

**JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO**  
**Taloustieteiden tiedekunta**

**EPÄTERVE KILPAILU**

– käsiteanalyttinen tutkimus ilmiöstä ja sen esiintymisestä  
huoltoasema-alalla vuosina 1984-2006

Yrittäjyys

Pro gradu -seminaarin tutkimustyö

Toukokuu 2007

Laatija: Hannu Laitinen

Ohjaaja: Professori Hannu Niittykangas

## JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO TALOUSTIETEIDEN TIEDEKUNTA

Tekijä Laitinen Hannu	
Työn nimi Epäterve kilpailu – käsiteteoreettinen tutkimus ilmiöstä ja sen esiintymisestä huolto- asema-alalla vuosina 1984-2006	
Oppiaine Yrittäjyys	Työn laji Pro gradu
Aika Toukokuu 2007	Sivumäärä 101 (107)
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Epäterve kilpailu on käsitteenä kilpailulainsäädännön ja terveen ja toimivan kilpailun väliin jäävä alue. Käsiteteoreettisen tutkimuksen avulla perehdytään ilmiöön ja tarkastellaan huoltoasema-alaa sovellusympäristönä. Tutkimus tarkastelee markkinatalouden perusteorioita ja toimintamahdollisuuksia, hahmottaa markkinoiden toimivuuden kannalta keskeisiä viimeaikaisia piirteitä ja sijoittaa kilpailuteoreettisesti vähän tutkitun ja tähän saakka määrittelemättömän käsitteen markkinoiden toimintaa kuvaavaan viitekehukseen.</p> <p>Käsiteteoreettisena tarkasteluna tutkimus esittää, että toimialan analyysin soveltamisessa on tärkeää tunnistaa asiantuntijuus, johon käsitteen määrittely nojaa. Viitekehukseksi valittua Structure-Conduct-Performance-mallia käyttäen muodostetaan epäterveen kilpailun olennaiset piirteet. Määrittelemällä epäterve kilpailu ryväskäsitteen avulla kyetään sekä kuvaamaan sitä teoreettisesti että täsmentämään sen esiintymistä valitussa sovellusympäristössä. Epäterve kilpailu muodostuu yleiskäsitteenä markkinoiden toimista, joilla estetään perustekijöitä toimimasta, vaikutetaan markkinoiden rakenteeseen kilpailua vähentävällä tavalla ja ohjataan käyttäytymistä kilpailua estävällä tavalla.</p> <p>Huoltoasema-alalla valitun tarkastelujakson aikana toimialan perustekijät, markkinoiden rakenne ja käyttäytyminen Suomessa muuttuivat: hintasäännöstelyn päättyi, tuonti vapautui, Suomi integroitui Eurooppaan, miehittämättömät automaattit yleistyivät ja öljy-yhtiöt ottivat polttoaineen hinnoittelun määräysvaltaansa. Epäterveen kilpailun ilmiönä jälleenmyyjinä toimivien pk-yrittäjien kannalta tutkimuksessa tunnistettiin vuosina 1984-2006 liikepaikkojen rajoitettu saatavuus, kilpailunrajoitussopimukset, öljy-yhtiöiden noudattama diskriminoiva hinnoittelu ja niiden tekemä vähittäismarkkinoiden haltuunotto.</p> <p>Epäterveen kilpailutilanteen korjaaminen jälleenmyyjän kannalta on mahdollista kilpailunrajoitukset purkamalla, liikepaikkojen tarjontaa lisäämällä ja estämällä tukkuportaan diskriminoiva kilpailu samoilla markkinoilla jälleenmyyjänsä kanssa. Työn merkitys on tarjota kilpailupoliittiselle tutkimukselle uusia kohteita ja tutkimuksen keinoja.</p>	
Asiasanat Kilpailu, huoltoasema, öljyala, pk-yritys, jälleenmyyjä, kilpailunrajoitus, hinnoittelu	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto / Taloustieteiden tiedekunta	

# SISÄLTÖ

<b>1</b>	<b>JOHDANTO</b> .....	<b>1</b>
1.1	Tutkimuksen tausta .....	1
1.2	Tutkimuksen tavoitteet ja toteutustapa .....	5
1.3	Tutkimuksen rakenne .....	6
<b>2</b>	<b>KILPAILUN TOIMIVUUS MARKKINATALOUDESSA</b> .....	<b>9</b>
2.1	Markkinatalouden teorioista ja hyvinvoinnin allokoinnista .....	9
2.2	Kilpailun toimivuudesta markkinataloudessa .....	13
2.3	Tehokkuus, turvallisuus ja globaali kilpailu .....	16
<b>3</b>	<b>EPÄTERVE KILPAILU MARKKINATALOUDESSA</b> .....	<b>20</b>
3.1	Hyvinvoinnin jakautumisesta .....	20
3.2	Epäterve kilpailu markkinoiden vihollisena .....	24
<b>4</b>	<b>KÄSITEANALYYSI TUTKIMUSMENETELMÄNÄ</b> .....	<b>32</b>
4.1	Käsiteanalyysin lähtökohdat .....	32
4.2	Erikoisalan käsitteiden ymmärtämisestä .....	36
4.3	Epäterveen kilpailun määrittelytapoja .....	41
4.3.1	Kilpailuoikeudellisesta määrittelystä .....	41
4.3.2	Määrittely yrittäjän näkökulmasta .....	43
4.3.3	Sopimaton menettely epäterveenä kilpailuna .....	46
4.4	Epäterve kilpailu markkinoiden toimivuuden kannalta .....	47
4.4.1	Structure-Conduct-Performance -malli tarkastelun lähtökohtana .....	47
4.4.2	Epäterveen markkinan kuvaus – tarjonta ja kysyntä .....	47
4.4.3	Epäterve markkinoiden rakenne .....	52
4.4.4	Käyttäytyminen epäterveessä kilpailussa .....	54
4.4.5	Epäterveen kilpailun vaikutuksia tehokkuuteen .....	57
4.5	Epäterve kilpailu – vähäisiä vääristymiä vai tietoista vallankäyttöä? .....	58
<b>5</b>	<b>HUOLTOASEMA-ALA MARKKINAYMPÄRISTÖNÄ</b> .....	<b>62</b>
5.1	Huoltoasema-alan markkinoiden kehitys .....	62
5.1.1	Öljyn kysyntä ja tarjonta maailmanmarkkinoilla .....	62
5.1.2	Öljyn tuotanto, jalostus ja jakelu .....	64
5.2	Huoltoasema-alan ohjaus, säätely ja kilpailu .....	65
5.3	Huoltamoalan kehitysjaksot Suomessa .....	67
<b>6</b>	<b>EPÄTERVE KILPAILU HUOLTOASEMA-ALALLA</b> .....	<b>71</b>
6.1	Epäterveen kilpailun piirteet huoltoasema-alalla .....	71
6.1.1	Liikepaikkojen saatavuus rajoittunut .....	72
6.1.2	Tukkuportaan toteuttama hinnoittelu .....	75
6.1.3	Tukkuyhtiöt vallanneet vähittäismarkkinat .....	76
6.1.4	Yhteistoimintasopimus jälleenmyyjän valintoja rajoittamassa .....	77
6.3	Huoltoasema-alan kehitykseen vaikuttavista tekijöistä .....	86
6.4	Polttoaineiden markkinointiyhtiöiden hankinta- ja jakelukanavista .....	88
<b>7</b>	<b>YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET</b> .....	<b>92</b>
7.1	Käsiteanalyysin tulokset ja soveltaminen huoltoasema-alalla .....	93
7.2	Jälleenmyyjän toimintakohteet epäterveen kilpailun tilanteessa .....	97
	LÄHTEET .....	98

## KUVIOT

KUVIO 1. Yritysten voitontavoittelulle annettu funktionaalinen selitys Uusitalon (Elster) mukaan. ....	11
KUVIO 2 Perinteisen jakeluketjun tuote-, kassa- ja tietovirrat. ....	23
KUVIO 3. Väliportaata ohittava jakeluketju polttoainekaupassa. ....	23
KUVIO 4 Yrittäjyyden opiskelijoiden tekemä teeman jäsennys pro gradu -ryhmässä 12.10.2006. ....	26
KUVIO 5 Organisaatioanalyysin perusmalli (Lähde: Scherer 1970, 5).....	28
KUVIO 6 Porterin viiden voiman malli, joka määrittelee toimialan kannattavuuden (Porter 1985, 5).....	29
KUVIO 7 Kilpailuedun lähteet ja niiden ilmentymät. (Björkroth ym. 2006a, 18).....	31
KUVIO 8 Käsittekolmio terminologisessa työssä. ....	34
KUVIO 9 Epäterveen kilpailun asemointi kilpailulainsäädännössä jälleenmyyjän kannalta.....	44
KUVIO 10 SCP-paradigman rakennemalli markkinoiden haavoittuvuuden tarkastelun lähtökohtana. ....	49
KUVIO 11. Markkinoiden rakenne ja käyttäytyminen epäterveen kilpailun oloissa.....	60
KUVIO 12. Huonosti toimivat markkinat vahvistavat epätervettä kilpailua.....	61
KUVIO 13 Öljyreservien vuotuisen lisäyksen ja öljyn vuotuisen kulutuksen erotus on vähentynyt vuosikymmenien ajan. (Lähde: Hirsch 2005).....	64
KUVIO 14 Öljytuotekaupan vertikaalinen integraatioketju. (Barrera-Rey 1995). ....	65
KUVIO 15 Epäterveen kilpailun taustatekijöiden yhteydet eri markkinatekijöihin.....	72
KUVIO 16 Huoltoasemien lukumäärät omistussuhteiden ja jakelutavan mukaan vuosina 1984-2006. ....	75
KUVIO 17 Polttoaineiden logistiikkaketju. (Lähde: Suomen Bensiinikauppiaitten Liitto SBL ry).....	78
KUVIO 18 Bensiinin myynnin jakautumisen muutos öljy-yhtiöiden ja kauppiaiden välillä vuosina 2000-2006.....	80
KUVIO 19.. Huoltamoalan markkinointiyhtiöt ja miehitetyn asemaverkoston muutos vuosina 1971-2006..	83
KUVIO 20. Automaattisten jakeluasemien verkoston muutos vuosina 1990-2006. (Huom. eri asteikko verrattuna edelliseen kuvioon 19).....	84
KUVIO 21 Polttonesteiden toimitukset kotimaahan vuonna 2006. (Lähde: Tilastokeskus).....	86
KUVIO 22 Epäterve kilpailu – ryväkäsitteen muodostaminen.....	95

## TAULUKOT

TAULUKKO 1 Huoltamoalan kehitysjaksot Suomessa 2. maailmansodan jälkeen.....	69
--	----

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Tutkimuksen tausta

Kilpailu, yritykset ja markkinatalous yhdistetään 2000-luvulla Suomessa toisiinsa luontevammin kuin 1980-luvulla ja 1990-luvulla, jolloin markkinoilla oli esteitä, kuten tuontikieltoja, hintasäännöstely ja esimerkiksi polttoainekaupassa tuotteille asetetut laatuvaatimukset. Kilpailukeskusteluun ja markkinoiden toimivuuteen on liitetty etenkin kaupan toimialoilla kartellien paljastaminen ja kilpailun esteiden poistaminen. Erilaiset suositushinnat poistettiin vuonna 1988, ja polttoainekaupassa Nesteen tuontimonopoli lakkasi vuonna 1991. Kilpailuolosuhteissa tapahtuneet muutokset loivat uusia rakenteita ja tukku- ja vähittäiskaupan yritysten välisiä sopimuksia muutettiin. Yrittäjien mahdollisuudet vaikuttaa hinnoitteluun vähenivät ketjusopimusten myötä ja tukkuportaan ryhdyttyä yhä useammalla toimialalla vähittäiskauppiaksi. Yrittäjät kokivat itseensä kohdistuneet vaatimukset kilpailusta epäoikeudenmukaisiksi, koska heidän kätensä olivat sidotut pitkäaikaisilla sopimuksilla, joissa tuotteiden hankintahinnat oli kiinnitetty. Markkinatalous alkoi ainakin näennäisesti toimia 1990-luvulla, mutta yrittäjien kannalta tuotteiden hankintapuolella liian hitaasti.

Tutkimus on suunnattu ensinnäkin huoltoasema- ja öljyalan tukku- tai vähittäisportaan toimijoille. Epäterveen kilpailun ilmiön tunnistaminen ja ymmärtäminen etenkin jälleenmyyjän näkökulmasta on tärkeää jakeluketjun toiminnan ja markkinoiden toimivuuden kannalta. Toimialan kilpailukyky pitkän ajan kuluessa voi alentua, mikäli toimijoilla on vajavainen käsitys markkinoiden toiminnasta, myös sen kielteisistä ilmiöistä. Toiseksi, tutkimus osoitetaan viranomaisille ja julkisille päättäjille, joiden tulisi paremmin ymmärtää pienyritysten toimintamahdollisuuksia. Elinkeinopolitiikan edistäminen onnistuu paremmin, kun käytettävissä on analyttistä tietoa yrittäjien toiminnan kannalta havaituista ongelmista, joiden ratkaisemista ei voida osoittaa yhdelle tietylle taholle. Kolmas tutkimuksen kohderyhmä on taloustiedottajat, joiden mahdollisuudet perehtyä syvällisesti ja analyttisesti tämän tutkimuksen laatuisiin kysymyksiin ovat ymmärrettävistä syistä rajalliset.

Tutkimuksessa tarkastellaan erityisesti huoltoasemayrittäjien kannalta kilpailutilanteita, jotka syystä tai toisesta on koettu epäterveiksi tai epäoikeudenmukaisiksi. Näitä syntyi sekä eri polttoaineketjuihin kuuluvien yrittäjien välisessä kilpailussa että yrittäjän ja tämän sopimus-kumppanien välillä. Kilpailuolosuhteisiin liittyy vallankäyttöä ja ristiriitoja hinnoittelun avulla saatavan hyödyn jakamisessa. Öljy-yhtiöt käyttivät yksipuolista sopimusvaltaa saadakseen hinnoitteluvallan keskeisillä markkina-alueilla itselleen. Tähän liittyvä keino oli esimerkiksi komissiosopimusten käyttö. Tavanomaisessa huoltoasemayrityksen ja tavarantoimittajana toimivan öljy-yhtiön välisessä sopimussuhteessa kauppias osti polttoaineen ja päätti itse sen hinnoittelusta. Komissiosopimuksella öljy-yhtiö pidätti polttoainevaraston ja hinnoitteluoikeuden itsellään ja maksoi kauppiaille kiinteän jakelupalkkion riippumatta siitä, millainen vähittäishinta ja tuotteen kokonaismarginaali oli.

Epäterve kilpailu on ilmiönä pk-yritysten kannalta vaikeasti hallittava, sen vaikutukset yrittäjyyteen ja yritysilmastoon ovat kielteiset ja se johtaa taloudellisten resurssien vajaakäyttöön tai resurssien tuhlaukseen. Epäterve kilpailu sisältää markkinataloudelle vieraita tavoitteita ja keinoja, jotka loukkaavat yrittäjien käsityksiä elinkeinon harjoittamisen oikeudesta ja yrittämisen vapaudesta. Epäterveen kilpailun käsitteen ilmaantuminen 2000-luvun alussa elinkeinopoliittiseen keskusteluun on todennäköisesti oire jostakin yrittäjyydelle vieraasta ilmiöstä, jonka esiintymiseen lainsäätäjät, kilpailuviranomaiset ja yrittäjien järjestöt eivät ole kyenneet kiinnittämään riittävästi huomiota. Samalla, kun tutkimuksen avulla analysoidaan epäterveen kilpailun käsitettä teoreettisesti, etsitään ilmiölle taustaa ja selityksiä. Ilmiön esiintyminen ja yhteiskunnallisen yrittäjyyttä suosivan ilmapiirin edistäminen näyttävät olevan ristiriidassa.

Epäterve kilpailu liitetään helposti havaittaviin asioihin kuten hinnoitteluun, mutta ilmiö on monisyisempi ja ulottuu esimerkiksi yritysverkostojen sopimussuhteisiin tai markkinointikeinoihin. Kilpailuoikeuden käsitteistä määräävä markkina-asema, oligopolistinen markkina tai sopimaton menettely elinkeinotoiminnassa ovat oikeudellisen teoreettisen tutkimuksen kohteena, ja niihin liittyy myös käytännön oikeustapauksiin perustuvaa tutkimusta. Hintamekanismit ja erilaisten markkinatilanteiden hallinta puolestaan ovat markkinoinnin tutkimuksessa esiintyviä alueita. Yritysverkostojen sopimussuhteissa esiintyy sekä oikeudellisia sidoksia että markkinointia ohjaavia seikkoja, kuten jakelukanavaa ja tuotteiden hankintaa koskevia sitoumuksia.

Eurooppalaisen kilpailulainsäädännön syntyyn johtanutta keskustelua voidaan tarkastella poliittisen ja taloudellisen integraation agendakysymyksenä, jossa sisämarkkinoiden toimivuus oli ylätavoite. Käsitehistoriallisessa mielessä käytetyn kysymyksenasettelun taustalla on poliittisia vaikuttimia. Eurooppalaisen kilpailukykeskustelun viimeaikaista politisoitumista voidaan tarkastella käsitteellisesti kysymysryppäänä, jota asetelmaa Palonen (2005, 45) käyttää. Kilpailuun liittyviä käsitteitä ja niiden muodostumista voidaan tarkastella taloudellisen vallankäytön näkökulmasta. Oikeudenmukaisuuden ja terveen ja toimivan taloudellisen kilpailun toteuttamista kilpailulainsäädännön avulla vaikeuttaa lainsäädännön tavoitteiden moninaisuus niin Euroopassa kuin Yhdysvalloissa eikä näitä tavoitteita ole yleisesti hyväksyttävällä tavalla määritelty (Gerber 2004, 1-2).

Ruotsalaisessa tutkimuksessa on paneuduttu epäterveen hinnoittelun tunnistamiseen ja sen arviointiin ottaen huomioon markkinoiden rakenne, uudelleenjärjestelyjen mahdollisuudet ja muut kustannuksia alentavat tekijät. Hintasubventioita on käsitelty EY:n tuomioistuimessa hyvin harvoin. Tutkimuksessa esitetään keinoja hinnoittelussa esiintyvien kohtuuttomuuksien arviointiin tilanteissa, joissa tavarantoimittaja on jälleenmyyjän kilpailijana markkinoilla. Hintadiskriminaation laillisuuden sanotaan riippuvan siitä, avautuuko sillä uusia markkinoita tai jääkö osa potentiaalisista asiakkaista palvelematta yhtenäisen hinnoittelurakenteen vallitessa. (Henriksson 2003.) Eurooppalaista kilpailututkimusta edustavat kilpailunrajoitusten ja niiden taustalla olevan markkinatilanteen arviointi (esim. Lang ym. 2002 ja Slade 2003). Amerikkalaiset ja kanadalaiset tutkimukset ovat keskittyneet kilpailunrajoitusten haitallisten vaikutusten eliminoimiseen, ja kilpailunrajoituksiin suhtaudutaan tapauskohtaisesti antitrustilakien perusteella, kuten Meese (2003) esittää.

Suomalaisen kilpailulainsäädännön kehitystä runsaan vuosikymmenen aikana ovat seuranneet lainvalmistelua tukeva teoreettinen kilpailu- ja talousoikeuden tutkimus (esim. Sihvon-Punkka 1991) ja myöhemmät teokset (esim. Virtanen 1998 ja Kuoppamäki 2002). Uusinta teoreettista suomalaista tutkimusta edustavat kauppa- ja teollisuusministeriön analyysit kilpailun seurantamenetelmien kehittämistä (Björkroth ym. 2006a ja 2006b). Kilpailuun erikoistunut tutkimuslaitos Suomessa on Kilpailuinstituutti. Kilpailuoikeudellinen vuosikirja on merkittävin kotimainen julkaisusarja, ja ETLA on julkaissut kilpailuun liittyviä artikkeleita Keskusteluaiheita -julkaisusarjassaan, kuten Stenborgin (2002) artikkeli yhteisen määräävän markkina-aseman taloudesta. Epäterveen kilpailun esiintymistä on selvitetty yrittäjyyden

ilmapiiritutkimuksissa, joissa se on ollut yhtenä kyselyn vastausvaihtoehtona esimerkiksi Finnveran ja Suomen Yrittäjät ry:n Pk-yritysbarometrissa. Lisäksi epäterve kilpailu mainitaan erilaisten ammatillisten ja aatteellisten yhteisöjen säännöissä, periaatejulistuksissa ja kannanotoissa, mikä viittaa ilmiön tunnettuuteen, ja sen sisältöä voidaan hahmottaa myös näiden yhteisten piirteiden kautta.

Tutkittavan käsite ”epäterve kilpailu” esiintyy usein julkisessa keskustelussa ja yrittäjyyden edellytyksiä käsittelevissä kyselyissä. Käsitteen käyttö viittaa kilpailuolosuhteissa olevaan ongelmaan, jota käsitteen käyttäjä tai kyselyn laatija pyrkii kuvaamaan. Käsitteen käytön yhteydestä voidaan päätellä, liittyykö käyttötilanteeseen mielipide tai pyrkiikö käyttöyhteys vaikuttamaan ongelman poistamiseen tai sen taustalla vaikuttavien haitallisten tekijöiden lievittämiseen. Epäterve kilpailu on mainittu useiden elinkeinonharjoittajien yhdistysten sääntöjen tarkoituspykälässä muodossa ”vilpillisen kilpailun vastustaminen”. Hallituksen esityksen luonnoksessa teollisoikeuksista on maininta, että teollisoikeuksiin laajassa mielessä on katsottu kuuluvan myös suoja sopimatonta menettelyä vastaan, johon luetaan vilpillisen kilpailun ehkäiseminen ja salassa pidettävän tiedon suoja. Vilpillistä kilpailua koskee laki sopimatonta menettelyä elinkeinotoiminnassa (1061/1978). Siinä viitataan hyvän liiketavan vastaisuuteen ja toisen elinkeinonharjoittajan vahingoittamiseen. Yrittäjien kielenkäyttöön on tullut 1990-luvun lopulla määräävän markkina-aseman käsite. Määräävässä markkina-asemassa olevalla yrityksellä on niin suuri markkinavoima, että sen ei tarvitse ottaa markkinoilla huomioon kilpailijoiden eikä tuotantoketjun väli- tai loppuvaiheen asiakkaiden reaktioita. Arvioidessaan yrityksen markkinavoimaa EU:n komissio ottaa huomioon yrityksen markkinaosuuden lisäksi myös muita tekijöitä, esimerkiksi varteenotettavien kilpailijoiden tai oman jakeluverkon olemassaolon ja etuoikeuden raaka-aineiden käyttöön.

Kilpailukykyiset yritykset valtaavat muilta yrityksiltä markkinaosuuksia nousten toisinaan jopa markkinajohtajan asemaan. Määräävän markkina-aseman saaminen ei sinänsä ole tuomittavaa, jos se on yrityksen taloudellisen tehokkuuden ansiota. Jos kyseinen yritys kuitenkin hyödyntää asemaansa estääkseen kilpailua, kyse on määräävän aseman väärinkäytöksi luokiteltavasta kilpailua rajoittavasta käytännöstä. Tuomittavaksi katsotaankin nimenomaan määräävän markkina-aseman väärinkäyttö, joka on kielletty EY:n perustamissopimuksen 82 artiklassa. Aiheen tutkiminen on perusteltua erityisesti huoltoasema-alalla, jossa noin kahden vuosikymmenen kuluessa tapahtuneet muutokset ovat johtaneet pk-yritysten toimintamahdol-



lisuuksien heikkenemiseen. Kysymyksessä on laajemman kuin tilapäisen markkinahäiriön selittäminen, sillä kilpailuolosuhteiden muutoksella on ollut voimakkaita rakenteellisia vaikutuksia kokonaiseen elinkeinoalaan. Suomessa huoltoasema-ala siirtyi säännöstelytaloudesta markkinaehtoisuuteen asteittain vuodesta 1984 alkaen.

## 1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja toteutustapa

Tutkimuksen päätavoite on määritellä epäterve kilpailu käsitteenä ja kuvata sen sisältöä ja käsitteen muuttumista noin 20 vuoden kuluessa. Käsitteen määrittelyyn liittyvä alatavoite on ymmärtää käsitteen taustalla olevia prosesseja ja käsitteen merkitystä eri käyttöyhteyksissä. Käsitteen määrittelyn ja sen taustan selvittämisen avulla pyritään vaikuttamaan yksityisten huoltamoyritysten kannalta vaikeaksi koettuihin kilpailutilanteisiin osoittamalla, millaisiin kilpailulle kielteisiin ilmiöihin käsitellyt epäterveen kilpailun muodot johtavat. Samalla arvioidaan kilpailulainsäädännön toimivuutta ja kyseenalaistetaan noudatettu kokonaisharkintana tunnettu kilpailumääräysten soveltamislinja.

Tutkimuksen toteuttaminen perustuu käsiteanalyysiin, joka tarkastelee epäterveen kilpailun ilmiöitä erityisesti vertikaalisten, eri jakeluportaiden välisten sopimussuhteiden vallitessa. Käsiteanalyysin osana tarkastellaan epätervettä kilpailua historiallisena ilmiönä. Historiallinen näkemys paljastaa käsitteen sisällössä tapahtuneet muutokset, jolloin voidaan analysoida myös epäterveen kilpailun terminologista sisältöä talous- ja elinkeinopolitiikan kannalta.

Epäterveen kilpailun esiintymistä ja sen taustan ymmärtämistä varten käytetään Structure-Conduct-Performance-paradigmaa<sup>1</sup> ja arvioidaan markkinoiden rakenteeseen, käyttäytymiseen ja tehokkuuteen liittyviä seikkoja, jotka muodostavat esteitä terveelle ja toimivalle kilpailulle. SCP-paradigma kuvaa markkinoiden toimintaa, ja tässä tutkimuksessa sen rakennetta käytetään epäterveen kilpailun osatekijöiden jäsentämiseen.

Epäterveen kilpailun kokemuksia on tallennettu julkisessa keskustelussa mm. eduskunnan kirjallisissa kysymyksissä, kilpailuvirastolle tehdyissä toimenpidepyynnöissä, sanomalehtiar-

---

<sup>1</sup> Rakenne-Käyttäytyminen-Suorituskyky, jäljempänä lyhennetään englanninkielisen lyhenteen mukaan SCP-paradigmaksi tai SCP-malliksi.

tikkeleissa, ammattilehdissä ja kokouspöytäkirjoissa. Tämä historiallinen aineisto on tulkittava ilmentymäksi ongelmista, jotka ovat nousseet niin merkittäviksi, että niille on saatu huomiota edellä mainituissa yhteyksissä. Lisäksi pyritään osoittamaan, miten epäterveen kilpailun kokeminen näkyy tutkimuskohteeksi valitun ajanjakson eri vaiheissa. Yrittäjillä, jotka ovat kokeneet erilaisia kilpailuolosuhteita, on monipuolisempi käsitys epäterveen kilpailun käsitteestä kuin yrittäjillä, jotka ovat toimineet vain uusimpien kilpailumääräysten olosuhteissa ja jääneet vaille kokemuksia, joita voimakkaat markkinoiden rakenteen ja sopimusten muutokset ovat merkinneet. Tutkimukseen ei sisälly empiiristä osiota yrittäjähaastattelujen tai aineistoanalyysien muodossa, sen sijaan käytetään hyväksi tutkijan omien kokemusten perusteella koottua ja analysoitua aineistoa. Tämän aineiston käsittelytavan perusteeksi esitetään ns. asiantuntija—noviisi -tarkastelu. Tutkimuksen tekijällä on yli 20 vuoden kokemus huoltoasema- ja öljyalan eri tehtävissä elinkeinoelämän järjestön palveluksessa, öljy-yhtiön johdossa ja liikkeenjohdon konsulttina.

### **1.3 Tutkimuksen rakenne**

Tutkimus aloitetaan tarkastelemalla markkinatalouden kehityspiirteitä, jonka jälkeen luodaan viitekehys käsitteen ymmärtämiseksi ja analysoinnille. Tämän jälkeen tarkastellaan huoltoasema-alaa markkinaympäristönä ja lopuksi sovelletaan käsiteanalyttistä tarkastelua huoltoasema-alaan ja analysoidaan epäterveen ilmiön esiintymistä toimialalla.

Luvussa 2 perehdytään markkinatalouden eri kehitysvaiheissa esiintyvään kilpailun merkitykseen ja kilpailuedellytysten asettamiseen teorioiden osana. Kilpailutilanteet voivat ulottua teoreettisesta ideaalista eli vapaista markkinoista ja täydellisestä informaatiosta erilaisiin julkisen vallan tai muun voimakkaan tahon osallistumiseen markkinoiden ohjaukseen tai luomiseen. Erityisesti energiamarkkinoilla resurssien ja jakeluketjun hallinta ovat kilpailun kannalta merkittäviä. Maailmantalouden globaalit ilmiöt ja kilpailuympäristön muutokset ovat vaikuttaneet suurten taloudellisten alueiden, Yhdysvaltain ja Euroopan Unionin kilpailulakien kehitykseen. Näillä muutoksilla on ollut merkittäviä vaikutuksia tarkastelun kohteena olevalle huoltoasema-alalle.

Markkinatalouden kehityksessä teorioiden ja taloudellisen toiminnan vuoropuhelu on ymmärretty toisaalta ideologisina oppirakennelmina, joita ovat esimerkiksi liberalismi ja sosialismi, toisaalta teoreettisina koulukuntina, joiden näkemyksien mukaan yhteiskuntaa ja taloudellista toimintaa on ohjattu. Viimeksi mainituista tunnettuja suuntauksia ovat mm. keynesläisyys, monetarismi ja institutionalismi, kärkinimittäin John Maynard Keynes, Milton Friedman ja John Kenneth Galbraith. Markkinoiden toimivuuden kannalta tutkimuksessa on keskeistä ymmärtää markkinoiden dynamiikkaa, johon vaikuttavat sekä julkiset toimijat, suuret konglomeraatit että havaintoympäristössämme läsnä olevat pienemmät yritykset. Markkinoiden toimivuutta tarkastellaan lopuksi viime vuosien maailmanlaajuisen ja eurooppalaisen talouden yhteistoiminnan lisääntymisen kannalta.

Markkinatalouden teoreettisten perusteiden ja tavoitteiden jälkeen luvussa 3 pohditaan markkinatalouden ongelmia erilaisten epäterveiden menettelytapojen kannalta. Näitä ovat jakeluketjun organisointi muita markkinaosapuolia syrjivällä tavalla, oligopolit ja yritysten välinen muunlainen haitallinen yhteistyö, kilpailunrajoitukset ja hintoihin vaikuttaminen.

Luvussa 4 käsitellään käsiteanalyysiä tutkimusmenetelmänä ja perehdytään käsitteen sisällön erittelyä edellytyksiin. Aluksi perehdytään käsiteanalyysin teoriaan ja terminologisen työn menetelmiin. Näitä täydentää ns. asiantuntija—noviisi -asetelma, jolla perustellaan viitekehysten muodostamistapaa. Kokonaiskuvan saaminen perustuu teoreettisen lähestymistavan laajentamiseen asiantuntija-analyysillä valitulla toimialalla, huoltoasematoiminnassa. Markkinoiden toimintaa ja rakennetta kuvaavan SCP-paradigman osatekijöitä hyväksikäyttäen arvioidaan markkinoiden toimivuutta tilanteessa, jossa perusoletukset eivät toimi tai niillä on markkinoiden toiminnan kannalta hankalia piirteitä. Esimerkkitoimialana on huoltoasematoiminta ja täsmentävänä näkökulmana tarkastelu yksityisen huoltamoyrittäjän kannalta.

Tutkimus kohdistuu markkinoiden toimivuuden kuvaamiseen ja tähtää valitun näkökulman avulla epäterveen kilpailun määrittelyn hyvään erottamiseen tavanomaisesta kilpailupoliittisesta keskustelusta, jossa tarkastellaan yleensä kilpailuolosuhteita lainsäädännön puitteissa annetun kokonaisarvion näkökulmasta.

Luvussa 5 luodaan katsaus huoltoasema-alaan markkinaympäristönä. Markkinat ymmärretään öljyalan toimintatavan vuoksi laajasti, koko jakeluketjun käsittävänä. Öljyn tuotanto,

kuljetukset, jalostus ja markkinointi muodostavat vertikaalisen jakeluketjun. Jakeluketjun integraatioaste vaihtelee alueittain ja toimijoittain. Markkinaympäristön kuvauksessa käytetään toisaalta teoreettista pohdintaa tarkastelemalla eri jakeluportaiden välisten toimien tehokkuutta ja rakenteita, toisaalta markkinoiden rakenteen kehittymistä erityisesti Suomessa. Tähän kuuluvat huoltoasema-alan kehityspiirteiden kuvaus ja toimialaa koskevan säätelyn kehittämisen tarkastelu.

Luvussa 6 sovelletaan käsiteanalyysiä ja markkinatalouden tarjoamia kilpailupuitteita huoltoasema-alaan ja syvennetään analyysiä tarkastelemalla toimialan kehityspiirteitä kilpailun kannalta vuosina 1984—2006. Tässä tarkastelussa tavoitellaan yleistä selitystapaa, jossa yhdistyvät yrittäjän kokema kilpailutilanne, toimialan markkinatilanne ja ulkoiset puitteet, kuten lainsäädäntö ja teknologia. Työn eräänä lähtökohtana on ollut ymmärtää yrittäjän näkökulmaa moniulotteisessa kilpailutilanteessa ja osana jakeluketjua. Johtopäätökset kohdistuvat käsiteanalyttisen merkityksen lisäksi yrittäjien menestystekijöiden kuvaamiseen ja kilpailusääntöjen soveltamisongelmiin.

Yhteenvetona ja johtopäätöksinä esitetään lopuksi luvussa 7 huoltamotoimialaan liittyvä epäterveen kilpailun käsitteen määritelmä tutkimuksessa omaksutun ryvästekniikan avulla.

## 2 KILPAILUN TOIMIVUUS MARKKINATALOUDESSA

### 2.1 Markkinatalouden teorioista ja hyvinvoinnin allokoinnista

Markkinatalouden katsotaan käsitteenä nykyisessä mielessä syntyneen 1800-luvulla, jolloin tärkeimmät teoreettiset perusteet ja niiden kritiikki käsiteltiin sekä tieteellisessä yhteisössä. Markkinataloutta toteutettiin kuitenkin enemmän kansallisen itsekkyyden kuin taloudellisen tehokkuuden ja hyvinvoinnin levittämisen nimissä. Ihmisen kaksi taloudellista puolta – kuluttajan ja tuottajan ominaisuudet – johtivat etenkin amerikkalaisessa järjestelmässä väliaikaiseksi tarkoitettuun markkinoiden suojaamiseen ulkoiselta kilpailulta. (Reinert 1994, 11-12.). Saksalaiset toimijat osoittivat jo 1800-luvulla, että mannermainen eurooppalainen järjestelmä ja Yhdysvaltain manufaktuurijärjestelmä voitiin yhdistää. Saksalainen kritiikki englantilaisia talousoppineita kohtaan väitti, että he eivät kyenneet erottamaan toisistaan kansallista etua ja yleistä etua. (mt., 13.) Tarkasteltaessa resurssien hallintaa ja saatavuutta ja taloudellisen toiminnan järjestämistä puhutaan kilpailukyvyistä. Reinert määrittelee kilpailukyvyyn laadullisen mittarin, jonka perusteella korkealaatuinen kilpailu lisää kansakunnan hyvinvointia samalla, kun se on kilpailukykyinen mikroekonomisessa mielessä avoimilla markkinoilla. (mt., 15) Kilpailu ja kilpailukyky mielletään hyvinvointia tuottaviksi asioiksi.

Vapaan markkinatalouden ideaali perustuu Adam Smithin teokseen *Wealth of Nations* (1776). Hänen ajatuksistaan kehittynyt klassinen taloustiede painotti talouden luonnollista tasapainoa. Vapaan kaupankäynnin puolestapuhujana esiintyi 1800-luvulla David Ricardo. Vaikka Smith ei hyväksynytkään kaupan rajoittamista vihollismaiden kanssa kansallisen edun nimissä, hän ei käsitellyt suhteellisen edun ongelmaa, jonka teorian Ricardo selitti. (Lindert&Kindleberger 1982, 19-20.) Hyödyke- ja tuotannontekijämarkkinoilla oli omat tasapainoyhtälönsä. Leon Walras esitti kysynnän ja tarjonnan välisen yhteyden talouden yleisen tasapainon mallissa. Alfred Marshall esitti teoreettisen perustan ulkomaankaupasta. Poliittisessa taloustieteessä esitettiin 1800-luvulla teorioita myös kapitalistisen järjestelmän haitallisuudesta. Näistä Karl Marx on tunnetuin, ja epäterveen ilmiön kannalta kiinnostava on hänen esittämänsä lisäarvoteoria.

Markkinoiden toimintaa ohjasi Smithin mukaan ”näkyvät käsi”, ja tämän mekanismin tuloksena ihmiset tuottivat tavaroita, joilla oli kysyntää, ja myivät niitä markkinoille hinnoilla, joka niistä voitiin saada. Kunkin kansakunnan vaurautta kyettiin kasvattamaan tuottamalla markkinoille tavaroita ja käymällä niillä kauppaa. Smithin ajatukset toivat uuden kauden talouden teorioihin, jotka olivat siihen saakka rakentuneet joko pelkästään kaupankäyntiin (merkantilistit) tai yksinomaan tuotannon organisoimiseen (fyysiookraatit). Smithin esittämä ajatus liittyi kansojen väliseen työnjakoon ja sen pyrkimyksenä oli kasvattaa vaurautta ja lisätä hyvinvointia. Smithin esittämän vapaan markkinan ihanteen ja Ricardon suhteellisen edun periaatteen ohella merkittävän kansainvälisen kaupan teorian kehittivät Bertil Ohlin ja Eli Hecksher, jotka selittivät vaihdannan hyötyjä kansallistalouksille tyypillisten tuotannontekijöiden välisten kustannuserojen avulla (Lindert&Kindleberger 1982, 31-32).

Kansainvälisen kaupan tasapainoa tutkineen Leon Walrasin kehittämä yleinen tasapainoteoria tunnustettiin virallisesti vasta vuonna 1909. Maailmankaupan perustuessa edelleen laajasti valtioiden väliseen kauppaan yritysten ja markkinoiden merkitys keskustelussa oli vähäistä, mutta vapaan taloudellisen kilpailun aatteet toteutuivat laajimmin Yhdysvalloissa, ja talouden tutkimusta siellä harjoittaneet näkivät jo markkinoiden ongelmia, joista sittemmin suuri lama 1930-luvulla johti uusiin teorioihin, kuten Keynesin tarjontamalliin..

Hyvinvoinnin jakautumisessa on kysymys myös päätöksenteosta ja vallankäytöstä. Kilpailu on markkinoiden toiminnan funktio, se syntyy itsestään markkinaolosuhteista, kun markkinoiden perustekijät ovat olemassa. Näiksi perustekijöiksi on luettava tuotteet, joilla on kysyntä ja tarjonta. Jo ennen Walrasin teoriaa Karl Marx näki omalla tavallaan kysynnän ja tarjonnan välisen epätasapainon, mutta hän piti sitä kapitalistisen järjestelmän lainalaisuutena.

Lainalaisuuteen rinnastettava piirre on myös funktionaalinen selitys talouden toimintamekanismista. Jon Elster on Uusitalon mukaan käyttänyt funktionaalista selitystä kuvaamaan yrityksen voitontavoittelua (kuvio 1). Yritysten darwinistinen prosessi syntyy, kun yritykset kilpailevat keskenään markkinoilla ja markkinamekanismi tekee valinnan karsimalla voitontavoittelussa huonoimmin menestyneet yritykset. Tällä tavoin markkinamekanismi pitää yllä voiton maksimoinnin imperatiivia, pakonomaisuutta. Funktionaalisessa selityksessä ilmiö selitetään sen vaikutusten pohjalta siten, että ilmiö palvelee jotain kokonaisuutta eli on funktionaalinen ja siksi se on olemassa. (Uusitalo 1991, 108-109.) Tämä näyttää yhä olevan kilpai-

luun liittyvien ilmiöiden kuvaustapa: ”nopeat syövät hitaat”, ”ui tai uppoa” ja ”syö tai tule syödyksi” ovat yleisiä sanontoja kilpailuun liittyvästä käyttäytymisestä, mutta niillä on vahva selviytymiseen liittyvä merkityssisältö.

KUVIO 1. Yritysten voitontavoittelulle annettu funktionaalinen selitys Uusitalon (Elster) mukaan.



Uusitalo pitää funktionaalista ajattelutapaa käyttökelpoisena, sillä se kiinnittää huomiota toiminnan ei-tarkoitettuihin seurauksiin, piilofunktioihin. Nämä taas ovat hänen mukaansa tutkimuksellisesti kiinnostavia, koska ne tuovat esiin sellaista, joka muuten jäisi helposti havaitsematta. (mt., 110.)

Marxin sosialistinen oppi, josta tuli kansantaloustieteen ja yhteiskuntatieteen yhdistävä teoria, esitti markkinatalouden periaatteiden toimivan itsetuhoisesti ja päätyvän Marxin esittämien periaatteiden mukaan talouden romahdukseen. Smithin esittämä vapaan kilpailun ideaali supistui Marxin yhteiskunnallisen teorian vaikutuksesta monopolivoittojen saalistukseksi, joka perustui työvoiman tuottaman arvonlisäyksen pidättämiseen kapitalistien monopolivoitoksi. Marxilainen lisäarvoteoria ei perustunut kysynnän ja tarjonnan tasapainoon, vaan jatkuvaan tasapainon muutokseen. (Schumpeter 1952, 33-34.) Smithin tapaan Marx arvosteli protektionismia ja näki kapitalistisen keskittymiskehityksen tuottamien monopolivoittojen vähentävän kansan hyvinvointia. Näitä ajatuksia Schumpeter pitää marxilaisen talousteorian sivutuotteina ja muistuttaa, että suuryritysten painostuksesta säädettyjen suojatullien merkitys

todella oli pitää kotimarkkinoiden hinnat korkeina ja estää ulkomaisen kilpailun hintoja alentava vaikutus (mt., 67-68).

Alfred Marshallin *Principles* koostui useista kaupan ja arvon teorioiden artikkeleista ja julkaistiin vuonna 1890. Marshallin talousteorioiden taustalla oli eettisesti merkittävä tavoite vaikuttaa huonoiksi havaitsemiinsa työläisten olosuhteisiin Englannissa. Marshallin teorian johdattivat talousteorioiden tutkimusta uusille alueille ja johtivat täydellisen kilpailun väittämien testaamiseen, erilaisten joustojen tutkimiseen ja ulkomaankaupan teorioiden ja rahateorian kehittämiseen. (Schumpeter 1952, 104-108.) Ulkomaankaupan teoriassa Stolper ja Samuelson tarkastelivat talouden tehokkuutta ja osoittivat, että vaihdannan tilanteessa hyvinvointi jakautui pääomaintensiivisen hyödykkeen suuntaan (Lindert-Kindleberger 1982, 60).

Hyvinvointiteoreetikkona tunnettu Vilfrid Pareto esitti ensin ekonometrisen mallinsa, ja myöhemmin sosiologisen teoriansa hyvinvoinnin jakautumisesta. Talous- ja hyvinvointiteorioiden yhtymäkohdaksi voidaan luonnehtia ”Pareto-optimaalisuuden” käsitettä. Sen mukaan koko yhteisön hyvinvointi kasvaa, jos yhden yksilön hyvinvoinnin noustessa kenenkään hyvinvointi ei laske. Pareton teorioissa tarkasteltiin uusklassisen talousteorian kannalta tärkeitä kysymyksiä, kuten yksilön valintoja, peliteoriaa ja todennäköisyysteoriaa. Vaikka Pareto ei päässytkään kokonaan irti vanhasta utiliteetti-teoriasta ts. hyödyn mittaamisesta ja oikeudenmukaisesta jakautumisesta, Pareton merkittävä saavutus oli luoda ekonometrinen malli hyvinvoinnin jakautumiselle. (Schumpeter 1952, 120—128.)

Pareto-optimaalisuuden käsitteeseen liittyy myöhemmässä tutkimuksessa terveen kilpailutilanteen tarkastelu, ja siitä on kehitetty matemaattisia malleja tasapainoyhtälöineen. Yhdysvalloissa toteutettu ja vapaiden markkinoiden avulla aikaansaatu hyvinvoinnin kasvu perustui avoimeen kilpailuun, mutta yhtä lailla resurssien runsauteen – raaka-aineita, työvoimaa ja pääomia oli riittävästi jatkuvan kasvun ylläpitämiseen. Schumpeter kehitti teorioita niukoista resursseista ja markkinoista kilpailtaessa. Hän korosti yrittäjyyttä ja innovaatioita taloudellisen kilpailun päätekijöinä. Markkinoilla ei ollut tilaa yrityksille, jotka tyytyivät toimimaan paikallaan ja pysäyttämään toimintansa kehittämisen.

Teknologioiden osuus taloudellisessa kilpailussa alkoi 1910-luvulla, kun liukuhihnatuotanto ja taylorismi osoittautuivat ylivoimaisiksi tuotantotavan järjestäjiksi. Vaihdannan ja kansain-



välisen kilpailun ongelmina ovat pysyneet erilaisia tuotantoteknologioita ja tuottavuutta edustavien valtioiden keskenään ristiriitaiset pyrkimykset, joita ratkottiin aiemmin kauppasotien ja nykyisin tyypillisemmin tullirajoitusten avulla. Epätäydellisen kilpailun ja kilpailukyvyn yhteys käy ilmi Reinertin ajatuksia soveltaen myös nykyisissä kilpailukykymittareissa – kilpailukyky on kansallisvaltion optimointiprosessi (Reinert 1994, 19).

## **2.2 Kilpailun toimivuudesta markkinataloudessa**

Markkinoiden toimivuuden ongelmiin puututtiin ensimmäiseksi Yhdysvalloissa säätämällä monopolien vatainen laki, Sherman Act, vuonna 1890. Oikeuskäytännössä puututtiin monopoliiin voimakkaasti öljy-yhtiö Standard Oilin hankkiuduttua hallitsevaan 90 % osuuteen maan öljynporauksen markkinoista. Tuomioistuimen päätöksen mukaan yhtiö kykeni monopoliaseman perusteella pitämään kilpailijat poissa markkinoilta myymällä alle tuotantokustannusten ja ostamalla kilpailijoita markkinoilta. Sittenmin Esso-yhtiönä tunnettu öljyjätti jaettiin oikeuden päätöksellä 34 eri osaan. Tuomioistuinten käyttöön tuli Standard Oilin tapauksen käsittelyn yhteydessä ”rule of reason” -menettely, jonka mukaan arvioitiin kilpailua rajoittavien toimien hyötyjä ja haittoja. (Alkio&Wik 2004, 33-35.)

Kansainvälisen kaupan merkitys markkinoiden toimivuudelle tunnistettiin Euroopassakin jo 1890-luvulla, jossa ns. itävaltalainen koulukunta syntyi pyrkimyksistä suojata vapaata kilpailua havaituilta kartellien vahingollisilta vaikutuksilta. Kilpailumekanismiin häirintä katsottiin niin vahingolliseksi, että valtion piti puuttua lainsäädännöllä kartellisoituneiden markkinoiden toimintaan. Kartelleja ei tuolloin suoraan kielletty, vaan pyrittiin niitä valvomalla ja ohjaamalla kartellien haittojen ehkäisemiseen ja kilpailun vapauden turvaamiseen. Eurooppalainen kartellien vastainen käytäntö sai linjauksia myös Saksan kartellilaista vuodelta 1923, jossa otettiin käyttöön ”väärinkäyttö” -termi. (Alkio&Wik 2004, 21.)

Markkinajohtajan asemalla ei sinänsä ole ratkaisevaa merkitystä markkinoiden toimivuudelle ja kilpailulle, mikäli kaupan mekanismit ovat toimivia. Markkinoiden toimivuuden kannalta on kuitenkin olennaista, millaisia strategioita markkinoiden tärkeimmät toimijat käyttävät suhtautuessaan uusiin tulokkaisiin ja niiden liiketoimintaa uhkaaviin kumouksiin. Yritykset voivat soveltaa strategiyhdistelmää, jonka tarkoituksena on hillitä tai hallita markkinoilla

olevaa uhkaa tai hyökätä sen kimppuun. Nämä strategiat voidaan jakaa viiteen luokkaan, jotka ovat

1. Patoamisstrategia: kumouksellinen toiminta estetään rajoittamalla muutoksen hyväksytyksi tulemista asiakkaiden ja kilpailijoiden keskuudessa.
2. Kumouksen muovaaminen: uusi malli täydentää jo markkinoilla olevaa pikemminkin kuin syrjäyttää sen.
3. Sulattaminen: uutta uhkatekijää hidastetaan ja hankitaan aikaa sen sulattamiseen niin, että uudet kyvyt tai sovellukset tuodaan yrityksen sisälle.
4. Neutralointistrategia: poistetaan uusi tekijä markkinoilta tarvittaessa voimatoimin, esimerkiksi antamalla samat edut omille asiakkaille veloitusetta.
5. Nollaamisstrategia: markkinajohtajalle on suotu mahdollisuus hypätä uhan yli tai kiertää se niin, että kumous menettää merkityksensä.

Toimialojen ykkösyrietykset eivät välttämättä johdakaan kumouksia, vaan toimivat siten, että ne pääsevät johtamaan vastavallankumouksia. Artikkelin kirjoittaja käytti esimerkkeinä mm. Anheuser-Busch (Bud) -panimoa, joka onnistui kääntämään pienpanimoiden erikoisoluiden kasvaneen kysynnän edukseen luomalla rinnakkastuotteita hallussaan olleiden tuotemerkkien ja suurien resurssiensa avulla. Niin ikään Polaroidin pikakamerat saivat Kodakin kehittämään yksinkertaisen kameras, jolla hidastettiin uuden tuotteen leviämistä. Gillette puolestaan hypäsi kokonaisten tuotesukupolvien yli taistelussaan kertakäyttöisiä BIC-partakoneita vastaan. (D’Aveni 2003.)

Uudemman ajan kansantaloustieteilijöistä Galbraith suhtautui epäilevästi täysin vapaisiin markkinoihin. Hänen mielestään julkisen vallan ja suunnittelun rooli tarvittiin takaamaan yksityisen sektorin toimintakykyä. Suuryritysten merkitys on hänen mukaansa niiden mittavissa resursseissa tutkimustoimintaa varten, ne luovat innovaatioita ja niillä on riskinottoa, mutta ne myös vaikuttavat markkinoihin. Globaalisten ympäristö- ja käyhyysongelmien ratkaisuksi Galbraith esitti kansallisen vallan siirtämistä kansainvälisille auktoriteeteille. Teollisuusmaiden vastuuta korostaen hän totesi, että huoli Euroopan siirtotyöläisistä ja Yhdysvaltain sisäisistä ja ulkoa tulevista muuttajista on yhteinen. Markkinatalouden ja talouspolitiikan ohjauksessa hän kannatti valtion toimien ja markkinakäyttäytymisen yhdistämistä. (Heinonen&Pantzar 1994.) Galbraith hyväksyi siis suuryritykset niiden teknologien panostuksen vuoksi, mutta vastusti niiden erityisasemaa ja poliittista vaikutusvaltaa, aivan Joseph Schumpeterin tapaan (Lahti 2006).

Julkinen valta toimi aktiivisesti Yhdysvaltain suuren laman vaikutusten lievittämiseksi. Rooseveltin ”New Deal” -ohjelman suunnittelijana Keynes toteutti kehittämäänsä raha- ja suhdanneteoriaa, jonka mukaan julkisen vallan toimet auttavat markkinoita toipumaan tilapäisistä kysyntähäiriöistä. Vaikka Myrdal, Mises ja Hayek olivat julkaisseet omat teoksensa samasta aihepiiristä, ne eivät ilmeisesti olleet Keynesin tiedossa, vaan hänen pääteoksensa syntyivät niistä riippumatta. Keynes oli esittänyt rahatalouden ja vaihtokurssin vakauttamista ensimmäisen maailmansodan jälkeisinä vuosina. (Schumpeter 1952, 273, 277.)

Schumpeterin ajattelu yrittäjyydestä kilpailun liikkeellepanevana voimana on kiteytetty artikkelissa jossa kuvataan talouden liikkuvaa kehää (Langlois 2002, 15-18). Langlois pitää Schumpeteriä Walrasin tasapainokäsityksestä ja täydellisen kilpailun mallista poikkeavana, ja korostaa taloudellisen tiedon ja osaamisen merkitystä. Yrittäjä tuo tähän laadullisesti uutta, ja muuttaa innovatiivisuudellaan talouden ja tuotannon rakenteita. Vanhat tuotantotavat ja tuotteet jäävät häviölle kilpailussa parempien ja tehokkaammin tuotettujen tai markkinoitujen tuotteiden kanssa. Vapaan kilpailun puolesta puhuu taas yrittäjyyden rajoitettuun tietoon, ennalta-arvaamattomuuteen ja jopa järjenvastaisuuteen perustuva asetelma (mt., 22). Hayek puolestaan totesi, että kilpailussa on kysymys kamppailu resursseista ja niiden harvinaisuudesta, mikä käsitteenä on tarpeen määritellä. Makroekonomistien määritelmiä kilpailusta hän piti vanhentuneina, ja hintojen ensisijainen tehtävä on kertoa yrittäjille käyttämättömistä mahdollisuuksista (esim. Hayek 2002, 17.)

Sotien vaikutus taloudelliseen toimeliaisuuteen koettiin toisen maailmansodan aikaan sekä Yhdysvalloissa että Neuvostoliitossa. Euroopan jälleenrakentaminen perustui kysynnän merkitykseen. Korean sodan aikaansaama noususuhdanne johti sittemmin useiden valtioiden vaurastumiseen. Maailmantalouden kasvun ja kaupan vilkastumisen vuosina dollarin asema maailman päävaluuttana oli kiistaton. Vuoden 1971 valuuttakriisi johti kultakantaan sidotun Bretton Woods -järjestelmän korvaamiseen vapaasti vaihdettavien valuuttojen markkinoilla.

Euroopan yhdentyminen ja vapaat markkinat syntyivät sodanjälkeisessä tilanteessa estämään sotaressurssien joutumista yksiin käsiin – syntyi hiiliä ja teräsyhteisö ja EEC. Sisämarkkinoiden toiminta oli pitkään ”kuutosten” varassa, kunnes talouden integraatio johti kauppaa- ja tulliliittojen yhdistymiseen. Samalla vahvistui talouden pohja, ja EU:n integraation syveneminen johti vuonna 1995 jo 15 valtion muodostamaan sisämarkkina-alueeseen, jossa turvattiin

ihmisten, tavaroiden, pääomien ja palvelujen vapaa liikkuvuus. Pian tämän jälkeen laajenemiskeskustelut johtivat uusien jäsenmaiden hyväksymiseen 2000-luvulla, ja EU:n itälaajeneminen on jo ulottumassa Vähään Aasiaan, kun neuvotteluja käydään Turkin kanssa.

Rahatalouden merkityksen markkinatalouden kilpailumekanismeissa Milton Friedman selitti siten, että käytettävissä oleva ja julkisen vallan säädeltävissä oleva rahamäärä vaikuttaa kysyntää ja tarjontaa tasapainottavasti. Irving Fisher kehitti rahan kvantiteettiteorian tasapainohdon rahan määrän ja kiertonopeuden verrannollisuudesta talouden volyymiin ja hintatasoon. Fisherin teorian korvasi 1960-luvulla inflaation ja työllisyyden huomioon ottava suuntaus. Rahan tarjonnan, inflaation ja työllisyyden yhteyksistä on sitten käyty teoreettista keskustelua 1980-luvulta alkaen. Talouden nobelistien joukossa on viimeisten kahden vuosikymmenen aikana runsaasti peliteorian (esim. Nash), hyvinvoinnin (Sen) ja markkinoiden toimivuuden tutkijoita (Phelps). Suomalaisittain monetaristisissa koulukunnissa huomiota herätti suhtautuminen palkkojen ja hintojen sääntelyyn. Vapaan ja nopeasti sopeutuvan hintatason ei voitu ajatella jäykistyvän palkkasopimuksilla tai valuuttakurssien ohjailulla. (Browning 1983, 193-197.)

### **2.3 Tehokkuus, turvallisuus ja globaali kilpailu**

Euroopan Unioni on kiinnittänyt huomiota epäterveen kaupan ilmiöihin. Polkumyynnin vastaisia toimenpiteitä onkin käytetty ja näin estetty EU:n yrityksiä kärsimästä kansainvälisten kilpailijoiden epäterveistä kauppatavoista. Maailman Kauppajärjestön WTO:n laatimien sääntöjen mukaan toimivilla yrityksillä on oikeus odottaa markkinoiden noudattavan näitä maailmanlaajuisesti hyväksytyjä sääntöjä. Sen vuoksi kansainvälisessä kaupassa on hyväksytty myös erilaisia puolustusmekanismeja. Yhdysvallat puolestaan on reagoinut voimakkaasti epäreiluihin käytäntöihin, mikä on johtanut valitukseen WTO:lle. Kansainvälisessä kaupassa EU:n käyttämät puolustusmekanismit kohdistuvat useimmin Kiinaan, Koreaan, Venäjään, Taiwaniin ja Vietnamiin, mutta myös Yhdysvallat, Kanada ja Australia ovat olleet säännösten soveltamisen kohteina. (Yrittäjyys Euroopassa 21, 22-23)

Kun kilpailuolosuhteita tarkastellaan kansantalouden näkökulmasta, innovaatiot, klusterit, markkinoiden toimivuus ja tehokkuus ovat nykyisten näkemysten taustalla. Kilpailuasioiden

eurooppalaistuminen tapahtui Suomessa vuoden 1992 jälkeen, jolloin Euroopan Komissio esitti myönteisen arvion Suomen tuikasta kilpailupolitiikasta. Lisätoimia tarvittiin kuitenkin vertikaalisten rajoitusten purkamiseen, minkä kilpailuvirasto arvioi kestävän 4-5 vuotta. Hyvään kilpailupolitiikkaan kuuluivat tuolloin EU:n komission tutkijan de Jongin mukaan yhteisön peruskirjan mukaiset vapaudet ja kilpailuprosessin edistäminen (protecting the competitive process). (Steinbock 1998, 194-196.)

Eurooppalaiset näkemykset ovat perustuneet ensisijaisesti toimivien sisämarkkinoiden luomiseen Rooman sopimuksen perusteella. Kilpailu- ja talousoikeuden perusteissa korostetaan markkinoiden dynaamisuutta ja suhtaudutaan varautuneesti liian kunnianhimoisen kilpailulainsäädännön luomiseen. Kilpailun taloudellisten vaikutusten arviointi tapahtuu ensisijassa kokemuksen kautta. (Vihanto 2003, 224.)

Markkinatalouden kykyä ratkaista hyvinvointiongelmia ja sen tehokkuudesta kohdistaa resurssit oikealla tavalla käytiin pitkään keskustelua talousjärjestelmien välillä. Neuvostojärjestelmän romahdettua sosialistisia talouksia esiintyy vielä joissakin Keski- ja Etelä-Amerikan sekä Aasian valtioissa. Markkinatalouden voittokulkua voidaan kuitenkin verrata sen alkuperäisiin ideoihin ja markkinatalouden kritiikkiin, joista merkittävimpiä teorioita, marxilaisuutta ja sosialidemokratiaa (tässä: valtiojohtoista markkinoihin sopeutumista) on arvioitu hyvinvoinnin jakautumisen kannalta useissa tutkimuksissa. EU:n sisämarkkinoiden vaikutusta kilpailuun on tutkittu runsaasti. Empiirisestä aineistosta Isossa-Britanniassa on päätelty, että kilpailu on parantanut tuottavuutta etenkin yrityksissä, joissa omistus ja yritysjohto ovat erilisiä. (esim. Griffith 2001, 25.)

Yhdysvalloissa epäterve kilpailu on liittynyt monopolien valvontaan ja kaupan esteisiin. Epätervettä kilpailua koskevat termit ovat löysästi määriteltyjä, ja linjanveto on jäänyt oikeuslaitukselle. Korkein oikeus on vielä 1970-luvulla tehnyt tärkeitä päätöksiä pienten ja keskisuuren yritysten huomioon ottamisesta. Epäterveen kilpailun käsite on siinä mielessä ollut keskeistä Yhdysvaltain kilpailulainsäädännön kehityksessä (Gerber 2004.)

USA:n ja Euroopan taloudellisen suorituskyvyn lähestyessä toisiaan ja Aasian talouksien ollessa kasvuvaiheessa on tullut keskeiseksi etsiä vastauksia talouden tehokkuuden kysymyksiin globaaleista ilmiöistä. Niihin liittyviä selityskykyisiä taloudellisia teorioita ei sinänsä ole

olemassa, vaan maailmanlaajuisia ilmiöitä tarkastellaan samojen markkinatalouden oppien avulla kuin kansojen vaurauden kehittymistä ja yritysten välistä kilpailua. Uuden piirteen keskusteluun ovat tuoneet monikansalliset yritykset, joilla on taipumus sopeutua paikallisiin ja alueellisiin kulttuureihin niin paljon, että tuotannon järjestäminen on mahdollisimman tehokasta. Euroopan kilpailukyvyn kannalta on tästä huolimatta ohjattu pitkän tähtäyksen energiastrategioita, jotka tähtäävät kestäväen kehityksen, turvallisuuden ja kilpailukyvyn tavoitteisiin siten, että eurooppalaiset yhtiöt eivät joudu kansainvälisiä kilpailijoitaan huonompaan asemaan. Markkinoiden avulla ratkaistavia asioita ovat mm. ilmaston suojeleluun liittyvät päästöoikeudet. (Enterprise Europe 24, 13.)

Euroopan Unionin kilpailupolitiikan järjestäminen on tapahtunut useassa vaiheessa, mutta lähtökohtana on ollut unionin yhdistymissopimus, Rooman sopimus vuodelta 1957. Käytössä olleet menettelyt tähtäsivät kilpailuedellytysten turvaamiseen, mutta toisaalta yrityksiä sallittiin tehdä kilpailua rajoittavia sopimuksia, kun niillä voitiin osoittaa olevan tehokkuushyötyjä ja kun kohtuullinen osa tästä hyödystä ohjautui kuluttajille. EU:n komissiolla oli mahdollisuus myöntää poikkeuksia kilpailuun vaikuttaviin sopimuksiin, ja komissio pidätti oikeuden hyväksyä yrityskaupat silloin, kun niiden laajuus ylitti säännöksissä määritellyn kynnyksen.

Kilpailun kannalta merkityksellinen ryhmä olivat ryhmäpoikkeusasetuksen puitteissa sallitut erilaiset jakelu- ja hankintasopimukset. Menetelmä työllisti EU:n hallintoa, koska Unionin kannalta hyvinkin vähäiseltä näyttäviin sopimuksiin haettiin suostumusta. Esimerkkinä tällaisesta puuttumattomuusratkaisusta mainittakoon useat jakeluketjujen soveltamat vakiosopimukset, joiden noudattamista tukkuliikkeet edellyttivät jälleenmyyjäportaalta. Toisaalta näillä sopimuksilla oli kansallisilla markkinoilla tärkeä merkitys, sillä päivittäistavara- ja huoltoasemaketjut pyrkivät tehostamaan markkinointiaan ja hakivat komissiolta ennakkoon suostumuksen sopimusjärjestelyn lainmukaisuudesta. Eräässä jakelusopimuksen hyväksymisasiassa EU:n komissio julkaisema ilmoitus sisälsi seuraavat asiat (EYVL 19.3.2002 C 70/29):

1. Komissio vastaanotti 11. heinäkuuta 2001 kaksi neuvoston asetuksen N:o 17 2 ja 4 artiklan mukaista ilmoitusta sopimuksista Neste Markkinointi Oy:n puolesta. Sopimukset koskevat Neste Markkinointi Oy:n nestemäisten polttoaineiden ja niihin liittyvien tuotteiden vähittäismyyntiä Suomessa sijaitsevien huoltoasemien kautta. Sopimusten mukaan jakelijat eivät saa myydä kilpailevia tuotteita.

2. Komissio katsoo alustavan tarkastelun jälkeen, että ilmoitetut sopimukset voivat kuulua asetuksen N:o 17 soveltamisalaan.
3. Komissio kehottaa asianosaisia kolmansia osapuolia toimittamaan sille mahdolliset tätä toimintaa koskevat huomautuksensa.
4. Kyseiset huomautukset on toimitettava komissiolle viimeistään kahdenkymmenen päivän kuluttua tämän ilmoituksen julkaisemisesta.

Kyseessä olivat sopimukset, joiden avulla Neste Markkinointi Oy uudisti yhteistoimintasuopimuksensa tietyn kauppiasryhmän kanssa. Menettely oli hallinnollisesti raskas, vaikka ilmoituksille ei yleensä odotettu huomautuksia.

EU:n kilpailupolitiikkaa uudistettiin merkittävästi 1990-luvun lopulla ja 2000-luvun alussa. Ryhmäpoikkeusasetuksia koskevat määräykset uudistettiin 22.12.1999 annetulla asetuksella ja niiden soveltamiseksi hyväksyttiin Kilpailupolitiikan suuntaviivat -niminen ohje. Vuonna 2004 muutettiin yrityskauppoja koskevat säädökset ja siirrettiin merkittävästi unionin toimivaltaa kansallisille kilpailuviranomaisille. Kilpailupolitiikan uudistuksessa yhdistettiin aikaisemmin erillisinä olleet ryhmäpoikkeusasetukset yhden sateenvarjon alle, ja samalla niiden soveltamisaluetta laajennettiin. Tuloksena näyttää olevan, että ketjumuotoinen markkinointi on entisestään lisääntynyt 2000-luvulla.

Kun eurooppalaisia kilpailusääntöjä uudistettiin vuonna 2004 ja komissiolta haettavista poikkeusluvista luovuttiin, luotettiin markkinoiden itsesäätelyyn ja kannustettiin yrityksiä raportoimaan havaitsemiaan kilpailusäädösten vastaisia menettelyjä. Ilmiantajalle ja kilpailuviranomaisia avustaneelle toimijalle oli säädösten mukaan luvassa lievennyksiä kilpailurikkomuksista määrättäviin sakkoihin. (Kilpailuviraston vuosikirja 2004, 8.) Seuraamusten alentaminen johtikin eräiden kiellettyjen menettelyjen ilmoittamiseen ja paljastuneiden menettelytapojen runsaaseen julkisuuteen mm. metsäteollisuuden alalla. Ennen uuden lain voimaantuloa vuonna 2004 kilpailuvirasto teki asfalttikartellia koskeneen toimenpide-esityksen kilpailurikkomusmaksun määräämisestä markkinaoikeudelle (Kilpailuviraston vuosikirja 2005, 16).

## 3 EPÄTERVE KILPAILU MARKKINATALOUDESSA

### 3.1 Hyvinvoinnin jakautumisesta

Markkinatalouden hyvinvointivaikutukset ovat keskeisiä arvioitaessa sen merkitystä kilpailun tuloksellisuudelle. Tehokas tuotantopanosten käyttö ja kilpailu resursseista, teknologiasta ja asiakkaista ohjaa tuottajien valintoja siten, että saavutettu hyvinvointi on mahdollisimman suuri. Hyvinvointi tarkoittaa käytännössä voitontavoittelua, jota kuluttajan näkökulmasta edustaa kuluttajan ylijäämän käsite. Kuluttajan hyödyn turvaaminen on asetettu Eurooppalaisen kilpailupolitiikan erääksi tavoitteeksi. Muita tavoitteita ovat etenkin 2000-luvun alussa korostettu kilpailukyvyn ylläpitäminen (ns. Lissabonin strategia) ja sisämarkkinoiden toimivuuden lisääminen. Hyvinvointi jakautuu tuotantopanosten omistajien, rahoittajien, työntekijöiden ja kuluttajien kesken. Hyvinvoinnin allokoijana käytetty markkinamekanismi perustuu kysyntään ja tarjontaan ja kuluttajan tarpeisiin. Hyvinvointi on lähtökohtaisesti subjektiivinen käsite, mutta tietty perustoimeentulo on mahdollista määritellä myös suhteellisesti tai objektiivisesti. Hyvinvoinnin jakautumista ohjaavat eri maiden verotusjärjestelmät ja etenkin Pohjoismaissa tuloja tasaava hyvinvointipolitiikka.

Tuotantoketjussa raaka-aineista valmistus- ja jakeluprosessin kautta kuluttajille toimitetun tuotteen hinta muodostuu lähtökohtaisesti kysynnän ja tarjonnan perusteella. Markkinoiden toimiessa tehokkaasti kuluttaja ja yhteiskunta saavat suuremman hyvinvointiosuuden kuin tavalla tai toisella epätäydellisessä kilpailutilanteessa, jossa tuotanto on tehotonta ja hinnoissa on monopolistista ylihintaa. Hinnoittelun perustuessa paikallisten markkinoiden ulkopuolisiin tekijöihin, kuten hallinnollisiin määräyksiin (julkiset tariffit, kuten julkisen liikenteen maksut) tai maailmanmarkkinahintoihin (polttoaineet), hyvinvointi ohjautuu tuottajille sen mukaan, miten tehokkaasti ne pystyvät toimintansa järjestämään.

Tarkasteltaessa lähemmin tuotteen hintamekanismin avulla saavutettavaa hyvinvointia on erotettava toisistaan tuotantoprosessissa kulutetut resurssit ja tuotannontekijäkorvaukset, joista keskeisimmät ovat pääomakorvaukset, palkat ja yrityksen riskiin perustuva voitto. Talousteoreetikoista Schumpeter (1934) korosti yrittäjän innovatiivisuuden merkitystä ja jatkuvaa



tuotantoprosessien uudistamista, minkä seurauksen tehoton kilpailija joutuu poistumaan markkinoilta tai parantamaan toimintaansa. Mahdollisimman suuren voiton saavuttaminen on Schumpeterin mukaan yrityksen toiminnan tarkoitus.

Yritysten välisen kilpailun tehtävänä on nykyisen ajattelutavan mukaan varmistaa, että tuotanto on tehokasta eikä kuluttajan vahingoksi synny sellaista järjestelyä, jonka avulla yritykset hyötyvät perusteettomasti kilpailua rajoittavista menettelytavoista. Yritysten välinen kilpailu nähdään EU:n kilpailulakien valossa siis ensisijaisesti kuluttajien suojana.

Hyvinvoinnin käsitteeseen sisältyvät tuotteen tuotanto- ja jakeluprosessissa mukana olevien panosten korvaaminen. Silloin, kun jakeluketju muodostuu useammasta portaasta tuottajan, jalostajan ja kaupan kautta kuluttajalle, on mahdollista toteuttaa tuotteen prosessi usealla vaihtoehtoisella tavalla. Jakeluketjujen tehokkuus voi tällöin perustua markkinoiden vapaaseen toimintaan tai osittain integroituun tuotanto- ja jakeluprosessiin. Kun eri tuotanto- ja jakeluportaat on sidottu keskenään toiminnallisesti tai sopimuksilla, tätä vaihetta sanotaan vertikaalisesti integroituneeksi. Tunnetuimpia vertikaalisen integraation muotoja ovat tukku- ja vähittäiskaupan hankinta- ja jakeluketjut ja öljytuotteiden tuotanto ja markkinointi. Vertikaalisen integraation määritelmä on esitetty yleisesti siten, että jakeluportaiden välillä integroitunut tuotanto- ja jalostustoimintaa harjoittava yritys käyttää tai hankkii kaikki toisen tuotanto- tai jalostusvaiheen tarvitsemat panokset tai välituotteet:

A firm can be defined as vertically integrated if it encompasses two single production processes in which either:

- (1) the *entire* output of the "upstream" process is employed as *part or all* the quantity of one intermediate input into the "downstream" process, or
- (2) the *entire* quantity of one intermediate input into the "downstream" process is obtained from *part or all* of the output of the "upstream" process. (Perry (1989) pp. 185) (italics in the original). (Barrera-Rey 1995, 13)

Tuotannossa ja kaupassa esiintyvät vertikaalisen integraation ratkaisut on hyväksytty kilpailulainsäädännössä sillä perusteella, että ne tehostavat tuotantoa ja jättävät kuluttajalle kohtuullisen osuuden saavutettavasta hyödystä. Taloustieteellisessä mielessä tehokkuuskriteerejä on kolmenlaisia: allokatiivinen tehokkuus, tuotannollinen tehokkuus ja dynaaminen tehokkuus. Allokatiivisesti tehokkaassa tilanteessa voimavarat ovat yhteiskunnan kannalta tehokkaassa käytössä ja ostajat maksavat tuotteesta sen vaihtoehtoiskustannuksen suuruisen hin-

nan. Tuotannollisessa tehokkuudessa on kysymys kustannustehokkuudesta, ja kilpailu ajaa pois markkinoilta tehottomat yritykset. Näiden lisäksi on otettava huomioon dynaaminen tehokkuus, joka tuottaa innovaatioita ja levittää uutta tietoa. (Määttä 2001, 93-94; teoksessa Taloustieteellinen näkökulma kilpailuoikeuteen) Tehokkuutta tarkastellaan lisää tämän tutkimuksen myöhemmässä vaiheessa huoltoasematoimintaan sovellettuna luvussa 5.3. ja 5.4., joissa arvioidaan polttonesteiden jakeluverkoston tehokkuutta.

Vertikaaliset järjestelyt vaikuttavat hyvinvoinnin jakautumiseen etenkin suhteeseen liittyvä vallankäyttö ja markkinavoiman ja tehokkuuden yhdistelmä.

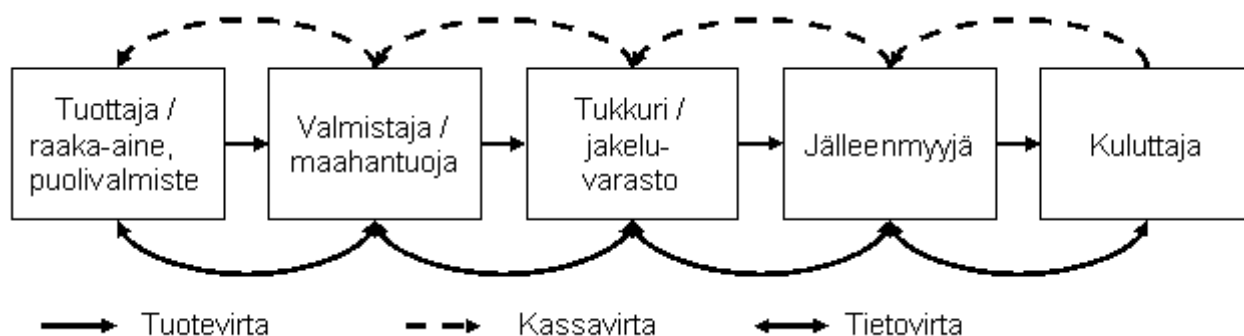
Vertical relationships almost always have a power aspect. From the point of view of economic theory we need to be clear that vertical relationships can be motivated by a mixture of market power and efficiency considerations and that vertical separation (eg. contracting out) may or may not involve vertical control without ownership. (Jones & Pollit 1995, 4)

Vertikaalisten jakelusopimusten järjestelmässä neuvottelutasapainon käsite on olennainen hyvinvoinnin jakautumisen kannalta. Norjalaisen professori Arne Nybergin mukaan jälleenmyyjien neuvotteluvoima jakelutoiminnassa voi päämiehen kannalta nousta niin voimakkaaksi, että tälle syntyy intressi kontrolloida ainakin tärkeimpiä jälleenmyyntipaikkoja. Näin voi tapahtua franchising-ketjussa, kun markkinat kypsyvät. Yhdysvalloissa franchiseottajilla on lain suoja, ja päämiehet lunastavat silloin ketjuyrityksiä itselleen. (Route to market, summer 2003, 2.)

Jakeluketju tuotannosta kuluttajille on perinteisesti järjestetty vaiheittain: raaka-aineiden tuottajat toimittavat tavarat tai puolivalmisteet tehtaisiin, jotka toimittavat valmiit tuotteet tukku- ja jälleenmyyjien varastoihin. Jälleenmyyjät saavat tuotteet jakelukuljetuksilla ja myyvät ne kuluttajille. Tämä perusmalli on esitetty seuraavassa kuviossa 2.

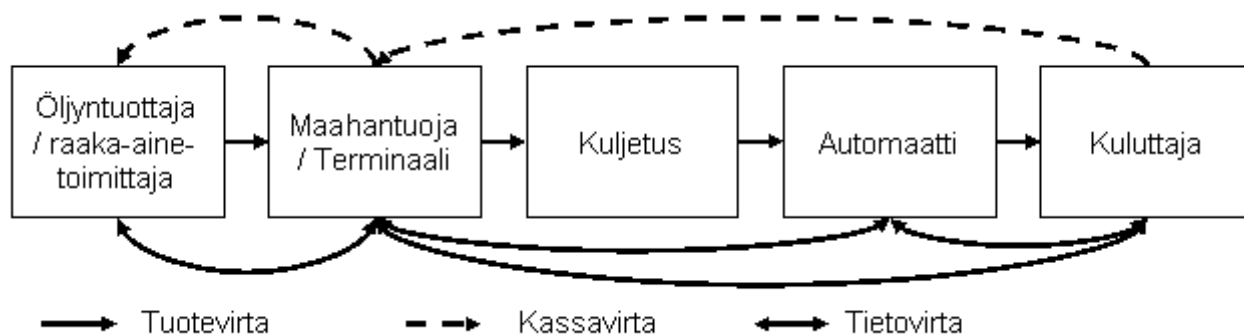
Uusi teknologia on tarjonnut käyttöön tehokkaat suoramyyntikanavat, joissa kuluttaja ostaa tuotteen valmistajalta tai tukkumyyjältä puhelimitse, telefaxilla, tekstiviestillä tai internetin kautta tilaamalla. Tuote toimitetaan postin tai muun jakelukuljetuksen välityksellä kuluttajan noudettavaksi. Jakeluportaan ohittaminen voi tapahtua kuluttajan aloitteesta tai tavarantoinnituksen tai tämän edustajan valinnan perusteella.

KUVIO 2 Perinteisen jakeluketjun tuote-, kassa- ja tietovirrat.



Kuviossa 3 on kuvattu polttoaineen jakeluketju, jossa maahantuojaja toimii itse jälleenmyyjänä täysautomaattisen jakeluaseman avulla. Jälkimmäisessä tapauksessa on sivuutettu sekä tukkumyyjä että jälleenmyyjä. Tällainen menettely on käytännössä mahdollinen, jos markkinoilla toimiva yhtiö, ”maayhtiö” ei operoikaan automaattiverkostoa, vaan sitä ohjataan esimerkiksi eurooppalaisesta tai Euroopan suuremman maantieteellisen alueen keskukselta käsin.

KUVIO 3. Väliportaatt ohittava jakeluketju polttoainekaupassa.



Öljyntuottaja voi olla esimerkiksi Shell-ryhmään kuuluva yhtiö, jolla on käytettävissään terminaalipalveluja Suomessa. Kuljetuksen hoitavat sopimusliikennöitsijät Shellin lukuun. Jakeluautomaatti (esim. ”Shell Express”) on Shellin omistuksessa ja operoinnissa. Tällöin kuluttaja ostaa tuotteensa automaatilta, joka välittää maksutiedon maahantuojalle, ja maksu siirtyy kuluttajan tililtä suoraan öljy-yhtiön tilille. Kuluttaja ei yleensä kykene tunnistamaan jakelupisteen omistajaa tai operoijaa. Shell on Suomessa muuttanut jakelustrategiaansa kahdes-

ti viimeisen kymmenen vuoden kuluessa: vuonna 1998 öljy-yhtiö otti hallintaansa Pohjoismaissa noin 500 kauppiaille vuokraamaansa asemaa. Vuonna 2006 Shell muutti operointipaanssa yhdistämällä öljy-yhtiön omistamia liikepaikkoja ns. klustereiksi, joiden myyntiä kauppias hoitaa RBA-sopimuksessa (Retail Business Agreement). Suomessa näitä klusteriliikepaikkoja on vuonna 2007 noin 90. (Bensiiniuutiset 4/2007, 11-12.)

Edellä Nybergin esittämän jakeluketjun vallankäyttötasapainon periaatteen mukaan vertikaalisesti integroitunut päämies voi vaikuttaa hyvinvoinnin jakautumiseen sopimusjärjestelyillä ja jakelutievalinnoilla. Jakeluportaan ohittaminen (disintermediation) on mahdollista useilla tavoilla. Polttoainekaupassa eräs ohittamistapa on pidättää polttoainevaraston omistus ja hinnoitteluoikeus öljy-yhtiöllä esimerkiksi komissiosopimuksen avulla. Tällöin on sovittu, että jälleenmyyjä saa kiinteän korvauksen myydyin polttoainemäärän perusteella, ja öljy-yhtiö vastaa hinnoittelusta. Sähköisen kaupankäynnin ratkaisuisissa kuluttajalla on lisäksi vaihtoehtoisia toiminta- ja maksutapoja eri markkina-alueilla vallitsevan kaupankäyntitavan ja kulloisenkin lainsäädännön perusteella.

### **3.2 Epäterve kilpailu markkinoiden vihollisena**

Hyvinvointitavoitteen toteutumisen esteitä voivat olla mm. tehoton tuotanto, puutteellinen teknologia, yritysten väliset tai valtion aikaansaamat kilpailunrajoitukset ja markkinoiden epätäydellinen toiminta. Tuotannon tehokkuusongelma voi olla absoluuttista siinä mielessä, että toiminnan laatu on huonoa, käytettävät raaka-aineet huonosti soveltuvia ja niiden tuotanto huonosti järjestettyä tai niiden käsittely on puutteellista. Tehokkuusongelma voi olla suhteellinen silloin, kun kansainvälisessä kilpailussa toisaalla kyetään tekemään vastaava tuotanto edullisemmin tuotantopanoksien. Teknologian puutteet voivat perustua teknologian saataavuuteen tai sen huonoon soveltamiseen ja osaamisen puutteisiin. Yritysten väliset kilpailunrajoitukset voivat koskea tuotantoa, markkina-alueiden jakoa tai hinnoittelua, ja ne ovat voineet saada aikaan oligopolistisia järjestelyjä. On tosin esitetty näkemyksiä siitä, että monopolia tai oligopolia tarvitaan markkinarakenteessa, jotta yrityksellä on tarvittavat voimavarat innovaatioiden kehittämiseen (Määttä 2001, 95). Valtion aikaansaamat kilpailunrajoitukset perustuvat puolestaan usein kansallisiin etuihin tai turvallisuuteen, kuten resurssien yhteiskunnalliseen omistukseen ja niihin kohdistuvaan julkiseen päätösvaltaan. Tällaisia ovat kan-

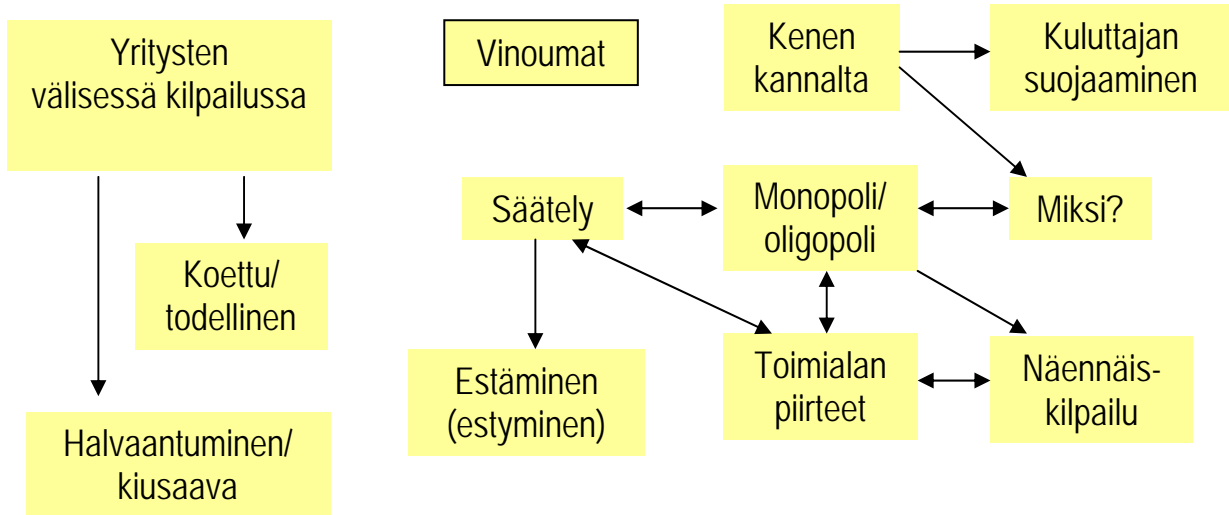
salliset monopolit, kuntien kaavoitusmonopoli, kuljetusvälineiden, satamien ja luonnonvarojen omistus tai tuotantoa koskevat lainsäädännölliset rajoitukset. Markkinoiden epätäydellisyyttä ilmentävät työvoiman, palvelujen, tuotteiden ja pääomien rajoitettu liikkuvuus.

Markkinatalouden toiminnalle osa näistä ilmiöistä muodostuu terveen ja toimivan taloudellisen kilpailun kannalta haitallisiksi. Markkinoille kaikkein haitallisimpia ilmiöitä ovat yritysten tai niiden yhteenliittymien väliset järjestelyt, joilla rajoitetaan tuotantoa tai pyritään sopimaan hinnoittelusta ja markkinoiden jakamisesta. Tällöin markkinatalouden perusasioista toteutumatta jäävät tuotteiden vapaa valinta ja käytettävissä oleva informaatio on rajattua. Vaikka tuotteiden tarjonta ei olisi rajattua, markkinoille tulevien vaihtoehtojen määrä on rajattu ja niiden hinnat eivät määräydy kysynnän ja tarjonnan perusteella. Haitallisimpia rajoitukset ovat tuotteissa ja palveluissa, joille ei ole helppoa saada kohtuuhintaisia korvaavia tuotteita. Näitä ovat etenkin ravinto ja energia, mutta monet perustarpeiksi luettavat palvelut, kuten viestintä ja monet hyvinvointipalvelut ovat ongelmallisia, mikäli niiden tarjontaa tai hinnoittelua ohjataan epäterveellä tavalla.

Osana tutkimusprosessia käytiin pro gradu -seminaarissa 12.10.2006 keskustelu miellelyhtymistä, joita ”epäterve kilpailu” herätti osallistujien keskuudessa. Yhteensä Mind Map -kaavioon kirjattiin 28 miellettä, jotka kaikki ovat liitteenä 1. Mielteitä uudelleen järjestämällä ja hieman täydentämällä olen muodostanut ryhmän ”Vinoumat”, jotka on esitetty kuviossa 4. Lisäyksiä seminaari-istuntoon verrattuna ovat ”Kuluttajan suojaaminen” ja tarkennus ”estyminen”. Vinoumiin liitetyt käsitteet kuvaavat yleisellä tasolla (noviisien) käsityksiä kilpailun olosuhteista.

Lyhyen, noin 15 minuuttia kestäneen ajatuskokeen perusteella voitiin nähdä laaja miellelyhtymien kirjo, joka voidaan liittää epäterveeseen kilpailuun. Sanaparin muodostama kokonaisuus herätti synonyymi-ilmauksia, kuten ”näennäiskilpailu”, jonka merkitys on kuluttajan kannalta etuja kaventava, mikäli se tulkitaan kilpailun perustehtävälle, tuotannon ja jakelun tehokkaalle ja taloudelliselle järjestämiselle vastakkaiseksi. Toisaalta ryhmässä ilmeisesti tunnistettiin, että säätelyllä on kilpailua estävä vaikutus, samoin monopolin ja oligopolin käsitteet kauppatieteiden opiskelijoista koostunut seminaariryhmä liitti epäterveeseen kilpailuun.

KUVIO 4 Yrittäjyyden opiskelijoiden tekemä teeman jäsenitys pro gradu -ryhmässä 12.10.2006.



Vastaavasti otsikon ”Markkinatilanne” alle ryhmitelty mielteiden joukko muodostuu seuraavista asioista: hyvinvointi, tasot ja syvyys, toiminta, määräävä markkina-asema, ajallinen yhteys, lyhyt aikaväli, pitkä aikaväli ja ”ei pääse eteenpäin”. Markkinatilanne kuvaa toimintamahdollisuuksia ja näkökulmia. Kolmas otsikko ryhmityksessä on ”Terve kilpailu?”, jossa esiintyy tutkittavan käsitteen käänteisilmiöitä: edistäminen, kilpailuparadigmat, Structure-Performance-Conduct -koulukunta, vaihtoehtoparadigmat ja Porterin 5 P -malli. Neljäntenä koontiryhmänä olivat ”Resurssit”, joiden avulla kilpailua käydään: jakauma, sidosryhmät, verkostot, raha ja aika.

Tarkasteltaessa kilpailua jälleenmyyjän ja yrittäjän näkökulmasta tulee kyseeseen taloudellisen kilpailun intressikysymys. Lainsäätäjän harjoittama kilpailupolitiikka tähtää niiden mekanismien tunnistamiseen, jotka säätelevät toimialadynamiikkaa. Yrittäjän näkökulmaa edustaa toimialalla vallitseva sopimusten verkosto ja sen vaikutukset elinkeinon harjoittamisen olosuhteisiin. Epäterveen kilpailun tutkimuksessa esiin nostettuja piirteitä ovat hintakartelli, saalistushinnoittelu, fuusiot, yrityskaupat, sitominen ja tutkimusyhteistyö. (Kanniainen 2001, 4, 16-17.)

Structure-Conduct-Performance -koulukunnan näkemykseen kilpailun tutkimuksessa on viitattu Turun Kauppakorkeakoulun kilpailututkimusraportissa ja todettu, että tarkastelussa on tärkeä sija dynaamisilla ja evolutionäärisillä tekijöillä. Tutkijoiden edustama tehokkuushypoteesi korostaa toimialan perustekijöiden, yritysten sisäisten spesifisten tekijöiden ja markkinarakenteen vaikutusta kilpailuprosessiin. (Koponen ym. 2006, 28.) Heidän mukaansa kilpailupolitiikan tehtävänä on seuraavien toimintatapojen torjuminen:

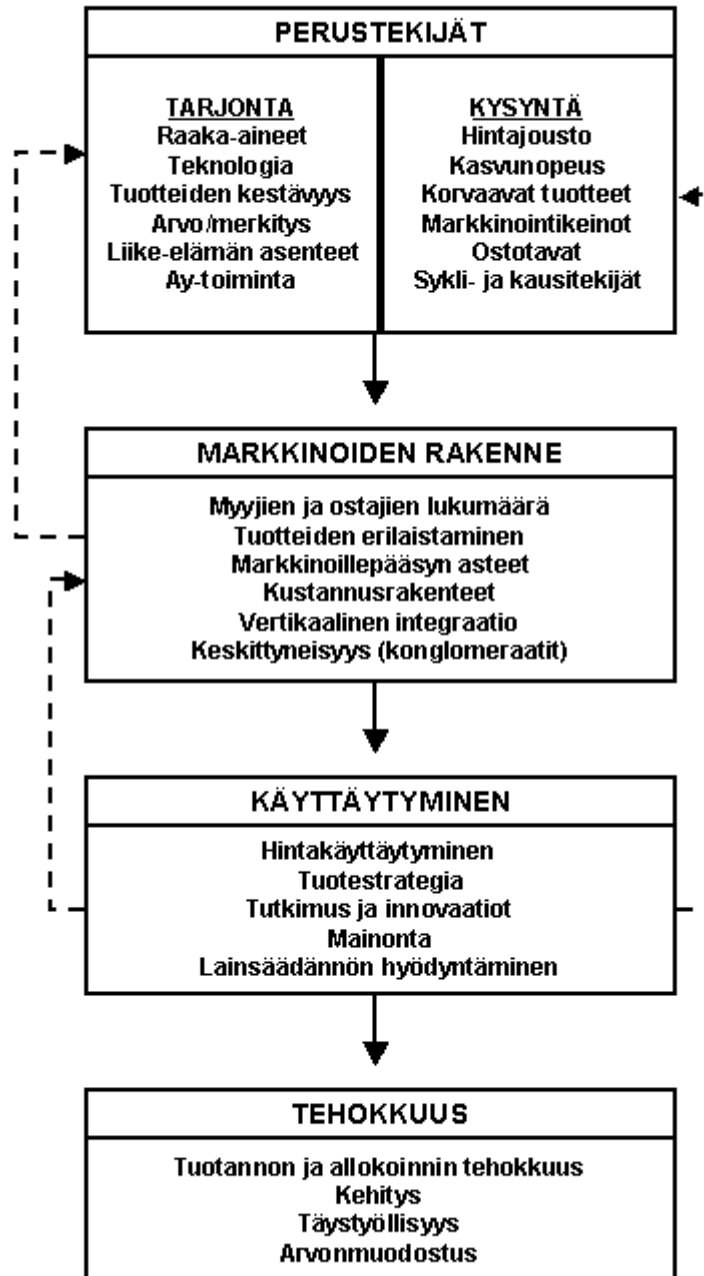
1. taloudenpitäjien välisen kilpailun lopettaminen sopimuksella (ainakin *de facto*) ilman, että tähän liittyy toiminnan tehostamispyrkimys,
2. kilpailijoiden toteuttamien vaihtoehtojen tarjonnan keinotekoinen poissulkeminen markkinoilta ja
3. kilpailuedun kohtuuttomaksi katsottava hyväksikäyttö kauppakumppaneita kohtaan.

Alkuperäinen Schererin esittämä organisaatioanalyysin malli (Kuvio 5, s. 28) kehittyi vaiheittain eri tutkijoiden kommentoimana 1930-luvulta lähtien. Siinä esitetyn toimivan kilpailun periaatteet luotiin 1940- ja 1950-luvulla. ”Toimivan kilpailun” termin esittäjä J.M. Clark väitti, että täydellistä kilpailua ei ole eikä voikaan olla, eikä ole todennäköisesti koskaan ollut. Tämä perustui siihen, että todellisuudessa kilpailuteoreettinen malli ei ole luotettava todellisuuden ilmiöiden arvioimiseen ja toimivan kilpailun vähäiset poikkeamat täydellisen kilpailun mallista eivät olleet haitallisia pitemmässä jaksossa (Scherer 1970, 36).

Kuten edellä todettiin, kilpailupolitiikan tehtävänä on varmistaa, että yritysten toiminta on tehokasta eikä kuluttajan vahingoksi synny kilpailua rajoittavia järjestelyjä. Tämän perusteella voidaan esittää, että epäterveen kilpailun piirteiden tunnistaminen on merkittävää ainakin silloin, kun löydetään markkinoilta poissulkevia piirteitä ja kun kauppakumppanit joutuvat kohtuuttomasti hyväksikäytetyksi. Edellä Kanniaisen mainitsemien (hintakartelli, saalistushinnoittelu, fuusiot, yrityskaupat, sitominen ja tutkimusyhteistyö) kilpailun epäterveiden piirteiden lisäksi voidaan erottaa sellaisia kilpailun piirteitä, jotka eivät ehkä täytä lainvastaisuuden tunnusmerkkejä, mutta ovat yksittäisen toimijan kannalta ongelmallisia ja voivat jatkessaan muodostua kohtuuttomiksi. Eräs ongelmaryhmä on tukkumyyjän osallistuminen samoille markkinoille vähittäismyyjien kanssa. Jälleenmyyntiportaan sivuuttamisesta (disintermediation) on esimerkkejä pankkitoiminnassa, internetin käytössä jakelukanavana ja polttoainekaupassa. Määrähintajärjestelmien ollessa yleensä lainvastaisia ja helposti tunnistettavia on myös syntynyt uudentyyppisiä jakelusopimuksia, joissa kierretään määrähinnoittelua. Poltto-

ainekaupassa tällaisena sopimustyyppinä voidaan pitää komissio- tai kaupintasopimuksia. Tällainen muistuttaa *sekatyyppistä kilpailunrajoitusta* (Määttä 2001, 55).

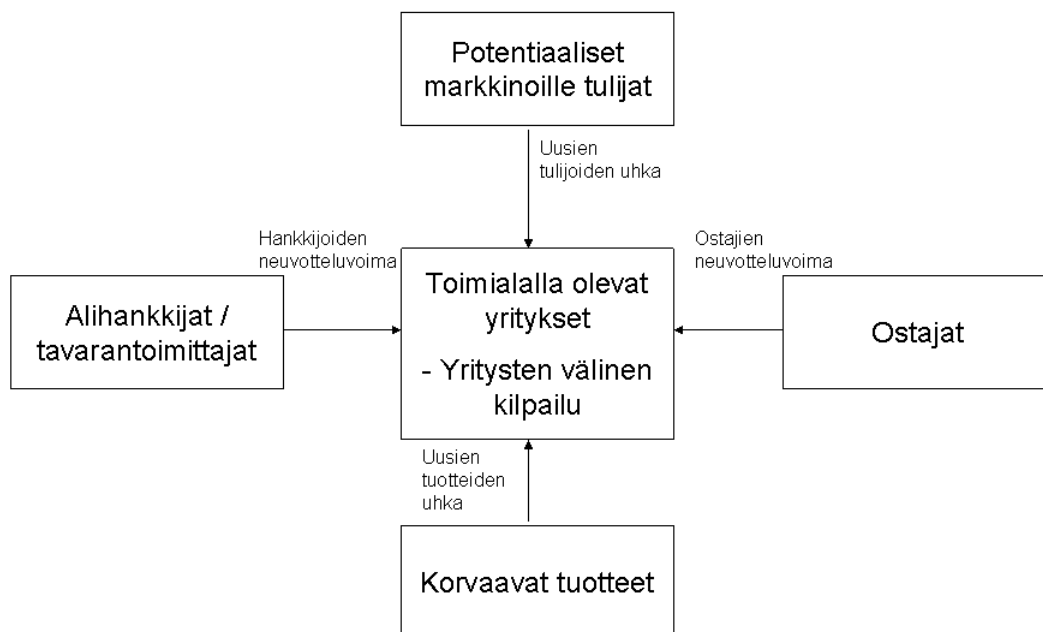
KUVIO 5 Organisaatioanalyysin perusmalli (Lähde: Scherer 1970, 5)





Yrityksillä on pyrkimys suojata itsenään kilpailulta niin paljon kuin se on laillisesti mahdollista (Teece 1984, 94). Porteria lainaten Teece esittää, että yritys etsii sellaisen kilpailuasetelman, jossa se voi parhaiten puolustaa itseään kilpailuvoimilta ja hyötyä erilaisista markkinoille pääsyn esteistä. Tätä piirrettä ja Porterin 5P-mallia (kuvio 6) hän pitää alkuperäisen Mason/Bainin SCP-koulukunnan visuaalisena esittämisenä. Markkinoille pyrkivät uudet yritykset joutuvat siten kilpailullisesti lähemmäksi toisiaan ja markkinoilla olevat yritykset muodostavat esteitä tulijoille toimialan tasolla. (mt., 95-96.)

KUVIO 6 Porterin viiden voiman malli, joka määrittelee toimialan kannattavuuden (Porter 1985, 5)



Uusien yritysten markkinoillepääsy voi johtaa kolluusiotilanteeseen, joka voi olla kilpailulain vastainen tai se voi olla senlaatuinen, että sen hyödyt kilpailulle ovat suuremmat kuin haitat. Tällä tavoin epäterveeseen kilpailuun vastaaminen on mahdollista muodostamalla Porterin ja Teeceen mainitsemia strategisia ryhmiä. Epäterve kilpailutilanne ei siten välttämättä poistu, mutta markkinoille pääsyyille syntyy uusia tapoja.

Takalo esittää artikkelissaan Schumpeterin vuonna 1942 julkaisemia käsityksiä kapitalistisen yhteiskunnan sisältämistä elementeistä, jotka tuhoavat yritystoiminnan edellytyksiä. Näitä ovat mm. yritysten tutkimus- ja kehitystoiminnan byrokratisoituminen, omistuksen ja johtajuuden eriytyminen toisistaan ja sopimusvapauden kaventuminen. (Takalo 1998,227.)

Epäterveen kilpailun määrittämisessä kaikkein lievimmät kilpailua haittaavat piirteet näyttävät luonnolliselta ja vähittäiseltä kehitykseltä. Ei kuitenkaan liene sattumaa, että isot organisaatiot suunnittelevat toimintansa tarkoituksellisesti siten, että ne saavat pitemmän ajan kuluessa yliotteen markkinoista. Tähän tähtäävät keinot ovat moninaisia, kuten yhteiskuntasuhteiden hyödyntäminen, liikepaikkojen hankinta, keskeisen infrastruktuurin käyttöoikeus, teknologioiden käyttö, jakelukanavien hallinta ja tietojärjestelmien hyväksikäyttö.

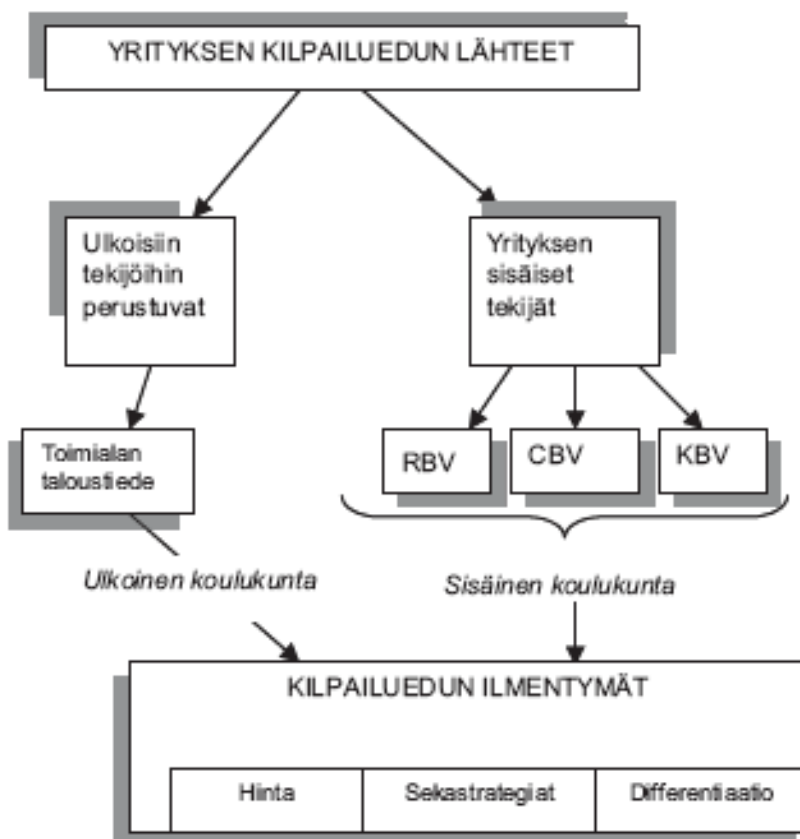
SCP-paradigman käyttäminen analysointiin markkina-aseman kannalta voisi olla mahdollista siten, että, rakenteessa saavutettu tilanne on ainakin jonkin aikaa pysyvä, ja siihen kohdistuvat ulkoiset paineet porterilaisessa mallissa sysäävät sitten mukautumiskierroksen yritysten käyttäytymisen kautta. Huomionarvoista tässä markkina-asemaan ja sen puolustamiseen liittyvässä tarkastelussa on epäilemättä sen vahingollisuus kilpailulle. Markkinatilanteen vahvistamiseen ja säilyttämiseen liittyvän käyttäytymisen muodot on siksi syytä ottaa tarkastelun kohteeksi. On todennäköistä, että juuri nämä dynaamiset tekijät ovat niitä, jotka koetaan epäreiluiksi tai epäterveiksi kilpailun muodoiksi.

Kilpailun seurantamenetelmien kehittämiseksi Ktm:n julkaisemassa tutkimusraportissa esitetään kilpailun muodostumisesta ja kilpailuedun lähteistä vaihtoehtoisia tapoja analysoida ja seurata kilpailun toimivuutta. Sekä toimialatalouden edustama ulkoinen koulukunta että yrityksen sisäisiin tekijöihin tukeutuva koulukunta löytävät markkinavoimaa ja kilpailuetuja omaavat toimijat kilpailuedun ilmentymien kautta. Nämä kilpailuedun ilmentymät voivat olla hyödykkeen hinta, hyödykkeiden eriytyneisyys (differointi) tai jokin sekastrategia, jossa on osia molemmista edellä mainituista ilmentymistä. (ks. kuvio 7, Björkroth ym. 2006, 17).

Tutkimusraportissa esitetään kilpailuetujen dynaamista tarkastelua, jolloin käsitteeseen ja ilmiöön liittyy sen ajallisen keston, kilpailuedun suuruuden ja sen kohdistumisen arviointi. Ulkoisten tekijöiden tarkasteluun painottuva tutkimussuuntaus käyttää arvioinnissaan toimialan taloustieteen menetelmiä. SCP-paradigman avulla tutkitaan toimialojen välisiä vuorovaikutuksia, ja uusi empiirisen toimialatutkimuksen suuntaus (NEIO) käsittelee erityisesti toimialan sisäisiä muutostekijöitä. Sisäisen koulukunnan korostamat tekijät pohjautuvat resursseihin (Resource Based View, kuviossa RBV), kyvykkyyteen (Capability Based View, CPV) ja

tietoon (Knowledge Based View, KBV). Näistä RBV on laajin ja KBV suppein lähestymistapa. (mt., 17—19.)

KUVIO 7 Kilpailuedun lähteet ja niiden ilmentymät. (Björkroth ym. 2006a, 18)



Epäterveen kilpailun tutkimuksen ja itse käsitteen määrittelyn kannalta on kuitenkin löydettävä lisää olennaisia piirteitä, jotka kuvaisivat ilmiön takana olevaa todellisuutta. Kilpailua tutkivien koulukuntien mallit ovat epäterveen kilpailun käsitteen määrittelyn kannalta hyödyllisiä siinä mielessä, että niissä tarkastellaan kilpailuedun lähteitä. Osa näistä tekijöistä on todennäköisesti laadultaan sellaisia, joihin markkinoiden toimijat voivat vaikuttaa hankkiakseen itselleen etuja kyseenalaisella tai epäeettisellä tavalla.

## 4 KÄSITEANALYYSI TUTKIMUSMENETELMÄNÄ

### 4.1 Käsiteanalyysin lähtökohdat

Käsitteen määrittely on tutkimuksen kannalta tehtävä siten, että sitä voidaan käyttää sekä puhekielessä ja eri toimijoiden ilmaisuissa esiintyvien ilmausten havainnointiin että kirjallisessa muodossa esiin tuotuihin ilmiön kuvauksiin. Kysymys on käsitteiden ja niiden välisten suhteiden riippuvuussuhteiden kuvaamisesta. Käsite on teoreettinen abstraktio, jota käytetään luonnehtimaan havaintoja ja kokemuksia, joilla on tietty yhteinen piirre. (Uusitalo 1999, 38.) Tulkitseva käsitetutkimus on organisaatio- ja johtamistutkimuksen tulkitsevaan tutkimusparadigmaan kuuluva metodi, jossa ollaan kiinnostuneita kirjoitetussa, tekstuaalisessa muodossa olevien käsitteiden ja niiden määritelmien merkitysten tulkinnasta. Käsitteet ja niiden määritelmät ovat kontekstuaalisia ja niiden tulkinta on sidottu tutkijan valitsemaan teoreettiseen näkökulmaan tiukemmin tai väljemmin. Tulkitseva käsitetutkimus pyrkii joko kuvaamaan ja tulkitsemaan käsitteiden merkitysten kokonaisuutta, tai se pyrkii etsimään ja paljastamaan käsitteeseen ja sen määritelmiin sisältyviä ideologisia ja vallankäyttöön liittyviä merkityksiä. (Lämsä ja Takala 2004.)

Tulkitsevan käsitetutkimuksen metodilla on seuraavia ominaisuuksia:

- tulkitsevan käsitetutkimuksen tavoitteena on käsitteisiin ja niiden määritelmiin sisältyvien merkitysten tulkinta
- tutkimusaineistona ovat kirjoitetussa muodossa olevat tekstit käsitteistä
- tulkinnan tekeminen on kontekstuaalista, valittuun teoreettiseen näkökulmaan sidottua ja
- tutkimusprosessi on hermeneuttinen kehä.

Tekstiaineistoon perustuvassa tulkitsevassa tutkimuksessa aineistona ovat kirjoitetut tekstit käsitteistä. Tutkija ei ole vuorovaikutuksessa aineiston tuottajan kanssa. Aineistoa voi nimitää luonnolliseksi, koska se on olemassa tutkijasta riippumatta. (mt.)

Käsiteanalyttisen tutkimuksen avulla voidaan täsmentää kilpailuolosuhteita koskevassa keskustelussa esiintyviä sanontoja ja termejä. Kyseessä on tällöin stipulatiivisen määritelmän muodostus, jossa annetaan moniselitteiselle termille kuvaus. Stipulatiivisen määritelmän tar-

koituksena on lisätä, yksinkertaistaa ja selventää terminologiaa (Niiniluoto 1980, 158-161.) Etenkin monimutkainen EU:n säädöskieli saattaa vaikeuttaa joissain tapauksissa pk-yrittäjien mahdollisuuksia toimia tasaveroisena kumppanina neuvotteluissa, joissa vastapuolena on kansainvälisillä markkinoilla toimiva jättiyritys. Huoltoasemia koskevat sopimukset ovat tyypiltään yhdeltäostosopimuksia (exclusive purchasing), ja niiden enimmäispituus on säädetty viideksi vuodeksi, paitsi tilanteissa, jolloin yritys toimii päämieheltä vuokratuissa toimitiloissa. Tällöin toimitussopimus voi olla vuokratuuden mukainen.

Elinkeinotoiminnassa käytetty käsitteistö saa sisältöään lainkäytön ratkaisuksista. Kilpailuasioiden kyseessä ollen on esimerkiksi määritelty elinkeinonharjoittajan käsite. Elinkeinonharjoittajan tunnusmerkistö käsittää toiminnanharjoittajan juridisen muodon, joka voi olla luonnollinen henkilö tai yksityinen tai julkinen oikeushenkilö, ja toiminnan luonteen kuvauksen. Toiminnan luonteelle pääasialliset kriteerit ovat ammattimaisuus, taloudelliseen tulokseen tähtääminen ja vastikkeellisuus. (Lindberg 2006, 32.) Julkisten yhteisöjen tehdessä päätöksiä, joilla on vaikutusta markkinoiden toimintaan, on tarkasteltava näiden roolia markkinoilla kahdesta näkökulmasta: yleisten yritystoiminnan edellytysten luojana ja resurssien vastikkeellisena tarjoajana. Joissakin tapauksissa julkinen yhteisö toimii myös elinkeinonharjoittajana ja sillä voi olla vaikutuksia markkinoiden toimintaan. Kilpailuvirasto ei ole pitänyt julkisen yhteisön toimimista elinkeinonharjoittajana merkityksellisenä, ellei julkisyhteisön toiminta aiheuta markkinahäiriöitä (Lindberg 2006, 40). Vuoden 2004 kilpailulain muutoksen jälkeen elinkeinonharjoittajan käsitteen merkitys on korostunut sen vuoksi, että lain 4 § kieltoa kartelleista ja tietyistä jakelusopimusten rajoituksista voidaan soveltaa vain, jos molemmat osapuolet ovat elinkeinonharjoittajia. (mt., 55). Tutkittavana olevan käsitteen ”epäterve kilpailu” rajausta ei voida tehdä pelkästään elinkeinonharjoittajia koskevaksi, sillä esimerkiksi julkisen yhteisön aikaansaamat olosuhteet voivat johtaa epäterveeseen kilpailutilanteeseen. Näin voi tapahtua esimerkiksi liikenneväylien rakentamisessa, liiketonttien luovutuksissa ja kunnan päättäessä tuottaa palveluja vuoroon omana työnä, väliin kilpailuttaessa niitä.

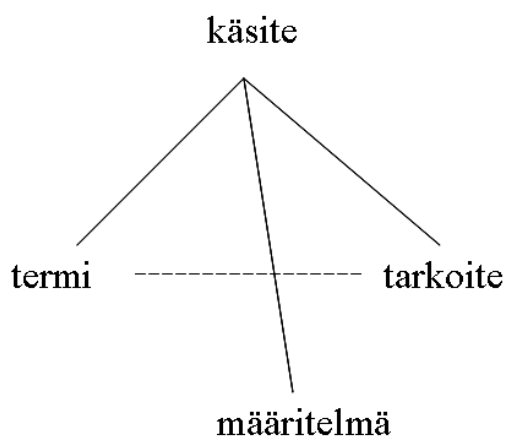
Käsitteanalyysi on strategia, jolla voidaan tutkia käsitteen piirteitä ja ominaisuuksia. Käsitteet ovat ajatusrakennelmia, jotka pyrkivät jäsentämään ympäristöä. Elinkeinotoimintaan liittyvän epäselvän käsitteen täsmentämisellä on ilmeisiä hyötyjä liiketoimintaprosessien kehittämisessä ja sen tuloksena saadaan käsitteestä myös täsmällinen määritelmä, joka myös erottaa siihen liittyvät epäolennaiset merkitykset käsitteen varsinaisesta sisällöstä. Tässä tutkimuk-

sessä tutkittavaa käsitettä tarkastellaan tarkoituksellisesti pk-yrittäjien näkökulmaa ymmärtäen, sillä lakitekstissä esiintyvän termin selostaminen ei avaa käsitteen käytännössä havaittuja merkityksiä yhtä hyvin kuin puhekielessä syntynyt ja ennen kilpailulakeja käytössä ollut kansanomaisempi ilmaus. Teoreettinen analyysi muodostaa pääosan työstä, ja siihen liittyy empiirinen osio, jolla testataan löydettyjen ominaisuuksien selityskykyä.

Tuloksien avulla voidaan osoittaa markkinoiden kilpailutilanteen yhteys käsitteen käyttöön ja syntymiseen, ja toisaalta se auttaa löytämään yrittäjälle keinoja vaikuttaa ongelmalliseksi koetun tilanteen poistamiseen tai lieventämiseen. Viranomaiset ja lainsäätäjät voivat käyttää markkinoiden tutkimuksessa syntynyttä tietoa soveltamisohjeita laatiessaan.

Käsiteanalyysin tehtävänä on Nuopposen (2003) mukaan tarjota teoreettinen rakenne ja käytäntöön soveltuva työkalu, joiden avulla asiantuntijat muodostavat, analysoivat ja käyttävät oman alansa käsitteitä. Nuopponen tukeutuu Felberiin (1984) ja Wüsteriin (1968), kun hän esittää terminologisia menetelmiä tarvitsevien asiantuntijoiden luokituksen. Lähtökohtana on käsitekolmio, jossa todellisuuden taso, *tarkoite*, on usein erikoisalojen asiantuntijoiden lähtökohta. Toisella taholla käytetään *käsitteitä*, muokataan ja selvennetään niitä. Kolmantena lähtökohtana on ilmaisu, tekstit ja *termit*.

KUVIO 8 Käsitekolmio terminologisessa työssä.



Käsitteen sisältö kuvataan keskeisten käsitepiirteiden avulla, joiden ydinsisältö ja erottuvat piirteet kuvataan *määritelmän* avulla. Käsitteillä on rakenne, hierarkia ja toiminnallisuus, ja

ne voivat liittyä toisiinsa toiminnallisesti. Samaan alaan tai aihepiiriin liittyvät käsitteet muodostavat käsitejärjestelmiä, jotka voivat olla moniulotteisia.

Esimerkkinä kilpailun alaan kuuluvasta määritelmästä on seuraava EY:n tuomioistuimen muotoilu määräävästä markkina-asemasta<sup>1</sup>:

”Määräävällä markkina-asemalla tarkoitetaan yrityksen taloudellista valta-asemaa, jonka perusteella se voi estää toimivan kilpailun relevanteilla markkinoilla, koska se voi toimia huomattavan itsenäisesti suhteessa kilpailijoihinsa, asiakkaihinsa ja lopulta kuluttajiin.”

Määritelmässä esiintyvää käsitettä ”määräävä markkina-asema” kuvataan sen olennaisten sisältöjen avulla: ”taloudellinen valta-asema”, ”toimiva kilpailu”, ”relevantit markkinat” ja ”huomattavan itsenäisesti” liittyvät toisiinsa käsitteen toiminnallisuuden perusteella. Verratessa tätä yksittäisen tuomioistuinratkaisun määritelmää Suomen kilpailunrajoituslain 3 §:ään voidaan todeta, että määritelmällä on huomattava samankaltaisuus (Alkio&Wik 2004, 272):

”Määräävän markkina-aseman katsotaan olevan yhdellä tai useammalla elinkeinonharjoittajalla tai elinkeinonharjoittajien yhteenliittymällä, jolla koko maassa tai tietyllä alueella on yksinoikeus tai muu sellainen määräävä asema tietyillä hyödykemarkkinoilla, että se merkittävästi ohjaa hyödykkeen hintatasoa tai toimitusehtoja taikka vastaavalla muulla tavalla vaikuttaa kilpailuolosuhteisiin tietyllä tuotanto- tai jakeluportaalla.”

Käsitteiden samankaltaisuuden vuoksi olennaisten erottavien tekijöiden tunnistaminen on ongelmallista. Kun määräävän markkina-aseman sijaan puhutaan yhteisestä määräävästä markkina-asemasta, on otettava huomioon taloustieteen ja oikeustieteen lisäksi muitakin tieteenaloja, joiden tutkimuksella on merkitystä käsitteen määrittelyssä. Taloustieteen malleihin kuuluvat hintarakenteet, hintakäyttäytyminen, peliteoria ja empiiriset analyysit. Oikeudelliselta kannalta kiinnitetään huomiota sopimuksien olemassaoloon ja tämän toteennäyttämiseen. Käytössä on sekä yleistä lainsäädäntöä että tapauskohtaisia tuomioistuinratkaisuja. Taloustieteen uusilla tutkimustuloksilla on esitetty olevan vaikutuksia oligopolistisen määräävän markkina-aseman käsitteeseen. (Stenborg 2002.) Stenborg näyttää käyttävän yhteisen määräävän markkina-aseman synonyyminä oligopolistista määräävää markkina-asemaa, joka toisaalla on myös ”yhteinen määräävä markkina-asema”.

---

<sup>1</sup> Asia 85/76, *Hoffman-La Roche*, [1979] ECR 461.

Johtopäätöksenä kiellettyä yhteistyötä (kolluusio) ilmentävien sopimusten analyysistä Stenborg esittää, että

- (i) Yhteistyötä tapahtuu todennäköisimmin markkinoilla, joiden keskittymisaste on korkea – harhauttaminen saadaan selville helposti, yhteistyörintamassa mukana oleminen on houkuttelevaa ja olennaisen tiedon jakamista koskeva järjestely ei toimi useampien yritysten osallistuessa siihen.
- (ii) Yhteistoiminnan tasapainon säilymiseksi osallistuvien yritysten kannustimena on turvata sekä tulevat että nykyiset voitot.
- (iii) Yhteistoimintajärjestelyssä jokaisen mukanaolijan on kyettävä tarkkailemaan toisten käyttäytymistä, jotta piilotellut hinnanalennukset saadaan edes osittain selville vastaiskua varten.
- (iv) Yhteistyöjärjestely toimii parhaiten silloin, kun häiriömuuttujia on vähemmän, esimerkiksi kysyntärakenteen ollessa ennustettavia.

Yhteenvetona esitetään, että yhteistyötä on odotettavissa enemmän toimialoilla, joiden rakenne antaa mahdollisuuden saada tarkkoja tietoja kilpailijoiden hinnoista, tai kyllästyneillä toimialoilla, joilla kysyntävaihtelut ovat vähäisiä. (Stenborg 2002, 11.) Hintarakenne kullakin toimialalla on toiminnan järjestämistavan ja yritysten taloudellisesta toiminnasta kertovien julkisten asiakirjojen (tilinpäätös, osavuosikatsaus, listalleottoesite yms.) perusteella melko tarkasti arvioitavissa. Markkinoiden rakenne voi todella tarjota suurimmille toimijoille mahdollisuuden analysoida tarkasti toistensa toiminnan taloudellisia edellytyksiä. Erityisesti huoltoasema-alalla keskeiset hintamekanismit perustuvat kansainvälisiin raaka-ainenoteerauksiin. Kolluusion mahdollistavana tekijänä on sen vuoksi otettava huomioon myös vertikaalisten jakeluketjujen toimintatavat kussakin kohdemarkkinassa.

## 4.2 Erikoisalan käsitteiden ymmärtämisestä

Käsiteanalyysi erikoisalalla edellyttää edellä olevan perusteella toimialan syvällistä tunte-  
musta. Nuopponen tuo esiin Temmermanin (2000) perusteella kaksi erilaista asiantuntijuutta, joista toinen, kieliasiantuntija lähestyy käsiteanalyysiä tekstien kautta eli ilmaisutasolla ja toinen, erikoisalan asiantuntija tarkoite- tai käsitetasolla. Kokeneen asiantuntijan erikoispiirteistä Eteläpelto (1998) tuo esiin joukon kognitiivisia seikkoja, jotka otan tässä lähemmän tarkastelun kohteeksi ja pohdin niitä huoltoasema-alan käsitteenmuodostuksen ja asiantuntijuuden kannalta. Tuon niistä esiin todellisuuden tason, käsitteen ja ilmaisun, jota terminä tai tekstinä esiintyy joko yrittäjätoiminnassa yleisesti tai huoltoasema-alalla erityisesti. Nume-



rointi ja kukin teema ovat Eteläpellon esityksen mukaisia, ja eräissä kohdissa seurataan myös Eteläpellon logiikkaa asiantuntijan ja noviisin kognitiivisista eroista.

(1) *Asiantuntija kykenee muodostamaan laajoja mieltämysyksikköjä oman alan aineistosta.* Mieltämysyksikköinä esitän todellisuuden tasolta käsiteparin omistajakauppias-vuokrakauppias. Yhteistoimintasopimus on puolestaan käsitteenä laaja-alainen. Tekstissä esiintyvä ilmaisu on esimerkiksi hankintahinta, joka on tärkein yhteistoimintasopimuksen ehto. Vastaavasti kaupallisen toiminnan rakenteessa esiintyy todellisuudessa jakeluverkosto, johon liittyy vaikutusalueen käsite. Teksteissä esiintyvät huoltoasema-alalla yksittäisestä liikepaikasta termit huoltoasema, jakeluasema, automaattiasema, veneasema ja raskaan kaluston jakelupiste.

(2) *Oman alan ongelmat esiintyvät asiantuntijan työssä syvemmällä tasolla kuin pinnallisten piirteiden mukaan kuvattuna.* Tällaisena ongelmana on tämän tutkimuksen teema epäterve kilpailu, jota tulkitaan laajana käsitteenä. Todellisuudessa yrittäjä kokee epäterveen kilpailun kaupallisesti kiusallisena tai sen pitkään jatkuessa kestäättömänä ilmiönä, joka uhkaa koko elinkeinon harjoittamista. Tähän ilmiöön liittyvät alhaiset myyntikatteet ja pidemmällä ajanjaksolla liiketoiminnan tai sen tuoteryhmän kannattavuusongelma. Kauppioiden, asiakkaiden ja tiedotusvälineiden parissa tunnettu teksti tai termi on hintakilpailu tai hintasota. Asiantuntijoiden käyttämiä käsitteitä, jotka liittyvät epäterveeseen kilpailuun, ovat mm. saalistushinnointelu (predatory pricing), määräävän markkina-aseman väärinkäyttö (abuse of dominant position) ja jakeluportaan sivuuttaminen (disintermediation).

(3) *Asiantuntijoiden havainnointi on hyvin valikoivaa siten, että he kohdistavat tarkkaavaisuutensa tehtävän olennaisiin puoliin ja jättävät epärelevantit seikat vaille huomiota.* Polttoaineiden hintakilpailun ollessa voimakasta asiakkaan huomio kiinnittyy markkinoiden pinnallisiin ilmiöihin, kuten nimellishintojen suuriin eroihin. Kauppiaan huomion voi viedä aleneva myynnin määrä. Tarkemmin analysoitaessa hintaerossa kysymys voi olla kanta-asiakasalennuksia käyttävän ketjun ja ilman kortti- tai muita alennuksia myyvän ketjun välinen toimintastrategian ero. Kausiluontoiset myyntivahtelut puolestaan saattavat johtaa kauppiasta harhaan, ellei hänellä ole päivittäistä tai viikoittaista tietoa kokonaisymyynnin kehityksestä.

(4) *Asiantuntijoiden oman alansa tietämys on organisoitunut ongelmanratkaisun kannalta tarkoituksenmukaisella tavalla.* Polttoainekaupassa hintatietouden on oltava koko jakeluprosessin mittainen, pelkkä tukku- ja vähittäishintojen tarkkailu ei riitä. Tässä tulevat kyseeseen jalostuksen raaka-ainehankinnat, jalostuskustannukset, eri polttoainelaatujen varastointi-, kysyntä- ja tarjontatekijät suuralueittain, jalostusmarginaalit, varastointi- ja kuljetuskustannukset, vähittäiskaupan hintarakenne ja kuluttajien ostotottumukset ja käyttäytyminen. Hinnoittelun tutkiminen edellyttää kunkin jakeluportaan toimintaa kuvaavan taloudellisen tiedon hankkimista siihen erikoistuneista lähteistä, ja vasta kokonaisuuden hallinta on olennainen osa analyysitaitoja.

(5) *Tietorakenteet asiantuntija organisoii hierarkkisesti, ne ovat useampitasoisia ja niiden osat ovat toisiinsa paremmin linkittyneitä kuin noviiseilla.* Kohdan 4 hintarakenne on eräs esimerkki, mutta samoin kuin tuotteen hintaketjussa, on investointien kustannusrakenne ymmärrettävä monitasoisena: paikallisesti, jakeluketjun ja kauppiaan yhteistyön kannalta ja toimialan omien kysyntätekijöiden kannalta. Huoltamoalan erikoistunut laitekanta, tietojärjestelmät edellyttävät tietoa kokonaiskustannuksista ja kilpailijoiden ratkaisuksista. Varsinkin integroitujen tietojärjestelmien kustannusten ymmärtäminen ei ole mahdollista vain yhden jakeluportaan näkökulmasta.

(6) *Asiantuntijat luokittelevat oman alansa ongelmia abstraktien korkeatasoisten periaatteiden mukaisesti.* Palveluyrityksien markkinoilla havaittuja ongelmia voidaan tutkia verkoston oman tietämyksen ja ulkopuolisten tutkimusten avulla. Markkinatutkimuksen keinojen lisäksi lähinnä asiakasrajapintaa olevien eli kauppiaiden, myyjien ja vuorovaikutteisten järjestelmien kautta saatava tieto kiinnostaa asiantuntijaa sekä tiedonhankintamenetelmän että ilmiön itsensä vuoksi. Osa tutkimuksella saadusta tiedosta käytetään ennakoivaan työhön ja riskienhallinnan menetelmien kehittämiseen.

(7) *Asiantuntijat käyttävät noviiseja enemmän aikaa ongelman alustavaan analysointiin.* He rakentavat tehtävästä tai ongelmasta itselleen yksityiskohtaisen käsityksen, ennen kuin ehdottavat ratkaisumenetelmää. Noviisin ja ekspertin eroavuudet tulevat esiin ajallisessa ulottuvuudessa ja ratkaisun yleispätevytydessä. Hintakilpailuongelmaa ratkaistaessa ymmärryksen lisääminen markkinoiden toiminnasta on asiantuntijalla ensisijaista, kun taas suoraan ongelmanratkaisuun pyrkivä noviisi saattaa ajautua nopeasti ongelman pahenemiseen.

(8) *Asiantuntijoilla on paremmat itsevalvonta- ja itsearviointitaidot kuin noviiseilla.* Tämä voi perustua kokemukseen ja asiakkaiden tarkkailusta opittuihin malleihin. Asiantuntija tarkkailee omien ratkaisujen vaikutuksia myynti- että katelukujen perusteella luontevammin kuin noviisi, jolle ongelmaratkaisu merkitsee kenties vain yhtä dimensiota.

Eteläpellon käyttämällä ekspertti—noviisi -akselilla noviisiksi voi polttoainekaupassa luokitella kuluttajat ja muiden alojen yrittäjät, jotka eivät tunne erikoistoimialan asioita ja taustoja siten kuin asiantuntija niitä käsittelee. Oman alan kokemattomat kauppiat ja öljy-yhtiöiden edustajat, joilla on suppea-alainen markkinatuntemus, voivat olla joillakin alueilla noviiseja, vaikka ovat asiantuntijoita omassa ympäristössään ja rajatussa tehtävässään. Logistiikan ammattilainen ei siten välttämättä osaa tulkita jakeluasemalla havaittuja markkinasignaaleja ja nuori öljy-yhtiön piiripäällikkö ei ehkä ymmärrä kauppiaan närkästystä ”ylhäältä johdettuja” ratkaisuja toteuttaessaan. Tukkukaupan asiantuntija puolestaan hallitsee maailmanmarkkinoiden rakenteet, mutta ei tunne välttämättä vähittäismyyntimarkkinoita tai jälleenmyyjien organisoitumista.

Kun asiantuntija käsittelee polttoaineiden hinnoitteluun liittyviä ilmiöitä ja tarkastelee ilmiötä ”epäterve kilpailu”, hän käyttää todennäköisesti tietointensiivisillä aloilla tyypillisiä kognitiivisia ajattelumalleja ja rakentaa käsitteen mielessään eri tavoin kuin sen kapeammasta näkökulmasta kokeva toimija, kuten asiakas, kauppias tai toisen alan yrittäjä. Asiantuntijuuden ja siihen liittyvien kognitioiden avulla on mahdollista luoda käsitteelle sellainen yksiselitteinen ympäristö, jossa todellisuudessa havaittua ilmiötä (esim. hinnoittelu), siihen liittyvää käsitettä (kilpailu) ja ilmaisua tai termiä (epäterve kilpailu) käytetään. Asiantuntijan ominaisuuksista tietointensiivisissä ammateissa Isopahkala-Bouret (2005, 43-46) esittää, että tällä on asiantuntijatietaa, joka perustuu teoreettiseen tai tekniseen ja toiminnalliseen tietämykseen. Hän voi olla myös akateemisen alueen erityisasiantuntija, joka viittaa ammatillisuuteen ja erityisalan käytäntöön. Asiantuntija ei ole pelkästään tietyn osa-alueen taitaja, vaan hänen osaamisensa perustuu enemmän kognitiiviseen toimintaan kuin motoriseen tai taiteelliseen erityistaitoon.

Tutkittavan käsite ”epäterve kilpailu” esiintyy usein julkisessa keskustelussa ja yrittäjyyden edellytyksiä käsittelevissä kyselyissä. Käsitteen käyttö viittaa kilpailuolosuhteissa olevaan

ongelmaan, jota käsitteen käyttäjä tai kyselyn laatija pyrkii kuvaamaan. Käsitteen käytön yhteydestä voidaan päätellä, liittyykö käyttötilanteeseen mielipide tai pyrkiikö käyttöyhteys vaikuttamaan ongelman poistamiseen tai sen taustalla vaikuttavien haitallisten tekijöiden lievittämiseen.

Käsiteanalyysi tutkii arkipäiväisessä käytössä olevaa termiä ja sen ominaisuuksia. Arkiajattelun piirteiden tunnistaminen tieteellisinä osioina, tiedon osasina, joista itse käsiteanalyysi muodostuu, edellyttää arkiajattelun mekanismien korjaamista. Arkiajattelun puutteita voivat olla epäluotettavat tai selektiiviset havainnot, liiallinen yleistäminen, puutteellinen päättely tai lyhytjänteisyys sekä asioiden tarkastelu irrallaan yhteyksistään ja mittakaavastaan, kuten Uusitalo esittää. Näiden puutteiden korjaamiseksi käsiteanalyysissäkin tarvitaan havaintojen luotettavuutta koskevaa kriittistä keskustelua, kuten käsitteen esittäjien tunnistaminen ja esitystilanteen dokumentointi. Havainnot ja käsitteen tulkinta voi olla selektiivistä siinä mielessä, että rajataan sen käyttöyhteydet tiettyihin luokkiin niiden asiantuntijakeskusteluun perustuvan todennäköisen käytön perusteella. Yleistämisen tekniikkaa on tarkasteltava käsitteen pätevyysalueen määrittämiseksi. Päättelyn apuvälineenä on käytettävä loogisia ja matemaattisia välineitä, kuten ehto-, syy- ja seuraussuhteita, ja kriittistä keskustelua tutkimuksen välineistä. Aiemman tutkimuksen varaan voidaan rakentaa tai täydentää uusia teorioita. Olennaisen ja epäolennaisen erottaminen käsitteen käytön yhteyksistä on erityisen tärkeää, jotta käsitteen tarkoitushakuinen käyttö erotetaan sen objektiivisesta tai subjektiivisesti perustellusta käytöstä. (Uusitalo 1999, 17-19.) Tutkimuksen objektiivisuusongelmaan liittyy käsitteen synty ja sen käyttö ainakin käsitteen sisällön muokkaamistarkoituksessa. Tällöin lähestytään poliittisen agendan muokkausta, jossa käsitteen esittäjä ja käyttäjä ohjaavat keskustelua antaakseen käsitteelle haluamansa sisällön. Poliittisen kysymyksen ”nousu esiin” ilmentää käsitteeseen sisältyvien tarkoitusten avautumista joiltakin osin ja sen välittämien historiallisten merkitysten kysymyksenasettelua (Palonen 2005, 42-45).

Yrittäjien kielenkäyttöön määräävän markkina-aseman käsite on tullut 1990-luvun lopulla. Tähän vaikuttivat ilmeisesti kilpailuviranomaisten ratkaisut, joita käsiteltiin laajasti julkisuudessa. Osapuolina näissä kilpailuvirastolle esitetyissä toimenpidepyynnöissä olivat yleensä ylivoimainen markkinoita hallitseva yritys, kuten Neste, Valio tai Sonera.

Määrävissä markkina-asemassa olevalla yrityksellä todettiin edellä olevan niin suuri markkinavoima, että sen ei tarvitse ottaa markkinoilla huomioon kilpailijoiden eikä tuotantoketjun väli- tai loppuvaiheen asiakkaiden reaktioita. Arvioidessaan yrityksen markkinavoimaa EU:n komissio ottaa huomioon yrityksen markkinaosuuden lisäksi myös muita tekijöitä, esimerkiksi vartenotettavien kilpailijoiden tai oman jakeluverkon olemassaolon ja etuoikeuden raaka-aineiden käyttöön. Kilpailukykyiset yritykset valtaavat muilta yrityksiltä markkina-osuuksia nousten toisinaan jopa markkinajohtajan asemaan.

Määrävien markkina-aseman saaminen ei sinänsä ole tuomittavaa, jos se on yrityksen taloudellisen tehokkuuden ansiota – Vaisala lienee tunnetuin suomalainen kapean segmentin maailmanmarkkinoiden ylivoimainen hallitsija. Jos hallitsevassa asemassa oleva yritys kuitenkin hyödyntää asemaansa estääkseen kilpailua, kyse on määrävien aseman väärinkäytöksi luokiteltavasta kilpailua rajoittavasta käytännöstä. Tuomittavaksi katsotaankin nimenomaan määrävien markkina-aseman väärinkäyttö, joka on kielletty EY:n perustamissopimuksen 82 artiklassa.

### **4.3 Epäterveen kilpailun määrittelytapoja**

#### **4.3.1 Kilpailuoikeudellisesta määrittelystä**

Epäterveen kilpailun määrittelyn lähtökohtana tässä tutkimuksessa on tuotteen tai palvelun tuotannossa tai markkinoinnissa esiintyvä vallankäyttö ja sen vaikutukset markkinoiden toimivuuteen. Yrityksen harjoittaman tuotannon ja kuluttajan tekemän ostopäätöksen väliin sijoittuva ketju koostuu sopimussuhteista ja vuorovaikutuksesta, jonka perusteella edellinen taso, kuten maahantuojat, jalostajat, tukkumyyjät tai välittäjät toimittavat tuotteita jälleenmyyjille, näiden muodostamille hankintaorganisaatioille ja kuluttajille. Vapaasti kysyntään ja tarjontaan perustuvan vaihdannan ideaaliin verrattuna rajoitukset tulevat esiin tuotanto- ja palveluketjun eri vaiheissa. Suomen kilpailulaissa 1988 mainittu tavoite totesi kilpailunrajoituksen olevan kiellettyä, mikäli se terveen ja toimivan kilpailun kannalta sopimattomalla tavalla estää kilpailun toimimista. Laissa kilpailunrajoituksista (480/1992) sama tavoite esiintyy EU:n kilpailudirektiivin mukaan harmonisoidussa muodossa lain 4 ja 5 pykälissä:

## 4 §

Sellaiset elinkeinonharjoittajien väliset sopimukset, elinkeinonharjoittajien yhteenliittymien päätökset sekä elinkeinonharjoittajien yhdenmukaistetut menettelytavat, joiden tarkoituksena on merkittävästi estää, rajoittaa tai vääristää kilpailua tai joista seuraa, että kilpailu merkittävästi estyy, rajoittuu tai vääristyy, ovat kiellettyjä.

Kiellettyjä ovat erityisesti sellaiset sopimukset, päätökset ja menettelytavat:

- 1) joilla suoraan tai välillisesti vahvistetaan osto- tai myyntihintoja taikka muita kauppaehtoja;
- 2) joilla rajoitetaan tai valvotaan tuotantoa, markkinoita, teknistä kehitystä taikka investointeja;
- 3) joilla jaetaan markkinoita tai hankintalähteitä;
- 4) joiden mukaan eri kauppakumppaneiden samankaltaisiin suorituksiin sovelletaan erilaisia ehtoja siten, että kauppakumppanit asetetaan epäedulliseen kilpailuasemaan; tai
- 5) joiden mukaan sopimuksen syntymisen edellytykseksi asetetaan se, että sopimuspuoli hyväksyy lisäsuoritukset, joilla niiden luonteen vuoksi tai kauppataavan mukaan ei ole yhteyttä sopimuksen kohteeseen.

## 5 §

Edellä 4 §:ssä säädetty kielto ei kuitenkaan koske sellaista elinkeinonharjoittajien välistä sopimusta, elinkeinonharjoittajien yhteenliittymän päätöstä tai elinkeinonharjoittajien yhdenmukaistettua menettelytapaa, tai sellaista sopimusten, päätösten tai yhdenmukaistettujen menettelytapojen ryhmää, joka:

- 1) osaltaan tehostaa tuotantoa tai tuotteiden jakelua taikka edistää teknistä tai taloudellista kehitystä;
- 2) jättää kuluttajille kohtuullisen osuuden näin saatavasta hyödystä;
- 3) ei aseta asianomaisille elinkeinonharjoittajille rajoituksia, jotka eivät ole välttämättömiä mainittujen tavoitteiden saavuttamiseksi; ja
- 4) ei anna näille elinkeinonharjoittajille mahdollisuutta poistaa kilpailua merkittävältä osalta kysymyksessä olevia hyödykkeitä.

Millaista on käytännössä menettely, jolla kilpailu, joka estyy, rajoittuu tai vääristyy? Nämä ovat lainvastaisen kilpailun rajoittamisen muotoja, joista tunnetuimpia ovat erilaiset hintasopimukset. Valmistajan, maahantuojan tai tukkuportaan seuraavalle jakeluportaalle asettamat velvoitteet tai saman jakeluportaan (tukku- tai vähittäisporras) keskenään sopimat hinnat ovat 4 § mukaan lainvastaisia. Kuitenkin EU:n kilpailulainsäädäntö sallii sopimuksen, päätöksen tai menettelytavan, joka tehostaa toimintaa ja tuo hyötyjä kuluttajalle. Samanaikaisesti edellytetään, että elinkeinonharjoittajille ei aseteta muita tarpeettomia rajoituksia ja että heidän toimillaan kilpailu säilyy. Jälkimmäinen 5 § mukainen poikkeussääntö tarkoittaa käytännössä suurta määrää jakelusopimuksia, joissa tukkumyyjä solmii kunkin jälleenmyyjän kanssa kilpailua rajoittavan sopimuksen. Tällä vertikaalisella rajoituksella luodaan tiettyjä jakeluketjun yhdenmukaisia menettelytapoja. Näitä ovat tyypillisesti yhteiset hankintalähteet, yhteinen

mainonta, yhteiset tietojärjestelmät ja yhdenmukaiset menettelytavat liiketoiminnan järjestämisessä. Tällaisella sopimuksella on yleensä nimi ”yhteistoimintasopimus”.

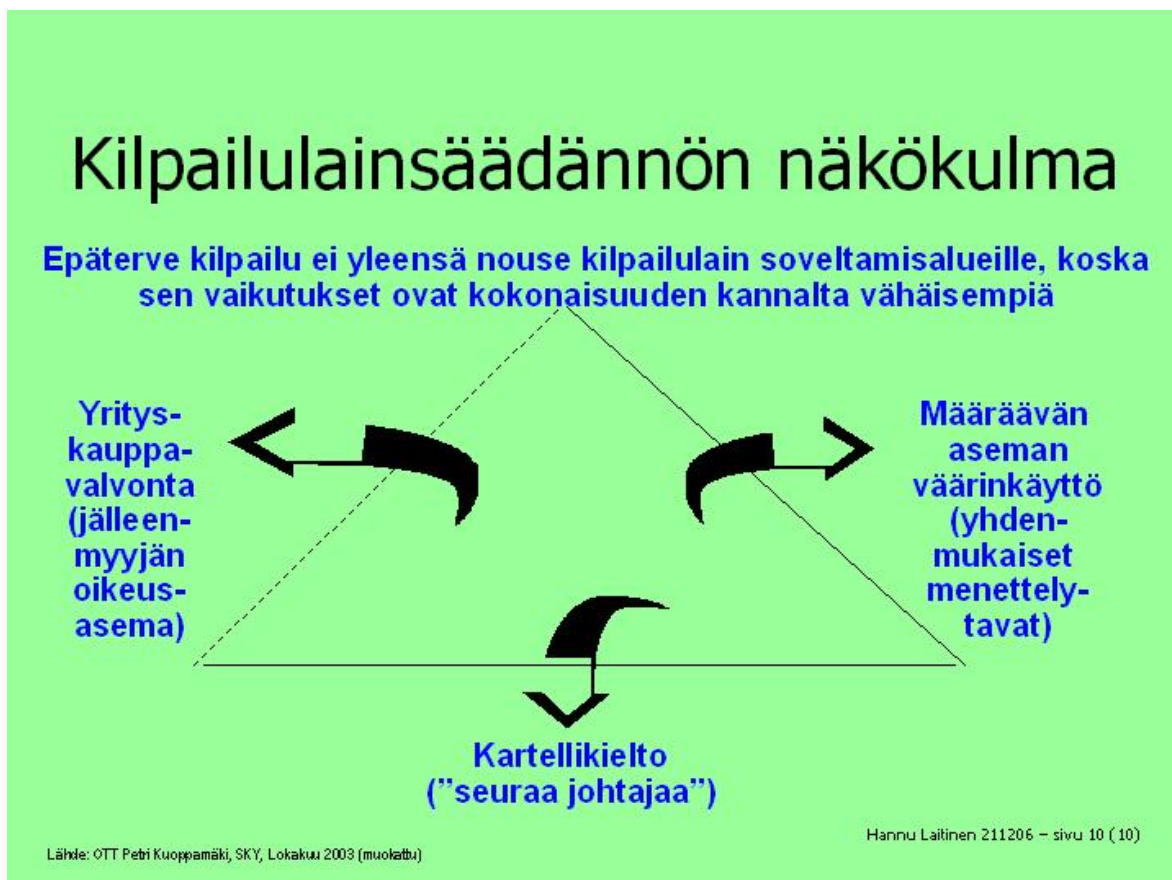
Kilpailun logiikka toimii markkinatalouden perusoppien mukaan siten, että toimialalla toimivat yritykset koettavat saada itselleen voittoa, ja sen vuoksi kilpailevat keskenään. Markkinamekanismi karsii kilpailusta ne, jotka eivät menesty. Funktionaalisena selityksenä näyttää olevan siten, että kilpailu palvelee markkinataloutta. (esim. Elster 1979)

#### **4.3.2 Määrittely yrittäjän näkökulmasta**

Huoltoasemayritysten sopimusoikeudellista asemaa koskeva yrittäjän suojauskeskustelu 1980-luvun alussa johti kauppiaiden ja öljy-yhtiöiden vakiosopimusehtojen uudistamiseen. Koska polttonesteiden hintasäännöstely oli voimassa vuoteen 1984 saakka, keskustelun kohteeksi eivät tulleet hinnoittelukysymykset, ja huoltoasemayrittäjillä olikin varsin vakiintunut toimeentulotaso. Vähittäishintojen vapauduttua öljy-yhtiöiden halukkuus puuttua hinnoitteluun lisääntyi. Osittain tähän johti 1980-luvun lopulla vähittäismarginaalien jatkuva kasvu ja polttoaineautomaateista myönnettyt suuret alennukset. Öljy-yhtiöt ottivat joillakin asemilla käyttöönsä komissiomyynnin, jolloin polttoainevaraston omisti ja sen vähittäishinnan määräsi öljy-yhtiö.

Kilpailulakeja ei mainita kauppiaan ja öljy-yhtiön välisen sopimuksen perusteluissa, vaan ne muodostavat puitteet sopimuksille. Kilpailuoikeudellisesti olennaisia käsitteitä ovat tähän kuvaukseen liittyen juuri yhdeltäostosopimus, ryhmäpoikkeusasetus, määräävä markkina-asema ja terve ja toimiva kilpailu. Kilpailuviranomaisten ratkaisuihin ja EU:n lainsäädännön esitöissä puhutaan lisäksi horisontaalisista ja vertikaalisista sopimuksista, kielletyistä kilpailunrajoituksista, brändien välisestä ja brändien sisäisestä kilpailusta, relevanteista tuotemerkkinoista, markkinaosuuskynnyksistä ja kilpailunrajoitusten vaikutuksista jäsenmaiden väliseen kauppaan. Vaikka epäterve kilpailu on käsitteenä viralliseen päätöksentekojärjestelmään liittymätön tai löyhästi kiinnittyvä, yrittäjätasolla on halua vedota viralliseen valvonta- ja lainkäyttöorganisaatioon. Kilpailulain soveltamisaluetta yrittäjän näkökulmasta havainnollistaa kuvio 9.

KUVIO 9 Epäterveen kilpailun asemointi kilpailulainsäädännössä jälleenmyyjän kannalta



Useimmat kilpailuun ja huoltamoalaan liittyvät käsitteet ovat tavalla tai toisella juuri sopimussuhteeseen liittyviä. Esimerkkeinä tavanomaisista käsitteistä toimialan keskuudessa ovat sopimus, komissiosopimus, yhteistoimintasopimus, kaupinta, mittarikenttä, ympäristöpäättös, omistajakauppias, nettohintakauppias, konseptimyymälä, kylmäpiste, huoltoasema, jakeluasema, automaattiasema, yhtiö, kauppias, diileri, maailmanmarkkinahinta, hankintahinta jne. Nämä kaikki ovat sellaisinaan maallikoille selitystä kaipaavia, mutta useimmat kauppiaat käyttävät niitä omassa toimintaympäristössään. Esimerkiksi komissiosopimus tarkoittaa, että jälleenmyyjän varastossa oleva tuote on tukkumyyjän (öljy-yhtiön) omaisuutta, ja tavanomaisesti tukkumyyjä määrää tuotteen vähittäishinnan kauppiiaan saadessa ennakkoon sovitun, yleensä kiinteän jakelupalkkion myydyltä litralta. (Laitinen 2005a, 89.)

Kilpailuoikeudellisesti lakeihin perustuvat käsitteet on selvitetty kunkin säädöksen yhteydessä, mutta niiden ymmärtäminen käytännön toimijoiden keskuudessa on vähäistä. Kilpailulainsäädännön pääfunktiot ovat yrityskauppa- valvonta, kartellivalvonta ja määräävään markkina-asemaan liittyvä valvonta. Viranomaisvalvonta selkiintyi vuonna 2004 toteutetun kilpai-



lulain harmonisoinnin yhteydessä. Kilpailunedistämisen ja kilpailun valvonnan osa-alueilta on erotettavissa piirteitä, jotka ovat merkityksellisiä jälleenmyyjien näkökulmasta, mutta eivät ole johtaneet ratkaisukäytännössä viranomaisten toimenpiteisiin.

Yrityskauppavalvonnan keinoilla estetään kilpailulle haitallisten ryhmittymien syntyminen ja vahvistuminen. Yksittäisten toimijoiden kauppaan saattaa sisältyä alueellisia rajoittavia tekijöitä, kilpailun vähenemistä tai vinoutumista, kuten brändien muutoksia, muutoksia jakelutie-ratkaisuissa ja muutoksia liikepaikkojen hallintasuhteissa. Nämä ilmiöiden yksityiskohdat kuvaavat samalla sitä, että mikään vaikutus yksinään ei ole kokonaisuuden kannalta merkittävä. Tarkasteltaessa yrityskauppaa yksittäisen jälleenmyyjän kannalta saattaa olla huomattavia vaikutuksia liikepaikkaan liittyvien oikeuksien ja velvollisuuksien, liikepaikkakorvausten, luopumiseen liittyvien ehtojen ja yrittäjyyteen liittyvien vaikutusten vuoksi.

Määrävässä markkina-asemassa oleva yritys tai yhteisessä määrävässä markkina-asemassa olevien yritysten ryhmä on voinut saada aikaan kaupallisia standardeja, yhdenmukaisia sopimusehtoja, kuten kuljetuksiin, varastointiin, alihankintaan, hinnoitteluun, turvallisuusmääräyksiin ja tuotevalikoimiin liittyviä menettelytapoja. Siitä riippumatta, ovatko yritykset sopineet näistä yhdessä, yhdenmukaiset menettelytavat voivat toteutua samanlaisina eri jakeluketjuissa.

Kartellivalvonta edellyttää syvällistä toimialan toimintatapojen tuntemusta. Näihin liittyvät vertikaalisen integraation keinot, joissa tukeutuminen yhteisiin hintaperusteisiin, hankintalähteisiin tai jakelutekniikoihin voivat johtaa piilevään hintayhteistyöhön tai markkinoiden ohjaamiseen. Oligopolistisilla markkinoilla kartellisoitua käyttäytyminen voi olla seurausta toimialan toimintamallista. Esimerkiksi toimittaessa pienillä operatiivisilla katteilla ja maailmanmarkkinahintojen suuren volatiilisuuden oloissa tuotteiden hinnoittelua voivat ohjata enemmän johdannaismarkkinat kuin tuoteketjuun sisältyvät todelliset kustannukset ja kaupan marginaalien puitteissa tapahtuva kilpailu, kuten polttoainekaupassa on laita.

Tutkittava ilmiön yhteydessä esiintyvä käsite määrävä ”markkina-asema” on kilpailuoikeudellisesti määritelty käsite, joka on saanut huoltamoyrittäjien keskuudessa osittain uuden sisällön. Tällainen sisältö voi olla sijaisilmaisu sille, että kauppiaat kokevat sopimuskumppaninsa ja tavarantoimittajansa eli öljy-yhtiön käyttävän epäterveellä tavalla hyväkseen si-

nänsä laillisia sopimuksin aikaansaatuja rajoituksia tuotteiden hankinnoissa ja jakelussa. Käsitteiden ryhmittely, niiden merkityssisältöjen erittely ja rinnakkaiskäsitteiden esittäminen tuovat käsiteanalyysiin perustan, jonka pohjalta markkinoiden toimintaa ymmärretään. Käsitteiden yhdistäminen yrittäjyyteen ja kilpailuun antavat sitten mahdollisuuden luokitella ja yhdistää epäterveeseen kilpailuun liittyviä käsitteitä.

### 4.3.3 Sopimatonta menettelyä epäterveenä kilpailuna

Kilpailulain lisäksi on olemassa toinen yleisesti vedottu säännöstyslähde, laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa (1978/1061). Lain 1 §:ssä todetaan, että elinkeinotoiminnassa ei saa käyttää hyvän liiketavan vastaista tai muutoin toisen elinkeinonharjoittajan kannalta sopimatonta menettelyä. Laki on kieliasultaan hyvin yleinen, ja sen perusteella syntyneet elinkeinonharjoittajien välisiä kiistoja ratkoo markkinaoikeus. Tähän lakiin liittyy myös kytkentä kuluttajansuojaan.

Epäterve kilpailu on mainittu useiden elinkeinonharjoittajien yhdistysten sääntöjen tarkoituspöytäkirjassa muodossa ”vilpillisen kilpailun vastustaminen”. Hallituksen esityksen luonnoksessa teollisoikeuksista on maininta, että teollisoikeuksiin laajassa mielessä on katsottu kuuluvan myös suoja sopimatonta menettelyä vastaan, johon luetaan vilpillisen kilpailun ehkäiseminen ja salassa pidettävän tiedon suoja.

Saksalaisessa laissa mainitaan jo otsikossa epäterve kilpailu, ja vuonna 2004 voimaan tulleen lain tarkoituksena on ajanmukaistaa epäterveen kilpailun säädökset EU:n lainsäädännön kanssa. Epäterve kilpailu määritellään laissa epäsuorasti luettelemalla esimerkkejä epäreilusta menettelystä ja jättämällä tarkempi soveltaminen oikeuskäytännön varaan. (Heidenreich, 2005,3.)

Epäterveen kilpailun kieliasu voi olla todellisuudessa jokin muu, täsmällisempi ilmaisu, jolloin on mahdollista muodostaa käsitepuu tai rinnakkaisten ja samaa tarkoittavien käsitteiden ryhmä. Todellisuudelle vaikeasti määriteltävällä ilmiöllä voi olla täsmällisempi käänneilmaisu, jolloin kyetään ilmoittamaan tarkemmin, mitä on esimerkiksi ”terve kilpailu”, ”vapaa kilpailu” tai ”reilu kilpailu”. Vastaavia ongelmiahan esiintyy runsaasti EU:n kilpailulainsäädännössä, jossa erilaisten käsitteiden määrittelyä ei aina ole pyrittykään tekemään, vaan lain

tarkoite on ensisijainen, ja kulloisenkin termin vakiintunut merkitys saattaa täsmentyä vasta oikeuskäytännön myötä. Esimerkiksi termin ”yhteinen määräävä markkina-asema” merkitystä ei ole täsmennetty, osittain koska ilmiökin on uusi ja osittain siksi, että kilpailulain periaatteiden vuoksi yrityksillä on vastuu toimia lain tarkoituksen mukaan, ja termiä täsmennettäisiin joka tapauksessa vasta oikeuskäsittelyissä. (esim. Nyholm 2005.)

## **4.4 Epäterve kilpailu markkinoiden toimivuuden kannalta**

### **4.4.1 Structure-Conduct-Performance -malli tarkastelun lähtökohtana**

Structure-Conduct-Performance -paradigma on 1930-luvulta peräisin oleva Bainsin kehittämä tuotantotoimintaa ja markkinoita kuvaava rakenne. Tätä SCP-koulukunnan käyttämää mallia on käytetty teollisen ja yleensä toimialan organisoinnin kuvaamiseen. Mallia on myöhemmin selittänyt Porterin 5P-malli (kuvio 6, s. 29), joka kuvaa visuaalisesti samoja markkinoiden toiminnan kannalta olennaisia asioita.

SCP-paradigmaa sovelletaan tässä tarkastelussa epäterveen kilpailun ja markkinoille haitallisten ilmiöiden jäsentämiseen. Seuraavassa luvussa on esitetty luvussa 3.2 käytetyn kuvion 5 (s. 28) mukaisessa järjestyksessä sellaisia ominaisuuksia, joissa markkinoiden toimivuutta voidaan horjuttaa. Vaihtamalla kuviossa olevat asiaryhmät paremmin kuvaamaan kuhunkin tekijään sisältyviä kilpailulle haitallisia elementtejä pyritään muodostamaan kuvaus epäterveestä kilpailusta. Tämä kuvaus esitetään seuraavan pohdinnan jälkeen. Selostukseen on liitetty havainnollistamistarkoituksessa eräitä öljyalalla tunnettuja seikkoja, joilla on markkinoiden toimivuuden kannalta epäselviä tai kielteisiä vaikutuksia.

### **4.4.2 Epäterveen markkinan kuvaus – tarjonta ja kysyntä**

SCP-paradigman perustekijöitä ovat kysyntä ja tarjonta. Markkinoiden toimivuuden oletus perustuu vapaaseen tuotannontekijöiden liikkuvuuteen ja panosten saatavuuteen. Tarjonnan rajoitukset mielletään helpommin markkinoita rajoittaviksi, mutta myös kysyntään kohdistuvat tekijät aiheuttavat markkinoille vääriä signaaleja. Kun tarjontaan ja kysyntään vaikuttaminen on tarkoituksellista, niiden seurauksia voidaan arvioida motiiveista käsin: onko julki-

sen vallan tai suuren – ei välttämättä määräävässä asemassa olevan – yrityksen toimintatapa hyväksyttävää. Epäterveen kilpailun tilanteessa ei oleteta tässä tarkastelussa lain rikkomista, vaan pikemminkin etsitään erilaisia keinoja ja niiden yhdistelmiä, joiden avulla markkinoiden osapuoli voi hyötyä käyttämästään kilpailua haittaavasta keinosta kuluttajien, tavarantoimittajien tai alihankkijoiden, tai nykyisten tai tulevien kilpailijoidensa kustannuksella.

## TARJONTA

**Raaka-aineet** ovat jakautuneet epätasaisesti ja niiden tarjontaa hallitsevat joko kansalliset yhtiöt, kartellit tai monikansalliset jättiyritykset. Raaka-aineiden hallinta toimialalla ja teollisuudessa voi olla kilpailun haitallista, mikäli toimivien yhtiöiden tapa toimia on samankaltainen. Vaikutukset ovat erityisen ongelmallisia kilpailun kannalta, jos raaka-aineiden hallintaan liittyy samanaikaisesti yhteistyötä, jonka tarkoitus on vaikuttaa hintoihin, markkina-alueisiin tai jakelukanaviin. Öljyteollisuudessa suuria valtionyhtiöitä on mm. Venezuelassa, Venäjällä ja Kiinassa. Eurooppalaisia valtio-omistajan johtamia yhtiöitä ovat Statoil (Norja), ENI (Italia), Total (Ranska), Repsol (Espanja) ja Neste (Suomi). Tunnetuin öljyalan kartelli on OPEC. Tähän kohtaan liittyvä uusi nimike voisi olla **resurssirajoitukset**.

**Teknologia** palvelee tuotantoa, eikä kuluttajien ja yhteiskunnan intressiä aina oteta huomioon. Nopeasti vaihtuvat tuotesukupolvet ja yhteensopivuusongelmat ovat tästä esimerkkejä modernin teknologian aloilla. Toisaalta julkisen vallan asettamat rajoitukset, vientikiellot ja muista maista poikkeavat normit rapaattavat tuotteiden vapaata liikkuvuutta. Öljyteollisuudessa jalostamot, terminaalit, öljyputket, päästörajoitukset ja tuotenormit, ajoneuvojen tekniikka ja jakelujärjestelmät toimivat ”push” -periaatteella, jolloin tarjonta määrää, mitä tuotteita kuluttajille tarjotaan. Kansallisia öljyteollisuuden markkinoita voidaan suojella säätämällä esimerkiksi polttoaineiden rikkipitoisuutta, aromaattipitoisuutta tai happikomponentin ominaisuutta. Öljyteollisuuden varhaisina vuosina polttoaineen puristuskestävyyttä nostettiin alkoholilla. Autoteollisuus kilpaili kehittämällä yhä voimakkaampia moottoreita, ja öljy-yhtiöt painostivat autonvalmistajat kehittämään moottoreita, joissa käytettiin lyijyllä lisäaineistettua bensiiniä. Tämä tarjosi öljy-yhtiöille suuremmat voitot kuin alkoholin sekoittaminen. Lyijy poistui käytöstä ympäristösyistä vähitellen vasta 1980-1990-luvulla. Tähän soveltuva kilpailun rajoite olkoon nimeltään **protektionosmi**.

**Tuotteiden kesto** merkitsee resurssien tehokkaan käytön kannalta olennaista kilpailutekijää. Valmistamalla hyvälaatuisia tuotteita säästetään resursseja ja parannetaan kuluttajan saamaa hyötyä. Tuotteita voidaan valmistaa usein vaihtoehtoisista raaka-aineista, jolloin niiden käyttöominaisuudet eivät muutu, mutta tuotteiden kestoikä ja hinta voivat poiketa huomattavasti toisistaan. Öljyalaan, yleensä energian tuotantoon ja käyttöön liittyviä keskusteluja ilmasto-vaikutuksista on käyty 1990-luvulta alkaen. Tuotteen keston nähden vastaava ilmiö on tuotteeseen liittyvän prosessin uusiutuvuus ja ympäristön kannalta kestävä kehitys. Öljytuotteissa tuotteen säilyvyys on sinänsä melko vähäinen ongelma, koska tuotetta ei varastoida pitkiä aikoja. Polttonestetuotteiden elinkaari on viime vuosikymmenien aikana lyhentynyt, kun öljy-yhtiöt tuovat markkinoille yhä uusia lisäainepaketteja. Tämä merkitsee tuotanto- ja jakeluteknologian jatkuvaa uudistamista. Kilpailuriskiä kuvaa tämän vuoksi **tuotteen vanhentaminen**.

**Arvo ja merkitys**, joka tuotteelle syntyy, perustuu sen vaihdantaan ja käyttöarvoon. Vaikka tämä on jossain määrin kulttuuriin perustuva kysymys, tietyillä perustuotteilla, raaka-aineilla ja palveluilla käydään maailmanlaajuisia kauppaa ja niiden arvo on lähes riippumaton ympäristöstä. Energia, ravinto ja vesi ovat tällaisia tuotteita. Öljytuotteiden arvo ja merkitys korostuvat maailmantaloudessa silloin, kun niiden tuotantoon, jalostukseen tai jakeluun liittyy häiriöitä. Resurssien hallinnasta ja kontrolloidusta tarjonnasta tulee silloin strateginen tekijä ja niiden merkitys nousee. Toisaalta tätä tasapainottaa kysyntäpuolella korvaavien tuotteiden ja raaka-ainelähteiden kehittyminen. Tätä kuvaan sanalla **politiikkatekijät**.

**Asenteet** liike-elämässä vaikuttavat tuotteiden ja raaka-aineiden tarjontaan. Asenteet voivat olla peräisin uskonnosta, politiikasta tai tapakulttuurista. Poliittisesti kiistanalaisimpia tarjontaan liittyviä asioita on ydinteknologiaan liittyvä strateginen tieto. Sotateknologian viennille on asetettu rajoituksia useissa maissa. Vaikka öljyn tarjontaan liittyy hyvin vähän tällaisia rajoituksia, sitä voidaan tarjota ideologisin perustein edullisemmin yhteistyökumppaneille tai vaikuttamistarkoituksessa jollekin ryhmälle. Venezuelan öljy-yhtiö on tarjonnut lämmitysöljyä edullisemmin Pohjois-Amerikan intiaanireservaattien asukkaille. Kilpailun riskiä kuvaa tässä mielessä **imagohäiriö**.

**Ay-toiminta** vaikuttaa tarjontaan silloin, kun se aiheuttaa tuotantorajoituksia tai sillä on poliittisia tarkoitusperiä. Työntekijäryhmän järjestäytyneisyydellä voi olla vaikutusta tuotteiden

hintoihin, mikäli sovellettavaksi tulevat minimipalkkasäännökset, työsuojelunormit tai lapsityövoiman käytön rajoitukset. Ammattijärjestöjen toiminnalla on tarjontaan suoria vaikutuksia silloin, kun se kohdistuu suoraan tuotannontekijöihin. Lakko on tällainen tarjontaan vaikuttava voimakas tekijä. Öljyalalla ammattijärjestöjen toiminnalla on ollut tilapäisiä vaikutuksia joidenkin yhtiöiden tuotteiden jakelussa. Mikä tahansa tällainen uhka on **korporatiopaine**.

## KYSYNTÄ

**Hintajoustop** ollessa vähäinen markkinamekanismit ylläpitävät tuotantokustannuksiin ja kapasiteettiin nähden liiallista hintaa. Hintajoustopin vaikutus voi olla rajoitettu eri jakeluportaita olevien kilpailunrajoitusten vuoksi. Tukkuportaassa, logistiikassa tai tuotannossa olevan tarjontakapeikon tai muun markkinahäiriön heijastuminen hintoihin on ollut öljyalalla tyypillistä 2000-luvulla. Öljyn kulutukseen sen hinta vaikuttaa lyhyen ja keskipitkän ajan tarkastelussa vain vähän, eli öljytuotteet ovat välttämättömyyshyödykkeen asemassa. Markkinaehtoinen hinta on ajautunut OPECin 1990-luvun lopulla ilmoittamaan tavoitehintatasoon (22-28 USD/bbl) nähden moninkertaiseksi, yli 60 dollariin tynnyriltä. Tukkuportaan hyödyt muistuttavat sen vuoksi **windfall-voittoa**.

**Kasvunopeus** kysyntäpuolella vaikuttaa tuotteiden hintoihin ja saatavuuteen. Tällöin esimerkiksi tuotantoteknologian tehokkuus on voimakas kilpailutekijä. Öljyteollisuudessa tuotantokapasiteetti yleensä on ollut riittävä, mutta sopivan tuotevalikoiman oikea-aikainen tarjonta ei ole aina vastannut kasvavien markkinoiden odotuksia. Tällä on vaikutuksia kuluttajien ja yritysten maksamaan hintaan, vaikka tuotantokustannukset sinänsä eivät muuttuisi. Öljy-yhtiöiden poikkeuksellisen suuret voitot 2000-luvulla ovat perustuneet osittain jatkuvaan kysynnän kasvuun ja riittämättömään tarjontaan. Kilpailun kannalta kysymys on **työnjako-ongelmasta**.

**Korvaavien tuotteiden** kehittäminen ei aina ole markkinoilla toimijoiden edun mukaista. Porterin viiden voiman mallissa tämä keskeinen tekijä on olennainen kilpailuolosuhteisiin vaikuttava uhka. Markkinoilla olevat yritykset voivat toimia siten, että korvaavaa tuotetta joko ei oteta valikoimaan tai siltä suljetaan muutoin pääsy markkinoille. Öljy- ja energiateollisuus on panostanut vasta viime vuosina uusiutuvan energian käyttöön. Ajoneuvojen käyttö-

voimaksi on tarjolla runsaasti vaihtoehtoja ja laaja teknologiavalikoima vetyakuista biokaasuun. Todellista uhkaa toimiville yrityksille ei synny lainkaan tai niitä syntyy hitaasti, koska toimivat yritykset ovat **konservatiivisia**.

**Markkinointikeinoina** kilpailua vääristävät menetelmät ovat sinänsä sallittuja, mutta monet niistä ovat arveluttavia. Brändien korostettu asema markkinoinnissa merkitsee kuluttajalle ylimääräisiä kustannuksia. Jakeluyhtiöiden ylläpitämät sopimukset jälleenmyyjänsä kanssa jäykistävät ketjujen sisäistä kilpailua. Öljyalalla Euroopassa käytössä olevat yhdeltäostososopimukset on sallittu tietyin ehdoin. Vaikka tavoitteena on kuluttajan etu, kilpailua koskeva sääntely käsittää vain osan jakeluketjua eikä puutu kilpailunrajoitusten seurannaisvaikutuksiin esimerkiksi jälleenmyyjien kannalta. Hinnoittelumenetelmien ja jakeluverkostojen yhdenmukaiset toimintatavat ovat vasta 2000-luvulla tulleet tutkimuksen kohteeksi. Jakelusopimusten **kilpailunrajoitukset** ovat tunnustettua monitahoisempi este kilpailulle.

**Ostotavat** muuttavat markkinatilannetta, joskin ostotapoja voivat ohjata myös tarjontatekijät. Henkilökohtaisen palvelun arvostaminen ylläpitää markkinoita, joissa palvelun rakenne on erilainen verrattuna itsepalveluun tai pitkälle automatisoituihin tuotteisiin. Ostajapuolen keskittyminen hankintarenkaiksi tai kiinteämmiksi yhteisiksi organisaatioiksi vaikuttaa markkinoiden toimintaan. Polttonesteiden vähittäiskaupassa pohjoismaissa tapahtui voimakas rakennemuutos 1970—1990-luvuilla, jolloin automaattiset jakelupisteet yleistyivät. Tällä on ollut haitallinen vaikutus niille kuluttajille, jotka arvostavat henkilökohtaista tai yleensä miehitettyä palvelua. Kyse on ollut öljyalalla kuluttajien **manipulaatiosta**.

**Sykli- ja kausitekijät** voivat muodostaa markkinoille tulon esteitä. Useiden tuotelaatujen varastointi ja jakelu on kalliimpaa kuin tietystä perusvalikoimasta huolehtiminen. Talvimerenkulkuun liittyvät hinnoittelujärjestelmät, kuten jää- ja väylämaksut rajoittavat tuotteiden vapaata liikkuvuutta, koska säännölliset toimitukset ovat toimituskertaa kohti edullisempia kuin kilpailua lisäävät yksittäiset toimitukset. Öljytuotteissa tietyn laatuvalikoiman ylläpitäminen totuttaa kuluttajat käyttämään kulloinkin sopivimpia tuotelaatuja – esimerkiksi bensiinin ja dieselöljyn kesä- ja talvilaadut ovat pienten toimijoiden ja varastointimahdollisuuksiltaan rajoittuneempien toimijoiden kannalta hankalia lisävaatimuksia. Kilpailun kannalta öljytuotteiden markkinoihin sekoittuu myös **kitka- ja rakennekustannuksia**.

Tarjonnan ja kysynnän perustekijöiden siirtyessä kauemmas markkinoiden toimivuuden ihannetilanteesta voidaan tarkastella, millaisia seurauksia näillä mahdollisesti on. Vaikutukset voidaan jakaa karkeasti kahteen osaan: hintatekijöihin ja jakelukanavatekijöihin. Hintatekijöihin voidaan vaikuttaa epätäydellisellä tai tarkoitushakuisella informaatiolla, ja jakelukanavatekijöihin vaikutetaan sekä tuotannontekijämarkkinoita että markkinoita ohjaamalla. Itse tuotantoprosessia voidaan käsitellä neutraalina siinä tapauksessa, että muut markkinoiden toimivuuden kannalta tärkeät alueet ovat oletusten mukaisia. Mikäli tuotantoprosessin omistajalla on intressi vaikuttaa sekä tuotannontekijämarkkinoilla että kysyntäpuolella, myös itse tuotantoa on tarjontatilanteessa arvioitava epäterveen tilanteen lähteenä.

#### 4.4.3 Epäterve markkinoiden rakenne

Taloudellisen toiminnan perustekijöiden, tarjonnan ja kysynnän toimivuuden perusteella muodostunut markkinoiden rakenne oletetaan dynaamiseksi, ts. markkinoiden rakenteesta saatava informaatio ohjaa tarjontaa, ja markkinaosapuolien käyttäytyminen puolestaan ohjaa markkinoiden rakennetta. Markkinoiden rakenteella on vuorovaikutusta kysyntätekijöihin. Markkinoiden rakenteessa on siinäkin lähtökohtaisesti ajateltava ideaalitulannetta, eli rakenne vastaa kulloistakin kysynnän ja tarjonnan rakennetta, ja osapuolten käyttäytyminen on vaikuttanut ja vaikuttaa siihen jatkuvasti. Toimivuuden kannalta kukin SCP-paradigmassa esitetty osa-alue sisältää kuitenkin merkittäviä uhkia, joita on eritelty seuraavassa.

**Myyjien ja ostajien** lukumäärän vähentyessä pienillä markkinoilla vaikutukset ovat suuremmat kuin kilpailullisemmilla markkinoilla. Suomessa tarjoajien lukumäärän kasvun vaikutuksia on voitu seurata esimerkiksi päivittäistavarakaupassa. Kun Suomessa öljymarkkinoilla on vuonna 2007 jäljellä kaksi monikansallista, öljyntuotantoa harjoittavaa tukkumyyjää ja maahantuojaa ja yksi kotimainen jalostaja, uhkana on oligopolistinen kilpailutilanne. Myyjien lukumäärän lisäksi polttoainekaupan jakelun rakenne on keskittynyt. Ostajien markkina-voima on heikko, ja vähittäismyyntiportaassa olevien itsenäisten jälleenmyyjien yhteistoiminta on estetty kilpailua rajoittavilla sopimuksilla. Eräs merkittävä kilpailun uhka pienessä markkinassa on siis **oligopoli**.

**Tuotteiden erilaistaminen** voi olla kilpailulta suojautumista, ylivoimatekijän muodostamista tai muutoin samanlaatuisten ja toisiaan korvaavien tuotteiden markkinointihakuista kehittä-



mistä. Toisaalta se voi perustua kuluttajan kannalta epäolennaisiin asioihin. Öljyalalla kuluttajan valintoihin pyritään vaikuttamaan tuotedifferoinnilla ja polttoaineiden ylikorostetulla laatuinformaatiolla. Kuitenkin esim. vuonna 2004 Tekniikan Maailman suomalaisten yhtiöiden bensiinitestissä tuotteiden välillä ei havaittu käytännössä lainkaan eroja. Kuluttajille tarjotaan toisinaan epäolennaisia **näennäisarvoa**.

**Markkinoillepääsyn esteet** ovat usein infrastruktuuriin liittyviä ja julkisen vallan ylläpitämiä. Öljyalalla jakeluasemien perustaminen on julkisen vallan kontrolloima järjestelmä. Satamaoperaattorien ja öljy-yhtiöiden yhteistoiminta rajoittaa kilpailevaa tuontia. Suomessa noudatetut tuotteiden laatuvaatimukset ovat luoneet aika ajoin suljetut markkinat, joille tavanomaisia tuotteita ei ole voinut tuoda. Korvaavaa tuotetta tarjotaan vain osalle jakeluverkostoa, jolloin jälleenmyyjien keskinäinen asema kilpailussa muuttuu olennaisesti. Kilpailua rajoittavat erilaiset **lupajärjestelmät**.

**Kustannusrakenteita** voivat ohjata tukkukaupan toimijat yhteisen määräävän markkina-aseman käyttöä muistuttavalla tavalla. Tämä on mahdollista silloin, kun tuotteiden tuotantontekijähinnat ovat lähellä toisiaan ja tuotantoteknologia on samanlaatuista. Öljytuotteiden kustannusrakennetta on ohjattu maahantuojan ja tukkuyhtiön intressien mukaisesti. Hankintahinnat määritellään maailmanmarkkinahintojen perusteella. Raaka-ainepörssien noteeraamat maailmanmarkkinahinnat ovat vertikaalisesti integroituneille yrityksille viitehintoja, joiden perusteella eri tuotantoportaiden on mahdollista ohjata tuotteista saatava voitto kulloinkin tarkoituksenmukaiselle jakeluportaalle ja toiminnassa mukana olevalle yhtiölle. Öljyalalla jälleenmyyjäportaan merkittäviä kustannustekijöitä ovat itse liikepaikan, tontin ja rakennelmien lisäksi liikepaikkatunnisteet, kassa- ja maksupäätejärjestelmät ja autonpesukoneet. Nämä ovat yrittäjälle **transaktiokuluja**.

**Vertikaalinen integraatio** on erityisen haitallista pienessä markkinassa. Markkinoille tulijoiden on tällöin kyettävä perustamaan oma tuotanto- ja jakeluketju, jonka kustannukset ovat alkuvaiheessa myytyä tuotetta kohti merkittävät. Suomessa öljytuotteiden jakelujärjestelmä on lähes kokonaan vertikaalisesti integroitujen toimijoiden hallussa. Erityisesti tuontivarastojen perustaminen on vaikeaa, koska satamissa ei ole enää tilaa uusille öljyvarastoille. Ilman omaa tuontimahdollisuutta tuotteiden hinnoittelu ja saatavuus voivat muodostua ongelmaksi. Vaarana on öljyalalla **markkinoiden sulkeutuminen**

**Keskittyneisyys ja konglomeraatiot** vaikeuttavat yleensä markkinamekanismien toimintaa. Muutaman kansainvälisen suuryrityksen mahdollisuudet hallita markkinoita ovat ilmeinen riski kilpailulle. Öljyalalla useat tavarantoimittajien palvelut perustuvat isojen toimijoiden hankintoihin. Pienillä yrityksillä on lähtökohtaisesti epäedullinen asema tuotteiden hankinnassa ja jakelussa. Kuljetusyritykset, satamaoperaattorit ja laitetoimittajat suunnittelevat toimintansa isojen yhtiöiden ratkaisujen perusteella. Näillä on vaikutuksia aika ajoin palvelujen tarjontaan, kuten kävi ilmi huoltoasema-automaattien päivityksessä euromääräisiksi vuoden 2002 alussa. Taloudellinen keskittyneisyys ilmenee myös polttoaineveron keräämisjärjestelmästä, jossa veronsaaja (valtio) on hyväksynyt öljy-yhtiöille pitkät maksuajat. Näitä maksuaikoja öljy-yhtiöt eivät kuitenkaan siirrä jälleenmyyjien käyttöön. Taloudellisen liikkumavaran käyttö tässä ei perustu skaalaetuun, vaan **suuremman oikeuteen**.

#### 4.4.4 Käyttäytyminen epäterveessä kilpailussa

Merkittävin osa markkinoilla havaittavasta käyttäytymisestä näyttää liittyvän hinnoitteluun. Kysyntätekijöiden kannalta takaisinkytkentä SCP-mallissa liittyy myös tuotevalikoimaan ja niiden laatuun. Asiakastyytyväisyyttä tutkittaessa otetaan huomioon lukuisia muitakin tekijöitä, kuten yrityksen houkuttavuus suhteessa kilpailijoihin, ja siihen vaikuttavat asiat, esimerkiksi tuotemielikuvat, asiakaspalvelu ja ympäristöväittämät. Huoltoasema-alalla hintakilpailu on ollut mielikuvia hallitseva ja käyttäytymistä voimakkaasti ohjaava tekijä.

**Hintakäyttämisen** osalta Scherer (1970) tarkastelee Yhdysvaltain julkista sääätelyä kilpailua täydentävänä ja yritysten käyttäytymistä ohjaavana toimintana. Osa tästä säätelystä toteutuu yrityskauppavalvonnan ja markkinoille pääsyn ja poistumisen edistämisenä. Hintasäännöstelystä Scherer toteaa, että Yhdysvaltain perustuslain mukaan hintasäännöstelyä voidaan tehdä yleisen edun nimissä. Ensisijaisesti sääntely on kohdistunut energia- ja liikennehyödykkeisiin. Tämä perustuu osaltaan siihen, että näillä toimialoilla on taipumus muodostua luonnollisiksi monopoleiksi.

Epäilyt yritysten välisestä yhteistyöstä yhdistetään useimmiten hinnoitteluun ja hintakäyttämiseen. Markkinoiden rakenteen vaikutuksia on kuitenkin tarkasteltava myös toimijoiden välisinä suhteina, joissa on erilaisia jännitteitä. Kuluttaja ei useimmiten havaitse näitä lain-

kaan. Jännitteet syntyvät markkinoiden rakenteesta, mutta niiden ilmeneminen voidaan esittää Schererin (1970) käsittelemän aineiston perusteella seuraavina tilanteina:

1. oligopolistinen hinnoittelu
2. monopoli ja oligopoli markkinoilla yhtäaikaisesti
3. ostajien markkinavoima
4. hintasyrjintä
5. suuruuden etu
6. hintasääntö, tehokkuus ja inflaatio
7. joustamattomat hinnat
8. tuotteiden eriyttäminen

Hinnoitteluun liittyviä käsitteitä tullut tarkasteluun osana kilpailupolitiikan arviointia (esim. Määttä 2001). Seuraavat hinnoitteluun liittyvät käsitteet on mainittu kilpailunrajoitusten salittavuutta arvioitaessa:

9. kartellit
10. hintayhteistyö
11. määrähinnoittelu
12. eksklusiivisopimukset
13. saalistushinnoittelu

Hinnoittelukäytännöistä on syytä mainita vielä seuraavat hinnoitteluun kuuluvat ryhmät, joiden avulla markkinointia ohjataan ja markkinoiden toimivuuteen vaikutetaan (esim. Alkio&Wik 2004):

14. alennukset
15. subventiot
16. kohtuuton hinnoittelu
17. hintaruuvi

Hinnoitteluun liittyviä monia keskeisiä epäterveen kilpailun alueeseen kuuluvia piirteitä käsitellään tarkemmin luvussa 6.1. Hinnoittelussa on pienyrityksen ja vertikaalisen jakeluketjun rajoitusten puitteissa toteutetusta **hintadiskriminaatiosta**.

**Tuotestrategia** on tuotteiden erilaistamisen lisäksi kilpailustrategian muoto ja valmistajien tulkinta asiakkaiden odotuksista. Yritysten käyttäytymistä tarkoituksellisesti siten, että erilaistetuilla tuotteilla pyritään kilpailuedun hankkimiseen, on tarkasteltava markkinoiden rakenteesta lähtevänä kysymyksenä. Pyrkimyksenä voi nimittäin olla monopoliaseman hankkiminen jollain kapealla tuotealueella (Scherer 1970, 332). Tällöin on muistettava myös kilpailupoliittisessa tutkimuksessa käytetty markkinavoiman käsite. Suomessa tällainen tilanne

syntyi julkisen säädöksen, polttoaineverolain muutoksella 1990-luvulla, jolloin Nesteen reformuloidut bensiinit tulivat markkinoille. Kun Suomessa toimivat muut öljy-yhtiöt eivät katsoneet taloudellisesti järkeväksi hankkia vastaavaa tuotetta, myytiin maassa lähes yksinomaan Nesteen bensiiniä, vaikka tuonti oli vapautunut vuonna 1991. Vuosina 1991-2006 Suomeen tuodun bensiinin määrä oli vain 13 % kulutuksesta, kun taas dieselöljystä ja polttoöljystä tuonnin osuus oli 39 %. Suomessa on toteutettu öljyalalla valtion ohjauksessa **vero-ohjausta**.

**Tutkimus ja innovaatiot.** Tutkimuksella ja innovaatioilla päästään samaan tilanteeseen kuin teknologioiden rajatulla käytöllä. Kilpailuviranomaisten tarkka valvonta on kohdistunut jopa teollisuudenalan yhteisiin tutkimusyksiköihin, vaikka niillä on selkeä tuotannosta erillinen laadunvalvontatehtävä (Keskuslaboratorio). Tuotetestaukset, joita tukkuporras tekee, ovat usein jälleenmyyjien saavuttamattomissa. Markkinoiden informaatio ei sen vuoksi jakaudu tasaisesti, vaan suuryritykset hyötyvät **salailusta**.

**Mainonta** liittyy tuotteen ja palvelun differointiin siinä mielessä, että asiakkaalle luodaan mielikuva yrityksen tarjoaman hyödykkeen ylivoimaisuudesta kilpailijoihin nähden. Mainonnan tukikeinot ovat huoltoasema-alalla voimakkaasti käytettyjä, ja esimerkiksi kanta-asiakasohjelmat ovat olleet laajoja ja täydentäneet hintakilpailun keinoja. Yksityinen yrittäjä ei kykene kilpailemaan valtakunnallisten ja tunnettujen brändien kanssa tunnettuudesta. **Rahan voimalla** markkinoidaan kilpailijat taka-alalle.

**Lainsäädännön hyödyntäminen** sekä suojaa yritysten ja kuluttajien oikeuksia että luo mahdollisuuksia palvelujen ja tuotteiden tuotannolle ja jakelulle. Lainsäädännön hyödyntämisestä oli kysymys Nesteen CityFutura-tuotteiden markkinoinnissa, sillä kilpailevat öljy-yhtiöt eivät ryhtyneet järjestelyihin Suomen pienehköjä markkinoita varten päämarkkinoista hieman poikkeavien tuotteiden tuomiseksi. Maahantuovat ja varastoivat yhtiöt hyötyvät polttoaineverolainsäädännöstä, joka tarjoaa tuotteiden vero-osuudelle pitkän maksuajan. EU:n kilpailumääräykset ja Suomen kilpailulainsäädäntö sallii öljy-yhtiöiden solmia jälleenmyyjiensä kanssa kilpailua rajoittavia sopimuksia. Lainsäädännön tapaisesta hyötytilanteesta syntyy myös kaupallisia tapoja ja standardeja käyttöön otettaessa. Suomesta **puuttuu yrittäjälähtöisyys** lainsäädännön vaikutusten arvioimisessa.

#### 4.4.5 Epäterveen kilpailun vaikutuksia tehokkuuteen

Markkinoiden perustekijöiden, tarjonnan ja kysynnän, näihin perustuvan markkinoiden rakenteen ja markkinaosapuolien käyttäytymisen lisäksi SCP-malli tarkastelee markkinoiden tehokkuutta ja suorituskykyä. Terveen ja toimivan taloudellisen kilpailun käsitettä on käytetty kilpailulainsäädännön perusteissa ja itse lakitekstissä. Tehokkuuden laji on määriteltävä, jotta sitä voidaan mitata. Kokonaisvaltaisen kilpailupolitiikan ohjaamisessa Suomessa ja EU:ssa käytetty lähestymistapa arvioi tehokkuutta kuluttajan kannalta. Jotta tehokkuuden mittaaminen voi tarjota riittävän perustan kilpailun toimivuuden arvioinnille ja epäterveen kilpailun tunnistamiselle, on kyettävä kuvaamaan, miten ilmiöt liittyvät toisiinsa. ”Kokonaisvaltaista kilpailupolitiikkaa” voidaan arvioida myös menetelmänä, joka hyväksyy tietyt toimintatavat, mutta kieltää jotkut toiset menettelytavat. Nämä valinnat ovat poliittisen päätöksentekojärjestelmän tuotoksia, ja oikeuskäytäntö vahvistaa noudatettujen tapojen lainmukaisuuden.

**Tuotannon ja allokoinnin tehokkuus** perustuu yrityksen organisaation, resurssien käytön, tuotannon ja markkinoinnin onnistumiseen. Tehokkuuden tavoittelemista arvostetaan kilpailupolitiikassa, ja EU:n nykyiset kilpailuohjeet pyrkivät edelleen turvaamaan tehokkaan ja toimivan taloudellisen kilpailun. Tämä on yhtenä perusteluna EU:ssa sovellettaville kilpailunrajoituksille. Ne ovat sallittuja tietyin edellytyksin, joista yksi on kohtuullisen osuuden jääminen kuluttajille kilpailua rajoittavien toimien vastapainoksi. Tehokkuuden mittaamisessa onkin sitten lukuisia ongelmia. Brändien välisen kilpailun tehokkuutta voidaan mitata toimijoiden määrällä, keskittymisasteella ja markkinoille tulon mahdollisuuksina. Huoltamonalalla näistä ehdoista kriittinen on keskittymisaste, jota selostetaan jäljempänä luvussa 5.1. Brändien sisäistä kilpailua ajatellen kilpailua rajoittavien sopimusten myötä EU-maissa ovat yleistyneet ns. konseptoidut myymäläratkaisut, jota puolestaan poistavat lähes kokonaan samaa jakeluketjua edustavien yritysten välisen kilpailun. Oligopolimarkkinassa Suomessa näyttää syntyvän helposti **ylikapasiteettia**.

**Kehitys** on toiminnan uudistamista ja markkinoihin vaikuttamista. Samalla, kun tuotteen elinkaari muuttuu kehittämisen tuloksena, yritykseen ja tuotteeseen liittyvät mielikuvat vahvistuvat tai heikkenevät. Suomessa öljyalan kehittämiskohteina ovat olleet erilaiset myymäläkonseptit. Ketjujen välinen kilpailu ja jatkuva uudistaminen ovat jakaneet markkinat voi-

makkaasti kahteen osaan – yhtäällä ovat ketjun ylläpitämät ja osittain yrittäjävetoiset liikepaikat ja toisaalla omistajakauppiaiden paikalliseen kysyntään sopeuttama tarjooma. Uhkana on, että kehityksen sijasta tapahtuu vain **polarisaatiota**.

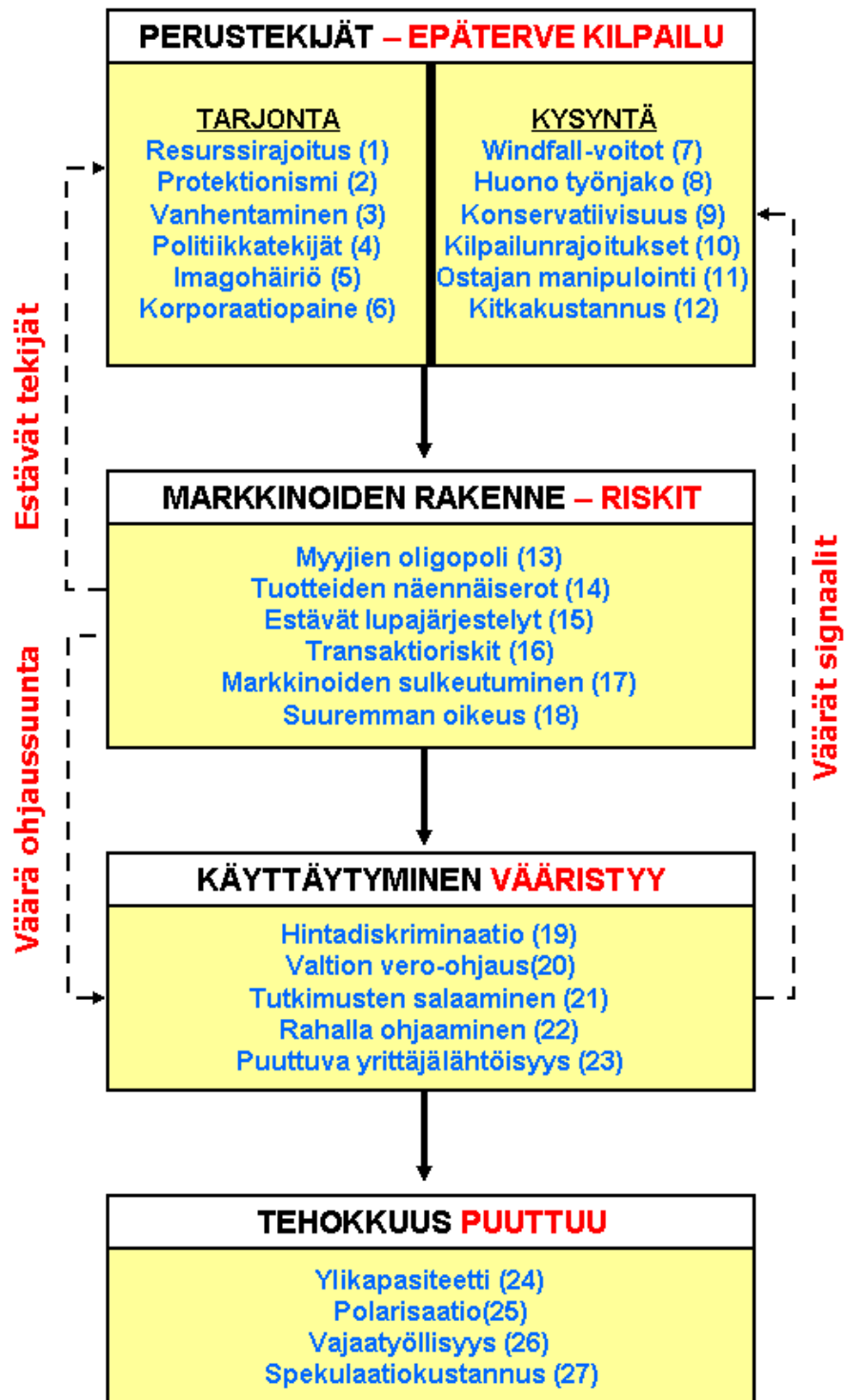
**Täystyöllisyys** merkitsee yhteiskunnallisessa päätöksenteossa eri asiaa kuin yrityksen tuotannon järjestämisessä. Yrityksen työvoima ja resurssit ovat kaiken aikaa täydessä käytössä. Yhteiskuntapoliittisesti on tunnustettu, että työvoiman kysyntä ja tarjonta kohtaavat täydellisesti vain hyvin poikkeuksellisessa tilanteessa. Yrityksen tai toimialan kannalta täystyöllisyys voi toteutua paikallisesti ja ajallisesti useammin, mutta silloinkin on otettava huomioon joustavuustekijät, kausiluonteisuus, sairastavuus ja tuotannon organisaatiossa tapahtuvat poikkeamat. Huoltoasema-alalla työskentelevistä noin 9.000 työntekijästä noin 4.000 on osaikaisia, joten palvelujen työvoimatarve sopeutetaan henkilökunnan määrää säätämällä. Öljyalan vertikaalisessa tuotanto- ja jakeluketjussa on osoitettu olevan mahdollisesti resurssien **vajaatyöllisyyttä**.

**Arvonmuodostuksen** lähtökohtana tuotanto- ja jakeluketjussa on kysyntä ja tarjonta. Tästä periaatteesta on kuitenkin lukuisia poikkeamia silloin, kun järjestelmään sisältyy rajoittavia tai sääteleviä sopimuksia, kuten kilpailunrajoitukset, työmarkkinasäädökset ja lainsäädäntö. Öljytuotteiden kaupassa arvonmuodostusta säätelevä tekijä on OPEC, ja samanlaisessa merkityksessä voidaan tarkastella etenkin 2000-luvulla lisääntyntä spekulatiivista hinnanmuodostusta. Öljytuotteiden maailmanmarkkinahintojen muutosten taustalla ovat usein olleet suuret institutionaaliset sijoittajat, jotka käyttävät finanssioperaatioissaan raaka-ainejohdannaisia, esimerkiksi öljyfutuureja. Huonosti toimivien raaka-ainemarkkinoiden ongelma heijastuu kilpailuun **spekulaatiokustannuksina**.

#### **4.5 Epäterve kilpailu – vähäisiä vääristymiä vai tietoista vallankäyttöä?**

Tässä alaluvussa esitettyjä epäterveen kilpailun kannalta mielenkiintoisia alueita selvitetään lisää luvussa 6, jossa tarkastellaan jälleenmyyjän kohtaamia tilanteita huoltoasematoimialalla. Uusi markkinoiden rakennetta koskeva kuvio, joka on pelkistetty edellä luetelluista kohdista kuvaamaan epätervettä kilpailua, esitetään kuviossa 10.

KUVIO 10. Markkinoiden rakenne ja käyttäytyminen epäterveen kilpailun oloissa..

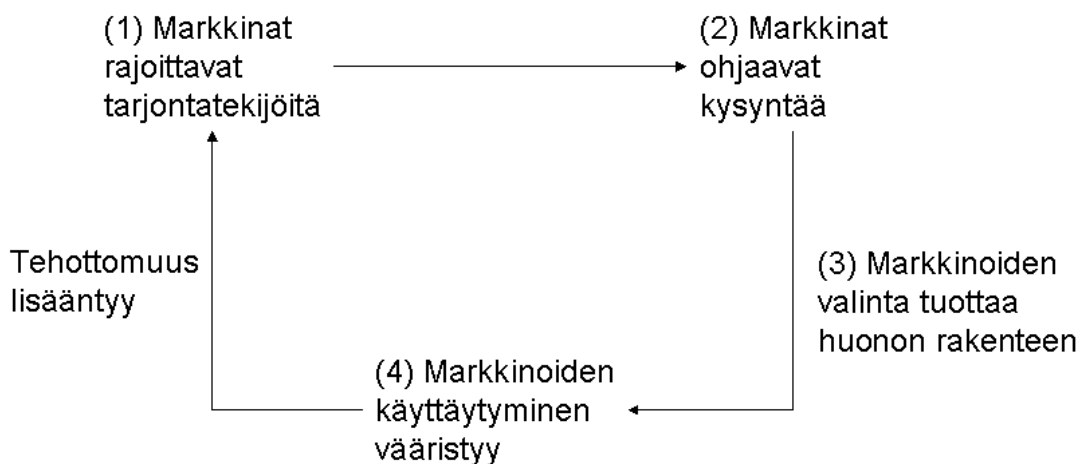


Tarkasteltaessa erikseen takaisinkytkentävaikutuksia toisaalta käyttäytymisen ja markkinoiden rakenteen välillä ja toisaalta markkinoiden rakenteen ja tarjonnan välillä sekä kysyntätekkijöiden ja käyttäytymisen välillä voidaan havaita seuraavaa:

1. Tarjontatekijät eivät enää ohjaa markkinoiden rakennetta, vaan markkinat pyrkivät kontrolloimaan tarjontatekijöitä.
  2. Markkinoiden kilpailua estävä rakenne pyrkii ohjaamaan käyttäytymistä.
  3. Kun markkinoiden käyttäytymistä ohjataan epäterveellä tavalla, kysyntään tulevat väärät signaalit, jotka vääristävät edelleen markkinoiden rakennetta.
- Näiden seikkojen tuloksena markkinat toimivat tehottomasti:
4. Markkinoita rasittavat resurssien tehoton käyttö, organisaatioiden sisäinen tehottomuus lisääntyy ja markkinoille syntyy ylimääräisiä kustannuksia.

Mikäli hyväksytään kohdan 1 mukainen tulkinta tarjontatekijöiden epäedullisesta vaikutusmahdollisuudesta markkinoiden toimintaan, palataan Uusitalon (Elsterin) esittämään markkinoiden funktionaaliseen selitykseen: markkinat toimivat siinä mukana olevia suojusten siten, että tarjontatekijät pysyvät mahdollisimman suotuisina markkinoilla läsnä oleville osapuolille. Vastaavasti, kun kohdan 2 ja 3 mukainen ohjaus tulkitaan markkinoiden autonomiseksi toiminnaksi epäterveen kilpailun vallitessa, saadaan funktionaalinen toimintakuvaus (kuvio 11) epäterveelle kilpailulle. (vrt. Kuvio 1, s. 11)

KUVIO 11. Huonosti toimivat markkinat vahvistavat epätervettä kilpailua.



Epäterve kilpailu määritellään edellä olevan perusteella ryväskäsitteen avulla. Niiniluodon mukaan Putnamin kutsumat termit, joiden alaan kuuluvat oliot ovat perheyhtäläisiä, ovat



”ryvästermejä” ja vastaavat käsitteet ”ryväskäsitteitä” (Niiniluoto 1980, 169-170). Tätä ajatuskulkua soveltaen mikään ryvästermin (esimerkiksi ”epäterve kilpailu”) ominaisuus ei yksinään määrittele ilmiötä, mutta sen määrittämiseen riittää todennäköisesti riittävän suuri joukko luettelo ominaisuuksia, jotka tunnistetaan yhdessä ilmiöön liittyväksi. Tutkittavan ilmiön määrittelyssä voidaan jopa ajatella, että kyse on ”sääntöryväskäsitteestä”, mikäli se voidaan identifioida kilpailua tai kilpailun vastakäsitettä kuvaavan tunnusmerkistön avulla. Tässä mielessä on kiintoisaa, että kilpailulainsäädännössä käytetty termi ”terve ja toimiva taloudellinen kilpailu” on määrittelyltään hyvinkin avoin. Mikäli pyritään määrittelemään ”epäterve kilpailu” samoilla menetelmillä kuin lainsäädäntötyössä esiintyvä positiivinen termi, joudutaan hyvin vaikeisiin rajauksiin – avoimen termin vastatermin ”liikkumavara” olisi ilmeisesti hyvin pieni!

Seuraavaksi tarkastellaan huoltoasema-alaan tarkemmin markkinaympäristönä (luku 5) ja pehdytään toimialalla esiintyviin epäterveisiin ilmiöihin (luku 6). Tämän jälkeen voidaan täsmentää käsitteen sisältö yhdellä toimialalla (yhteenveto ja johtopäätökset, luku 7). On varsin mahdollista, että muilla vertikaalisesti integroituneilla toimialoilla etenkin kaupan, kuljetusten ja palveluntuotannon piirissä kyetään muodostamaan vastaavia käsiteryyppeitä.

## **5 HUOLTOASEMA-ALA MARKKINAYMPÄRISTÖNÄ**

### **5.1 Huoltoasema-alan markkinoiden kehitys**

#### **5.1.1 Öljyn kysyntä ja tarjonta maailmanmarkkinoilla**

Historiallisesti öljymarkkinat globalisoituivat ensimmäisen kerran, kun ”seitsemän sisarusta” löysivät toisensa ja ryhtyivät säätelemään yhteisin toimin markkinoita. Yhdysvaltain ja brittiläisen kansainyhteisön toimet johtivat Iranin (Persia) öljyntuotannon valtaamiseen. Sitten 1980-luvun suurvaltapolitiikan painopisteet ovat entistä enemmän seuranneet öljyesiintymiä kuin muuta geopolitiikkaa. Viimeinen maailman öljynkulutuksen kasvusysäys 2000-luvun alkupuolella on peräisin Kiinan energiatarpeen tyydyttämisestä. (EIA 2006)

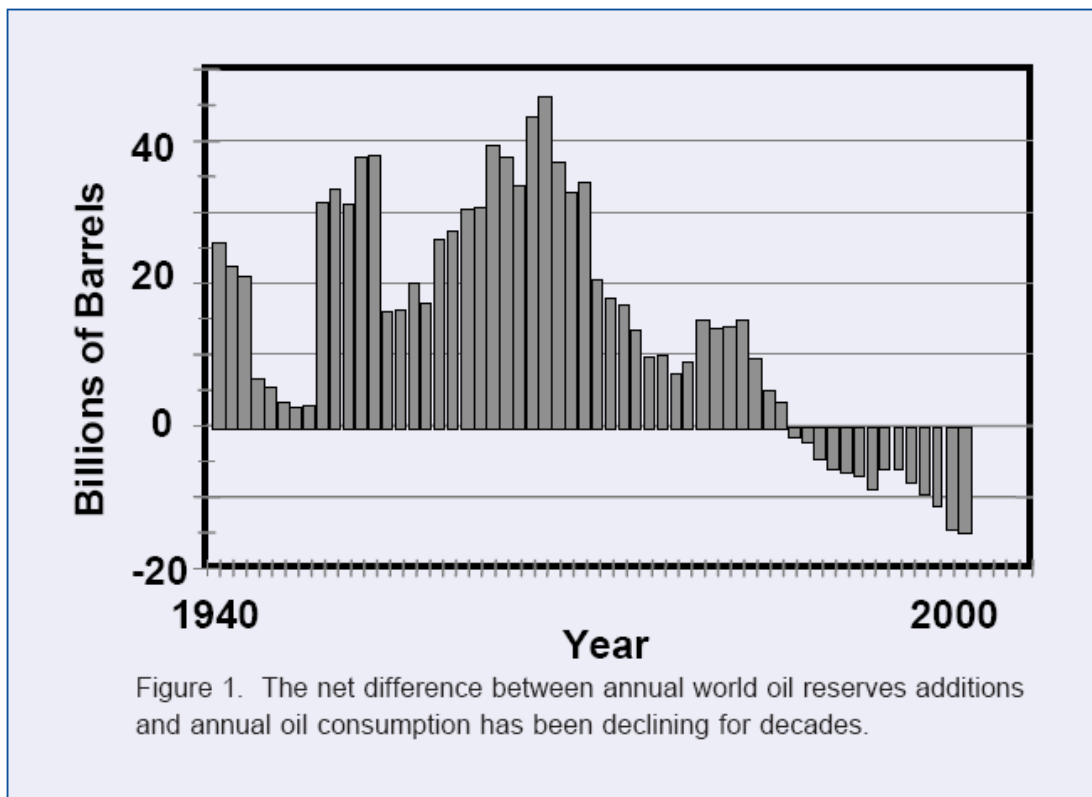
Öljyn tuotannosta noin kolmannes on peräisin OPEC-maista, jonka edustajilla on ollut tapana valvoa jäsentensä öljyntuotantoa. Tunnetuista öljyvaroista suurimmat ovat Saudi-Arabiassa ja Venäjällä. Raakaöljyn hinta on noussut 2000-luvulla OPEC-maiden tavoitehintatasosta 22-28 dollarista tynnyriltä yli 60 dollariin tynnyriltä. Pitkäaikainen öljyn hinnan keskiarvo vuoden 2006 rahassa on noin 22 dollaria tynnyriltä. Öljynjalostuksessa käytetään puhtaudeltaan erilaatuisia raakaöljyjä. Polttoaineiden puhtautta on säädetty USA:ssa ja EU:ssa siten, että jalostamoiden tuotevalikoimissa ja tuotantotekniikoissa on tapahtunut erilaistumista. Jalostusteknologian kehittyminen on tehnyt mahdolliseksi käyttää tehokkaasti myös runsaampirikkisiä syöttöaineita. Maailman öljynjalostuskapasiteetti vuonna 2005 oli hieman yli 4.200 miljoonaa tonnia (Öljyalan Vuosikirja 2005).

Maailman öljyntuotanto vuonna 2006 oli lähes 4.000 miljoonaa tonnia. Suomi käytti tästä 9,1 miljoonaa tonnia. Öljyn osuus energian kulutuksesta on noin 40 %. Öljyalan toimijoiden, kansalaisjärjestöjen ja poliittisten päättäjien välillä käydään yhä laajempaa keskustelua öljyvarojen riittävydestä. Joidenkin arvioiden mukaan öljyn kulutus saavuttaa huippunsa noin kymmenen vuoden kuluttua. Todettujen öljyvarojen on arvioitu vastaavan seuraavien noin 40 vuoden kulutusta. Tämän lisäksi öljyksi hyödynnettäviä lähteitä ovat esimerkiksi öljyliuskeet

ja öljyhiekat, joiden on arvioitu vastaavan jopa useamman sadan vuoden kulutusta. (Öljyalan Vuosikirja 2007, 6.)

Öljyn tuotannon huipun saavuttaminen ("peaking") on eräissä keskusteluissa ymmärretty ilmeisesti väärin. Tuotannon huippu perustuu kunkin öljylähteen tuotannon vaiheisiin: alussa tuotanto nousee, sitten se saavuttaa huipun ja lopuksi laskee. Öljykentillä on elinkaaria, joiden pituudet ovat vuosikymmeniä, ja tuotannon huippu ajoittuu tyypillisesti noin vuosikymmenen päähän kentän löytämisestä. Tuotannon huipun saavuttaminen ei sen vuoksi tarkoita, että öljy loppuu. Huipputuotanto on öljykentän suurinta tuotantotehoa kuvaava käsite. Öljyesiintymien löytämisen ja öljyntuotannon välistä suhdetta esittää kuvio 12. Maailman öljyntuotannossa tapahtuu suuressa mittakaavassa tämän vuoksi samaa kuin yksittäisten öljykenttien tuotannossa. Nykyisin öljyntuottajamaiden järjestön OPECin ennusteet kuitenkin varoittavat, että öljyn tuotanto ei riitä vastaamaan kysyntää 10-15 vuoden kuluttua. (Hirsch 2005.)

KUVIO 12 Öljyreservien vuotuisen lisäyksen ja öljyn vuotuisen kulutuksen erotus on vähentynyt vuosikymmenien ajan. (Lähde: Hirsch 2005)



Tuotevalikoiman muutokset ulottivat jo 1900-luvun alussa vaikutuksensa autoteollisuuteen ja ympäristöön, kun lyijy otettiin käyttöön bensiinin puristuskestävyyttä parantavana lisäaineena. Alun perin polttomoottorista saatavaa tehoa parannettiin alkoholilla, mutta lyijyn käyttö johti voittojen kasvamiseen, ja autoteollisuus painostettiin valmistamaan moottoreita, joiden puristusta nostettiin lyijyllä. Dieselmoottorin jäätyä teknologisessa kehityksessä jälkeen bensiinimoottorista kulutustottumukset ovat ohjanneet tuotteiden kysyntää siten, että juuri bensiiniä valmistetaan runsaimmin henkilöautojen tarpeisiin. Tämä suuntaus on nykyisin muuttumassa Euroopassa siten, että dieselautojen kysyntä lisääntyy. Öljyriippuvuuden ja öljytuotteiden ympäristövaikutusten vähentämiseksi USA:ssa ja EU:ssa on hyväksytty tavoiteohjelmat uusiutuvien energiamuotojen käyttöönotosta ja biokomponenttien sekoittamisesta polttoaineisiin.

### 5.1.2 Öljyn tuotanto, jalostus ja jakelu

Öljytuotteiden kaupassa vertikaalinen integraatio tapahtuu tuotannon ja jalostuksen eri vaiheiden kautta Kuvion 13 esittämällä tavalla:

KUVIO 13 Öljytuotekaupan vertikaalinen integraatioketju. (Barrera-Rey 1995).

$$P \rightarrow T^c \rightarrow R \rightarrow T^p \rightarrow M \rightarrow C$$

Tässä P tarkoittaa raakaöljyn tuotantoa,  $T^c$  raakaöljyn kuljetusta, R jalostusta,  $T^p$  jalostettujen tuotteiden kuljetusta, M markkinointia ja C kulutusta. Barrera-Rey (1995, 14) ottaa öljyntuotannossa esiintyvän vertikaalisen integraation tehokkuutta koskevassa tutkimuksessaan jalostuksen (R) öljyteollisuuden toiminnalliseksi ytimeksi ja tarkastelee vertikaalisen integraation vaikutuksia tähän perustuen. Hänen mukaansa yrityksen päätös integroitua vertikaalisesti perustuu sen toimintatapaan ja tavoitteeseen sivuuttaa markkinat. Yhdysvalloissa toimivien öljy-yhtiöiden toimintaan vuosina 1974-94 kohdistuneen tutkimuksen mukaan vain 11 % yhtiöistä oli kaikille toiminnan tasoille täysin integroituneita, ja peräti 68 % yhtiöistä toimi vain yhdellä teollisuuden portaalla. Puoli-integroituneita olivat ne 21 % yhtiöistä, jotka toimivat kahdella tai kolmella tasolla (mt., 18). Tutkimustulosten mukaan integroituneen yhtiön markkinavoima vähentää tehokkuutta, samoin suuri koko ja laaja tuotevalikoima. Jalostuska-

pasiteetin lisäys noususuhdanteessa parantaa toiminnan tehokkuutta. Korkeampi integroitumisaste on tehokasta tuotannon ja jalostuksen yhdistyessä, kun yhtiö harjoittaa myös raakaöljyn kuljetusta. (Barrera-Rey 1995, 48-49.)

Suomeen tuotava raakaöljy on 2000-luvulla ollut peräisin lisääntyvässä määrin Venäjältä. Vuonna 2005 Venäjältä tuotiin noin 8,5 milj. tonnia raakaöljyä (80 % koko tuonnista) ja noin 2,0 milj. tonnia kaasuöljyä (81 % kaasuöljyn tuonnista). Suomen öljytuotteiden yhteenlaskettu tuonti vuonna 2005 oli noin 16 milj. tonnia ja vienti noin 4,9 milj. tonnia. Venäjän tuonti vastasi määrältään Suomen öljynkulutusta, joka oli noin 10,7 milj. tonnia. (Öljyalan Vuosikirja 2005.)

Öljytuotteiden jakelu teollisuudelle ja kuluttajille tapahtuu Suomessa lähes kokonaan säiliöautoilla. Poikkeuksena ovat maakaasu ja eräät lämpölaitokset ja osa teollisuutta, joka voi ottaa vastaan laivatoimituksia tai joiden kannalta junakuljetus on sopivin vaihtoehto. Bensiinin tuonti on ollut viimeisten 10 vuoden aikana hyvin vähäistä, noin 15-20 % kulutuksesta. Jakeluverkostoa varten Suomessa on satamavarastoja, jotka ovat yleensä samalla yleisiä tullivaraistoja, joissa polttonesteiden varastointi on mahdollista valmisteveroa suorittamatta. Varastojen omistajina ovat öljy-yhtiöt ja teollisuus. Valmisteverovelvollisia tukkumyyjiä on noin kymmenen. Polttoaineverojen maksuaika antaa tukkuyhtiöille mahdollisuuden rahoittaa pääosan myynnistään.

## **5.2 Huoltoasema-alan ohjaus, säätely ja kilpailu**

Markkinoiden toimivuutta arvioidaan usein polttoainekaupassa. Kun Suomen kilpailuvirasto perustettiin nykyisessä muodossa vuonna 1988, keskustelu painottui vapaan kilpailun toimivuuteen vähittäisportaassa. Tukkuhintoihin kilpailu ei itse asiassa ulottunutkaan, sillä maahantuonti vapautui vasta Euroopan integraation kynnyksellä 1991. Eräs ilmentymä tästä kilpailupaineesta oli julkisuuteen syntynyt ”kartelligenre” – huoltamoala nähtiin julkisuudessa kilpailuasioissa niin mustavalkoisena, että hintasodan ja hintasovun välillä ei tuntunut olevan mitään vaihtoehtoja. Toisaalta huoltamoalan sopimusolosuhteet muuttuivat vaivihkaa ilman, että sitä otettiin huomioon julkisuudessa. Tällainen olosuhdemuutos oli komissiosopimusten käyttöönotto. Jo ennen Euroopan integraatiokehityksen alkamista ja tuonnin vapauttamista

öljy-yhtiöt ryhtyivät verkostojen rakennemuutokseen, jonka tuloksena vuosina 1990-1995 syntyi lähes 500 miehittämätöntä polttoaineautomaattia, ja miehitettyjen asemien lukumäärä aleni samalla lähes samalla määrällä. Näin kilpailuolosuhteiden ratkaisevin muutos, hinnoitteluvallan siirtyminen vähittäiskaupasta tukkukauppaan tapahtui käytännössä vuosina 1984-1995. Kun EU:n rajat avautuivat ja unionin lainsäädäntöä ryhdyttiin soveltamaan, huoltoasema-ala oli virittäytynyt kansainvälisten suuryhtiöiden ohjaukseen.

Huoltoasema-alan näkökulmana yksittäinen yrittäjä kykeni 1990-luvulta alkaen vaikuttamaan entistä vähäisempään osaan liiketoiminnastaan. Sopimusmuutokset, liikepaikkojen hallinta ja saatavuus, tukkuyhtiöiden operointi jälleenmyyjinä ja eri tavoin esiintyvä kireä kilpailutilanne johtivat tilanteeseen, jossa yksityisen yrittäjän kokemaa kilpailu oli kovaa, kohtuutonta, ehdotonta ja olosuhteiltaan vaikeasti muutettavissa. Tuotteiden laatu muuttui 1990-luvulla siten, että lyijytön bensiini poistui markkinoilta ja tuotteiden rikkipitoisuus aleni voimakkaasti. Suomessa sovelletut, Euroopan kehitykseen nähden etuajassa sovelletut puhtausmääräykset johtivat tilapäiseen Nesteen määräävän aseman vahvistumiseen, jota lisäaineiden avulla toteutettu differointistrategia täydensi. Tämä esti vaihtoehtoisten tuottajien pääsyn markkinoille ja kotimainen öljynjalostus sai lisää aikaa sopeutua eurooppalaiseen kilpailuun. Tämä toimintatapa yhdessä 1990-luvulla todetun Nesteen määräävän markkina-aseman kanssa esti myös jälleenmyyjäportaan tehokkaan organisoitumisen tukkumyyjien ylivallan vähentämiseksi. Tästä konkreettisin esimerkki oli SEO:n kilpailuoikeudellinen taistelu Nestettä vastaan vuodesta 1993 vuoteen 2002 saakka.

Huoltoasema-alalla keskeisenä tekijänä on ollut liikepaikkojen rakentamista ohjannut lupapolitiikka. Jakeluaseman sijoittamista koskevat rakennus- ja ympäristöluvut, polttonesteiden varastointia koskevat erityiset sijoitus- ja turvamääräykset ja huoltoasemien myymälöiden tuotevalikoimaa koskevat säädökset ovat vähittäiskaupan liikeaikalaisissa. Huoltamoiden liikepaikkojen luvat myönnettiin 1990-luvun alkupuolelle saakka lääninhallituksissa. Kaavoitusmenettelyn vapautuminen 1990-luvun alussa hajautti ensin vapaakuntakokeilun puitteissa ja sitten kaavoitusta koskevan lainsäädännön myötä päätösvallan kuntiin.

Ympäristöministeriö totesi kirjeessään Tampereen kaupungille vuonna 1994, että perusteilla olevat uusimmat miehittämättömät asemat on rinnastettava rakentamista koskevia määräyksiä koskevan ohjeen mukaiseen moottoriajoneuvojen huoltoasemaan. Tämän kannanoton pe-

rusteella ministeriö ohjasi myös miehittämättömien jakeluasemien perustamista vaatien niiden sijoittamista asemakaavan mukaisille tonteille (LH) tai käsittelemällä hanketta koskeva poikkeuslupa. (Ympäristöministeriö 1994.) Ohjaus jatkui vuonna 1995, jolloin täydennettiin maininnalla, että miehittämätön tai muuten pieni huoltoasema on mahdollista sijoittaa paikkaan, jossa ei ole riittävästi tilaa tai muita kaavallisia edellytyksiä täydenpalvelun sisältävälle suurelle huoltoasemalle. Ministeriö patisti erityisesti suurempia kuntia laatimaan selvityksiä huoltoasemille soveltuvista paikoista. (Ympäristöministeriö 1995.)

### **5.3 Huoltamoalan kehitysjaksot Suomessa**

Polttoainekaupan markkinoiden vapautuminen säännöstelystä asteittain on ollut Suomen markkinoiden tyypillinen piirre sotien jälkeen. Kotimaisen jalostamotoiminnan aloittaminen ja sen suojaaminen ulkomaankauppapoliittisilla ratkaisuilla ja monopolisuojoilla muodostivat rakenteen, jossa Neste Oy jalosti ja ulkomaiset yhtiöt (Shell, Esso, Teboil, Gulf, BP) markkinoivat polttoaineet. Kotimaisten jakeluketjujen nousu 1960-luvulla tarjosi samalla markkinoiden kasvun kanssa uusia toimintamahdollisuuksia alan yrittäjille (Union, Kesoil). Kehityslinjojen kuvaukseen liittyvää dynamiikkaa voidaan arvioida ulkoisten ja toimialan sisäisten tekijöiden avulla. Tämä esitetään kehityslinjakuvauksen jälkeen.

Suomen polttoainekaupan keskeiset kehityslinjat on esitetty taulukossa 1. Siinä esitetty yrittäjän suojauskustelu (1981) ulottuu vuonna 1978 asetetusta yrittäjän suojoitoimikunnasta samaa asiaa käsitelleen seurantatyöryhmän työhön 1984. Sopimusehtojen kohtuullistamiseen tähdännyt vaikuttaminen sai rinnalleen markkinoiden asteittaiseen vapauttamisen vuodesta 1984 vuoteen 1991, jolloin maahantuonti vapautui. Suomen markkinoiden viimeaikojen suurin muutos on kuitenkin rakenteellinen, sillä 1990-luvulla alkoi voimakas automaattisten jakeluasemien yleistymisen. Tätä kehitystä ja sen vaikutusta liikepaikkojen jakautumiseen on tarkasteltu luvussa 6.1.1.

TAULUKKO 1 Huoltamoalan kehitysjaksot Suomessa 2. maailmansodan jälkeen.

vuosi	kansallisesti merkittäviä tapahtumia	toimialan tapahtumia	vaikutuksia ja ratkaisuja
<b>1. jakso</b>	<b>"Kansallinen nousu" 1945-66</b>		
1952	Olympiakisat	Esso Dealer ry perustettiin	
1957	Öljynjalostus Suomessa alkaa, Naantalin öljynpuhdistamo	Neste aloitti, raakaöljy idästää	
1961	EFTA	SBL ry perustettiin	Autojen määrä kasvuun
1965	Uusi Porvoon jalostamo käyttöön		Jalostus lähes 100 % kotimaista
<b>2. jakso</b>	<b>"Vaikeuksien vuodet" 1967-80</b>		
1967	iso devalvaatio	31,25 %	Hintojen nousu
1969	kioskiasetus		Myyvälävalikoima kasvoi
1970	öljykriisi1	ÖKL perustettiin	
1973	EEC	Vapaakauppasopimus	
1979	Tuontikaupparahasto/N-liitto	Teboil/SP omaa tuontia	
1980	öljykriisi2	Irakin sota supisti öljyn saantia	Hinnankorotukset, sääntely
<b>3. jakso</b>	<b>"Yrittäjien yhteistyö ja tuonnin avautuminen" 1981-92</b>		
1981	Yrittäjänsuojakeskustelu 1981-86	mietintö ja seurantar ryhmä	sopimuksia uudistettiin
1984	Elinkeinohallitus vapautti säännöstelyä	Kauppiasmarginaali + 6 p/l	Komissio-asemat (Shell, Esso)
1986	Elinkeinohallitus vapautti lisää	Huolto- ja tukkuhinnat vapaiksi	
1988	KIVI aloittaa	Jalostamohinta vapaaksi	SBL aloitti hintatutkimukset
1990	Neste-fuusiot (Union, Kesoil, Finnoil) 1989-92	Nesteen markkinaosuus 45 %	Saneeraus, automaatiit kasvuun
1991	Tuontivapaus	Shell, Esso maahantuojina	Nesteen jalostamohinta aleni
1992	ETA-sopimus	EU:n kilpailumääräykset	Kauppiassop. enint. 10 vuodeksi
<b>4. jakso</b>	<b>"Saneeraus ja keskitys" 1993-2005</b>		
1993	Kauppiassopimusten uusiminen	Ketjujen sisäiset neuvottelut	Komissiosopimukset/ OH-sop.
1995	EU-jäsenyys	Kioskiasetus kumoutui	Konseptimyyvälät syntyvät
1998	Ympäristömääräykset Ktm 415/98: 2002 loppuun mennessä	Puhdistusvelvoite	Asemien maaperä kuntoon
1999	Fuusio Neste+IVO	Fortum	Energiamarkkinat uusiksi
1999	Ilmansuojelulaki	VOC talteen	Höyryputkistot asemille
2000	EU ryhmäpoikkeusasetus	sopimusmääräykset	max 5 vuoden kausia
2001	Sunnuntaiaukiolosta uusi laki	Elintarvikelähikaupat 400 m <sup>2</sup>	Oheismyyntin kilpailua lisää
2002	Euro valuutaksi	Hintailmoituksien uusiminen	Kuluttajien hintasokeus
2003	Uudet tuontiyhtiöt ja satamat	NEOT/ABC, St1; SEO/Loviisa	Tuontivalmiudet kasvussa
2004	Rikkipitoisuuden muutokset	B/D 10 ppm, POK 1000 ppm, Lukoil TB:n omistajaksi	Erilliskuljetukset POK/B+D
2005	Fortum jaetaan takaisin öljyyn ja sähkөөn	Neste Oil Oyj pörssiin	
2006	Laki biopolttoaineen sekoittamisvelvoitteesta, Neste Oil aloittaa biodiesellehtaan rakentamisen, St1 perustaa Biofuels-yhtiön bioetanolin valmistamiseksi	Esso SOK:lle, osa St1:lle, JET Lukoilille (TB), Shellin asemia jälleen kauppiaille	



Kehityksen piirteistä ulkoisia tekijöitä ovat ulkomaankaupan muutokset (EFTA, EEC, ETA/EU), poliittiset muutokset (Neuvostoliitto, Baltian itsenäistyminen), öljytalouteen ja tuotantoon liittyvät poliittiset muutokset (OPEC, Pohjanmeri, öljykriisit, ympäristöasiat, KIOTO) ja öljy-yhtiöiden omistukseen liittyvät muutokset (ExxonMobil, ConocoPhillips, TotalFinaElf, Venäjän öljy-yhtiöiden muutokset, Jukos, Lukoil).

Huoltamoalan sisäisistä tekijöistä merkittävimpiä on ollut kotimaisten jakeluketjujen omistusten keskittyminen Neste-ryhmään. Union-asemien siirtyminen Nesteelle tapahtui Hankkijan ajautuessa taloudellisiin vaikeuksiin. Samoin valtion puoliksi omistama Finnoil siirtyi kokonaan Nesteen omistukseen EKA-yhtymän saneerauksen myötä. Viimeisenä perinteisistä kotimaisista jakeluketjuista Nesteeseen yhdistettiin Kesoil-verkosto. Öljy-yhtiöiden omistuksen ja ohjauksen lisääntyminen on tapahtunut samanaikaisesti useilla tavoilla.

Tietotekniikan käyttöönotto huoltoasemilla on ollut muuhun kaupan alaan verrattuna nopeaa, esimerkiksi uusien maksukorttien käyttöönotossa huoltoasemat ovat aina olleet edelläkävijöitä. Ulkomaisten öljy-yhtiöiden strateginen ohjaus siirtyi kuitenkin 1990-luvulta alkaen etäälle Suomen markkinoista, esimerkiksi Essoa ohjattiin Norjasta ja Euroopan yksiköstä, Shellia Kööpenhaminasta ja Hampurista ja JET-ketjua Kööpenhaminasta.

Yrittäjien yhteistyövaiheeksi kuvatulla kaudella 1980-luvulla ja 1990-luvun alussa kauppiaat neuvottelivat järjestöjensä avustuksella liiketoiminnan sopimusehdoista öljy-yhtiöiden kanssa ja tuotevalikoimaa koskevaan säätelyyn ja kilpailunrajoitukseen liittyvistä kysymyksistä. Periaatteellisesti merkittävimpiin kuului jälleenmyyjän oikeus myydä huoltoasemalta useiden voiteluöljytoimittajien tuotteita. Tämä oikeus vahvistettiin lopullisesti KHO:n päätöksellä 1993.

Suomen kilpailuolosuhteiden keskeinen muutos oli tuontimonopolin poistaminen. Tämä vaikutti kilpailutilanteen lisäksi yksityisten kauppiaaverkostojen vahvistumiseen ja pyrkimykseen perustaa riippumattomille kauppiaille oma tuontikanava. Jäsenkauppiaidensa omistaman suomalaisen SEO:n markkinaosuus nousi 1990-luvulla lähelle seitsemää prosenttia. Myös SEO-verkostosta irtaantuneiden parin kymmenen muodostaman yhtiön Suomen Polttoaine Oy:n onnistui neuvotella itselleen toimitussopimus. Tämän pienen ketjun (SUPA) toiminta päättyi vuonna 2004.

Niin ikään SEO:sta itsenäiseksi toimijaksi siirtynyt yksityinen Risto Rämän omistama Ritoil Oy kykeni hankkimaan polttoainetta vapailta markkinoilta. Risto Rämä rakennutti Kotkan satamaan myös oman varastoterminaalin. Ensimmäisenä suurista öljy-yhtiöistä riippumattoman tuonnin aloitti Greenergy Baltic Oy, joka ryhtyi myymään tuomaansa polttoöljyä Suomen markkinoille. St1-ketju avasi vuonna 1997 oman tuontiterminaalinsa Kotkassa ja vuonna 1998 Porissa. SEO aloitti polttoöljyn tuonnin rautateitse Lahdessa sijaitsevaan jakeluterminaaliiin niin ikään vuonna 1998.

Tiedotusvälineiden suhtautumista huoltoasema-alaan tämän kirjoittaja on tarkastellut Kauppalehdessä vuosina julkaistuja kirjoituksia analysoimalla. Aiheeksi oli valittu 68 huoltoasema-alan kilpailua koskevaa Kauppalehden artikkelia vuosina 1988-2005. Tarkastelutapana käytettiin kehysanalyysia ja aineiston perusluokittelun jälkeen tehtiin analyysia varten tarkentava luokitus. Uutiset olivat kilpailuun liittyviä, toimialan muutoksiin liittyviä tai yrittäjätoimintaa koskevia, ja toinen luokitus tehtiin sen mukaan, miten uutinen vaikuttaa toimijoihin ja kehyksessä osallisiin. Huoltoasema-alaa koskeva kirjoittelu ”suurten muutosten vuosina” oli lisääntynyt ja monipuolistunut sitä mukaa, kun uusia toimijoita oli ilmaantunut ja alan rakenteellisia kysymyksiä oli sekä tiedotettu julkisuuteen että uutisvälineiden omin keinoin tutkittu ja käsitelty. Pääosin huoltamoalaa koskeva kirjoittelu oli kehittynyt myönteiseen suuntaan, erityisesti monet yrittäjien käytännön toimintaa ja menestymistä koskevat artikkelit suuntasivat runsaasti alan toimijoita vahvistavaa tiedotusta lukijoille. Yrittäjäorientaatiota korostaneet artikkelit lisääntyivät tarkastelujakson jälkipuoliskolla. Yrittäjiä koskevat jutut olivat myös voittopuolisesti myönteisiä. Sen sijaan kilpailuun liittyvät tarkastelut olivat kauppiaiden ja öljy-yhtiöiden kannalta kriittisiä ja enimmäkseen heikensivät toimijoiden tilannetta. Muutostilanteista kirjoitetut artikkelit olivat sekä positiivisia että negatiivisia. Merkille pantavaa on, että viimeisen viiden vuoden kuluessa tarkastellut artikkelit ovat olleet voittopuolisesti myönteisiä ja niiden määrä on lisääntynyt. (Laitinen 2005b.)

## 6 EPÄTERVE KILPAILU HUOLTOASEMA-ALALLA

### 6.1 Epäterveen kilpailun piirteet huoltoasema-alalla

Epäterveen kilpailun taustatekijöiden yhteyksistä esitetään kuvio 14, jossa ovat keskeiset polut tunnettujen jälleenmyyjien kokemien ongelmien paikallistamiseksi. Neljän pääryhmän kysymykset käsittelevät liikepaikkojen saatavuutta (tarjontaongelma), kireää hinnoittelua (käyttäytymisongelma), tukkuyhtiöiden kilpailua jälleenmyyjien kanssa ja sopimusongelmia (rakenneongelma). Näiden lisäksi on joukko tukkuportaalla ilmeneviä kilpailuun vaikuttavia kysymyksiä, jotka estävät brändien välistä kilpailua (kysyntäongelma).

KUVIO 14 Epäterveen kilpailun taustatekijöiden yhteydet eri markkinatekijöihin.



Epäterveen kilpailun mittaamisen ja asioiden keskinäisen tärkeyden suhdetta on arvioitava yhdistelemällä huoltoasema-alalla vallitsevia pitkän ajan kuluessa syntyneitä toimintatapoja. Eri tekijöillä on myös keskinäisiä kytkentöjä, kuten kauppiaille asetetun hankintahinta, joka perustuu öljy-yhtiön ja kauppiaan väliseen määräaikaiseen yhdeltäostosopimukseen. Kauppias ei voi irtaantua sopimuksesta kesken sopimuskauden, ja häneltä puuttuu usein tarkka tieto,

mihin tekijöiden tukkuhintojen korotukset ovat perustuneet. Näitä tukkuhinnoissa esiintyviä epäjohtonmukaisuuksia on käsitelty öljy-yhtiöiden ja kauppiaiden välisissä neuvotteluissa saamatta kuitenkaan aikaan yleispätevää ratkaisua hinnoitteluongelmaan.

### **6.1.1 Liikepaikkojen saatavuus rajoittunut**

Polttoainejakelun päätuotteet, bensiini ja dieselöljy on luokiteltu vaarallisiin aineisiin, ja niiden jakelua ja varastointia koskevat lukuisat määräykset. Tämän vuoksi polttoainejakelun liikepaikkoja on markkinoilla kulloinkin rajallinen määrä, koska tarkoitukseen soveltuvia tontteja ei saada aina käyttöön riittävästi. Sijoituspaikkaratkaisu oli aiemmin kaava- ja lupapäätös, joka 1990-luvun alkupuolelle saakka ratkaistiin lääninhallituksessa. Kunnallinen päätäntävalta laajeni kaavoitukseen vapaakuntakokeilun myötä 1990-luvun alkupuolella ja lääninhallituskierrös jäi pois, mutta suurimmissa kaupungeissa tällä ei ollut käytännön merkitystä. Sen sijaan maaseutukuntiin ja eräiden valtateiden varsille syntyi liiketoimintamahdollisuuksia myös yksityisille yrittäjille.

Suurissa kaupungeissa liikepaikat ovat valtaosin öljy-yhtiöiden hallinnassa, ja yksityiset yrittäjät ovat saaneet vain satunnaisia tontteja. Ongelma on peräisin huoltoasemien kasvukaudelta 1960-luvulta, jolloin investointitahti oli kova markkinoiden laajentuessa, ja asemien sijoituspaikoista neuvottelivat öljy-yhtiöt kaupunkien virkamiesten ja poliitikkojen kanssa. Suomen Bensiinikauppiaitten Liitossa 1990-luvun puolen välin jälkeen tehdyn selvityksen mukaan 85 % alan liikepaikoista Suomen 20 suurimmassa kaupungissa olivat jakeluketjujen hallinnassa. Liikepaikkojen hallintasuhde on merkittävä markkinoiden toimivuuden kannalta, sillä nuo 20 suurinta kaupunkia merkitsivät 40 % osuutta maamme bensiinimarkkinoista. Esimerkiksi Helsingin kaupunki kieltäytyi luovuttamasta huoltamotontteja yksityisille yrittäjille, mutta Porissa yksityiset yrittäjät saivat tontteja huoltamotoimintaa varten.

Öljy-yhtiöiden omistamat ja hallitsevat huoltoasemat sijaitsivat parhailla liikepaikoilla, ja lisäksi 1990-luvulla alkanut rakennemuutos johti siihen, että valtaosa miehittämättömistä jakeluautomaateista perustettiin öljy-yhtiöiden hallussa oleville tonteille. Kauppiaiden etujärjestö SBL vastusti automaattiasemien sijoittamista kaupunkeihin, kun yksityiset yrittäjät eivät saaneet juuri lainkaan liikepaikkoja, ja ne uhkasivat heikentää olemassa olevien yrittäjävetoisten asemien kannattavuutta ja palveluja. Kilpailuviranomaiset kuitenkin pitivät liiton kirjelmiä

yrityksenä rajoittaa kilpailua ja puolsivat kuntien vapautta päättää itsenäisesti liikepaikkojen jakamisesta. Sen paremmin kunnat kuin kilpailuviranomaiset eivät ottaneet kantaa elinkeino-toiminnan edellytyksiin ja esiin nostettuun liikepaikkoja koskevaan ristiriitaan. Keskustelu johti kuitenkin ympäristöministeriön tarkennettuihin ohjeisiin kuntien kaavoituspolitiikasta ja huoltoasemien sijoittamisesta (Ympäristöministeriö 1994, 1995).

Liikepaikkojen poistumaa vauhditti 1990-luvulla taloudellisen taantumun ja hintakilpailun lisäksi huoltoasemien pilaantuneen maaperän saneerausohjelma SOILI, jonka periaatteiden mukaan osittain julkisilla varoilla puhdistettua liikepaikkaa ei luovutettu huoltoasemakäytön ennen kuin 10 vuotta saneerauksesta oli kulunut. Mikäli suljettu jälleenmyyntipiste haluttiin ottaa käyttöön tuon 10 vuoden kuluessa, toiminnanharjoittaja oli velvoitettu korvaamaan kohteen maaperän puhdistuksesta aiheutuneet kustannukset. SOILI-ohjelmaan on saapunut yhteensä 1334 hakemusta, joista 231 on ollut öljy-yhtiöiden kohteita ja 1103 on haettu öljynsuojarahaston rahoittamaan osuuteen. Soili-ohjelmassa on tutkittu ja kunnostettu käytöstä poistettuja huoltoasema-alueita yhteensä 35 miljoonalla eurolla ja öljy-yhtiöiden rahoittamia kunnostustöitä 24 miljoonalla eurolla. Kunnostustoiminta jatkuu vuoden 2009 loppuun asti Öljyalan Palvelukeskus Oy:n ylläpitämällä organisaatiolla. (Öljyalan Vuosikirja 2007, 44.)

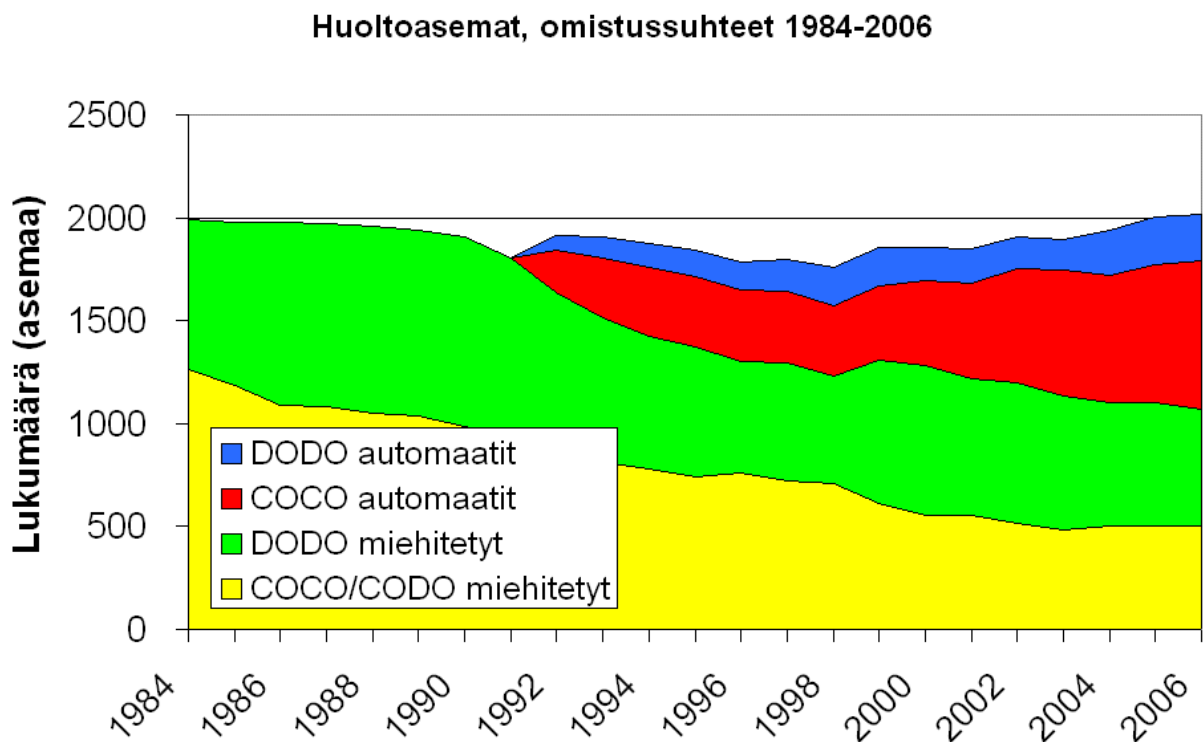
Liikepaikkojen omistussuhteiden kehitystä tarkasteltaessa Kuviosta 15 käy ilmi, että automaattien lukumäärän kasvu on painottunut öljy-yhtiöiden hallinnassa oleviin liikepaikkoihin. Vaikka miehitettyjen asemien lukumäärät öljy-yhtiöiden ja kauppiaiden omistuksessa näyttävät yhtä suurilta 2000-luvun alkaessa, liikepaikkojen laadussa oli merkittävä ero: kauppiaiden omistamat huoltoasemat ovat ensisijaisesti pieniä, ja öljy-yhtiöt hallitsevat parhaita liikepaikkoja ja suurimyyntisimpiä asemia. Kuviosta 15 havaitaan, että 1990-luvun alun lamavuosina alkanut aleneva kehitys asemien määrissä kääntyi uudelleen nousuun vuonna 1999. Pääsyyinä tähän olivat uusien jakeluketjujen ABC:n ja St1:n liikepaikkahankinta.

Automaattien lukumäärän kasvu ajoittuu suureen murrosvaiheeseen 1990-luvulle, jolloin

- tuonti vapautui (1991 alkaen)
- lama supisti kysyntää ja polttoaineiden myyntiä (1992-94)
- Euroopan integraatiokehitys toteutui (1992 alkaen)
- automaattimyyntiin erikoistunut öljy-yhtiö JET aloitti Suomessa (1993 alkaen)
- liikepaikkojen yleinen saatavuus parani kuntien kaavoituspolitiikan myötä (1992 alkaen)

Yksityisten huoltamoalan toimijoiden mahdollisuudet omien liikepaikkojen hankintaan ovat ohjanneet kysyntää öljy-yhtiöiden suuntaan. Eräät öljy-yhtiöt ovat myyneet verkoston järjestyksen yhteydessä liikepaikkojaan kauppiaille. Näin tapahtui 1990-luvulla Neste-verkoston yhdistymisessä, jolloin entisiä Finnoil-, Union- ja Kesoil-asemia tarjottiin ostettavaksi paitsi kauppiaille, myös muille toimijoille, kuten SEO:lle ja St1:lle.

KUVIO 15 Huoltoasemien lukumäärät omistussuhteiden ja jakelutavan mukaan vuosina 1984-2006.



Joulukuussa 2006 julkistettiin Oy Esso Ab:n myynti S-ryhmälle ja St1-ketjun omistajatahoille. Jakeluketjujen välisessä kaupassa oli kysymys siitä, että ABC-ketjulla oli tarve saada liikepaikkoja suurimpiin kaupunkeihin. Vaihtoehdoksi tuli, että uusia liikepaikkoja tavoitellut ketju (S-ryhmä/ABC) osti kokonaan ulkomaisessa omistuksessa olevan öljy-yhtiön suomalaisen tytäryhtiön (Oy Esso Ab) osakekannan. Sen jälkeen ostajayhtiö harkitsi, millaiset liikepaikat soveltuvat sen tarkoituksiin. Tarpeettomat osat ostetun öljy-yhtiön verkostosta ja toimunnoista ostaja myi edelleen toiselle Suomessa toimivalle ketjulle (St1). Näin S-ryhmä ratkaisi liikepaikkaongelmansa ostamalla liikeomaisuutta, joka voitiin muuttaa verkostoa varten ABC-liikepaikoiksi Etelä-Suomen kaupunkikeskustoihin.

Tielaitoksen luovuttaessa moottoriteiden ja moottoriliikenneteiden varsilla olevia alueita yritystoimintaa varten ongelmaksi muodostui pk-yrittäjän kannalta valtion kiinteistöasetus, jonka mukaan irtaimistokiinnityksen hakeminen liitännäisalueella olevalle rakennukselle on kielletty. Tällä ei ole sinänsä mitään muuta erityistä perustetta, mutta se estää tehokkaasti ilman vuokranantajan (valtio) lupaa tehtävät haltijanvaihdokset siinä tilanteessa, että toiminnanharjoittaja lopettaa liiketoimintansa esimerkiksi taloudellisten vaikeuksien tai yrittäjän kuolemantapauksen kohdatessa, puhumattakaan normaalista liiketoimintakaupasta. Eduskunnan kirjalliseen kysymykseen (KK 566, 1990 vp. Särkijärvi) vastatessaan asianomainen valtioneuvoston jäsen vastasi, että valtiovallalle vuokralaisen taloudellisen toiminnan valvonta ja luotettavuus on tärkeämpää kuin yrittäjäisyys.

Tielaitoksen ja valtion kanta tienvarsialueiden liikepaikkojen luovutuksessa merkitsi, että yksityisen yrittäjän olisi tullut hankkia lähes kaksinkertaiset vakuudet kyetäkseen rakentamaan vastaavan liikepaikan kuin suurten öljy-yhtiöiden suunnittelemissa ja tielaitoksen hyväksymissä ratkaisuihin oli. Tielaitos uudisti tienvarsialueiden luovuttamista yrittäjien käyttöön koskevia periaatteita vuonna 1994, mutta se ei merkinnyt moottoriväylien palvelualueiden osalta yrittäjien tasaveroista kohtelua. Suuret palvelualueet nimittäin suunnitellaan pääsääntöisesti väylien toteutuksen yhteydessä, ja aluevaraukset tehdään ennen tien rakentamista. Yrittäjä valitaan toteutuksen alkuvaiheessa, jolloin eri osapuolten toiveet voidaan ottaa huomioon aluetta toteutettaessa. (Tielaitos 1994.)

### **6.1.2 Tukkuportaan toteuttama hinnoittelu**

Kahden vuosikymmenen kuluessa hinnoittelun vapaus on asteittain lisääntynyt. Vielä 1980-luvulla nimelliset jakelupalkkiot olivat korkeita, ja alennuksia asiakkaat saivat automaattialennuksina ja asiakaskorttien kautta. Yritysluottokortit olivat keskeinen markkinointiväline, ja niiden kautta alennuksia myönnettiin runsaasti asiakkaan sitouttamiseksi. Hinnoittelun liikkumavara kapeni merkittävästi 1990-luvun alussa, kun Esso vastasi lisääntyneeseen automaattien alennuskilpailuun myymällä kaikille käteisasiakkaille samalla hinnalla, maksoivatpa he myymälän kassalla tai automaatilla, ja luottokorttiasiakkailta perittiin hieman korkeampi hinta. Tämä merkitsi jakelupalkkioiden yleistä leikkausta 30-50 %:lla. Seuraava voimakas hintakilpailun vaihe ajoittui vuosiin 1993-95, jolloin JET vakiinnutti toimintaansa Suomessa. Yhtiön operatiivinen tulos Suomen markkinoilla oli tappiollinen peräti kuusi

vuotta, vasta vuonna 1999 Suomen Du Pont Jet Oy teki ensimmäisen positiivisen tuloksensa. Kireä hinnoittelu heijastui etenkin yritysten toimintaan etenkin niillä paikkakunnilla, joilla oli asiakaskantaan nähden liikaa huoltoasemia. Tällöin kustannusten sopeuttaminen jouduttiin aluksi toteuttamaan henkilökuntaa vähentämällä ja aukioloaikoja supistamalla.

Komissiosopimusten laajeneva käyttöönnotto johti edelleen jakelupalkkioiden alenemiseen. Kun vuonna 1984 öljy-yhtiön vuokralaisena oleva yrittäjä sai noin 21 p/l (lvv 0 %), hänen jakelupalkkionsa saattoi olla 1990-luvun puolivälissä 15-25 p/l (alv 22 %). Samanaikaisesti bensiinilitran hinta nousi noin 3 markasta lähelle 5 markkaa litralta. Huoltoasemayritysten talouden sopeuttaminen tehtiin pääasiassa henkilöstöä vähentämällä ja yhdistämällä liiketoimintoja, kuten myymälöiden ja kahviloiden kassatoimintoja.

Öljy-yhtiöiden siirtäessä omistamillaan huoltoasemilla hinnoittelun painopistettä alueelta toiselle hintakilpailu voi hetkellisesti olla niin voimakasta, että öljy-yhtiö myy tuotetta halvemmalla suoraan kuluttajille kuin omille, samalla talousalueella toimiville jälleenmyyjilleen. Kilpailun kohtuuttomuuden arviointia on käsitellyt kilpailuvirasto ratkaisussaan eräiden vähittäismyyjien toimenpidepyyntöön. Öljy-yhtiöt sitoutuivat silloin pidättäytymään menetelmistä, jotka asettaisivat jälleenmyyjä tai erityyppisiä sopimuksia – komissiosopimuksia ja omistajakauppiassopimuksia – perusteettomasti eriarvoiseen asemaan. (Kilpailuvirasto 2002.) Ongelma näyttää pahentuneen jälleen vuosina 2004-2006, kun polttoaineiden miehittämättömien jakelupisteiden määrä entisestään lisääntyi.

### **6.1.3 Tukku-yhtiöt vallanneet vähittäismarkkinat**

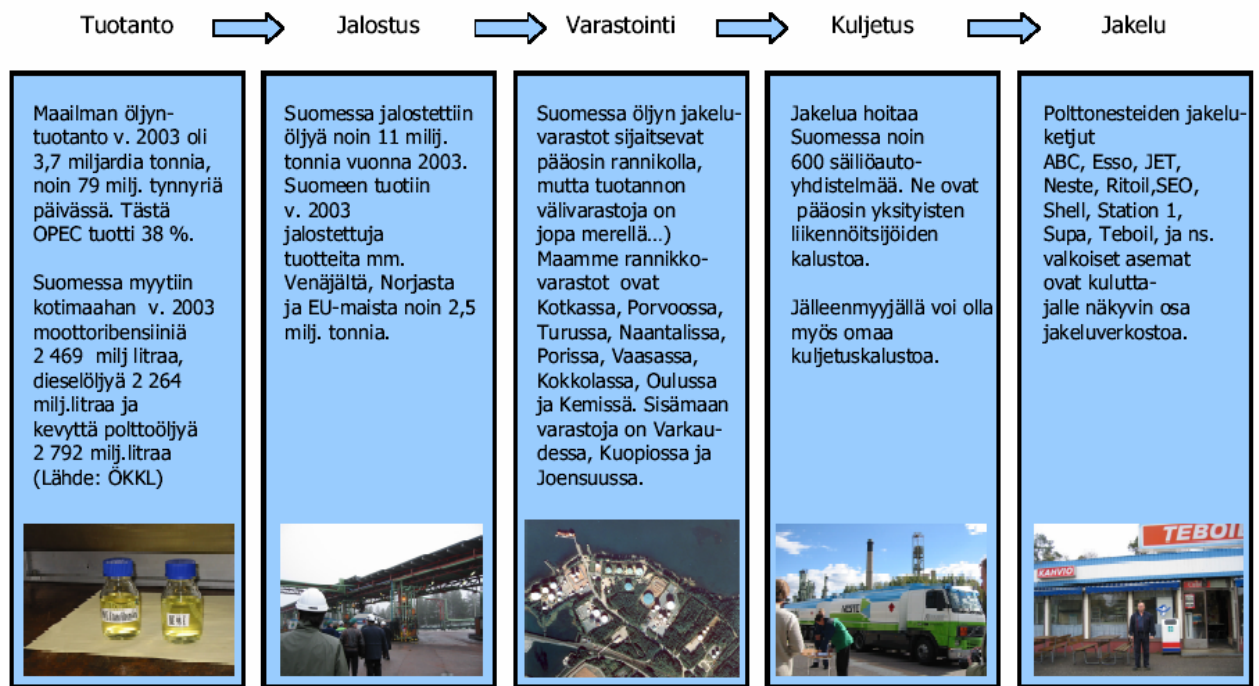
Huoltamoalan vertikaalinen integroituminen on ulottunut useimmissa maissa vähittäiskauppaan saakka. Pisimmälle viedyssä tällaisessa jakeluketjun hallinnassa sama öljy-yhtiö hankkii öljynporauksella raakaöljyn, kuljettaa sen jalostamolle, valmistaa siitä öljytuotteita, varastoi ja kuljettaa ne jakeluasemalle ja myy ne omaan lukuunsa kuluttajalle. Öljytuotteen jakeluketjua havainnollistaa kuvio 16, jossa on kerrottu eräitä piirteitä ja numerotietoja suomalaisesta polttoaineiden jakeluketjusta.

Tukkuportaassa toimivien yritysten keskinäinen kilpailu (inter-brand competition) voi johtaa öljy-yhtiön operoimilla asemilla hinnoitteluun, jossa yhtiön operoimalta asemalta myydään



kuluttajille polttoainetta halvemmalla kuin yhtiö myy ketjun omille jälleenmyyjille. Tukku-  
myyjien tiedossa on melko tarkasti vähittäiskauppioiden hankintahintataso, joten kilpailu-  
lanteessa kauppiaan ostohinnan alittaminen on aina tarkoituksellista. Jalostaja voi myydä  
tuotteita eri hintaan eri tukkuyhtiöille, jolloin syntyy hintasyrjäntätilanne, kuten 1990-luvun  
alussa Neste/SEO-tapauksessa. (esim. Mentula ym. 1998, 114-117.)

KUVIO 16 Polttoaineiden logistiikkaketju. (Lähde: Suomen Bensiinikauppiainien Liitto SBL ry)



Kuvion 16 keskimmaisessä lohkossa on lueteltu Suomessa toimivat öljynjakeluterminaalit. Nämä kaikki ovat toimivien öljy-yhtiöiden omistuksessa, joten markkinoille pääsy edellyttää varastointiyhteistyötä olemassa olevien yritysten kanssa tai uuden terminaalien perustamista. Tähän puolestaan satamissa ei 2000-luvulla ole juurikaan mahdollisuuksia.

#### 6.1.4 Yhteistoimintasopimus jälleenmyyjän valintoja rajoittamassa

Ketju voidaan määritellä vähittäiskaupparportaassa sijaitsevien yritysten ja niiden yhteiselimen muodostamaksi, yhteistoiminnasta tehtyihin sopimukseen perustuvaksi vapaaehtoiseksi yhteenliittymäksi. Kun ketju toimii ryhmittymän pääyrityksen ohjaamalla tavalla eikä ketjussa toimivilla yrityksillä ole mahdollisuutta vaikuttaa pääyrityksen toimintaan, ei ole tarkoi-

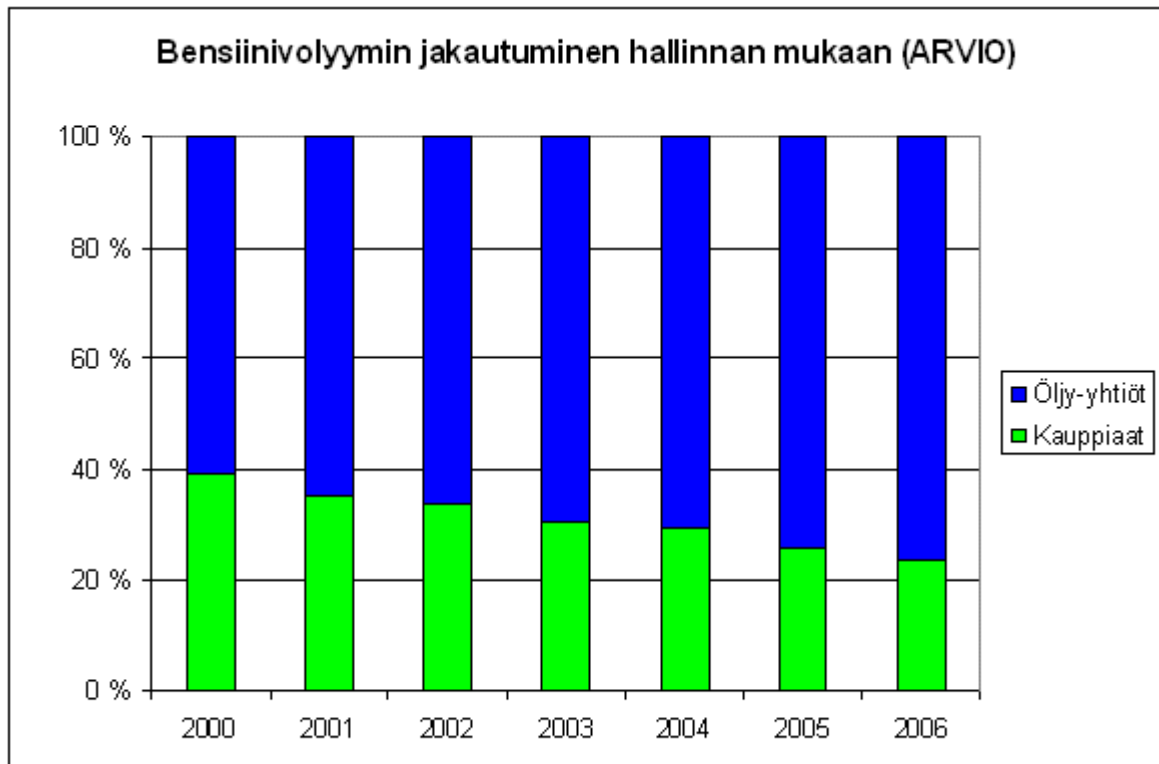
tuksenmukaista puhua yhteiselimestä eikä pääyritys toimikaan samalla tavalla kuin ketjun yhteiselin. Kun ketjun sopimuskumppanit ovat ketjun omistajia, sopimusehdot ovat enemmän tasapuoliset tai ketjuun kuuluvien yritysten etu on tullut enemmän huomioonotetuksi. Ketjumaisen toiminnan ongelmat ovat ketjussa toimivan yrittäjän kannalta arvioituna samanlaiset riippumatta siitä, mikä on toiminnan järjestämistapa. Sekä tukkuporrasjohtoisten että franchising-ketjujen osalta on olennaista, että toiminta on ketjun pääyrittäjän ja yrittäjän välillä järjestetty yhteistoiminta-, yhteistyö- tai franchise-sopimus -nimisellä asiakirjalla. Tällaiseen yhteistoimintasopimukseen sisältyvät samanlaiset keskeiset kohdat kuin franchise-sopimukseen. Tukkuporras järjestää ketjuissa hankinta-, markkinointi-, rahoitus- ja hallinto-yhteistyön, olipa kyseessä vähittäisportaan tai tukkuportaan johtama ketju tai franchising-ketju. (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2002, 42-43.)

Huoltoasemaketjujen yhteistoimintasopimuksista ei ole tehty julkista arviointia. Sopimusten salassapitomääräysten vuoksi niiden lukumäärät ja perusmallit ovat vain pääyrittäjien eli öljy-yhtiöiden, kunkin kauppiaan ja tietyiltä osin kilpailuviraston tiedossa. Sopimusten luonnetta voidaan arvioida huoltamoyrittäjien kilpailuvirastolle lähettämien toimenpidepyyntöjen ja Suomen Bensinikauppiaitten Liitto SBL ry:n julkaisuissa esitettyjen arvioiden perusteella. Huoltoasema-alalla yleisenä käsityksenä pidetään, että omistajakauppiaiden sopimusvelvoitteet ovat lievemmat kuin vuokrakauppiaiden velvoitteet. Erityisesti polttonesteiden hinnoittelussa omistajakauppiat ovat itsenäisiä, vaikka heidänkin keskuudessaan on tehty hinnoitteluoikeudesta luopumista tarkoittavia komissiosopimuksia. Liitteessä 3 on esitetty huoltoasematoiminnan ketjut ja niiden käyttämät sopimustyyppit vuosina 1984-2006. Sopimustyyppien arviointi perustuu tutkimuksen tekijän kokemuksiin ko. ajalta.

Markkinoiden muutokset ovat joskus nopeampia kuin yksinostosopimuksia tehtäessä on voinut ennakoida. Esimerkiksi 2000-luvun alussa yhteistoimintasopimuksen maksimipituudeksi huoltoasema-alalla on säädetty viisi vuotta. Vuosina 2002-2005 on kuitenkin tapahtunut useita muutoksia, joihin sopimukseen sidotulla jälleenmyyjällä ei ole mahdollisuutta reagoida tai neuvotella sopimuksen olennaisia ehtoja uudelleen. Näitä muutoksia ovat esimerkiksi öljy-yhtiön itse operoimien jakelupisteiden lisääntyminen, tuotteiden ja niiden hinnoittelun muutokset, kuten polttoaineiden rikkipitoisuuden muutokset vuonna 2004 ja uusien tuontikanavien avautuminen tukkumyyjien muuttaessa toimintatapaansa.

Tukkukauppaa harjoittavat öljy-yhtiöt ovat ottaneet jälleenmyyntipisteitä omaan operointiin-  
sa ja lisänneet hinnoitteluluvaltaansa. Kuviossa 17 on esitetty bensiinin vähittäishinnoittelun  
siirtyminen öljy-yhtiön päätösvaltaan. Arvio on tehty interpoloimalla vuosien 2000-2006 ti-  
lastoaineistosta, jota Öljy- ja Kaasualan Keskusliitto ry on tuottanut.

KUVIO 17 Bensiinin myynnin jakautumisen muutos öljy-yhtiöiden ja kauppiaiden välillä vuosina  
2000-2006



Vuoden 2006 joulukuussa ExxonMobil myi Suomen operatiivisen yhtiönsä Oy Esso Ab:n  
osakekannan SOK:lle. Vain viikkoa myöhemmin SOK ilmoitti sopineensa yksityisen tahon  
kanssa, että se myy edelleen Esson osakekannan perustettavalle holding-yhtiölle. (S-ryhmän  
tiedote 18.12.2006.)

Jälleenmyyjä, joka ei voi olla varma, kenen kanssa ja millaisen brändin puitteissa toiminta  
jatkuu, ei myöskään voi olla varma, miten hankintaehdot muuttuvat uudet omistajan kanssa.  
Kilpailunrajoituksena jälleenmyyjän ja oy Esso ab:n kanssa tehty sopimus jatkuu Suomen  
Esson osakekannan myynnin jälkeenkin. Sopimusteknisesti jälleenmyyjän sopimuskumppani  
nimittäin ei ole vaihtunut, sillä sama juridinen henkilö toimii edelleen tukkuportaassa. Tässä

on myöhemmin kysymys brändin vaihdosta Essosta St1:een jollain yrityskauppaan liittyvällä aikataululla, ja tähän muutokseen jälleenmyyjä ei ole yleensä yhteistoimintasopimuksella voinut varautua.

Jälleenmyyjän kädet ovat siten sidotut sopimuskaudeksi, joka omistajakauppiaan tapauksessa on EU:n kilpailusäädösten mukaan enintään viisi vuotta. Sopimuskauden päättyessä on mahdollista kilpailuttaa polttoaineen toimittajia uudelleen. Sopimuksen solmiminen siinä tarkoituksessa, että se jatkuu päämiehen tosiasiallisen vaihtumisen jälkeenkin, on jossain määrin epäterve piirre huoltoasema-alan käytännön sopimustoiminnassa. Tilanteeseen ei kuitenkaan ole yleensä haluttu puuttua, koska toimialalla vallitseva käytäntö on ollut, että sopimus-kumppanit eivät ”katoa alta”. EU:n ryhmäpoikkeusasetukset eivät myöskään tarkastele mikrotasolla tapahtuvia muutoksia, vaan kilpailulainsäädäntö ja sen sallimien kilpailunrajoitusten kohtuullisuuden arviointi perustuu jo aiemmin puheena olleeseen kokonaisuutena kilpailun yleisestä toimivuudesta.

Franchising-sopimusten sisältö on yksityiskohtaisempi kuin huoltamoalan sopimuksissa. Kun öljyala pitkään vetosi huoltamoalan sopimusten olevan ”vuokra- ja yhteistoimintasopimuksia”, estettiin EU:n kilpailusäädösten voimaantuloon saakka melko tehokkaasti sopimukseen puuttuminen minkään lain perusteella, valitseehan Suomessa yleinen sopimusvapauden periaate. Franchising-sopimuksissa on 1990-luvun ja 2000-luvun kehitystä ajatellen runsaasti kohtia, joita tulisi tarkastella myös huoltamoalan sopimuksissa. Tämä on tärkeää myös sen vuoksi, että huoltamoala on siirtynyt yhä enemmän ketjumuotoiseen ja franchising-toimintaa muistuttavaan suuntaan. Liitteessä 4 on verrattu franchising-sopimuksen sisältöä kuvaavaa luetteloa (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2002, 55) verrattu tyyppilliseen huoltamoalan yhteistoimintasopimukseen. Jälleenmyyjän kannalta olennaisia eroja on toiminta-alueen (”reviirin”) määrittämisessä, jälleenmyyjän velvoitteissa ja niiden tulkinnassa, hinnoittelussa ja sopimuksen päättymistä koskevissa määräyksissä.

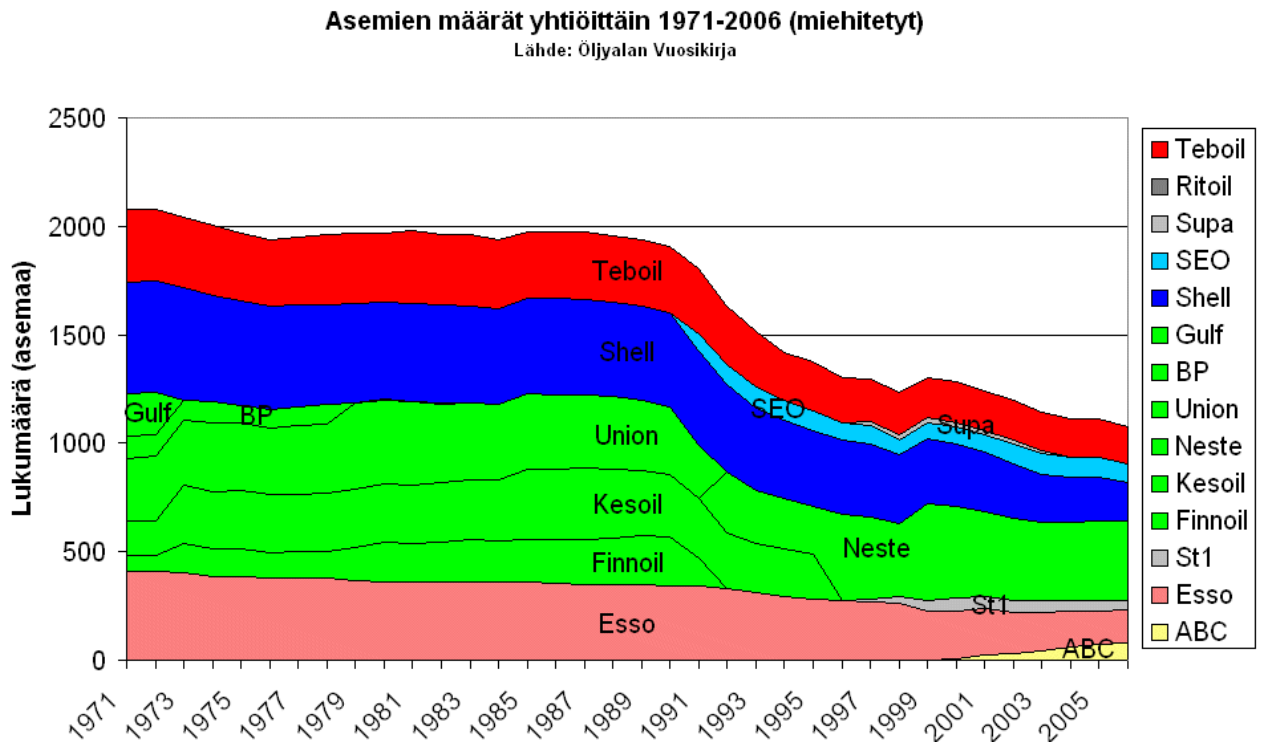
Esimerkiksi huoltoasemamarkkinoilla jälleenmyyjän toiminta-alueella suurehkoissa kaupungeissa tai pääliikenneväylän varrella voi toimia useita saman ketjun jälleenmyyjä ja yhä useammin 2000-luvulla pääyrittäjien itse operoimia liikepaikkoja, kuten kohdassa 6.1.3. on todettu. Yhteistoimintasopimukseen sidotulla huoltoasemayrittäjällä ei ole keinoja torjua liikepaikkaansa kohdistuvaa pääyrittäjien taholta tulevaa kilpailua. Jälleenmyyjän velvoitteiden

sisältö puolestaan perustuu vain osittain kirjoitettuun sopimustekstiin. Vaikka kilpailulainsäädännön periaatteiden mukaan jälleenmyyjällä on vapaus hankkia muita tuotteita kuin polttonesteitä vapaista lähteistä, kilpailevia tuotteita ei käytännössä hyväksytä. Yhdenmukaiseen toimintatapaan mukautuminen on sopimuksen tulkinnan ja öljy-yhtiön ohjauksen kautta syntynyt käytäntö, ja yhteistyökyvyn säilyttääkseen yrittäjä useimmiten ryhtyy noudattamaan myös sopimukseen ja lakiin perustumattomia ohjeita.

## **6.2 Tukkuportaan jakelutie- ja kilpailuratkaisuista**

Polttoaineita myyvien tukkuyhtiöiden strategiat poikkeavat toisistaan jakelutieratkaisuissa ja maakohteisessa päätöksenteossa. Suomessa markkinoiden toiminta vapautui tukkuportaan näkökulmasta vasta vuonna 1991, kun valtionyhtiön maahantuontimonopoli poistettiin osana Euroopan integraatiovalmisteluja. Nesteen perustamisvaiheet vuoden 1954 lopulla tehtyyn valtioneuvoston hyväksymispäätökseen asti sisälsivät uhkakuvia monopolista ja länsimäiset yhtiöt vaikuttivat voimakkaasti valtionyhtiön perustamista vastaan (Klemola 1972, 26—27). Bensiinin tukkuyhtiöt markkinoivat omia bensiinejään näyttävästi vuosina 1957—58, kun Naantalin öljynjalostamo käynnistettiin. Eri yhtiöiden ilmoituksia julkaistiin jopa Bensiiniuutiset-lehdessä, vuonna 1958 perustetussa kauppiasjulkaisussa, vaikka kauppiat eivät edes itse päättäneet asemalleen toimitettavasta polttoaineesta (Bensiiniuutiset 1958). Vaikka jalostustoimintaa Suomessa harjoitti vain Neste Oy Naantalissa ja Porvoossa, markkinoiden avautuessa 1990-luvulla muut tukkumyyjät: Suomen Petrooli /Teboil, Shell ja Esso olivat rakentaneet oman varasto- ja jakeluverkostonsa vuosikymmenten kuluessa. Tukkuyhtiönä Neste Oy oli varmistanut säännöstely- ja monopolikaudella itselleen noin 45 % markkinaosuuden kotimaisessa omistuksessa olevien jakeluyhtiöiden avulla (esim. Öljyalan Vuosikirja 1992). Kotimaisten Nesteen omistamien verkostojen yhdistäminen tapahtui samaan aikaan tuonnin vapautumisen kanssa. Huoltoasemaverkostojen määrien ja markkinointinimien muutoksia kuvataan kuviossa 18, jossa on esitetty miehitettyjen asemien määrien kehitys ketjuittain vuosina 1971-2006. Automaattiasemien yleistyminen alkoi 1980-luvun lopulla, ja niitä on tilastoitu vuodesta 1990 alkaen.

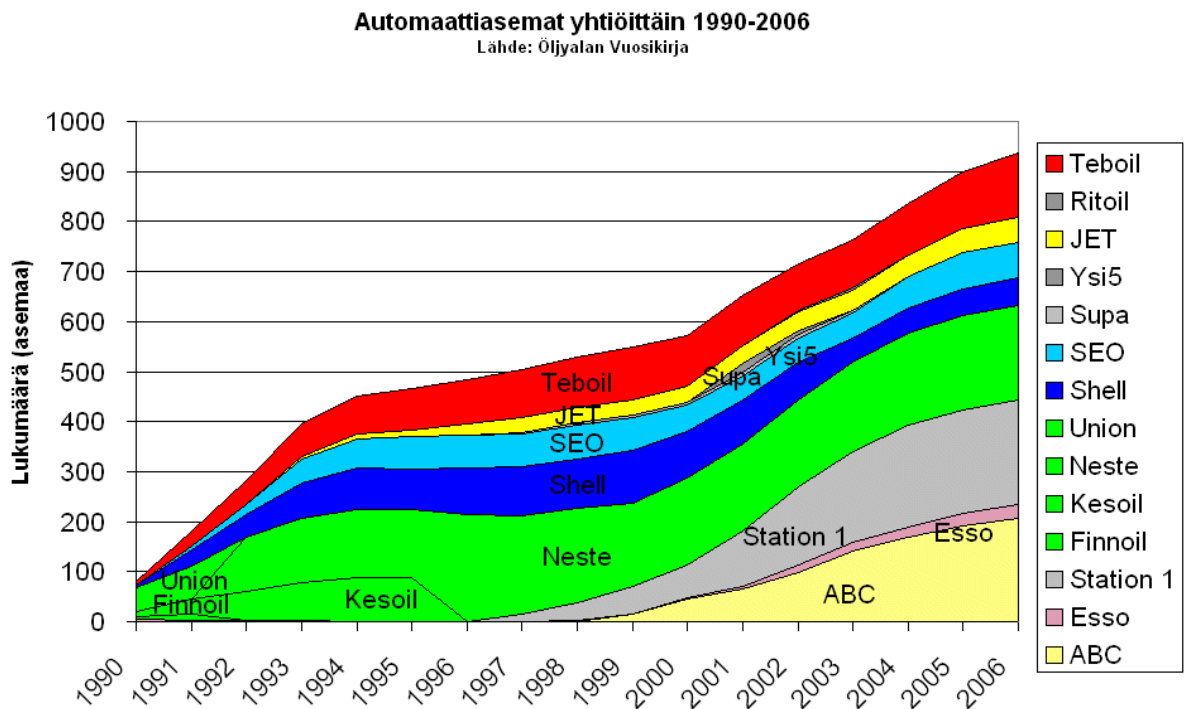
KUVIO 18. Huoltamoalan markkinointiyhtiöt ja miehitetyn asemaverkoston muutos vuosina 1971-2006



Miehitettyjen asemien lisäksi automaattiset jakeluasemat tulivat yhä merkittävämmäksi jake-  
lukanavaksi 1990-luvulla. Erityisesti öljyalalla keskustelua jo ennakkoon herättänyt JET-  
yhtiön tulo Suomeen tapahtui vuonna 1993. Automaattiverkoston kasvu vuosina 1990-2006  
on esitetty kuviossa 19.

Automaattiasemien lisääntyminen oli voimakkainta 1990-luvun alussa. Toinen voimakas au-  
tomaattiasemien kasvusysäys tapahtui 2000-luvun alussa, kun St1 ja ABC -ketjut molemmat  
lisäsivät voimakkaasti miehittämättömien jakelupisteiden verkostoaan. Vuonna 1993 hinta-  
kilpailu oli kovaa niillä alueilla, joille JET oli rakentanut asemia. Nähtävästi SEO:n laajene-  
minen vaikutti myös tukkuyhtiöiden suhtautumiseen. Markkinajohtajaa edustavan Neste Ki-  
de -konsernin toimitusjohtaja Hanno Ruutu kommentoi julkisuudessa, että kilpailu polttones-  
tehinnoilla saavutti epäterveet mittasuhteet. Hänen näkemyksensä mukaan pelkästään halvoin  
bensiinien hinnoin markkinoille tulleet kilpailijat saivat jalansijaa kilpailuviraston hinnanmää-  
rityksen (viittaa SEO/Nesteen kiistaan) ja kaavoittajan helpottamien lupamääräysten vuoksi  
(tämä puolestaan viittaisi JET:n saamiin useisiin jakeluasemapaikkoihin).

KUVIO 19. Automaattisten jakeluasemien verkoston muutos vuosina 1990-2006. (Huom. eri asteikko verrattuna edelliseen kuvioon 18)



Yhtiöt asetettiin Ruudun mukaan viranomaisten toimesta epätasa-arvoiseen asemaan. (Kaupalehti 16.5.1994.) Samassa artikkelissa lainataan myös Shellin pääjohtajaa Rolf Hasselblattia yhtiön vuosikertomuksesta ja Öljyalan Vuosikirjaa, joissa molemmissa valitettiin hintakilpailun vevän markkinoita väärään suuntaan, kun perinteisten huolto- ja jakeluasemien määrä supistui 120 asemalla, mutta samalla täysin automatisoitujen jakelupisteiden määrä kasvoi 114 asemalla.

Neste Oy:n ongelmana oli kyetä tarjoamaan polttoaineita kilpaileville jakeluketjuille siten, että he eivät käyttäisi liiallisessa määrin tuontimahdollisuuttaan. Neste Oy:n apuna oli jossain määrin Suomessa noudatettu tuotteiden veropolitiikka, jonka mukaan ns. reformuloitu eli runsashappinen bensiini oli lievemmin verotettua kuin Euroopassa 1990-luvun alussa tavanomaisemmat laadut. Nesteen strategiaksi muodostuikin Euroopan taloudellisen integraation lisääntyessä ja tuontisuojan murentuessa vähärikkisten tuotteiden valmistusteknologian kehittäminen. Monopolivaiheesta siirtyvällä valtionyhtiöllä oli hyvät tutkimus- ja tuotekehitysresurssit, ja se hankki oman kilpailuedun ympäristöystävällisistä tuotteista, joita valtio tuki

veroedulla. Kun reformuloituja tuotteita ei ollut saatavana Euroopassa, kilpailevat tukkumyyjät väittivät verohelpotuksen tarjoavan tuontisuojaan Nesteelle. Tuotteena CityFutura ennakoi markkinakysynnän muutoksia ja oli siksi oikein ajoitettu ja onnistunut innovaatio. (Hongisto ym. 2001, 38-39.)

Saatuun tuotantonsa ja markkinointinsa kilpailukykyiseksi 1990-luvun alun ongelmista Nesteellä on 2000-luvun alkaessa merkittävä ongelma, joka koskee tuotteiden tuontimahdollisuutta ja tukkuhinnoittelua. Markkinoilla toimivista yhtiöistä Shell, Esso, JET (omistajana ConocoPhillips) ja Teboil (omistajana vuodesta 2004 Lukoil) ovat öljynetsintään ja -tuotantoon saakka integroituneita monikansallisia ja huomattavasti isompia yhtiöitä. Neste Oil toimii jalostajana ja markkinoijana, ja muut Suomessa toimivat tukkumyyjät ja ketjut: NEOT, ABC ja SEO sekä miniketjut Ysi5 ja Ritoil ovat markkinointiyhtiöitä, joilla ei ole omaa jalostustoimintaa. Nesteen toiminta tuontipaineessa ylläpitää kilpailutasapainoa, sillä muiden yhtiöiden tuontivalmius tai osittainen tuontivalmius perustuu niiden omiin varastoihin tai varastointisopimuksiin. Mikäli Neste myy jalostamoltaan tuotetta liian korkeaan hintaan, yhtiöt hankkivat tuotteita ulkomaisilta toimittajilta. Öljy-yhtiöiden kustannuksia nostaa tuontivalmiuden ylläpitäminen. Bensiinin ja dieselöljyn tuonti on ollut hyvin vähäistä 2000-luvulla. Kilpailutilanteessa polttonesteiden tukkukauppaan sovellettavaksi viitehinnaksi ovat vakiintuneet Luoteis-Euroopan markkinoiden Platts-noteeraukset (NWE ARA), joiden perusteella tukkukaupan sopimukset neuvotellaan<sup>1</sup>.

Tuotteiden rikkipitoisuutta koskevat määräykset muuttuivat vuonna 2004 siten, että bensiinissä ja dieselöljyssä otettiin heti käyttöön EU:n direktiivin mukaiset 10 ppm tuoterajat, ja nämä nimettiin rikittömiksi tuotteiksi. Sen sijaan moottoripolttoöljyn vaatimus jäi käytännön jakelu- ja valvontasyistä 50 ppm:ään ja lämmityspolttoöljyn rikkipitoisuus ei saanut ylittää 1000 ppm:ää. Muita määräyksiä olivat happipitoisuuden ja aromaattipitoisuuden vaatimukset. Nämä määräykset johtivat siihen, että kuljetuksissa ei voitu vähäisessäkin määrin sekoittaa lämmitysöljyä rikittömiin tuotteisiin. Tämä edellytti kuljetusten varastointiin, tehokkuuteen ja valvontaan uusia teknisiä ratkaisuja. Lisäksi on mainittava, että Suomessa myytävän 1000 ppm lämmitysöljyn hinnoittelu Suomessa perustui yleisen maailmanmarkkinalaadun, 2000 ppm:n polttoöljyn viitehintaan. Moottoripolttoöljynä myytiin yleisesti värjättyä ri-

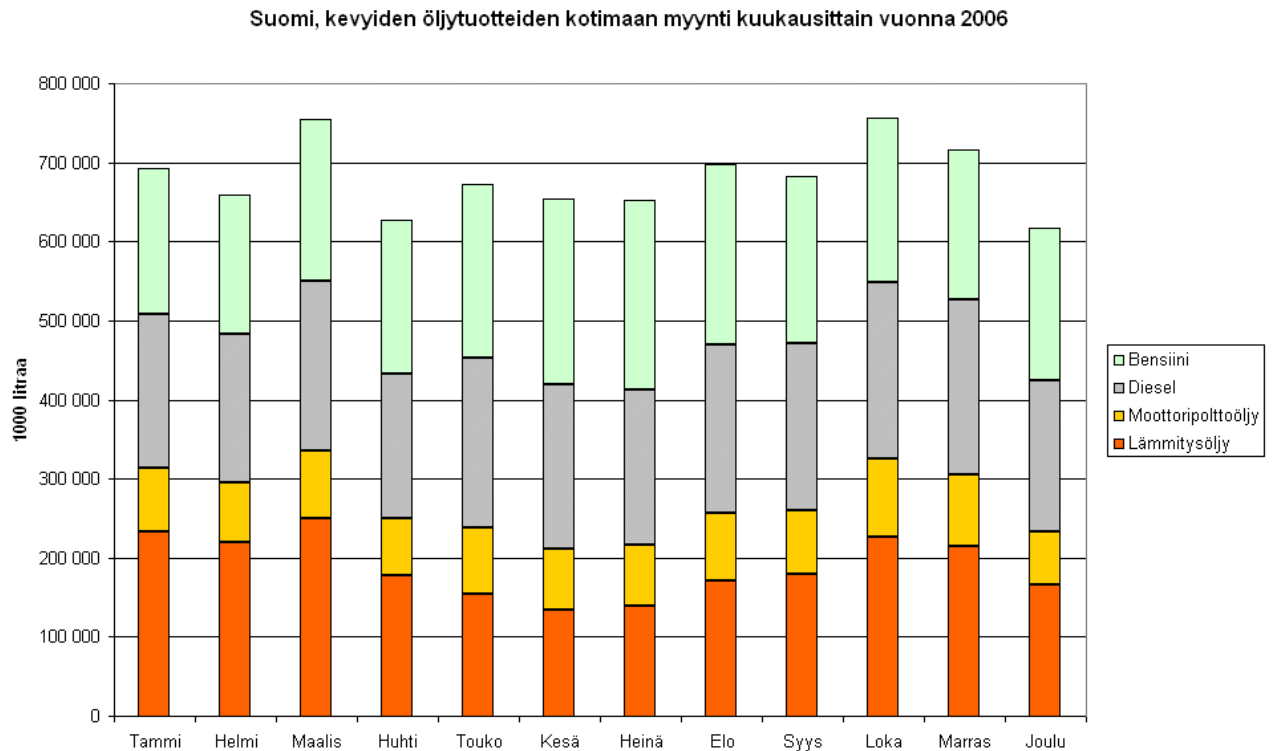
---

<sup>1</sup> NWE tarkoittaa Luoteis-Eurooppaa (North West Europe) ja ARA laivaussatamia Antwerpen-Rotterdam-Amsterdam. Sovellettavat noteeraukset ovat viitehintoja.



kitöntä dieselöljyä. Tuotemarkkinoiden muutokset toivat kevyiden tisleiden kulutukseen uuden rakenteen, joka ilmi kuviosta 20. Aikaisemmin lämmityspolttoöljyä myytiin yleisesti työkonikäyttöön, mutta nyt moottoripolttoöljy on noussut merkittäväksi tuotelaaduksi..

KUVIO 20 Polttonesteiden toimitukset kotimaahan vuonna 2006. (Lähde: Tilastokeskus)



EU:n kilpailumääräysten muutokset 2000-luvun alussa johtivat aikaisemmin öljyalalla suosittun poikkeuslupamenettelyn poistumiseen, kun EU:n komissio ei enää käsitellyt ryhmäpoikkeusasetuksen perusteella sallittavia sopimuksia. Öljy-yhtiöiden oli nyt hoidettava sopimukset siten, että he itse varmistuivat niiden lainmukaisuudesta. Tätä koskevaa uutta oikeuskäytäntöä ei ole Suomessa lainkaan, sillä hinnoittelua koskevat muutamat toimenpidepyynnöt kilpailuvirastolle eivät ole johtaneet toimenpiteisiin.

### 6.3 Huoltoasema-alan kehitykseen vaikuttavista tekijöistä

Huoltamotomiamialan perustekijöistä kysyntä oli 1980-luvulla erittäin vakaata, ja tarjonnasta huolehtivat suuret kansainväliset yhtiöt ja kotimainen jalostustoimintaa harjoittava Neste Oy. Liikepaikkojen määrän muutokset olivat hyvin vähäisiä. Rahoituksen vapautuminen, lama ja kaavoitusmenettelyn liberalisointi 1990-luvun alussa sysäsivät toimialan voimakkaaseen rakennemuutokseen.

Poltonesteiden säätäminen liikevaihtoverolliseksi 1985 toi alalle mukaan uuden rahoitus-elementin. Valmisteveron ja arvonlisäveron suhteellisen osuuden kasvu polttonesteen hinnassa vuosina 1984—2006 johti siihen, että tukkuportaan rahoitusrakenne muuttui ja nämä yritykset saattoivat rahoittaa toimintaansa sekä valmisteveron maksuajan lisäksi liikevaihtoveron maksamisajalla. Tukkukaupan rahoitusrakenteen keveneminen ei ulottunut kuitenkaan jälleenmyyjätasolle saakka.

Ölji-yhtiöiden saaman veroluoton merkitystä kuvaa seuraava esimerkki vuodelta 2006: öljy-yhtiön toimittaessa yleisestä tullivarastosta verokuukauden aikana 10 miljoonan litran bensinierän kulutukseen hintaan 1,22 euroa litralta siihen sisältyy 0,22 euroa arvonlisäveroa ja 0,5876 euroa valmiste- ja muuta polttoaineveroa litralta. Tuotteiden myyntitulo kassaan saadaan 1-2 päivän kuluessa myyntitapahtumasta. Ölji-yhtiö saa arvonlisäveron 2,2 milj. euron summalle maksuaikaa keskimäärin 60 päivää ja polttoaineverojen 5,876 miljoonan euron summalle keskimäärin 40 päivää. Kuukaudessa öljy-yhtiö saa veroluottoa kumulatiivisesti 11,7 miljoonaa euroa. Tuotteiden veroton hankintakustannus on 0,32 euroa litralta, jos oletetaan öljy-yhtiön bruttokatteen olevan 0,10 euroa litralta. Ölji-yhtiöllä on näin menetellen verottomia varastoja hyödyntäessään käytössään jatkuva veroluotto, joka on 3,7 kertaa hankintahinnan suuruinen – eli valtio luotottaa jokaista öljy-yhtiön verottomasti myymää polttoaineveroa 3,7 eurolla. Tukkukaupan rahoitusrakenteen ansiosta öljy-yhtiön on hyvin edullista laajentaa toimintaansa vähittäismyyntiin, sillä jälleenmyyjälle ei anneta vastaavia pitkiä maksuaikoja.

Ympäristönsuojelumääräykset muuttuivat asteittain 1980-luvulta alkaen. Vuonna 1985 käyttöön otettu ongelmajätelaitos ryhtyi keräämään jäteöljyjä, jotka aikaisemmin olivat yleistä

kauppatavaraa lämmitystarkoituksiin. Samalla määriteltiin ongelmajätteiksi mm. huoltamoiden öljynerotuskaivojen öljyjäte ja autonpesuhallien erotuskaivojen pesuhiekat.

Huoltamoiden rakenteellisiin kysymyksiin vaikuttivat vuosina 1998-2002 toimeenpantu Ktm:n jakeluasemapäätös (415/98), jonka mukaan huoltoasemien mittarikentät ja polttoaineiden täyttöpaikat oli tiivistettävä siten, että maaperään ei pääse polttoaineita (Turvatekniikan Keskus 2000). Erityisesti tärkeillä pohjavesialueilla sijaitsevien huoltoasemien ympäristölupia evättiin runsaasti. Esimerkiksi Hyvinkään kaupungissa joutui lyhyen ajan kuluessa peräti kahdeksan jakeluasemaa lopettamaan toimintansa 2000-luvun alkupuolella. Vuonna 2007 kaupungissa on kolme miehitettyä asemaa ja kahdeksan miehittämätöntä jakeluasemaa (Bensiiniuutiset 3/2007, 16.) Vain erityisin suojatoimin voitiin jatkaa tärkeällä pohjavesialueella olevan jakeluaseman toimintaa, mikäli aseman polttoainejakelu arvioitiin välttämättömäksi ko. liikepaikalla. Viranomaiskäytäntö ja luparatkaisujen perusteet vaihtelivat ympäristökeskuksittain, ja hallintotuomioistuimissa käsiteltiin lukuisia yrittäjien ja öljy-yhtiöiden valituksia.

Vanhojen huoltoasemien pilaantuneiden maa-alueiden puhdistamista varten vuonna 1996 perustetussa Soili-ohjelmassa kunnostetaan käytöstä poistettujen huolto- ja jakeluasemien maaperää ja pohjavettä. Ohjelma huolehtii kokonaisvaltaisesti kunkin kohteen kunnostusprojektista alusta loppuun asti. Ohjelma perustuu Öljy- ja Kaasualan Keskusliiton, öljy-yhtiöiden, ympäristöministeriön ja Suomen Kuntaliiton sopimukseen. Ohjelmassa ovat mukana Esso, Neste Markkinointi, Shell, SOK, Teboil ja Tradeka. Sopimuksen osapuolista koostuva ohjelman johtoryhmä valvoo ohjelman täytäntöönpanoa. Johtoryhmän asiantuntijajäsenenä toimii Suomen ympäristökeskuksen edustaja. SOILI-projektin rahoituksesta vastaavat yhteistyössä ympäristöministeriö ja öljy-yhtiöt. SOILI-projektissa puhdistetut huoltamotontit sitouduttiin pitämään poissa jakelutoiminnasta kymmenen vuoden ajan. Jakelutoiminnan aloittaminen puhdistetulla tontilla kymmenen vuoden määräajan kuluessa on mahdollista maksamalla SOILI-projektille puhdistamisesta aiheutuneet kustannukset. (Öljy- ja Kaasualan Keskusliitto ry.)

Huoltoasema-alan kehittyvä laitetekniikka johti siten, että miehittämättömien jakeluasemien perustaminen tuli houkuttelevammaksi. Tämän perusteena olivat toiminnan tehokkuus, yleensä kaventuneet jakelupalkkiot ja ongelmaksi muodostuneet polttoainevarkaudet. Kun

tietotekniikan kehittymisen myötä jakeluasemien etävalvonta tuli mahdolliseksi, jakeluketjujen omassa operoinnissa oli mahdollista pitää edullisesti suuria määriä jakeluautomaatteja. Uusia laiteteknisiä ratkaisuja olivat pinnanmittausjärjestelmät, kameravalvonta ja maksukorttien varmennusjärjestelmät.

#### **6.4 Polttoaineiden markkinointiyhtiöiden hankinta- ja jakelukanavista**

Tarkastelujakson aikana vuosina 1984-1990 bensiinin ja dieselöljyn maahantuonti oli valtion yhtiön Neste Oy:n monopoli, ja kaikki öljy-yhtiöt olivat Neste Oy:n asiakkaita. Suomen Petrooli Oy kuitenkin toimi myös lämmitysöljyjen maahantuojana. Säännöstelyn jatkuminen useita vuosikymmeniä johti myös siihen, että tukkuyhtiöiden ansaintakeinot olivat melko vähäisiä. Neste Oy omisti 1980-luvulle tultaessa jo 50 % E-Öljyt Oy:n ja 49,9 % Kesoil Oy:n osakekannasta. Vuosina 1985-88 Nesteen hallinta kotimaan jakeluyhtiöistä tiivistyi. Keskon eläkesäätiö myi Kesoilin osakkeensa Nesteelle vuonna 1985. Oy Union-Öljy Ab:n omistus siirtyi Nesteelle vuonna 1988. Kotimaisilla yhtiöillä oli 1990-luvulle tultaessa noin 45 % markkinaosuus.

Kun tuonti vapautui, vuonna 1978 perustettu riippumattomien huoltoasemayrittäjien omistama osuuskuntamuotoinen polttoaineiden hankintayhteisö Suomalainen Energiaosuuskunta (SEO) sai suoran osto-oikeuden Neste Oy:ltä vuoden 1991 alusta lukien. Osuuskunta oli toiminut tukkuostajana vuoteen 1990 saakka, mutta sen toimitukset ja laskutus kiersivät Neste Oy:n tytäryhtiön E-Öljyt Oy:n, sittemmin Oy Finnoil Ab:n kautta. Järjestelyn syynä olivat SEO:n alkuvuosien taloudelliset ongelmat.

Tukkuyhtiöiden kilpailuttaminen saattoi tapahtua normaalina neuvottelumenettelynä, mutta Suomen markkinoilla toimivien yhtiöiden piti ottaa lukuun myös ulkomaiset tavarantoimittajat. Maahantuontimonopolin poistuttua vuonna 1992 useat alan toimijat odottivat Ruotsissa jo vuodesta 1985 toimineen ja aggressiivista hintakilpailua käyneen JET-merkin saapumista Suomeen. Yhtiö tulikin markkinoille vuonna 1993, ja se rakennutti oman tuontiterminaalin Turkuun. Yhtiö aloitti Suomessa nimellä Suomen Du Pont Oy, joka sittemmin muuttui muotoon JET Du Pont Oy ja amerikkalaisten öljy-yhtiöfuusioiden jälkeen viimeksi nimeksi Co-

noco JET Finland Oy, emoyhtiönään ConocoPhillips. Myös Shell, Esso ja Teboil olivat tuoneet omia tuotteitaan maahantuonnin vapauduttua vuosina 1991-1993.

Vuonna 1995 perustettu Greenergy Baltic Oy ryhtyi harjoittamaan polttoöljyn maahantuontia, ja yhtiö toimitti vuodesta 1997 alkaen polttoaineet uudelle Station 1 Finland Oy:lle. Greenergyn tavarantoimittajia olivat mm. Statoil ja Enron. Tuontipaikkakuntana oli aluksi Kotka, jonka lisäksi Station 1 Finland Oy käynnisti oman tuontiterminaalin Poriin vuonna 1998. Greenergy Baltic Oy muutti nimensä Greeni Oy:ksi vuonna 2000 ja hankki omistukseensa Station 1 Finland Oy:n osake-enemmistön. Vuonna 2001 St1-verkosto hankki omistukseensa 16 Ysi5-asemaa. Ysi5-verkoston omistaja oli irrotanut asemat SEO-verkostosta vuoden 2000 alussa.

Suomalainen Energiaosuuskunta SEO aloitti polttoöljyn maahantuonnin Venäjältä Lahteen rautateitse vuonna 1998, hankki öljytuotteiden terminaalin Porin satamasta vuonna 2001 ja satamatontin öljyntuontia varten Loviisasta vuonna 2003.

Vuoden 2002 lopussa S-ryhmä perusti yhdessä Greeni Oy:n kanssa polttoaineiden hankintayhtiön North European Oil Trade (NEOT), joka toimitti polttonesteitä ABC-verkoston lisäksi St1-asemille. Vuoden 2006 lopussa julkistettu Esson myynti S-ryhmälle ja osittain edelleen St1-ketjun omistajille merkitsee myös useiden satamaterminaalien siirtymistä NEOT-yhteistyön piiriin. (S-ryhmän tiedote 18.12.2006.)

Polttoaineiden hankintayhtiöiden ohella merkittävää oli eri jakeluketjujen sisäinen organisaatio. esimerkiksi Esso ja Shell perustivat 2000-luvun alkuvuosina omat Express-ketjunsä ideaan, jonka mukaan asemilla tarjottiin polttoainetta kustannustehokkaaseen hintaan. Tämä nähtiin huoltamoalalla vastauksena pitkään jatkuneeseen JET-verkoston hintakilpailuun. JET-ketjun pohjoismainen ohjaus tapahtui Kööpenhaminasta käsin, ja voimakas hintakilpailu yhdessä maassa oli mahdollista samaan aikaan, kun hinnat toisessa maassa olivat normaaleja. Vastaavasti Neste perusti vuonna 2006 NEX-ketjun, joka markkinoi polttonesteitä tehokkuuteen vedoten hinnalla, josta ei myönnetä kanta-asiakas- tai muita korttialennuksia. NEX-ketjun nimellishinnat olivat pääsääntöisesti alhaisempia kuin Nesteen A24-verkostossa, jossa puolestaan kanta-asiakasalennuksia käytettiin.

Öljy-yhtiöiden kilpailukeinot 2000-luvun alussa olivat toisaalta lisääntyneiden automaattisten jakeluasemien suoraa öljy-yhtiöiden määräämin hinnoin tapahtuvaa kilpailua, toisaalta tuotemerkkien välistä kilpailua erilaisten kanta-asiakasohjelmien välillä. Tuotemerkkien sisäinen kilpailu oli vähentynyt kahdesta syystä: öljy-yhtiöt hallitsivat pääosaa markkinoista ja hinnoittelivat vuonna 2006 arvion mukaan 76 % bensiineistä, ja jälleenmyyjille tarjottujen hinta- ja tahtojen perusteella toteutuvan marginaalin kavennuttua voimakkaasti omistajakauppioiden ei ollut mahdollista enää alentaa hintoja. Kehityksen voimakkuutta osoittaa, että 1970-luvun lopulla ja vielä 1980-luvun puolivälin jälkeen öljy-yhtiö sai kaupan yhteenlasketusta marginaalista noin kolmanneksen, mutta 1990-luvun lopulle tultaessa tämä jakosuhte muuttui öljy-yhtiön hyväksi etenkin komissiotyypisessä myynnissä. Kauppiaan marginaali saattoi olla vain 10-15 % kokonaismarginaalista.

Poikkeuksena tästä kehityksestä olivat SEO- ja St1-asetat sekä osa muiden verkostojen omistajakauppioiden. Itsenäiset jälleenmyyjät saattoivat omistaa polttoainevaraston ja hinnoitella sen markkinatilanteen perusteella. Nämäkin jälleenmyyjät olivat alttiina eri öljy-yhtiöiden ajoittain kauppioiden ostohintatason alle laskeneiden vähittäishintojen aiheuttamalle kilpailulle.

Perinteisten öljy-yhtiöiden toimintatapaan kuului laatia jälleenmyyjänsä kanssa alun perin yhteistoimintasopimuksen nimellä tunnetut sopimukset, jotka olivat yhdistelmä liiketoiminta- ja vuokrasopimuksesta. Näiden sopimusten muutoksilla ketjut ohjasivat eri merkkien välistä kilpailua. Yhteenveto sopimustyypeistä ja niiden muutoksista ketjuittain on liitteenä 2. Siinä on eritelty polttoainejakelun ja myymälä- ja kahvilatoimintojen sopimustyytit ja operointitavat, joita ovat yhtiö itse tai kauppias. Näissä jakelutieratkaisuissa tyypillistä on ollut öljy-yhtiöiden lisääntyvä kontrolli polttoaineiden hinnoittelussa samalla, kun niiden omat automaattiverkostot lisääntyivät, mutta myös ketjujen välinen ”konseptikilpailu”. Jakeluketjuista Esso, Neste ja Shell toteuttivat 1990-luvulla yhdenmukaiset ketjujen myymälät. ABC-ketju toi markkinoille oman mallinsa vuodesta 1998 alkaen.

Kun vuonna 2003 kymmenen vuotta jatkuneen QuickShop-tyypin tilalle tuli Pikoil Oy -niminen Nesteen konsepti, se oli aluksi yhtiön operoima myymäläratkaisu, se myytiin vuonna 2006 Ruokakesko Oy:lle. Vuonna 2007 K-ryhmän omistama Pikoil Oy hakee jälleen

kauppiaita liikepaikkojen hoitajaksi. Polttonestekauppa on Pikoil Oy:n myynnin yhteydessä jäänyt Neste Markkinointi Oy:lle, joka on Neste Oyj:n tytäryhtiö.

Kun vielä Shellin sopimukset jakautuivat uuden operointitavan (ks. esim. Bensiiniuutiset 4/2007) mukaan vuoden 2007 alusta lukien kauppiasvetoisiin RBA-sopimukseen, omistaja-kauppiassopimukseen ja Shellin HelmiSimpukka -ketjun siirryttyä Restel Liikenneasemat Oy:lle, huoltoasemien operointimalleissa oli tapahtunut perinpohjainen muutos 2000-luvun alkuvuosina. Tutkimuksen valmistuessa toukokuussa 2007 Esson myynti ABC:n ja St1:n verkostoihin odottaa vielä toteutumistaan kesällä 2007.

## 7 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Epäterve kilpailu on käsitteenä kilpailulainsäädännön ja terveen ja toimivan kilpailun väliin jäävä alue. Käsiteteoreettisen tutkimuksen avulla perehdytään ilmiöön ja tarkastellaan huoltoasema-alaa sovellusympäristönä. Tutkimus tarkastelee markkinatalouden perusteorioita ja toimintamahdollisuuksia, hahmottaa markkinoiden toimivuuden kannalta keskeisiä viimeaikaisia piirteitä ja sijoittaa kilpailuteoreettisesti vähän tutkitun ja tähän saakka määrittelemättömän käsitteen markkinoiden toimintaa kuvaavaan viitekehykseen.

Käsiteteoreettisena tarkasteluna tutkimus esittää, että toimialan analyysin soveltamisessa on tärkeää tunnistaa asiantuntijuus, johon käsitteen määrittely nojaa. Viitekehykseksi valittua Structure-Conduct-Performance-mallia käyttäen muodostetaan epäterveen kilpailun olennaiset piirteet. Määrittelemällä epäterve kilpailu ryväskäsitteen avulla kyetään sekä kuvaamaan sitä teoreettisesti että täsmentämään sen esiintymistä valitussa sovellusympäristössä. Epäterve kilpailu muodostuu yleiskäsitteenä markkinoiden toimista, joilla estetään perustekijöitä toimimasta, vaikutetaan markkinoiden rakenteeseen kilpailua vähentävällä tavalla ja ohjataan käyttäytymistä kilpailua estävällä tavalla.

Huoltoasema-alalla valitun tarkastelujakson aikana toimialan perustekijät, markkinoiden rakenne ja käyttäytyminen Suomessa muuttuivat: hintasäännöstelyn päättyi, tuonti vapautui, Suomi integroitui Eurooppaan, miehittämättömät automaattit yleistyivät ja öljy-yhtiöt ottivat polttoaineen hinnoittelun määräysvaltaansa. Epäterveen kilpailun ilmiöinä jälleenmyyjinä toimivien pk-yrittäjien kannalta tutkimuksessa tunnistettiin vuosina 1984-2006 liikepaikkojen rajoitettu saatavuus, kilpailunrajoitussopimukset, öljy-yhtiöiden noudattama diskriminoiva hinnoittelu ja niiden tekemä vähittäismarkkinoiden haltuunotto.

Epäterveen kilpailutilanteen korjaaminen jälleenmyyjän kannalta on mahdollista kilpailunrajoitukset purkamalla, liikepaikkojen tarjontaa lisäämällä ja estämällä tukkuportaan diskriminoiva kilpailu samoilla markkinoilla jälleenmyyjänsä kanssa. Työn merkitys on tarjota kilpailupoliittiselle tutkimukselle uusia kohteita ja tutkimuksen keinoja.



## 7.1 Käsiteanalyysin tulokset ja soveltaminen huoltoasema-alalla

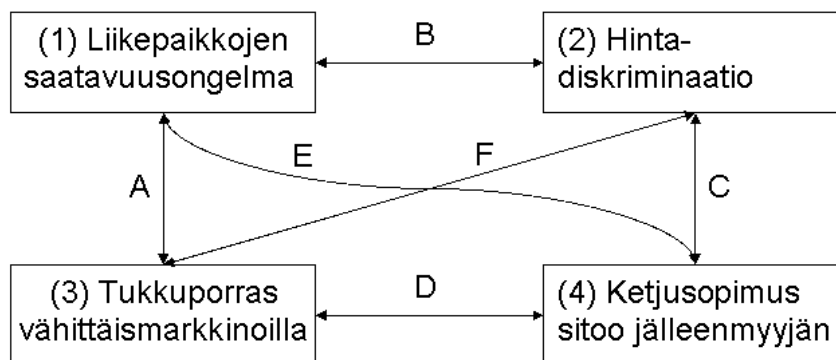
Epäterveen kilpailun käsitteen ymmärtämiseksi on tarkasteltu markkinatalouden teorian ja laajenevan maailmankaupan muovaamaa kilpailua eri aikakausina. Käsiteanalyysin välineenä on käytetty terminologisen työn käsittekolmiota ja markkinoiden toimintaa ja kilpailua kuvaavaa Structure-Conduct-Performance -paradigmaa. Markkinoiden rakennetta, käyttäytymistä ja suorituskykyä on arvioitu yksityisen yrittäjän, jälleenmyyjän näkökulmasta ja tunnistettu SCP-kaaviota hyväksi käyttäen kilpailun kannalta ongelmallisia alueita ja ilmiöitä.

Huoltoasema-alan kehitystä tutkimuksessa on kuvattu vuosilta 1984-2006. Tänä aikana purkautuivat useat rakenteelliset markkinoiden toiminnan esteet, kuten hintasäännöstely, maahantuontimonopoli ja osittain jälleenmyyjäsopimuksia koskevat kohtuuttomiksi koetut rajoitukset. Markkinoiden toimivuutta on tarkasteltu tutkimuksessa jälleenmyyjän näkökulmasta ja havaittu kriittisiä tekijöitä, joita käsiteanalyysin perusteella on tarkasteltu lähemmin.

Käsiteanalyysin tuloksena kuvataan selitys etenkin kauppiaiden kokemalle epäterveelle kilpailulle – se koostuu ryppäästä lainrikkomusta vähäisempiä ja määräävän markkina-aseman tai muun kilpailunrajoituksen kannalta kriittisen tekijän lähimaastossa olevia toimenpiteitä, jotka toteutetaan kilpailua rajoittavan sopimuksen suojassa. Epäterveen kilpailun ollessa läsnä jälleenmyyjänä oleva kauppias näkee markkinoiden perustekijät rajoittuneena niin tarjonnan kuin kysynnänkin puolesta. Jälleenmyyjä ei kykene vaikuttamaan markkinoiden rakenteessa keskeisiin tekijöihin eikä hänellä ole liikkumavaraa markkinoiden käyttäytymistä kuvaavissa asioissa. Tuloksena on tehottomuuden tilanne, jossa jälleenmyyjältä edellytettävän suorituskyvyn määrittävät muut seikat kuin hänen omat tavoitteensa ja kyvykkyytensä.

Käsitteen määrittelyssä käytetään apuna toimialaan perehtymällä saatuja olennaisia tekijöitä, jotka tarkentavat tutkittavaa käsitettä ”epäterve kilpailu”. Ryväskäsitteen muodostus esitetään kuviossa 21 ja siihen liittyvät polut ja polkujen yhdistelmät muodostavat lisäpiirteen, joka hankaloittaa kilpailua entisestään. Käsitteen muodostaminen aloitetaan neljästä pääkohdasta, ja kukin polku selostetaan sen jälkeen. Olennaisten piirteiden tunnistamiseksi käytetään tekijän asiantuntijakokemusta toimialalta, kuten luvussa 4.2 on perusteltu.

## Epäterve kilpailu – ryväskäsitteen muodostus



Ensimmäinen käsitteen ominaisuus (1) koskee liikepaikkojen saatavuutta. Tämä on samalla markkinoiden tarjontaan liittyvä perustekijä. Epäterveen kilpailun piirre syntyy siitä, että ketjumuotoiset toimijat ovat saaneet kunnilta vuosikymmenten kuluessa parempia liikepaikkoja eikä niitä ole tasapuolisesti tarjolla yksityisille yrittäjille. Yksityinen yrittäjä kokee epäterveeksi kilpailuksi myös tilanteen, jossa tarjontaa on niin niukasti, että hän joutuu esimerkiksi kaupungin omistaman tontin tarjoustilanteessa kilpailemaan isojen ketjuyritysten kanssa – resurssien epäsuhta on valtava.

Hinnoitteluongelmaksi on nimetty hintadiskriminaatio (2), joka perustuu sopimusjärjestelyjen perusongelmaan. Jälleenmyyjän ostohinnan ollessa sidottu kilpailijat, yleensä tukkuyhtiöt, kykenevät laskemaan hinnan pitkäksi aikaa oman tai kilpailevan ketjun jälleenmyyjän hankintahinnan alapuolelle. Tämä täyttää hintadiskriminaation tunnusmerkit (ks. esim. Henriksson 2003, 695-698) vähintään siinä tapauksessa, että tukkumyyjä on markkina-alueella määräävässä markkina-asemassa tai alueen tukkumyyjillä on yhteinen määräävä markkina-asema. Yhteisen määräävän markkina-aseman käsite puolestaan on muotoutumatta, joten siihen vetoaminen ilman oikeuskäytäntöä on käytännössä mahdotonta.

Kun tukkumyyjänä toimiva öljy-yhtiö tulee samoille vähittäismarkkinoille (3) ja kilpailee oman jälleenmyyjänsä kanssa, epäterve tilanne syntyy kahdella tavalla, ensinnäkin se tulee

jakamaan markkinaosuutta, jonka jälleenmyyjä on omilla toimillaan jo hankkinut, ja toiseksi tukkuyhtiöllä on mahdollisuus hinnoitella jälleenmyyjää edullisemmin tai muutoin kohdistaa ketjun markkinointi siten, että siitä hyötyy tukkuyhtiö, mutta ei jälleenmyyjä. Kilpailun välilliset vaikutukset voivat sitten olla jälleenmyyjän kannalta erittäin vahingollisia, jos markkinoille syntynyt ylikapasiteetti johtaa eri ketjujen väliseen voimakkaaseen kilpailuun ja tukkuyhtiö vastaa kilpailuun alentamalla vain jälleenmyyntipisteensä hintaa, mutta jättää jälleenmyyjän hankintahinnan vastaavasti alentamatta.

Neljäs merkittävä perustekijä epäterveeksi koettuun kilpailuun on (4) ketjusopimus, joka sitoo jälleenmyyjän määräajaksi öljy-yhtiön kanssa sopimuskauden alussa vallinneen markkinatilanteen mukaan laadittuihin hinta-, toimitus- ja muihin myyntiehtoihin. Sopimukseen sitominen on epätervettä myös sellaisessa tilanteessa, joka selvästi hyödyttää vain tukkuyhtiötä, kuten yksipuoliset oikeudet poiketa sopimuksesta tai jälleenmyyjän velvoittaminen kiinteisiin sopimusehtoihin (esim. tietyt aukioloajat, tai hankintahinnat, jotka osoittautuvat kannattamattomiksi).

Yhteys A kuvaa kytkentää, joka tukkuyhtiön toiminnalla vähittäismarkkinoilla on: tukkuyhtiö voi hankkia itselleen lisää liikepaikkoja, mutta jälleenmyyjä ei voi ryhtyä kilpailemaan markkinoilla päämiehensä kanssa hankkimalla toisen liikepaikan. Yhteydessä B jälleenmyyjä voisi parantaa hankintaehtojaan hankkimalla omistukseensa liikepaikan ja ryhtymällä myymään omaa polttoainetta mahdollisen öljy-yhtiön kiinteän ja alhaisen marginaalin mukaan myytävän tuotteen tilalle. Kohdassa C jälleenmyyjä voi reagoida ylikireään kilpailutilanteeseen joko myymällä tappiolla tai luopumalla liiketoiminnasta kokonaan. Tällainen markkinoiden toiminta on kohtuutonta etenkin, jos tiedetään, että ketjun jakelukustannus asiakkaalle on kaikilla liikepaikoilla sama.

Kohdassa D jälleenmyyjän markkinatilanne heikkenee ilman, että hän voi reagoida tavaran-toimittajansa taholta lisääntyvään kilpailuun. Kohdassa E ongelma on edelleen sama: jälleenmyyjä ei voi ilman päämiehensä lupaa hankkia toista liikepaikkaa, sen sijaan tukkuportasta tällainen lojaalisuusrajoite ei koske. Vielä kohdasta F on todettava, että tukkuportaan toiminta vähittäismarkkinoilla yhdessä öljy-yhtiölle siirtyneen hinnoitteluoikeuden (komisiosopimus) kanssa mahdollistaa kahdenlaista hintadiskriminaatiota: kauppiaan myydessä omistamaansa polttoainetta öljy-yhtiö voi myydä kuluttajille halvemmalla kuin kauppias os-

taa tuotteen sisään – toisaalta öljy-yhtiö voi ylläpitää esimerkiksi operoimallaan automaattilla systemaattisesti halvempaa hintaa kuin määräysvallassaan olevalla komissioasemalla.

Yhdistettäessä polkuja esimerkiksi kilpailutilanne ”A + D + E” johtaa tilanteeseen, jossa jälleenmyyjän ollessa sidottu yhteistoimintasopimuksen mukaisiin velvoitteisiin öljy-yhtiö voi samanaikaisesti toimia estääkseen kauppiasta saamasta uutta liikepaikkaa ja ryhtyä toimimaan vähittäismarkkinoilla jälleenmyyjänsä kilpailijana. Samoin yhdistettäessä ”C + D + F” jälleenmyyjä on sidottu ketjusopimuksensa kilpailunrajoituksiin ja öljy-yhtiön tiedossa oleviin hankinta- ja toimintaehtoihin, mutta öljy-yhtiö kykenee hinnoittelemaan jälleenmyyjästään riippumatta ja operoimaan vähittäismarkkinoilla.

Jälleenmyyjän selviytymisen kannalta kriittisimpiä ovat kireät hinnoittelutilanteet, joissa hän ei kykene nopeasti reagoimaan esimerkiksi hankkimalla paremman liikepaikan tai kilpailuttamalla muita polttoainetoimittajia saadakseen kilpailukykyisen hankintahinnan. Kuten edellä selostetusta ilmenee, ryväskaiteen käyttö epäterveen kilpailun määrittelyssä on välttämätöntä, koska vertikaalisten ja erityyppisten sopimusten vallitessa markkinoilla ei ole yksinkertaista syy—seuraus -yhteyttä, jonka perusteella voitaisiin tehdä johtopäätöksiä kilpailun toimivuudesta.

Käsite määritellään sinänsä lain kirjainta toteuttavien osatekijöiden ja olennaisten piirteiden avulla, joiden samanaikainen ja runsas esiintyminen muodostaa tekijöiden keskinäisen riippuvuuden avulla jälleenmyyjän markkina-asemaa voimakkaasti häiritsevän verkon. Ryppäseen kuuluvat epäterveen kilpailun tilanteessa seuraavat tekijät tai useimmat niistä:

1. isomman ja vahvemman ketjukumppanin läsnäolo
2. jälleenmyyjää sitova, juridisesti ja taloudellisesti velvoittava sopimus
3. rajoittuneet taloudelliset tai markkinoihin perustuvat mahdollisuudet muuttaa epäedullista asetelmaa
4. hintasyrjintätilanne, jossa oma ketju reagoi kilpailutilanteeseen ilman, että jälleenmyyjän toimintaehtoja vastaavasti muutetaan
5. tukkuyhtiön lisääntynyt markkinointi vähittäisportaassa
6. jälleenmyyjän hintojen kontrollointi tai määrääminen
7. maksuvälinesidonnaisen asiakaskäyttäytymisen ohjausmahdollisuus on vain öljy-yhtiöllä (luottokorttialennus, kanta-asiakasalennus, oheistarjous)

## 7.2 Jälleenmyyjän toimintakohteet epäterveen kilpailun tilanteessa

Vuosina 1984-2006 epäterveen kilpailutilanteen kokemuksia on tullut esiin kullekin aikakaudelle tyypillisissä muodoissa. Kun 1980-luvulla uhkana oli öljy-yhtiöiden omaan hallintaan ottamien asemien polttoainemyynnin hinnoittelu komissioasemien avulla, 1990-luvulla yhtiöiden operoimien automaattien lukumäärät lisääntyivät eri ketjuissa. Öljy-yhtiöt ottivat suuria määriä asemia omaan hallintaansa kehittäessään myymäläkonsepteja. Uusi EU:n ryhmäpoikkeusasetus ja sitä koskevat kilpailun suuntaviivat vuonna 2002 antoivat öljy-yhtiöille mahdollisuuden laajentaa käytännössä yhdeltäostovelvoitteiden piiriä.

Sopimusympäristö ja lainsäädäntö eivät näytä tarjoavan yksityiselle huoltoasemayrittäjälle runsaasti valinnanmahdollisuuksia. Toimintamahdollisuudet jakautuvat kahteen pääryhmään: itsenäiset yrittäjät voivat lisätä keskinäistä yhteistyötä ja neuvotella yhdessä useammista kilpailun kannalta kriittisistä kysymyksistä. Ketjusopimukseen enemmän sidotut, öljy-yhtiön vuokralaisina toimivat yrittäjät puolestaan voivat parantaa neuvotteluasemaansa pitemmän aikavälin kuluessa kehittämällä omaa osaamistaan ja markkinoiden tuntemusta. Sopimusneuvotteluihin yhdessä valmistautuminen on tässäkin ryhmässä suositeltava vaihtoehto.

Julkiseen valtaan ja lainsäädäntöön vaikuttaminen on suurin kynnys ylitettäväksi. Epäterveen kilpailutilanteen tunnistamiseksi kummallakin huoltoasema-alan kauppiaaryhmällä on hyvät mahdollisuudet lisätä sekä teoreettista tutkimusta että käytännön arviointeja. Kilpailuoikeudellisen kokonaisarvioinnin sijaan on suositeltavaa lisätä toimialakohtaisia analyysejä, myös sen perusteella, mitä viimeaikaiset selvitystyöt ovat esittäneet (esim. Björkroth ym. 2006b).

EU:n maissa sovellettavien käytäntöjen tutkimiseksi yhteistyötä on lisättävä sekä kilpailuviranomaisten että eri maiden yrittäjien toimialajärjestöjen kesken. Kilpailumääräysten toimivuuden parantamiseksi ja korjausta vaativien epäterveen kilpailun ilmiöiden poistamiseksi tarvitaan myös poliittista tukea. Vastuullisen kilpailupolitiikan yksi elementti on markkina-toimijoiden tasaveroisen kohtelu. Nykyisin valta-asemassa ovat isot toimijat ja monikansalliset öljy-yhtiöt – eurooppalainen ja suomalainen taloudellisen kilpailun malli ei ota huomioon riittävästi pk-yritysten toimintamahdollisuuksia.

## LÄHTEET

- Alkio, M. & Wik, C. 2004. Kilpailuoikeus. Talentum. Helsinki.
- Barrera-Rey, F. 1995. The Effects of Vertical Integration on Oil Company Performance. Oxford Institute for Energy Studies. WPM 21.
- Bensiiniuutiset 1/1958.
- Bensiiniuutiset 3/2007.
- Bensiiniuutiset 4/2007.
- Björkroth, T., Koponen A., Pohjola M. ja Virtanen M. 2006a. Kilpailun seurantamenetelmien kehittäminen I: Kilpailuseurannan toteuttamisen periaatteet. Ktm:n julkaisuja 2/2006. Turku: Turun kauppakorkeakoulu, Kilpailuinstituutti.
- Björkroth, T., Koponen A., Pohjola M. ja Aro, V. 2006b. Kilpailun seurantamenetelmien kehittäminen II: Pilottitoimialojen kilpailuanalyysit. Ktm:n julkaisuja 3/2006. Turku: Turun kauppakorkeakoulu, Kilpailuinstituutti.
- Browning, P. 1983. Economic Images. Current Economic Controversies. Longman. New York.
- Communication from the Commission on the Application of the Community Competition Rules to Vertical Restraints. Follow-up to the Green Paper on Vertical Restraints. [http://ec.europa.eu/comm/competition/antitrust/com1998544\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/comm/competition/antitrust/com1998544_en.pdf) (käytetty 15.12.2006)
- D'Aveni R. 2003. Imperiumin vastaisku. Vastavallankumouksellisia strategioita toimialansa johtaville yrityksille. Tähtiartikkeli – Harvard Business Review. Suomennos Jaakko Kerkkonen. Fakta, 2003 tammikuu, s. 30-36.
- Enterprise Europe. Enterprise policy news and reviews. European Commission, DG for Enterprise and Industry. March 2007, N° 24.
- Eteläpelto, A. 1998. Finnish summary – yhteenveto. Teoksessa The Development of Expertise in Information Systems Design [Asiantuntijuuden kehittyminen tietojärjestelmien suunnittelussa]. Väitöskirja. Jyväskylän yliopisto. <http://www.cc.jyu.fi/~etelapel/thesis/yhteenveto.html>
- Euroopan komissio 2002. EU:n kilpailupolitiikka. Toimitus- ja jakelusopimuksia koskevat kilpailusäännöt. Luxemburg: Euroopan yhteisöjen virallisten julkaisujen toimisto.
- Euroopan Yhteisöjen Virallinen Lehti (EVYL) 19.3.2002. C 70/29.
- Gerber, D.J. 2004. Fairness in Competition Law: European and U.S. Experience. Paper prepared for Presentation at a Conference on Fairness and Asian Competition Laws held on March 5, 2004, in Kyoto, Japan.
- Hayek, F.A. 2002. Competition as a Discovery Procedure. The Quarterly Journal of Austrian Economics Vol. 5, No. 3 (Fall 2002): 9–23. Translation from German of F.A. Hayek's "Der Wettbewerb als Entdeckungsverfahren," a 1968 lecture sponsored by the Institut für Weltwirtschaft at the University of Kiel. It was published as No. 56 in the series Kieler Vorträge.
- Heidenreich, J.P. 2005. The New German Act Against Unfair Competition. <http://www.iuscomp.org/gla/literature/heidenreich.htm> (käytetty 13.12.2006)
- Henriksson L. 2003. Rätten till pris konkurrens – i marknadsdominans, MercurIUS, Stockholm.
- Hirsch, R.L. 2005. The Inevitable Peaking of World Oil Production. Bulletin XVI, N:o 3, October 2005. The Atlantic Council of the United States.

- Hongisto, M., Loikkanen, T., Kuisma, J. ja Järvinen, P. 2001. Tapaustutkimuksia energia-alan ympäristömyötäisistä innovaatioista ja niihin vaikuttavista tekijöistä. VTT Kemiantekniikka. IEE Reports 16/01. Espoo.  
[http://virtual.vtt.fi/inf/julkaisut/muut/2001/innoene21\\_12\\_01ppp.pdf](http://virtual.vtt.fi/inf/julkaisut/muut/2001/innoene21_12_01ppp.pdf) (käytetty 3.8.2006)
- Huoltamosopimus A. Salassa pidettävä öljy-yhtiön ja kauppiaan välinen sopimus vuodelta 2000.
- Jones, I. & Pollitt, M. 1995. Economics, Ethics and Unfair Competition. Centre for Business Research, University of Cambridge. Working Paper No. 22.  
<http://www.cbr.cam.ac.uk/pdf/WP22.pdf> (käytetty 12.7.2006)
- Heinonen, V. ja Pantzar, M. 1994. Pragmaattiseen talouspolitiikkaan korporaatioiden maailmantaloudessa – John Kenneth Galbraithin haastattelu. Kansantaloudellinen aikakauskirja 1/1994, 41-46.
- Kauppalehti 16.5.1994. Bensakilpailu epätervettä: Miehittämättömät asemat närästävät. Artikkelin toimittaja Kimmo Salin.
- Kauppa- ja teollisuusministeriö 2002. Yritysten yhteistyö ja franchising – sopimusriskien hallinta ja sopimusohjaus. Tutkimuksia ja raportteja 14/2002.
- Kilpailuviraston vuosikirja 2004. Kilpailuvirasto. Helsinki.
- Kilpailuviraston vuosikirja 2005. Kilpailuvirasto. Helsinki.
- Klemola, P. 1972. Neste – renki vai isäntä. Kustannusosakeyhtiö Otava. Helsinki.
- Koponen A., Okko P. ja Virtanen M. 2003. Hyödykemarkkinoiden kilpailullisuuden tutkiminen: teoriasta, menetelmistä ja toteuttamisesta. Turun kauppakorkeakoulun kilpailututkimusraportti, Turku 2003
- Kuoppamäki, P. 2000. Kilpailuoikeuden perusteet. Werner Söderström Lakitieto Oy. Helsinki.
- Kyrö, Paula 2003. Tieteellinen tutkimusprosessi. [www.metodix.com](http://www.metodix.com).
- Lahti, A. Valtion ja yrityskorporaatioiden vallan kriitikko. Yrittäjä-lehti 4/2006, s. 28-29.
- Laitinen H. 2005a. Verkot samoilla vesillä. Tutkimus yrityskulttuurista huoltoasema-alalla. Yrittäjyyden MBA-ohjelman tutkielma. Value Set Oy. Mäntsälä.
- Laitinen H. 2005b. Kartellit, automaattit, hintasodat ja yrittäjyys. Teemaessee. Kauppalehden ja Kauppalehti Option huoltamoalaa käsitelleiden artikkelien tarkastelua vuosilta 1988-2005 yrittäjyyden näkökulmasta. Yrittäjyyden IV MBA-ohjelma. Mikkeli. (julkaisematon)
- Lang John Temple & O'Donoghue Robert, Defining legitimate competition: how to clarify pricing abuses under article 82 EC, Fordham International Law Journal, 2002, s. 83-162
- Langlois, R. 2002. Schumpeter and the Obsolence of the Entrepreneur. The University of Connecticut. To appear in Advances in Austrian Economics August 2002.
- Lindberg, R. 2006. Elinkeinonharjoittajan käsite kilpailuoikeudessa. Kilpailuviraston selvityksiä 1/2006. Kilpailuvirasto. Helsinki.
- Lindert, P. and Kindleberger, C. 1982. International Economics. Richard D. Irwin, Inc. Homewood, Illinois. Seventh Edition.
- Lämsä, Anna-Maija & Takala, Tuomo 2004. Tulkitseva käsitetutkimus. [www.metodix.com](http://www.metodix.com)
- Meese Alan J. Price Theory, Competition, and the Rule of Reason. University of Illinois Law Review. Vol. 2003 No. 1, s. 77-170.
- Mentula, A., Pokela, H. ja Saraste, T. 1998. Määräävän markkina-aseman väärinkäyttö kilpailuoikeudessa. Helsinki: Kauppakaari Oy
- Nuopponen, A. 2003. Käsiteanalyysi asiantuntijan työvälineenä. Teoksessa: Kieli ja asiantuntijuus. AfinLA-vuosikirja, s. 13-24. Toim. Merja Koskela & Niina Pilke. Suomen soveltavan kielitieteen yhdistys. Jyväskylä.

- Nyholm, P. 2005. Yhteisen määräävän markkina-aseman käsite EY:n kilpailuoikeudessa ja ennakoitavuuden periaate. Yleinen jatkokoulutusseminaari 3.3.2005. Helsingin yliopisto.
- Palonen, K. 2005. The Politics of Conceptual History. Contributions to the History of Concepts. Vol 1 (1), March 2005. IUPERJ, HPSCG.  
<http://www.jyu.fi/yhtfil/hpscgc/Contributions12005.pdf>
- Pk-yritysbarometri, syksy 2005. Suomen Yrittäjät ry, Finnvera Oyj.
- Porter, M. E. 1985. Competitive Advantage. The Free Press. New York.
- Reinert, E.S. 1994. Competitiveness and its predecessors – a 500-year cross-national perspective. Paper prepared for the Business History Conference, Williamsburg, Virginia, March 11-13, 1994. STEP report R-03 1994. Oslo, May 1994. Stiftelsen STEP 1998.
- Route to market. VIA International. Marketing & Brand Management. September 2003.  
 Arne Nygaard: The Franchising Alternative.  
<http://www.viaint.com/article.php/articleid/71> (käytetty 16.12.2006)
- Scherer, F.M.. 1970. Industrial Market Structure and Economic Performance. Rand McNally College Publishing Company. Chicago.
- Schumpeter, J. 1952. Ten Great Economists. From Marx to Keynes. George Allen & Unwin Ltd. London.
- Sihvonen-Punkka, A. 1991. Yksinmyynti- ja yksinostosopimukset taloustieteen sekä kilpailulainsäädännön näkökulmasta. Selvityksiä 4/1991. Kilpailuvirasto. Helsinki.
- Slade, M. 2004. Market Power and Joint Dominance in U.K. Brewing. The Journal of Industrial Economics. Volume LII, March 2004, n:o 1. s. 133-163. Blackwell Publishing. Oxford U.K. 133-163.
- Steinbock, D. 1998. From Cartels to Competition. The Competitive Advantage of Finland. Taloustieto Oy. Helsinki.
- Stenborg Markku. ETLA Keskusteluaiheita No. 834. Economics of Joint Dominance. Julkaistavaksi Kilpailuoikeudellisessa Vuosikirjassa. 2002.
- Suomen Bensiinikauppiain Liitto SBL ry, internet-sivut. (käytetty 3.8.2006).  
<http://www.bensiinikauppiat.fi/images/hinnanmuodostuminen.pdf>
- Takalo, T. 1998. Yrittäjäysteoria Schumpeterin myöhäisempien kirjoitusten näkökulmasta. Kansantaloudellinen Aikakauskirja 3/1998. s. 223-229.
- Taloustieteellinen näkökulma kilpailuoikeuteen 2001. Kanniainen, V & Määttä, K. (toim.). Helsinki: Kauppakaari.
- Teece, D. 1984. Economic Analysis and Business Strategy. California Management Review. Volume XXVI Spring 1984 Number 3.
- Temmerman, R. 1998. Towards New Ways of Terminology Description. The Sociocognitive Approach. John Benjamins, Amsterdam.
- Tielaitos. Tienvarsialueiden luovuttaminen yrittäjien käyttöön. Muu ohjaus 26.4.1994. 94/20/Yh-173. 1935/93/20/TIEL.
- Turvatekniikan keskus 2000. Jakeluasemien muuttuvat velvoitteet. Esite. [www.tukes.fi](http://www.tukes.fi).
- Uusitalo, H. 1991. Tiede, tutkimus ja tutkielma. Helsinki: WSOY.
- Venezuela offers cheap heating oil. Indian Country Today, September 29, 2006.  
<http://www.indiancountry.com/content.cfm?id=1096413741> (käytetty 12.5.2007).
- Vihanto, M. 2003. Konstitutionaalinen näkökulma kilpailuoikeuden hyvinvointiarviointiin. Kilpailuoikeudellinen Vuosikirja 1, Suomen Kilpailuoikeudellinen Yhdistys, Helsinki 2003, s. 215–225.
- Virtanen, M. 1998. Market Dominance-Related Competition Policy. An Eclectic Theory and Analyses of Policy Evolution. Publications of the Turku School of Economics and Business Administration. Series A-1:1998.



- Ympäristöministeriö 1994. Polttonesteiden jakeluasemien sijoittaminen kaava-alueelle. Lausunto Tampereen kaupungin ympäristöviratolle 15.2.1994. Dnro 24/509/93.
- Ympäristöministeriö 1995. Automaattisten jakeluasemien kaavatulkinta ja sijoitusmahdollisuudet. Kirje kunnille 2.6.1995. Dno 24/509/93.
- Yrittäjyys Euroopassa. Yrityspoliittisia uutisia ja katsauksia. Nro 21. Tammi-Maaliskuu 2006. Euroopan komissio.
- Öljy- ja Kaasualan Keskusliitto ry. Soili-Ohjelma. [www.oil-gas.fi](http://www.oil-gas.fi). (käytetty 12.5.2007)
- Öljyalan Vuosikirja 1972-2006. Öljy- ja Kaasualan Keskusliitto ry. Helsinki.

## LIITTEET

### LIITE 1. Öljyalaan ja kilpailuun liittyvien termien selityksiä

Automaattiasema	Miehittämätön polttoaineiden myyntipaikka, jossa maksu tapahtuu maksuautomaattiin määrätyillä maksuvälineillä, kuten pankki- tai luottokortilla, setelillä tai kännykällä.
D-mittari	Ks. raskaan kaluston jakelupiste.
Hintasota	Äärimmäinen hintakilpailun muoto, jossa tuotetta tarjotaan jopa alle kiinteiden kustannusten tai alle tuotantokustannusten.
Huoltoasema	Yleisnimitys kaikille polttoainejakelua harjoittaville liikepaikoille. Miehitetty asema voi olla jakeluasema tai huoltoasema.
Iltamarkka	Huoltoasemien perimä epä mukavan aukioloajan lisäveloitus polttoaineoistoista noin vuosina 1973-1988. Syntyi työmarkkinaratkaisun yhteydessä säännöstelykaudella.
Jakeluasema	Polttoaineen jakelua varten perustettu liikepaikka. Jakeluasema voi olla miehitetty tai täysautomaattinen.
Kanta-asiakasalennus	Asiakkaalle tarjottu alennus, jonka tavoitteena on saada asiakas käyttämään säännöllisesti yrityksen palveluja.
Kanta-asiakasjärjestelmä	Kuluttaja-asiakkaalle tarjottu, kirjallisiin sääntöihin perustuva järjestelmä, jonka mukaan ostoskohtainen tai tietyssä jaksossa kertyvä alennus, joka perustuu ostettujen tuotteiden arvoon.
Kanta-asiakaskortti	Kanta-asiakasjärjestelmään liittyvä tunnistus- ja ostojen rekisteröintiväline, yleensä magneettijuovakortti tai uuteen teknologiaan perustuva rfid-kortti.
Kaupintasopimus	Yhteistoimintasopimus, jossa polttonestevaraston omistaa ja hinnoittelee öljy-yhtiö.
Kilpailusopimus	oy Shell ab:n Suomen markkinoilla 1980-luvun lopulla käyttämä nimitys kaupinta- tai yhteistoimintasopimuksesta, jossa kauppias sitoutui hinnoitteleman tuotteen paikkakunnalla vallitsevan edullisimman jälleenmyyntihinnan mukaan vrt. Oikea Hinta
Kolluusio	Yhteistyö, yleensä tarkoitetaan samalla alalla toimivien kilpailijoiden välistä yhteistyötä tai samalla jakeluportaalla toimivien yritysten yhteistyötä.
Komissiosopimus	= Kaupintasopimus.
Liikenneasema	Polttonestejakelua harjoittava liikepaikka, joka tarjoaa erilaisia palveluja autoilijoille. Uusi termi, joka on syntynyt 1990-luvun alkupuolella tarkoittamaan Neste- tienvarsi-asemia.
Liitännäisalue	Tietoimituksen yhteydessä perustettu oikeus moottoritien tai moottoriliikennetien levähdysalueen ja siinä tarjottavien palvelujen rakentamista varten.
Määräävä markkina-asema	Yrityksen taloudellista valta-asemaa, jonka perusteella se voi estää toimivan kilpailun relevanteilla markkinoilla, koska se voi toimia huomattavan itenäisesti suhteessa kilpailijoihinsa, asiakkaihinsa ja lopulta kuluttajiin.

Ohimyynti	Tukkuportaan tai valmistajan jakelukanavaratkaisu, jolla ohitetaan yksi tai useampi porras jakeluketjussa; päätöksen tekijä on tuotteen toimittaja (engl. disintermediation) vrt. suoramyynti.
Oikea Hinta	Esso Oy:n 1990-luvun alussa käyttämä nimitys dealer-sopimukselle, jossa (omistaja)kauppias sitoutui hinnoittelemaan tuotteensa paikkakunnan alimman hinnan mukaan ja sai siitä hyvityksenä sovitun takuumarginaalin.
Raskaan kaluston jakelupiste	Yksinomaan dieselöljyä myyvä automaattinen myyntipiste. Voi tarjota myös polttoöljyä työkoneisiin. Maksu tapahtuu yleensä automaattiin, luotto- tai pankkikortilla, mutta ei yleensä setelillä.
Suoramyynti	Jakelutieratkaisu, jossa tarjotaan ostajalle mahdollisuus tilata tuote suoraan valmistajalta tai tukkuliikkeestä; päätöksen tekijä on tuotteen tilaaja (direct marketing) vrt. ohimyynti.
Tiskinalta -alennus	Kauppiaan tarjoama piiloalennus vakituisille asiakkaille tai tietyille ammattiryhmille. Kauppias vastaa itse tästä aiheutuvasta kustannuksesta. Aiemmin 1970-1980-luvulla epäterveenä koettu kilpailukeino – aikana ennen kanta-asiakaskortteja ja -ohjelmia..
Yhdeltäostosopimus	Kahden yrityksen välinen sopimus, jolla ostaja, tavallisimmin jälleenmyyjä sitoutuu hankkimaan kaikki käyttämänsä ja myymänsä tuotteet samalta tavarantoimittajalta.
Yhteinen määräävä markkina-asema	Kahden tai useamman kilpailijoiden välinen taloudellinen sidos tai muu järjestely, jonka seurauksena muodostuu määräävä markkina-asema. Ks. määräävä markkina-asema.

LIITE 2. Seminaari-istunnossa 12.10.2006 syntyneet mielteet käsitteestä ”Epäterve kilpailu”.



LIITE 3 Huoltoasemien sopimustyytit 1984-2006.

KETJU	VUODET	POLTTOAINESOPIMUS	MYYMÄLÄ/KAHVILA	OPEROINTI
ABC NEOT <sup>1</sup>	1998- 2002-			22 alueosuus- kauppaa
ExxonMobil <sup>2</sup>	1986- 1991-1994 1991-1996 2003	omistajadealer vuokradealer komissiosopimus COCO <sup>3</sup> Oikea Hinta -sopimus Express –automaatit	Taverna  Esso-market/CORS <sup>4</sup> Snack&Shop	kauppias kauppias kauppias yhtiö kauppias yhtiö
E-Öljyt/ Finnoil <sup>5</sup>	-1991	Kauppiassopimus COCO	COCO	kauppias yhtiö
JET <sup>6</sup>	1993	COCO		yhtiö
Kesoil <sup>7</sup>	-1997 1993	yhteistoimintasopimus komissiosopimus	Motorest	
Neste <sup>8</sup>	1992- 1994 1994	kauppiassopimus  kaupintasopimus	QuickShop	kauppias kauppias kauppias
SEO	1979- 2003-	yhteistoimintasopimus DODO/COCO <sup>9</sup>		kauppias yhtiö
Shell <sup>10</sup>	1986-  1998 2001 2006	yhteistoimintasopimus  komissio/kilpailusopimus COCO Express-automaatit COCO	Simpukka HelmiSimpukka  Select  RBA	kauppias kauppias  yhtiö/kauppias yhtiö yhtiö/kauppias
St1	1997- 1998-	yhteistoimintasopimus COCO/Express		kauppias yhtiö
SUPA	1996-2004	yhteistoimintasopimus		kauppias
Teboil	1994- 1995-	yhteistoimintasopimus komissiosopimus COCO <sup>11</sup>	COCO	kauppias kauppias yhtiö
Union	-1991	yhteistoimintasopimus/ myyntiehtosopimus	Punahilkka	kauppias kauppias
Ysi5	2000-	COCO		yhtiö

<sup>1</sup> ABC on S-ryhmän huoltamoketju. ABC-ketjulla voi olla polttoaineiden hankintasopimuksia eri yhtiöistä. Vuonna 2002 perustettiin NEOT, North European Oil Trade, vähemmistöosakkaana on ollut Greeni Oy.

<sup>2</sup> ExxonMobil tuli yhtiön nimeksi Mobil-fuusion jälkeen. Suomessa tuotemerkkinä Esso.

<sup>3</sup> COCO = Company Operated, Company Owned.

<sup>4</sup> CORS = Company Operated Retail Store.

<sup>5</sup> Finnoil fuusioitiin Neste Liikennepalvelu Oy:öön 31.12.1991.

<sup>6</sup> Lukoil osti JET:n Luoteis-Euroopan toiminnot; kauppa vahvistettiin helmikuussa 2007.

<sup>7</sup> Kesoil liitettiin Neste Liikennepalvelu Oy -konserniin 1991.

<sup>8</sup> Nesteen tytäryhtiöistä Unionista, Finnoilista ja Kesoilista muodostettiin 2.1.1996 Neste Markkinointi Oy.

<sup>9</sup> DODO = Dealer Owned, Dealer Operated.

<sup>10</sup> Vuosina 1998-2006 Shellin runkoverkosto oli yhtiön operoima. Vuoden 2007 alusta Simpukka-asemat siirtyivät Restel Oy:n hoidettavaksi.

<sup>11</sup> Teboilin tytäryhtiöiden operoimia suuria tienvarsipaikkoja yhdisti ”-hovi” –nimike, esim. Tähtihovi Heinolassa.

LIITE 4 Franchising-sopimuksen ja huoltoasema-alan yhteistoimintasopimuksen sisältöalueet ja huoltamosopimuksen sisältö.

FRANCHISING	HUOLTAMOALA	HUOLTAMOSOPIMUKSEN SISÄLTÖ <sup>1</sup>
1. Sopimuksen otsikko	1. Sopimuksen otsikko	Huoltamosopimus
2. Sopimuksen osapuolet	2. Sopijapuolet	Öljy-yhtiö ja kauppias
3. Sopimuksen tarkoitus ja yhteistyön perusteet	3. Sopimuksen tarkoitus	Huoltamon tuottavuuden ja sen toiminnan turvaaminen kumpaakin sopijapuolta hyödyttävällä tavalla
4. Sopimustermien määritelmä	4. Huoltamotoiminta	Määritely vain kauppiaan käsite eri yhtiömuotojen avulla
5. Luovutettavat oikeudet		
6. Käsikirja	8. Huoltamon hoito 13. Huoltamon huolto- ja pesupalvelut	Huoltamon hoitoa ja toimintaa koskeva käsikirja, henkilöstön koulutusvelvoite turvallisuudesta Ohjeet toiminnasta ja sen laatusasta
7. Liikeidean kehittäminen	11. Ketjutyöryhmä	Liiketoimintamallin kehittämiseksi työryhmä, johon kauppiaiden edustajat osallistuvat
8. Franchising-ottajan toiminta-alue ja yksinoikeus	(ei mainintaa)	Jälleenmyyjällä ei ole suojaa öljy-yhtiön taholta tulevaa kilpailua vastaan
9. Franchise-antajan velvollisuudet	(ei mainintaa)	Välillisesti todettu lyhyesti sopimuksen tarkoituksypykälässä
10. Franchise-ottajan velvollisuudet	9. Tuotteiden hankinta, myynti ja markkinointi 10. Tuotteiden markkinointi- ja myyntitoiminta sekä mainonta 15. Koulutus 18. Vastuuvakuutus 27. Aukioloajat	Eritelty periaatteet: polttoaineet, voiteluaineet, öljy-yhtiön merkkituotteet, kampanjatuotteet ja -palvelukset, tuotteiden hankinta; ketjukäsikirjaan sitoutumiseen liittyvä hankintalähteiden ensisijainen asema Ohjeet yhtenäisestä mainonnasta ja rajoituksista  Yhteiskoulutusjärjestelmä; kauppiaan peruskoulutus ja henkilökunnan ammattikoulutus – velvoitettu osallistumaan Kauppias velvollinen ottamana vakuutuksen kolmannelle aiheutunutta vahinkoa varten Määritely kellonajat, joita ei saa lyhentää ilman öljy-yhtiön kirjallista suostumusta
11. Laskutus, kirjanpito	12. Luottokorttimyynti 14. Raportointi ja kassajärjestelmät	Öljy-yhtiön hyväksymät luottokortit ja niiden valvontaa ja tilityksiä koskevat ohjeet Öljy-yhtiön hyväksymä järjestelmä ja tilikartta, tunnuslukujen raportointi, tilinpäätöksen toimittaminen; öljy-yhtiö saa käyttää kauppiaan järjestelmästä saatavia tietoja; kuukausiraportit käsikirjan mukaan

<sup>1</sup> Kyseessä on salassapidon alainen sopimus, jossa osapuolina ovat öljy-yhtiö ja kauppiaan omistama yritys. Sopimus on peräisin vuodelta 2000.

	16. Toimitus- ja maksuehdot 17. Vakuudet 19. Tilintarkastus	Suoraveloitus kauppiaan tililtä Öljy-yhtiön hyväksymä vakuus Öljy-yhtiöllä oikeus tarkastaa huoltamo, sen laitteet ja varasto; öljy-yhtiö voi suorittaa tilinpidon tarkastuksen KHT/HTM-tarkastajan avulla
12. Toimitilat ja liiketilat	5. Lainalaitteet 7. Huoltamon kalusteet ja laitteet 8. Huoltamon hoito	Liitteenä lainakalustoluettelo Kauppias sidottu yhtiön hyväksymään kalustukseen
13. Franchising-maksut	6. Käyttökorvaus	
14. Kilpailukiello ja salassapito		
15. Sopimuksen siirto	20. Sopimuksen siirto	Kauppias voi siirtää vain öljy-yhtiön kirjallisella suostumuksella; ei oikeutta luovuttaa huoltamo tai sen osaa ilman öljy-yhtiön suostumusta
16. Sopimuksen voimassaolo ja irtisanominen	21. Sopimuksen voimassaoloaika 25. Vahingonkorvaus	Sopimuskausi 3 vuotta; sen jälkeen jatkuu toistaiseksi 6 kk molemminpuolisin irtisanomisajoin Sopimuksenvastaisesta irtisanomisesta tai purkamisesta yleisten vahingonkorvaus- ja sopimusoikeudellisten periaatteiden mukainen korvaus
17. Sopimuksen purkaminen	22. Sopimuksen purkaminen	Olenaiset laiminlyönnit tai rikkomukset; kauppiaan hallitseman yhtiön omistusjärjestelyjen muuttaminen ilman öljy-yhtiön suostumusta on purkuperuste; samoin estyminen hoitamasta liikettä pitkäaikaisen sairauden takia ja kuolemantapauksessa; pesän mahdollista järjestää hoito 6 kk ajaksi; liikkeenharjoittajan (t:mi) edellytetään osallistuvan henkilökohtaisesti liikkeen hoitamiseen; liikkeenharjoittajalla sopimus päättyy YEL:n mukaisessa eläkeiässä
18. Sopimuksen lakkaamisen jälkeiset suhteet	23. Saatavien eräntyminen sopimussuhteen päättyessä 24. Kaluston lunastaminen 26. Viivästyskorko	Kauppiaan sitoumukset öljy-yhtiölle erääntyvät heti; laiminlyöntitapauksessa öljy-yhtiöllä oikeus ottaa pantiksi öljy-yhtiön kauppiaalle toimittamaa ja kauppiaan omistamaa tavaraa Esisijaisesti kauppias pyrkii myymään omistamansa kaluston uudelle yrittäjälle; toissijaisesti öljy-yhtiö sitoutuu ostamaan tarkoituksenmukaiset laitteet ja kaluston ja öljy-yhtiöltä tai sopimustoimittajilta hankitun varaston; kalustosta käypä hinta ja hankintahinta; öljy-yhtiöllä oikeus käyttää lunastushinta kauppiaalta olevien saatavien kuittaukseen Viitekorko lisättyä 10 %-yksiköllä
19. Riitojen ratkaisu	29. Riitojen ratkaiseminen ja oikeuspaikka	Esisijaisesti neuvotteluin, muuten öljy-yhtiön kotipaikkakunnan alioikeudessa
20. Sopimuksen muutokset, lisäykset	28. Sopimuksen muutokset 30. Lisäksi sovittu	Tehtävä kirjallisesti Tehty sopimus korvaa aikaisemman sopimuksen
	31. Allekirjoitukset ja liitteet	Sopimuksen liitteenä lainakalustoluettelo ja käyttökorvauksen (vuokran) laskentaperusteet: perusvuokra ja lisäkorvaus myynneistä osastoittain ja tuoterhyhmittäin