hyödykkeen tarjoajaa. Peruskysymys on: kun hinta nousee, onko korvaavia tuotteita? Tarjonnan korvattavuuden tarkastelu puolestaan kertoo, onko markkinoille odotettavissa kilpailua. Sen peruskysymys on: kun hinta nousee, pystyykö kilpailija tulemaan markkinoille ja tarjoamaan samaa tuotetta?

HMV-päätökset

Markkinoiden määrittelyn, niiden analysoinnin ja mahdollisen huomattavan markkinavoiman yrityksen nimeämisen jälkeen Viestintävirasto julkaisee ensimmäiset päätösluonnokset kultakin markkinalta. Tämän jälkeen kotimaisilla yrityksillä ja muilla tahoilla on mahdollisuus antaa päätösluonnoksista lausunto. Lausunnot saatuaan Viestintävirasto harkitsee niitä ja muuttaa päätösluonnoksia lausuntojen perusteella, jos katsoo sen aiheelliseksi. Sitten Viestintävirasto julkaisee nämä uudet päätösluonnokset, jotka lähtevät kansainväliselle lausuntokierrokselle. Tällöin muiden EU-maiden viranomaisilla ja komissiolla on mahdollisuus antaa lausunto luonnoksista. Kun luonnoksista on päästy komission kanssa yksimielisyyteen, Viestintävirasto julkaisee lopulliset päätökset. Näistä päätöksistä asianosaiset voivat valittaa korkeimpaan hallinto-oikeuteen. Lausuntoprosessia kuvataan tarkemmin kuvassa 2.

Kuva 2: HMV-päätösten lausuntoprosessi



Muuta

EU:n komission suositus on tehty pääosin sellaisia maita varten, joissa on perinteisesti ollut yksi valtion telemonopoli, jonka monopoliasemaa halutaan horjuttaa. Suomessa teleala on ollut alueellisesti jakautunut historiallisista syistä, ja vielä tänäänkin Suomessa on 44 paikallista teleyritystä, jotka ovat käytännössä ainoita kiinteän puhelinverkon ja sen palveluiden tarjoajia peittämiensä kuntien alueilla. Paikallisten yritysten suuri määrä ja joidenkin uusien yritysten markkinoille tulo johtavat siihen, että Viestintävirasto joutuu useilla komission määrittämällä hyödykemarkkinoilla julkaisemaan jopa 50 päätöstä. Päätösten yhteismäärä kaikilta 18:lta markkinalta kohoaa noin viiteensataan. Lisäksi Viestintäviraston pitää seurata viestintämarkkinoita aktiivisesti, joten myös tulevaisuudessa on odotettavissa suuria määriä hallinnollisia päätöksiä.