

## Saalistushinnoittelu käsitteenä ja ilmiönä

Kandidaatintutkielma  
Emma Koskinen  
Aalto-yliopiston Kauppakorkeakoulu  
Yritysjuridiikka  
Syksy 2016

## TIIVISTELMÄ

---

**Tekijä** Emma Koskinen

---

**Työn nimi** Saalistushinnoittelu käsitteenä ja ilmiönä

---

**Tutkinto** Kandidaattitutkinto

---

**Koulutusohjelma** Yritysjuridiikka

---

**Työn ohjaaja** Petri Kuoppamäki

---

**Hyväksymisvuosi** 2016

**Sivumäärä** 27

**Kieli** Suomi

---

### Tiivistelmä

Saalistushinnoittelu on edelleen ajankohtainen yritysten käyttämä strategia. Suomessa saalistushinnoittelu on noussut ajankohtaiseksi aiheeksi, kun vuonna 2014 Markkinaoikeus tuomitsi Valio Oy:n maksamaan 70 miljoonan euron sakon määräävän aseman väärinkäytön ja saalistushinnoittelun seurauksena. Saalistushinnoitteluun suhtautuminen on kehittynyt paljon vuosien saatossa eurooppalaisessa oikeuskäsityksessä. Aikaisempi tutkimus on tutkinut laajasti, miten kustannuksia saalistushinnoittelu tapauksissa tulisi tutkia ja mitä muita seikkoja tulisi ottaa huomioon. Tutkimuksessani keskitytäänkin tutkimaan, miten nykyinen eurooppalainen oikeuskäytäntö saalistushinnoittelun kohdalla on saanut muotonsa.

Tutkimus ollaan toteutettu kirjallisuuskatsauksena. Tutkimuksessa ollaan hyödynnetty sekä kirjallisuutta, viranomaislähteitä että eurooppalaisia oikeustapauksia. Oikeustapauksia ollaan käytetty kirjallisuuden ohella tuomaan konkreettisia esimerkkejä saalistushinnoittelutapauksista.

Saalistushinnoittelun sääntelyn kehitys eurooppalaisessa oikeuskäytännössä on painottunut yhä enemmän yritysten tarkoituksien tulkitsemiseen. Euroopan tuomioistuimien ja komission ovat painottaneet, että syrjäyttävä tarkoitus on tärkeää todistaa saalistushinnoitteluepäilyissä. Myös kustannusten tulkinnassa voidaan hinnoittelun katsoa olevan syrjivää, vaikkei se olisikaan muuttuvat kustannukset alittavaa, kuten perinteisessä kirjallisuudessa on katsottu. Keskusteluun on noussut lisäksi kustannusten tulkinta eri tyyppisillä aloilla. Voidaankin todeta, että saalistushinnoittelu on edelleen ajankohtainen aihe.

---

**Avainsanat** saalistushinnoittelu, määräävän aseman väärinkäyttö, kilpailuoikeus

---

## Sisällysluettelo

<b>1. JOHDANTO .....</b>	<b>1</b>
1.1 TAUSTA JA AIHEPIIRI .....	1
1.2 KYSYMYKSEN ASETTELU JA RAJAUKSET .....	2
<b>2. SAALISTUSHINNOITTELUA MÄÄRITÄVIÄ KÄSITTEITÄ .....</b>	<b>3</b>
2.1 MÄÄRÄÄVÄ MARKKINA-ASEMA .....	3
2.1.1 Määräävän aseman väärinkäyttö .....	4
2.2 SAALISTUSHINNOITTELU .....	5
2.2.1 Saalistuksen kohteena olevan yrityksen syitä poistua markkinoilta .....	6
2.2.2 Lainsäädännön suhtautuminen saalistushinnoitteluun .....	7
<b>3. SAALISTUSHINNOITTELUN KEHITYS AIEMMASSA TUTKIMUKSESSA JA LAINSÄÄDÄNNÖSSÄ....</b>	<b>9</b>
3.1 MCGEE JA CHICAGOLAINEN KOULUKUNTA .....	9
3.2 AREEDA JA TURNERIN TESTI .....	10
3.2.1 Kritiikki Areedan ja Turnerin testiä kohtaan .....	12
3.3 AKZO OIKEUSTAPAUKSEN VAIKUTUKSET .....	13
3.4 TAPPIOIDEN TAKAISIN SAAMINEN .....	15
3.5 KOMISSION TIEDONANTO 2009 .....	17
3.5.1 Tappiolla myyminen .....	18
3.5.2 Kilpailunvastainen markkinoiden sulkeminen .....	19
3.5.3 Tehokkuusedut .....	21
<b>4. LIIKETALOUDELLISET REALITEETIT KUSTANNUKSISSA .....</b>	<b>23</b>
<b>5. JOHTOPÄÄTÖKSET .....</b>	<b>25</b>
<b>LÄHTEET:.....</b>	<b>26</b>

# 1. Johdanto

## 1.1 Tausta ja aihepiiri

Saalistushinnoittelu on strategia, jossa yritys hinnoittelee lyhyellä aikavälillä tuotteensa alhaiselle tasolle ajaakseen nykyisiä tai uusia kilpailijoita pois markkinoilta. Strategian tarkoitus on kasvattaa yrityksen markkinaosuuksia ja pidemmällä aikavälillä korvata kärsityt tappiot hintojen korotuksilla. Saalistushinnoittelun käyttö edellyttää määräävää markkina-asemaa markkinalla, jolla strategiaa aiotaan hyödyntää. Saalistushinnoittelu onkin yksi määräävään markkina-aseman väärinkäytön muodoista ja kuuluu siten kilpailulain sääntelyn piiriin.

Saalistushinnoittelun ensimmäisten tapausten voidaan katsoa olevan amerikkalaiset yritykset *Standard Oil* ja *American Tobacco*, jotka toimivat 1800-luvun lopussa. Molemmat yritykset saivat tuomion vuonna 1911 kilpailua rajoittavan toiminnan vuoksi. Tapauksia on tutkittu kirjallisuudessa ja erityisesti Chicagolainen koulukunta kritisoi saalistushinnoittelutuomioita. Sen mukaan saalistushinnoittelu on kannattamatonta ja lähes irrationaalista toimintaa, sillä voittoa tavoitteleva yritys ei valitsisi tätä toimintamallia. Chicagolaisen koulukunnan jälkeen tutkijat ovat kuitenkin nähneet saalistushinnoittelun todellisena ongelmana ja pyrkineet etsimään keinoja sen tunnistamiseen. Yksinkertaisen tunnistuskeinon tai testin luominen ei kuitenkaan saalistushinnoittelun strategisen luonteen vuoksi ole helppoa. Tämän seurauksena tulee epäiltyjä saalistushinnoittelutapauksia arvioida aina tapauskohtaisesti.

Saalistushinnoittelu on ajankohtainen aihe Suomessa, sillä Markkinaoikeus antoi vuonna 2014 tuomion Valio Oy:lle saalistushinnoittelusta ja määräävän markkina-aseman väärinkäytöstä perusmaitojen markkinoilla. Tapaus on ensimmäinen laatuaan Suomessa ja odottaa vielä korkeamman oikeuden ratkaisua. Saalistushinnoittelutapausten tuomiot ylipäänsä ovat melko harvinaisia ja olenkin käsitellyt Valion tapausta tutkielmassa laajasti sen merkittävyyden vuoksi.

## 1.2 Kysymyksen asettelu ja rajaukset

Tutkielman pääpaino on saalistushinnoittelun sääntelyn kehityksessä Euroopan Unionissa (sekä Euroopan yhteisössä ennen vuotta 2009) sekä sääntelyn kannalta tärkeissä oikeustapauksissa. Oikeustapausten osalta keskitytään pääasiassa muihin kuin kotimaisiin oikeustapauksiin, mutta kaikki esiin nostetut oikeustapaukset ovat kuitenkin Euroopassa annettuja ratkaisuja. Aiheeseen liittyvä kirjallisuus on saalistushinnoittelun historian vuoksi pitkälti englanninkielistä ja tärkeitä englanninkielisiä lähteitä on hyödynnetty tutkielmassa kotimaisen aineiston ohella. Lähdeaineistona ovat toimineen lisäksi erilaiset oikeuslähteet ja Euroopan komission tiedonanto vuodelta 2009.

Tutkielmassa keskitytään tutkimaan saalistushinnoittelun käsitettä ja käsitteen kehittymistä kirjallisuudessa ja lainsäädännössä. Saalistushinnoittelu on monimuotoinen käsite, jolla on hyvin erilaisia vaikutuksia. Esimerkiksi määräävän aseman ja markkinan määrittäminen ovat hyvin tärkeässä osassa saalistushinnoittelussa. Tämä tutkielma käsittelee kuitenkin näitä varsin pintapuolisesti ja keskittyy tarkemmin itse saalistushinnoittelun käsitteeseen.

Tutkimuskysymyksessä tutkielmassa on:

Miten saalistushinnoittelun tunnistamisen kriteerit ovat kehittyneet eurooppalaisessa oikeuskäsitelyssä?

Alakysymyksiä, joiden kautta tutkin aihetta:

- 1) Mitkä syyt johtavat saalistushinnoittelun käyttöön?
- 2) Miten saalistushinnoitteluun suhtaudutaan lainsäädännössä ja oikeustapauksissa?
- 3) Minkälaisia ongelmia saalistushinnoittelun käsitteen määrittämiseen liittyy?
- 4) Onko tarpeen kehittää testejä saalistushinnoittelun tunnistamiseksi?

## 2. Saalistushinnoittelua määrittäviä käsitteitä

### 2.1 Määräävä markkina-asema

Suomen kilpailulaissa (948/2011) 1. luvun 4§:n mukaan määrävällä markkina-asemalla tarkoitetaan:

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

Määrävässä markkina-asemassa olevalla yrityksellä saattaa olla merkittävä etu neuvottelutilanteessa ja mahdollisuus täysin päättää hinnoistaan tai ainakin vaikuttaa niihin. Yritys voi päätyä määrävään markkina-asemaan monista syistä, kuten tehokkaan toimintansa avulla tai markkinoiden kehityksen seurauksena. Kilpailulainsäädäntö ei kiellä määrävään markkina-aseman tavoittelua, ainoastaan sen väärinkäytön. Katsotaan, että kilpailua pitää valvoa, jotta se toimisi tehokkaasti. Määrävä markkina-asema voi luonnollisesti haitata kilpailua, mutta voi tehdä myös hyvää kilpailulle skaalaetujen ja siten tehostuneen toiminnan kautta. Määrävässä markkina-asemassa olevan yrityksen tunnistaminen on tärkeää, sillä tämä asema luo yritykselle poikkeuksellisen markkinavoiman ja edun hallita kilpailua. Esimerkiksi monopoliasemassa oleva yritys voi laskea tuotantoaan ja nostaa hintojaan, mikä luontaisesti on haitallista. (Kuoppamäki 2012, s.205-208.)

Euroopan unionin (EU) perussopimuksissa (sopimus Euroopan unionista ja sopimus Euroopan unionin toiminnasta, myöhemmin SEUT) määrävän markkina-aseman sisältöä ei ole määritelty, mutta EU:n tuomioistuinten päätökset ovat määritelleet käsitettä. Tärkeimmät ratkaisut määrävän markkina-aseman määrittelyssä ovat olleet *United Brands* vuodelta 1978 ja *Hoffman-La Roche* vuodelta 1979. Yrityksen määrävää markkina-asemaa on näiden päätösten mukaisesti arvioitava sen perusteella, kuinka huomattavasti yritys pystyy vaikuttamaan kilpailuedellytyksiin ja toimimaan ottamatta huomioon kilpailua, ilman että siitä aiheutuisi yritykselle merkittävää haittaa. Määrävän aseman arvioiminen on haastavaa

ja edellyttää aina tapauskohtaista selvitystä. On kuitenkin selvää, että ollakseen määrävissä markkina-asemassa, tulee yrityksellä olla olennaista markkinavoimaa. EU-tuomioistuimien edellyttää myös markkinan määrittämistä, jotta määrävissä markkina-asemaa voidaan tutkia. Muutamia olennaisia kriteerejä markkina-aseman määrittelyssä ovat olleet muun muassa yrityksen ja sen kilpailijoiden markkinaosuudet, kilpailuedut eri osa-alueilla ja yrityksen mahdollisuus väärinkäyttää asemaansa. Markkina-asemaa tulee aina arvioida kokonaisuudessaan, eikä yksinkertaisia kriteerejä arvioinnille tulekaan luoda. (Leivo, Leivo, Huimala & Huimala 2012, s. 691-696.)

Kuoppamäki (2012 s. 224-225) esittää, että määrävän aseman selvittämisessä tulee kiinnittää huomiota neljään dimensioon. Nämä neljä dimensiota ovat riippumattomuus kilpailun paineista, markkinoiden rakenteellinen tarkastelu, strateginen tarkastelu ja kauppakumppaneiden riippuvuus. Virheratkaisut määrävän aseman määrittelyssä johtuvat Kuoppamäen mukaan usein siitä, että päätöstä tehtäessä käytetään vain yhtä edellä luetelluista ”mittareista”.

#### 2.1.1 Määrävän aseman väärinkäyttö

Määrävän markkina-aseman väärinkäytöstä säädetään SEUT 102 artiklassa (aiempi EY-sopimuksen 82 artikla) ja kilpailulaki on yhdenmukainen tämän tunnusmerkistön kanssa. Määrävä markkina-asema voi olla yksinomainen tai yhteinen, riippuen elinkeinonharjoittajien määrästä. Tämä asema luo ”erityisen velvollisuuden” huolehtia siitä, ettei yritys tai yritysten ryhmittymä toiminnallaan rajoita toimivaa kilpailua EU:n sisämarkkinoilla. Velvollisuus alkaa, kun yrityksen (tai yritysten) markkinavoima kasvaa niin huomattavaksi, että tämän voidaan katsoa olevan määrävissä markkina-asemassa. Tämän velvollisuuden rikkoessaan yritys laiminlyö myös SEUT 102 artiklaa ja EU-tuomioistuimen vakiintunutta käytäntöä. Väärinkäyttö jaetaan tyyppillisesti asiakkaita tai tavarantoimittajia hyväksikäyttävään ja kilpailijoita poissulkevaan väärinkäyttöön. (Leivo ym. 2012, s.735-738.)

#### *Kilpailulaki (948/2011) 7§*

*Yhden tai useamman elinkeinonharjoittajan tai elinkeinonharjoittajien yhteenliittymän määrävän markkina-aseman väärinkäyttö on kiellettyä. Väärinkäyttöä voi olla erityisesti:*

- 1) kohtuuttomien osto- tai myyntihintojen taikka muiden kohtuuttomien kauppaehtojen suora tai välillinen määrääminen;
- 2) tuotannon, markkinoiden tai teknisen kehityksen rajoittaminen kuluttajien vahingoksi;
- 3) erilaisten ehtojen soveltaminen eri kauppakumppanien samankaltaisiin suorituksiin kauppakumppaneita epäedulliseen kilpailuasetelmaan asettavalla tavalla; tai
- 4) sen asettamisen sopimuksen syntymisen edellytykseksi, että sopimuspuoli hyväksyy lisäsuoritukset, joilla niiden luonteen vuoksi tai kauppatavan mukaan ei ole yhteyttä sopimuksen kohteeseen.

Kuten laissa todetaan, tunnusmerkistön täyttävä yritys voi olla syylistynyt määräävän markkina-aseman väärinkäyttöön, mutta tämä ei automaattisesti tarkoita sitä. Luettelo ei ole myöskään tyhjentävä.

## 2.2 Saalistushinnoittelu

Saalistushinnoittelu on yksi määräävän markkina-aseman väärinkäytön muodoista. Saalistushinnoittelulla tarkoitetaan tilannetta, jossa määräävässä markkina-asemassa oleva yritys hinnoittelee tuotteensa tai palvelunsa matalalle tasolle karkottaakseen kilpailijan markkinoilta tai estääkseen uusien kilpailijoiden tulon markkinoille. Perinteisesti strategian tarkoituksena on myöhemmin nostaa hinnat jälleen ylös, jopa monopolitasolle, tappioiden korvaamiseksi. Yleisiä tunnusmerkkejä saalistushinnoittelulle ovat valikoiva hinnanalennus, hintojen laskeminen kannattamattomalle tasolle, toimenpiteiden kohdistuminen juuri tiettyyn kilpailijaan sekä kilpailun rajoittumisen johdosta myöhemmin saatavat voitot. (Kuoppamäki 2012, s.277-278.)

Luopumalla voitoista nyt, määräävässä asemassa oleva yritys ikään kuin ”investoi” korkeampiin hintoihin tulevaisuudessa. Puhtaasti strategisesta näkökulmasta katsottuna ja oikeudelliset seikat huomioimatta saalistushinnoittelu on järkevää siinä tapauksessa, että yritys ennalta arvioi saalistusstrategian olevan muita vaihtoehtoisia strategioita kannattavampi. (Leivo ym. 2012, s.802-803.) Saalistushinnoittelun onnistumiseksi tulisi yrityksellä monopolivoiman lisäksi olla vahva rahoitusasema ja alallepääsulle esteitä muihin yrityksiin kohdistuen. (Kuoppamäki 2003, s.948.)



Saalistushinnoittelustrategia on usein kallis ja siihen liittyy monia epävarmuustekijöitä (Kuoppamäki 2012, s.277). Kilpailijoiden markkinaosuuksien pienentyminen tai markkinoilta poistuminen voi kestää pidempään, kuin saalistaja osasi odottaa. Vaarana on myös, että yhden kilpailijan poistuessa markkinoilta uusia kilpailijoita ilmenee, eikä saalistava yritys pysty nostamaan hintojaan ja kattamaan saalistuksen tappioita. Usein saalistuksen kohteena oleva yritys on pienempi kuin saalistaja, minkä johdosta saalistajan on mahdollista jatkaa hintakilpailua pidempään ja lopulta saalistettava poistuu markkinoilta resurssiansa loputtua eli viime kädessä konkurssin kautta. (Leivo ym. 2012 s.804).

Esimerkiksi tapauksessa MAO 467:468/14 Valio Oy (jatkossa Valio) vastaan Kilpailuvirasto, Valion aloittamat hinnanalennukset eivät johtaneet kilpailijan poistumiseen markkinoilta, vaan markkinaosuudet pysyivät lähes samankaltaisina, toisin kuin Valio oli alun perin uskonut. Valio oli alun perin varautunut 18 kuukautta kestävään hintasotaan kilpailijaansa vastaan. Yhtiön johto oli uskonut kilpailijan poistuvan markkinoilta tai kutistuvan marginaaliseksi toimijaksi tämän ajan kuluessa. Kilpailijan markkinaosuuden säilyttämisen kuitenkin mahdollistivat yrityksen voitot sen muilla markkinoilla (vrt. France Télécom).

Perinteisesti saalistushinnoittelua harjoittava yritys on saalistettavaa suurempi, ehkä monikansallinen yritys, jolla on suuret taloudelliset resurssit. Kirjallisuudessa on laajasti tutkittu monopoliyrityksen syyllistymistä saalistushinnoitteluun ja monopoliyrityksen markkinavoiman ja markkina-aseman väärinkäyttöä. Aina näin ei kuitenkaan ole, sillä pienemmälläkin yrityksellä voi olla suuri markkinavoima ja määräävä asema tietyllä markkinalla, kuten edellä mainitussa Valion tapauksessa.

### 2.2.1 Saalistuksen kohteena olevan yrityksen syitä poistua markkinoilta

Saalistajan kannalta onnistunut saalistusstrategia yksinkertaisuudessaan johtaa kilpailijan poistumiseen markkinoilta tämän taloudellisten resurssien loppumisen vuoksi. Saalistusstrategian käytöllä voi kuitenkin olla moninaisempia tarkoituksia ja sen vaikutukset eivät perustu aina yksinomaan kilpailijan taloudelliseen toimintakykyyn. Saalistuksen kohteena oleva yritys saattaa markkinainformaation epäsymmetrisyyden vuoksi poistua markkinoilta jo aiemmin, kuin sen taloudelliset voimavarat todellisuudessa ovat ehtyneet. Informaatio on usein epätäydellistä, eivätkä yritykset luonnollisesti tunne

tarkkaan esimerkiksi toistensa kustannustehokkuutta ja vakavaraisuutta. (ks. esim. Mateus 2015 s. 246; Leivo ym. 2012 s. 804).

Leivo ja kumppanit (2012, s.804-805) ovat listanneet kolme mahdollista syytä saalistettavan aikaiseen poistumiseen markkinoilta. Mahdollisia syitä voivat olla rahoitusmarkkina- tai niin sanotut *deep-pocket* -teoriat, joilla tarkoitetaan tilannetta, jossa saalistuksen kohteena olevan yrityksen tuloksen heikkous ajaa rahoittajat pois ja siten saalistettavan toimintaedellytykset laskevat. On myös mahdollista, että uudelle markkinalle pyrkivä toimija ei saa rahoitusta, koska markkinoilla jo toimivalla yrityksellä on ”saalistajan” maine (Mateus, 2015 s. 245-246).

Tilannetta, jossa saalistettava ei tunne hyvin saalistajan kustannusrakennetta ja saattaa erehtyä luulemaan hintojen laskun johtuvan yrityksen tehokkuudesta ja tämän koon vuoksi saamista skaalaeduista tuotannossa kutsutaan signaalointiteoriaksi. Tämä saattaa johtaa sekä saalistettavan poistumiseen markkinoilta, että uusien kilpailijoiden haluttomuuteen tulla markkinoille, joilla on jo niin vahva toimija. Pienen yrityksen kannalta on täysin luontevaa yrittää välttää hintasotaa ja siten välttää tuloa markkinalle, jota vallitsee hyvin vahva kilpailija (Kuoppamäki 2003, s.948).

Saalistajan maine aggressiivisena hinnoittelijana saattaa johtaa uudet kilpailijat uskomaan, että markkinoille tulo on vaikeaa. Tällaista tilannetta tarkoitetaan maineteorialla. (Leivo ym. 2012, s.805). Joskus yritys voi ryhtyä saalistukseen yhdellä markkinalla juuri luodakseen kovan kilpailijan mainetta laajentuessaan toiselle markkinalle, siksi useampia markkinoita koskevat teoriat ovat myös tärkeitä saalistushinnoittelussa. (ks. myös Mateus 2015).

### 2.2.2 Lainsäädännön suhtautuminen saalistushinnoitteluun

Saalistushinnoittelu kuuluu kilpailulain piiriin. Sitä säädellään kilpailulaissa 7§:ssä ja SEUT 102 artiklassa eli aiemmin kuvaillun määräävän aseman väärinkäytön kohdalla. Kilpailuoikeudella tarkoitetaan suppeassa merkityksessä oikeudellista sääntelyä, jonka pyrkimyksenä on estää kilpailua rajoittavat toimenpiteet (Kuoppamäki 2003, s.23). Kuoppamäki (2003, s.28) huomauttaa, että kilpailulain tehtävä on suojella kilpailua prosessina ja instituutiona. Tehokkaan kilpailun suojelemisen vuoksi onkin varsin luonnollista, että saalistushinnoitteluun puututaan lailla. Saalistushinnoittelu on kuitenkin

lainkäyttäjän kannalta sikäli ongelmallinen käsite, että sen tunnistaminen on haastavaa. Saalistushinnoittelu saattaa näyttää ulospäin hintakilpailulta, joka nähdään kilpailulaissa luonnollisesti erittäin toivottuna ilmiönä. Hinnat laskevat, vähemmän tehokkaat kilpailijat häviävät markkinoilta ja tietyn yrityksen asema markkinalla vahvistuu. (Virtanen 1998, s.168).

Lainkäyttäjä haluaa pitää huolen, että kilpailu on mahdollisimman toimivaa, eikä siten liian herkkä puuttuminen saalistushinnoittelulta vaikuttavaan käyttäytymiseen ole tarkoituksenmukaista. Toisaalta yrityksen harjoittaessa saalistushinnoittelua, se luonnollisesti vääristää toimivan kilpailun markkinoilla ja aiheuttaa haittaa myös kuluttajille. (ks. Areeda & Turner 1975). Lainkäyttö ei saisi estää määräävässä asemassa olevaa yritystä kilpailemasta hinnoillaan. Lainkäytön tulisi myös olla säännönmukaista ja selkää, jotta yritys voi etukäteen tietää, ettei hinnoittelullaan joudu syytetyksi saalistushinnoittelusta. (Aspara & Hoppu 2015, s.100.)

Saalistushinnoittelun kohdalla tuomioistuimet saattavat tehdä kahdenlaisia virheitä. Ensimmäinen on, että todellisuudessa tehokkuutta lisäävää hinnoittelua ja kilpailua erehdytään pitämään saalistushinnoitteluna ja viranomaiset suojelevat vahingossa tehottomia yrityksiä. Toinen virhe on, että saalistushinnoittelu jää huomaamatta, sillä sitä erehdytään luulemaan hintakilpailuksi. Tämä luonnollisesti johtaa kilpailun vääristymiseen. (Kuoppamäki 2003, s. 961).

### 3. Saalistushinnoittelun kehitys aiemmassa tutkimuksessa ja lainsäädännössä

#### 3.1 McGee ja Chicagolainen koulukunta

John McGee on artikkelissaan vuodelta 1958 (s.137-169) tutkinut *Standard Oil New Jersey* -yrityksen saalistushinnoittelutuomiota sekä yleisesti logiikkaa saalistushinnoittelun taustalla. *Standard Oilin* tapausta pidettiin pitkään klassisena esimerkkinä saalistushinnoittelusta. John Rockefellerin luoman *Standard Oilin* uskottiin vallanneen markkinoita hyödyntäen muun muassa saalistushinnoittelua (Kuoppamäki 2003, s.944). McGee ei kuitenkaan artikkelissaan löytänyt todisteita sille, että saalistushinnoittelua olisi tapauksen kohdalla todellisuudessa tapahtunut. McGeen analyysi oli pitkään ainoa johdonmukainen teoria saalistushinnoittelulle ja on siksi hyvin merkittävä saalistushinnoittelua koskevalle kirjallisuudelle. (Bolton, Brodley & Riordan, 2000, s.5.)

McGee edustaa Chicagolaista koulukuntaa, jonka mukaan saalistushinnoittelu on lähes irrationaalista toimintaa yritykseltä. Kun tarkoituksena on kannattava liiketoiminta, ei saalistushinnoittelun käytölle löydy järkeviä perusteita. (Kuoppamäki 2003, s. 945). Chicagolaisen koulukunnan aikaisten taloustieteilijöiden mukaan hinnoittelu on saalistamista, mikäli se täyttää seuraavat kolme ehtoa. Hinnoittelulle ei saa olla aitoa taloudellista perustetta. Toiseksi, hinnoittelu ei saa johtaa yhtä tehokkaiden kilpailijoiden poistumiseen yrityksen valitsemalla hintatasolla. Ja kolmanneksi tappioiden takaisin saamiselle tulee olla todellinen mahdollisuus kilpailijoiden poistuttua esimerkiksi monopolihinnoittelun kautta. (Baumol 1996 s.52). Näiden ehtojen myötä taloustieteilijät arvioivat, että on hyvin epätodennäköistä, että tämän kaltaista käyttäytymistä voisi todellisuudessa esiintyä. Vankkauskoisimmat Chicagolaisen koulukunnan kannattajat ovat sitä mieltä, ettei saalistushinnoittelua tulisi lainkaan tunnustaa kilpailulainsäädännössä ja siten myös kustannustenarvioinnille ei ole perustetta. Chicagolaisen koulukunnan riveistä löytyy kuitenkin myös sallivampia tutkijoita, joiden mukaan saalistushinnoittelun tunnistamiseen voidaan käyttää yleisiä hinnoittelu- ja kilpailuanalyyseja. (Virtanen 1998, s. 163-165).

Artikkelissaan McGee (1958, s.140-142) on arvioinut, että teoriassa tehokkain tapa laajentua on yritysostoin. Käytännössä tämä ei kuitenkaan aina ole mahdollista, sillä

kilpailuviranomaiset rajoittavat monopolisaatioon johtavia pyrkimyksiä. *Standard Oilin* tapauksessa yritys oli sulautumalla saavuttanut suuren markkinaosuuden ja käytti tämän jälkeen saalistushinnoittelukeinoja saavuttaakseen monopoliaseman. McGeen mukaan yritysosto on aina kannattavampi vaihtoehto kuin saalistaminen. Saalistushinnoittelusta kärsivät kaikki ja liiketoiminnan mahdolliset voitot valuvat asiakkaille. Monopoliasemaa lähestyvän yrityksen kannattaisi mieluummin käyttää saalistuksen tappiot maksaakseen hieman enemmän saalistettavasta yrityksestä yrityskaupassa.

Saalistushinnoittelu on aina sitä kalliimpaa yritykselle, mitä suurempi markkinaosuus sillä on, koska se myy suurempia määriä alihinnoiteltuja tuotteita ja siten kärsii suurempia tappioita. McGeen tutkiman *Standard Oilin* markkinaosuus oli pääosin 75 prosenttia tai enemmän. Tässä tapauksessa Standard joutuisi myymään kolme kertaa enemmän, kun sen kilpailijat yhteensä. Ja olettaen että yksikkökustannukset kaikille olisivat samat, tekisi se karkeasti kolme kertaa enemmän tappiota kuin sen kaikki kilpailijat yhteensä. Saalistushinnoittelu tulisi siis hyvin kalliiksi monopoliasemassa olevalle yritykselle. On myös mahdollista, että kilpailija hetkellisesti lopettaa toimintonsa ja antaa saalistajan kärsiä entistä suurempia tappiota ja myöhemmin saalistajan kohottaessa hintojaan palaa jälleen markkinoille. Tämän tapainen käyttäytyminen voi johtaa jopa vuosia kestävään hintakilpailuun.

Areeda ja Turner (1975, s. 699) toteavat, että todistettuja saalistushinnoittelutapauksia on ollut hyvin vähän ja jatkuva saalistaminen ei edes tulevien voittojen valossa ja kilpailuoikeudellisten sanktioiden vuoksi ole houkuttelevaa. He kuitenkin McGeestä poiketen sanovat, että harvinaisuudestaan huolimatta saalistushinnoittelua on syytä säännellä kilpailulailla. He myös huomauttavat, että näiden sääntöjen luomisen kanssa tulee olla hyvin varovainen.

### 3.2 Areeda ja Turnerin testi

Areedan ja Turnerin jo vuonna 1975 kehittämä testi (s. 697-733) on ollut hyvin merkittävä saalistushinnoittelun tunnistamisen kehityksessä. Testi on vaikuttanut suuresti Yhdysvalloissa esiintyneisiin saalistushinnoittelutapausten ratkaisuihin ja kilpailulakiin sekä toiminut pohjana myös EU-tuomioistuimen myöhemmille ratkaisuille. (esim. Jones & Sufirin, 2016 s.387).

Areedan ja Turnerin testi perustuu hyvin vahvasti yrityksen kustannuksiin. Kustannuspohjaista testiä käyttämällä vältetään ongelmilta, joita yrityksen tarkoituksena tutkiminen voi tuoda. Lisäksi puhdas kustannusten tarkastelu ei anna aiheutta epäillä yritysten markkinaosuusien valtaamista saalistamishinnoitteluksi niin helposti. Heidän mukaansa lyhyen ajan hinnoittelu alle raja- eli marginaalikustannusten (*marginal cost = MC*) tulisi nähdä saalistuksena, paitsi jos hinnat kuitenkin ylittävät keskimääräiset kokonaiskustannukset. Koska yrityksen marginaalikustannus on hyvin vaikea arvioida jälkepäin, ovat he käyttäneet testissään mittarina odotettuja keskimääräisiä muuttuvia kustannuksia (*average variable costs = AVC*), jotka vastaavat varsin hyvin rajakustannuksia. Yritys, joka hinnoittelee alle muuttuvien kustannustensa, on syyllistynyt saalistushinnoitteluun. Toisin sanoen:

Kun  $P < AVC$  on kyse saalistushinnoittelusta, toisaalta kun  $P < MC$ , mutta  $P > ATC$  yritys ei ole syyllistynyt saalistukseen. ( $P = price$ )

Toisaalta, keskimääräiset kustannukset ylittävät tai niiden suuruiset hinnat ovat sallittuja riippumatta siitä, onko yritys pyrkinyt maksimoimaan voittonsa lyhyellä aikavälillä vai ei. Samoin hinnoittelu yli tai keskimääräisten muuttuvien kustannusten ja marginaalikustannusten tasolle ei tule tulkita saalistushinnoitteluna huolimatta siitä onko yritys pyrkinyt minimoimaan tappionsa lyhyellä aikavälillä vai ei. Muuttuvat kustannukset ovat usein helposti tarkasteltavissa yrityksen kirjanpidosta, sillä se kertoo, miten yritys itse näkee kustannusrakenteensa. Areeda ja Turner myös huomauttavat, että koska kaikki kustannukset ovat muuttuvia pitkällä aikavälillä, tulee yrityksen kustannuksia tulkita juuri tarkastellulla saalistushinnoittelun kestoajalla.

Koska Areeda ja Turner painottivat vahvasti kustannuksia saalistushinnoittelun tunnistamisessa, suhtautuivat he artikkelissaan varsin sallivasti myös monopolirytysten erilaisiin toimiin. Esimerkiksi käyttäytyminen, jossa yritys tiputtaa hintojaan monopolitasolta uuden kilpailijan ilmestyttyä ei heidän mukaansa ollut saalistusta, mikäli hinnat silti ylittävät keskimääräiset kokonaiskustannukset. He huomauttavat, että monopolirytyksen kustannukset saattavat olla korkeammat ja hintojen pudottaminen näiden kustannusten alle on sallittua. Myöhemmässä kirjallisuudessa on myönnetty, että myös tämän kaltainen toiminta voi olla saalistusta, jos yrityksen tarkoituksena on ollut kilpailun rajaaminen. (ks. esim. Komission tiedonanto 2009).

### 3.2.1 Kritiikki Areedan ja Turnerin testiä kohtaan

Areedan ja Turnerin testi vaikutti välittömästi tuomioistuinten toimintaan ja johti saalistushinnoittelukanteiden läpimenon selkeään laskuun artikkelia seuranneina vuosina. Samaan aikaan nousi kuitenkin esiin myös paljon kritiikkiä testiä kohtaan. Kriitikoiden mukaan puhdas kustannuksiin perustuva testi jätti erittäin tärkeän saalistushinnoittelun osan eli strategisen näkökulman täysin huomioimatta. Saalistushinnoittelu on pidemmän aikavälin ratkaisu ja vain lyhyen aikavälin keskimääräisiä muuttuvia kustannuksia tarkastelemalla ei saada kokonaiskuvaa yrityksen toiminnasta. (Bolton ym. 2000, s.15).

Esimerkiksi Scherer (1976, s.869-871) nostaa artikkelissaan esiin Areedan ja Turnerin teorian heikkoutena monopoliyrityksen hinnoittelun tehokkuusvaikutuksien arvioinnin puuttumisen. Vaikka monopoliyrityksen hintojen lasku johtaisi vähemmän tehokkaan kilpailijan markkinoilta poistumiseen, on tällä laajempia kilpailullisia vaikutuksia. Hän myös huomauttaa, että Areedan ja Turnerin sääntö tietyissä tapauksissa mahdollistaa monopoliyritykselle kilpailijan markkinalta ajamisen ilman, että se rikkoisi sääntöä. Tämä saattaa olla mahdollista esimerkiksi huomattavien skaalaetujen kautta. Schererin (s.890) mukaan saalistushinnoitteluratkaisua annettaessa tulisi monopolin kohdalla tutkia huolellisesti tosiseikat, epäilty saalistuskäyttäytyminen ja seuraukset, joita monopoli on toiminnallaan aiheuttanut. Hän myös toteaa, että tuomioistuinten käyttäessä pelkkää Areedan ja Turnerin sääntöä, on vaarana, että lopputuloksen vaikutukset ovat laajemmin talouden kannalta epävarmat.

Baumol (1996, s.54-55) taas toteaa, että marginaalikustannusten käyttäminen rajana sallitun ja kielletyn välillä ei ole kovin vakuuttava. Ne voivat toisaalta antaa liian sallivan ja toisaalta liian tiukan kriteerin yrityksen kustannusten määrittelyyn. Esimerkkinä toisesta ääripäästä Baumol käyttää yritystä, jonka olisi kannattavaa määrittää hintansa paljon yli marginaalikustannusten, mutta käyttääkin vain hieman marginaalikustannukset ylittävää hintaa. Areedan ja Turnerin testin mukaan kyseessä ei ole saalistushinnoittelu, mutta Baumol kysyy, onko laillista yritykseltä jättää käyttämättä tämä mahdollisuus korkeampiin voittoihin. Järkevästi toimiva ja voittoa tavoitteleva yritys ei valitsisi tätä toimintamallia. Toisaalta Baumol toteaa, että on epätodennäköistä, ettei yritys koskaan edes lyhyellä aikavälillä kohtaisi tilannetta, jossa sen olisi kannattavaa myydä tuotteitaan alle

marginaalikustannusten. Tällainen tilanne voi olla esimerkiksi uuden tuotteen markkinoille tuominen tai varaston tyhjentäminen. Ei siis ole aihetta olettaa, että hinnoittelu alle marginaalikustannusten olisi aina ilman järkevää taloudellista syytä ja kiellettyä. Myös tarjoukset ja kampanjat saattavat lyhyellä aikavälillä johtaa kustannukset alittavaan hinnoitteluun.

Baumol esittää artikkelissaan kritiikin lisäksi parannusehdotuksia Areedan ja Turnerin testiin. Hän huomauttaa, että voi olla tilanne, jossa yksittäiset tuotteet testin mukaan ovat kannattavia, mutta näiden tuotteiden yhdistelmä taas ei läpäisisi testiä. Esimerkiksi tällaisesta tilanteesta Baumol on ottanut lentoyhtiön, jonka yksittäiset economy- ja ensimmäisenluokan paikat kattavat kustannuksensa. Kun paikkoja tutkitaan yhtenä kokonaisuutena, tulisi hintojen kattaa lentoyhtiön kokonaisuudessa katsottavat muuttuvat kustannukset. Baumol ehdottaakin, että saalistushinnoittelua tutkittaessa tulisi yksittäisten tuotteiden lisäksi arvioida myös tuotteiden kombinaatioita erityisesti niissä tapauksissa, joissa tuotteita tai palveluita normaalisti niputetaan yhteen kuten lentokoneen tapauksessa erihintaiset paikat.

Muita parannusehdotuksia Areedan ja Turnerin testiin ovat esittäneet esimerkiksi Baumol (1989) ja Williamson (1987), joiden mukaan määräävässä asemassa olevan yrityksen hintojen laskeminen ja tuotantomäärien nostaminen pitäisi estää tietyksi ajaksi uuden kilpailijan ilmestyttävä. Näiden sääntöjen ongelmana on kuitenkin niiden valvonnan vaikeus sekä *ex ante* tiedon määrä, joka tarvittaisiin niiden soveltamiseen. Siinä missä Areedan ja Turnerin sääntö jättää yksinkertaisuudessaan puutteita erityisesti strategisen näkökulman osalta, on se juuri yksinkertaisuutensa vuoksi melko helposti sovellettavissa. (Virtanen 1998, s. 171-172.)

### 3.3 AKZO oikeustapauksen vaikutukset

EY-tuomioistuin määritteli vuoden 1991 ratkaisussaan *AKZO* perinteisenä pidetyn tunnusmerkistön saalistushinnoittelulle (Leivo ym. 2012, s.805).

*Asia C-62/86 - AKZO Chemie BV* vastaan Euroopan yhteisöjen komissio



*AKZO Chemien* (jäljempänä *AKZO*) tytäryhtiö *AKZO UK* valmisti erilaisia kemikaaleja sekä jauhojen valkaisuun käytettäviä yhdisteitä ja lisäaineita. Kilpaileva yritys *Engineering and Chemical Supplies LTD* (jäljempänä *ECS*) oli kasvattanut osuuksiaan erityisesti orgaanisia peroksiedeja koskevilla markkinoilla. Komissio oli päätöksellään todennut, että *AKZO* on toiminnallaan rikkonut perustamissopimuksen 86 artiklaa yrittäessään vahingoittaa *ECS*:n toimintaa/saamalla sen vetäytymään markkinoilta.

Perusteissaan Komissio on todennut, että asiakirjanäyttö osoitti *AKZO*n esittäneen suoria uhkauksia *ECS*:lle, jotta tämä vetäytyisi markkinoilta. *AKZO* oli myös toimittanut jauhojen lisäaineita kohtuuttoman alhaisin hinnoin *ECS*:n asiakkaille sekä tehnyt näille valikoivia tarjouksia. *AKZO* oli tarjonnut yrityksille lisäksi poikkeuksellisia tuotteita houkutellessaan näitä asiakkaikseen. *AKZO*n pitämä keinotekoisena alhainen hintataso oli sille mahdollinen ainoastaan suurempien resurssien vuoksi. *AKZO* oli myös hankkinut tietoa sen kilpailijoiden sopimushinnoista ja näiden perusteella tehnyt alempia tarjouksia syrjäyttääkseen kilpailijat. *AKZO*lle määrättiin rangaistusmaksu ja se määrättiin lopettamaan välittömästi 82 artiklan rikkominen.

EY:n komissio oli päätöksessään todennut, että ainoastaan *Areedan* ja *Turnerin* testin käyttö ei riittäisi saalistushinnoittelun selviämiseen testin lyhyen tähtäimeen keskittymisen vuoksi. Saalistushinnoittelun pidemmän aikavälin strategiset tavoitteet tulisi myös huomioida ratkaisua tehdessä. (Kuoppamäki 2003, s. 956.) EY-tuomioistuin totesi päätöksessään seuraavasti:

*”Keskimääräisiä muuttuvia kustannuksia (toisin sanoen niitä kustannuksia, jotka vaihtelevat valmistetun määrän mukaan) alhaisempien hintojen, joilla määrävässä asemassa oleva yritys pyrkii syrjäyttämään kilpailijan, on katsottava merkitsevän väärinkäyttöä. Määrävässä asemassa olevalle yritykselle ei nimittäin ole mitään etua sellaisten hintojen käyttämisestä, paitsi jos sen tarkoituksena on syrjäyttää kilpailijansa voidakseen sitten nostaa hintojaan käyttäen hyväkseen monopoliasemaansa, koska jokainen myyntitapahtuma tuottaa sille kaikkien valmistettuun yksikköön liittyvien kiinteiden kustannusten (toisin sanoen niiden kustannusten, jotka säilyvät muuttumattomina riippumatta valmistetuista määristä) sekä ainakin muuttuvien yksikkökustannusten osan suuruisen menetyksen.*

*Lisäksi keskimääräisiä kokonaiskustannuksia, joihin kuuluvat sekä kiinteät että muuttuvat kustannukset, alhaisempien, mutta keskimääräisiä muuttuvia kustannuksia korkeampien hintojen on katsottava merkitsevän väärinkäyttöä, jos ne on määritetty osana sellaista suunnitelmaa, jonka tarkoituksena on kilpailijan syrjäyttäminen. Näillä hinnoilla voidaan nimittäin poistaa markkinoilta yrityksiä, jotka ovat ehkä yhtä tehokkaita kuin määrävässä asemassa oleva yritys, mutta jotka taloudellisilta voimavaroiltaan heikompina eivät selviydy siitä kilpailutilanteesta, johon ne joutuvat.”*

EY-tuomioistuin määritteli siis kaksiosaisen yrityksen kustannuksiin ja hintoihin perustuvan testin.

1.  $P < AVC$ . Hinta on pienempi kuin keskimääräiset muuttuvat kustannukset. Hinnoittelun muuttuvien kustannusten alle voidaan sellaisenaan katsoa olevan määräävän aseman väärinkäyttöä.
2.  $P < ATC$ . Hinta on pienempi kuin keskimääräiset kokonaiskustannukset. Tämänlaisen hinnoittelun voidaan katsoa olevan määräävän aseman väärinkäyttöä, jos hinnoittelun tarkoituksena on nimenomaan ollut syrjäyttää kilpailija markkinoilta.

Komission testi mukailee sikäli Areedan ja Turnerin testiä, että hinnoittelua alle muuttuvien kustannusten tulee aina pitää saalistushinnoitteluna. Komissio ei kuitenkaan pidä tätä ehtoa ehdottomana tilanteissa, joissa hinnoittelulle on järkevä taloudellinen peruste kuten esimerkiksi yritystoiminnan aloittaminen markkinalla. Taloudellinen perustekaan ei kuitenkaan suojaa yritystä, jos tämä on todellisuudessa toiminut syrjäyttävässä tarkoituksessa. Komission mukaan tärkeää saalistushinnoittelun toteamiseksi on myös näyttö yrityksen toiminnan poissulkevasta tarkoituksesta. Komissio esitti jopa, että hinnoittelu yli keskimääräisten kustannusten voisi olla saalistushinnoittelua, mikäli muu näyttö antaisi aiheita epäilylle. EY-tuomioistuin ei kuitenkaan hyväksynyt tätä näkökulmaa, vaan veti rajan keskimääräisten kokonaiskustannusten tasolle. (Kuoppamäki 2003, s.956-957; ks. myös Leivo ym. 2012 s. 806-807.)

### 3.4 Tappioiden takaisin saaminen

Kysymys tappioiden takaisin saamisen merkityksestä saalistushinnoittelutapauksissa on mielenkiintoinen, sillä saalistushinnoittelun perinteisissä tunnusmerkeissä tappioiden takaisin saanti nostetaan lähes aina esiin. Tappioiden takaisin saaminenhan on saalistushinnoittelustrategian pohjimmainen tarkoitus kilpailijoiden hävittyä markkinoilta. (Kuoppamäki 2003 s.945&960.)

Erityisesti amerikkalaisessa kirjallisuudessa tappioiden takaisin saanti on nähty tärkeänä osana saalistushinnoittelun tunnusmerkistöä (Kuoppamäki 2003, s. 960). Areedan ja Turnerin artikkelia tältä osin kritisoivat esimerkiksi Joskow ja Klevorick (1979, s. 242-246), joiden mukaan turhien kanteiden vähentämiseksi ja turhien kustannusten välttämiseksi jo ennen kustannusten tarkastelua, tulisi tutkia yrityksen todellisia mahdollisuuksia ryhtyä

tähän käyttäytymiseen. Todistustaakka lankeaisi kantajalle, jonka tulisi osoittaa, että markkinan rakenne edes mahdollistaisi saalistushinnoittelun ja strategian kannattavuuden monopoliyritykselle. Markkinan rakenteella voidaan tarkoittaa esimerkiksi monopoliyrityksen huomattavaa markkinaosuutta, joka itsessään riittäisi mahdollistamaan saalistushinnoittelun käyttämisen. Joskow ja Klevorick esittävät artikkelissaan kaksiosaisen lähestymistavan (*two tier approach*), jossa ensin tarkastellaan yrityksen mahdollisuuksia syyllistyä saalistushinnoitteluun ja vasta läpäistyä ensimmäisen osan, tulisi tarkasteluun Areedan ja Turnerin esittämä kustannusten tarkastelu. Yhdysvalloissa korkein oikeus hyväksyi kaksivaiheisen lähestymistapauksen tuomiossaan *Brooke Group v. Brown & Williamson*. Tapaus on sikäli merkityksellinen myös EU:n kannalta, että tappioiden takaisin saamisen mahdollisuutta on käsitelty myös EU tuomioistuimissa.

EU:n tuomioistuimessa tappioiden takaisin saaminen nousi esiin ensimmäisen kerran *Tetra Pakin* vuonna 1996 annetussa ratkaisussa ja jälleen vuonna 2009 *France Télécomin* tapauksessa. Tapaukset tulivat *AKZO* tuomion jälkeen ja niiden kohdalla EU-tuomioistuin tarkensi linjaansa saalistushinnoittelun suhteen. *Tetra Pakin* tapauksessa saalistushinnoittelun katsottiin tapahtuneen tappioiden keston, laajuuden ja jatkuvuuden vuoksi. *Tetra Pak* myös myönsi tietoisesti myyneensä tuotteitaan tappiollisesti, vaikka kielsikin saalistushinnoittelun. *Tetra Pak* tapauksessa asiakirjatodisteet myös antoivat ilmi yrityksen toimineen syrjäyttämistarkoituksessa. (Leivo ym. 2012, s.807-810.)

Asia C-333/94 P – *Tetra Pak International SA* vastaan Euroopan yhteisöjen komissio

*Tetra Pak* –konserni oli erikoistunut laitteistojen ja materiaalien valmistamiseen, joita käytettiin nestemäisten ja puolinessemäisten tuotteiden pakkaamiseen. *Tetra Pakin* markkinaosuus aseptisen pakkaamisen alalla oli yli 90% ja ei-aseptisen pakkaamisen alalla yli 50%. Kilpailija *Elopak*, jonka markkinaosuus ei-aseptisen pakkaamisen alalla oli 27%, nosti kanteen Italiassa *Tetra Pakin* kilpailijoita poissulkevasta saalistushinnoittelusta sekä kohtuuttomista ehdoista täyttökoneiden kohdalla.

EY:n komissio totesi *Tetra Pakin* sopimuslausekkeiden johtaneen siihen, että käyttäjät olivat kohtuuttoman riippuvaisia *Tetra Pakista* ja kilpailu estettiin keinotekoisesti. Myös pahvipaukkausten hinnoittelun tarkoituksena ainakin Italiassa oli kilpailijoiden syrjäyttäminen, samoin koneita koskeva hinnoittelu nähtiin syrjivänä.

*Tetra Pak* nosti valituksessaan esiin sen, ettei tuomioistuin ollut ottanut huomioon *Tetra Pakin* tappioiden takaisin saamisen mahdollisuutta tulevaisuudessa. *Tetra Pak*

vetosi *AKZO* tuomioon, jossa syrjäyttämiseen tarkoitetun hinnoittelun käsitteeseen kuului sen mukaan tappioiden takaisin saaminen. Tuomioistuin kuitenkin totesi, että *Tetra Pakin* kustannuksia on käsitelty *AKZO* tapauksessa luodun testin mukaan ja hinnoittelun alle muuttuvien kustannusten yhdessä syrjäyttävän tarkoituksen kanssa tulee riittää sanktion antamiseen. EY tuomioistuin hylkäsi valituksen ja määräsi *Tetra Pakin* lopettamaan todetun määräävän aseman väärinkäytön ja rikkomukset joihin se oli syyllistynyt sekä maksamaan sakon.

Komissio totesi päätöksessään tappioiden takaisin saamisen osalta seuraavasti:

*”Kyseisen yrityksen käyttämän hinnoittelun tarkoituksena voidaan pitää kilpailijoiden syrjäyttämistä ilman, että lisänäyttönä tarvitsisi vaatia sen osoittamista, että yrityksellä olisi todellinen mahdollisuus saada tappionsa takaisin. Saalistushinnoittelu on voitava sanktioida heti, kun on olemassa kilpailijoiden syrjäyttämisen vaara.”*

*France Télécomin* tapauksessa komissio puolestaan totesi (kohta 113 ja kohta 111):

*”Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin on näin ollen perustellusti todennut valituksenalaisen tuomionsa 228 kohdassa, ettei tappioiden takaisin saamista koskevan mahdollisuuden osoittamista voida pitää välttämättömänä ennakoedellytyksenä sen toteamiselle, että kyseessä on saalistushinnoittelu.”*

*” -- komissio voi pitää tällaista mahdollisuutta saada tappiot takaisin merkityksellisenä sitä arvioitaessa, onko kyseessä olevaa käytäntöä pidettävä määräävän aseman väärinkäyttönä, jos sen avulla kyetään esimerkiksi sulkemaan pois muuttuvien kustannusten keskiarvon alittavien hintojen soveltamistapauksessa muut taloudelliset tarkoitukset kuin kilpailijan syrjäyttäminen tai osoittamaan kokonaiskustannusten keskiarvon alittavien mutta muuttuvien kustannusten keskiarvon ylittävien hintojen soveltamistapauksessa kilpailijan syrjäyttämiseen tähtäävän suunnitelman olemassaolo.”*

Komissio siis totesi, ettei tappioiden takaisin mahdollisuutta ole välttämätöntä osoittaa. Tätä mahdollisuutta on kuitenkin merkityksellistä arvioida, jos yrityksen tarkoituksena on ollut sulkea kilpailijansa ulos markkinoilta kustannukset alittavalla hinnoittelulla. (Leivo ym. 2012, s. 807-808.)

### 3.5 Komission tiedonanto 2009

Komission tiedonannon tehtävänä on vahvistaa sen täytäntöönpanoa koskevat ensisijaiset tavoitteet, kun komissio soveltaa 82 artiklaa määräävän aseman väärinkäytöstä. Tiedonannon tehtävänä on auttaa sekä yrityksiä että komissiota tietämään millaiseen menettelyyn artiklan 82 nojalla voidaan puuttua. Tiedonanto ei kuitenkaan pakota

tuomioistuimia sen mukaiseen tulkintaan. Komissio on tiedonannon kohdassa IV C käsitellyt saalistushinnoittelua tappiolla myymisen, kilpailunvastaisen markkinoiden sulkemisen ja tehokkuusetujen kannalta.

### 3.5.1 Tappiolla myyminen

Komissio on ottanut uudeksi mittapuukseen sen, onko yritykselle muodostunut tappioita, jotka se olisi voinut välttää. Tämän mittaamiseen käytetään keskimääräisiä vältettävissä olevia kustannuksia (*average avoidable cost / AAC*). Jos yrityksen hintataso alittaa nämä keskimääräiset vältettävissä olevat kustannukset, seuraa siitä tappioita, jotka olisivat olleet vältettävissä ilman tätä tuotantoa. Komission huomauttaa, että monissa tapauksissa keskimääräiset muuttuvat kustannukset ja keskimääräiset vältettävissä olevat kustannukset ovat samat. Tapauksissa, joissa nämä eivät ole samat, antaa keskimääräisten vältettävissä olevien kustannusten arviointi paremman kuvan yrityksen mahdollisesta tappiolla myymisestä. Komission mukaan useimmissa tapauksissa hinnoittelu keskimääräisten vältettävissä olevien kustannusten alle on selkeä merkki tappiolla myymisestä.

Komissio huomauttaa myös, ettei tappiolla myymisen käsitteellä tarkoiteta yksinomaan hinnoittelua alle keskimääräisten vältettävissä olevien kustannusten. Voidaan myös tutkia, onko yrityksen epäilty saalistushinnoittelustrategia johtanut lyhyellä aikavälillä alempiin nettotuloihin, kuin mitä vaihtoehtoinen toimintamalli olisi tuottanut. Eli jälleen, onko yritykselle muodostunut vältettävissä olevia tappioita. Yrityksen vaihtoehtoisia toimintatapoja vertaillen tulee ottaa huomioon vain yhtiön todelliset valittavissa olleet relevantit vaihtoehdot. Leivo ym. (2012, s.814) huomauttavat, että kuten komissiokin tietää, on näiden päätösten arvioiminen jälkikäteen haastavaa, sillä tietoa siitä, mitä faktoja yrityksellä on päätöksentekohetkellä ollut käytössään ei jälkeenpäin voida tietää. Komissio kuitenkin lisää, että jos yritys on hyvässä uskossa valinnut tietyn toimintatavan ja odottanut sen olevan kannattava, ei yritystä myöhemmin tule rangaista tappiolla myymisestä.

Kustannusten ohella myös välittömiin todisteisiin on mahdollista nojautua, jos ne osoittavat määräävässä asemassa olleen yrityksen saalistushinnoitteluaiheet. Tämä voi pitää sisällään esimerkiksi suunnitelman kilpailijan pois ajamiseksi ja suunnitelman tappiolla myymisestä. Jo *AKZO* tapauksen kohdalla luodun mittapuun mukaan hinnoittelun ylittäessä keskimääräiset muuttuvat kustannukset, mutta kuitenkin alittaessa keskimääräiset

kokonaiskustannukset tulee osoittaa, että yrityksen tarkoituksena on ollut nimenomaan sulkea kilpailijoita ulos markkinoilta. Oikeustapauksessa *Wanadoo Interactive* (jatkossa *Wanadoo*) asiakirjanäyttö oli hyvin vahvassa roolissa saalistushinnoittelun toteamisessa.

#### COMP/38.233 *Wanadoo Interactive*

*Wanadoo* oli päätöksen teon aikaan pääosin *France Télécomin* omistama yritys. Se tarjosi asiakkailleen laajakaistayhteyksiä, jotka olivat yleistymässä päätöksen antamisen aikaan Ranskassa. *Wanadoo* oli määräävässä markkina-asemassa nopeiden internet-yhteyksien markkinoilla ja komissio totesi *Wanadon* käyttäneen väärin tätä määräävää asemaansa. *Wanadoo* oli hinnoitellut kaksi tuotettaan jatkuvasti alle kokonaiskustannusten ja välillä myös alle muuttuvien kustannusten.

Sisäiset asiakirjat todistivat, että *Wanadoo* oli tietoinen käyttämänsä hinnoittelun vaikutuksista markkinoihin jo etukäteen. *Wanadoo* oli myös tehnyt laskelmia, jotka todistivat hinnoittelun tappiollisuuden. *Wanadon* sisäiset asiakirjat todistivat, että yritys oli pyrkinyt hallitsemaan (*pre-emp*) täysin uutta markkinaa ja poistamaan kilpailijat markkinoilta. Komissio totesi päätöksessään, että dokumentit osoittivat *Wanadon* keskustelleen strategiastaan virallisissa kokouksissaan, mikä vahvistaa asiakirjatodisteiden arvoa saalistushinnoittelutuomiota annettaessa.

Muita oikeustapauksia, joissa välittömiin todisteisiin on nojautettu ovat esimerkiksi *Tetra Pak* (Asia C-333/94 P), jossa tuomioistuin totesi kohdassa 151: ”Suuri määrä tärkeitä ja merkityksellisiä tekijöitä tarjoaa todisteita poissulkevasta tarkoituksesta”. Myös suomalaisessa Valion tapauksessa (MAO:467 ja 468/14) johdon sähköpostit antoivat vahvat todisteet yrityksen saalistushinnoitteluaikeista ja kilpailijan poissulkemisesta.

#### 3.5.2 Kilpailunvastainen markkinoiden sulkeminen

Komissio käyttää yhtä tehokkaan kilpailijan analyysia, jos käytettävissä on riittävästi luotettavaa tietoa. Yhtä tehokkaan kilpailijan analyysilla tarkoitetaan sen arvioimista, pystyisikö yhtä tehokas kilpailija toimimaan samalla hintatasolla kannattavasti. Tämän avulla komissio pystyy selvittämään, onko menettely aiheuttanut haittaa kuluttajille. Ainoastaan pitkän aikavälin keskimääräisiä lisäkustannuksia (*long-run average incremental costs = LRAIC*) alhaisempi hintataso voi johtaa yhtä tehokkaan kilpailijan markkinoilta sulkemiseen. Pitkän aikavälin keskimääräiset lisäkustannukset ovat lähellä keskimääräisten kokonaiskustannusten tasoa (*average total cost = ATC*), joka otettiin mittapuuksi *AKZO*

tapauksessa. Jos yhtä tehokas kilpailija kykenee kilpailemaan samalla hintatasolla, voidaan katsoa, ettei hinnoittelusta aiheudu haittaa kilpailulle.

MAO:467 ja 468/14 Valio Oy vastaan Kilpailuvirasto

Valio on maitotuotteita jalostava yritys, joka on määräävässä markkina-asetuksessa Suomen perusmaitomarkkinoilla. Markkinoille oli tullut uusi kilpailija Arla Ingman, joka oli kasvattanut markkinaosuuttaan nopeasti muun muassa suuren vähittäiskauppaketjun kanssa tehtyjen sopimusten avulla. Valio oli hinnoitellut perusmaitonsa alle muuttuvien kustannusten ja kohdistanut selektiivisiä paljousalennuksia kyseiseen vähittäiskauppaketjuun syrjäyttääkseen uuden kilpailijansa.

Valion tapauksessa Markkinaoikeus käytti laajasti hyödykseen yhtä tehokkaan kilpailijan analyysia. Kustannustenlaskennan pohjana se käytti Valion omasta sisäisestä laskentajärjestelmästä saatuja lukuja, joten aineisto oli riittävä analyysin käyttämiseen.

Markkinaoikeus vetosi yhtä tehokkaan kilpailijan analyysiin useiden Valion kustannuksiin liittyvien seikkojen kohdalla ja hylkäsi Valion valitukset näiden kustannusten erilaisesta luokittelusta. Esimerkiksi Valion mukaan raakamaidon ostohinta oli sille kiinteä kustannus sen valitseman osuuskuntaluonteisen toimintatavan mukaan. Markkinaoikeus katsoi, että markkinoilla yhtä tehokas kilpailija joutuu käyttämään Valion ostohintaa omana kustannuksenaan ostaessaan raaka-ainetta ja tämän vuoksi raakamaidon kustannukset ovat muuttuvia. Yhtä tehokkaan kilpailijan analyysia käytettiin myös työvoima- ja kuljetuskustannusten arviointiin.

Kustannustenluokittelun perusteella voitiin katsoa, että Valion hinnoittelu on ollut epäilyllä saalistushinnoittelujaksolla muuttuvat kustannukset alittavaa.

Komission tiedonannossa kohdassa 20 on listattu seuraavia asioita, jotka ovat merkityksellisiä arvioitaessa, johtaako väitetty määräävän aseman väärinkäyttö kilpailunvastaiseen markkinoiden sulkemiseen: määräävässä asemassa olevan yrityksen asema, olosuhteet merkityksellisillä markkinoilla, määräävässä asemassa olevan yrityksen kilpailijoiden asema, asiakkaiden tai tuotantopanoksia toimittavien asema, väitetyn määräävän aseman väärinkäytön laajuus, mahdolliset todisteet todellisesta markkinoiden sulkemisesta sekä välittömät todisteet markkinoiden sulkemiseen tähtäävästä strategiasta. Näiden lisäksi komissio tutkii yleisellä tasolla, vähentääkö yrityksen toiminta muiden

kilpailijoiden kilpailuun ryhtymistä. Tällä tarkoitetaan jo aiemmin käsiteltyjä signalointi- ja maineteorioita sekä informaation epätäydellisyyttä.

Komission mukaan kilpailunvastaista markkinoiden sulkemista ei tule tutkia ainoastaan, jos kilpailija on kokonaan poistunut markkinoilta, vaan myös tilanteissa, joissa määräävässä asemassa oleva yritys on hinnoittelullaan pakottanut toisen yrityksen sopeutumaan tähän hinnoitteluun. Kuluttajille muodostuu haittaa, jos yritys saalistushinnoittelun seurauksena nauttii suuremmasta markkinavoimasta kuin ilman tätä. Arvioimalla yrityksen valitseman menettelytavan mahdollisia markkinoiden sulkemisvaikutuksia sekä esimerkiksi markkinoille tulon esteiden tarkastelua, voidaan tutkia kuluttajille mahdollisesti aiheutuvia haittoja. Komissio huomioi myös markkinoille palaamisen mahdollisuudet.

### 3.5.3 Tehokkuusedut

Komissio toteaa tiedonannossaan, ettei saalistushinnoittelun uskota tuovan mukanaan tehokkuusetuja. Koska saalistushinnoittelun tarkoituksena on kilpailun poissulkeminen, on vaikea nähdä, miten tällainen toiminta pitkällä aikavälillä loisi tehokkuusetuja. Jos yritys kuitenkin pystyy osoittamaan, että toiminnasta kuluttajille aiheutuneet tehokkuusedut ovat vaikutuksiltaan suuremmat kuin kilpailunvastaisen toiminnan aiheuttamat haitat, on mahdollista arvioida myös näitä tehokkuusetuja. Komissio toteaa, että tehokkuuseduilla voidaan tarkoittaa esimerkiksi hyödykkeiden laadun parantumista tai tuotanto- tai jakelukustannusten alentumista.

Valion tapauksessa (MAO:467 ja 468/14) Markkinaoikeus totesi tehokkuuspuolustuksen olevan hyväksyttävää mikäli se täyttäisi seuraavat ehdot: ”tehokkuusedut on saavutettu tai voidaan saavuttaa kyseisen toiminnan avulla, menettelytapa on välttämätön tehokkuusetujen saavuttamiseksi, tehokkuusedut ovat suuremmat kuin kilpailuun ja kuluttajien hyvinvointiin kohdistuvat todennäköiset haitalliset vaikutukset eikä menettelytavalla poisteta toimivaa kilpailua hävittämällä kaikki tosiasiallisen tai mahdollisen kilpailun olemassa olevat lähteet tai suurin osa niistä”

Viimeinen kriteeri koskien toimivan kilpailun poistamista onkin usein syy, miksei tehokkuusetuja voida soveltaa saalistushinnoitteluun. Valion tapauksessa Markkinaoikeus antoi Valiolle mahdollisuuden puolustautua tehokkuusetuihin vedoten. Markkinaoikeus



kuitenkin totesi, että koska Valion toiminta oli tähdännyt toimivan kilpailun poissulkemiseen, ei tehokkuuspuolustusta voida Valion tapauksessa lopulta hyödyntää.

## 4. Liiketaloudelliset realiteetit kustannuksissa

Kustannusten luokittelu on saalistushinnoittelussa hyvin keskeisessä roolissa. Aspara ja Hoppu (2014) ovat tutkineet, miten tietyillä aloilla liiketaloudelliset realiteetit tulisi huomioida kustannuksia arvioitaessa. Perinteinen muuttuviin kustannuksiin perustuva arviointitapa ei näissä erityistapauksissa sovellu tarkoitetulla tavalla vaan huomioon tulisi ottaa myös yrityksen muut tuotteet ja liiketaloudellinen konteksti. Näiden realiteettien huomioiminen auttaa välttämään saalistushinnoittelutuomioissa ”vääriä positiivisia” ja ”vääriä negatiivisia”. Aspara ja Hoppu ovat ottaneet esimerkeiksi, joissa liiketaloudellisten realiteettien tarkastelu auttaa välttämään kustannusten yli- tai aliarviointia, ohjelmistoteollisuuden, raaka-ainetta jalostavan prosessiteollisuuden ja tuottajaosuuskunnat.

Pakettiohjelmistoja tuottava teollisuus on ongelmallinen saalistushinnoittelun kannalta, sillä ohjelmistoja voidaan monistaa ja tuotantokustannukset lisäkappaleelle ovat lähellä nollaa. Äärimmäinen oletus voisikin olla, että muuttuvia kustannuksia ei hinnoittelussa edes pysty alittamaan. Aspara ja Hoppu esittävät, että myös ohjelmiston kehittämisen ja päivittämisen sekä myynnin ja laskuttamisen kustannukset tulee laskea mukaan muuttuviin kustannuksiin. Jollei näitä kustannuksia lasketa mukaan, on mahdollista, että muuttuvat kustannukset tulevat aliarvioituiksi. Tämä taas saattaa johtaa ”väärään negatiiviseen” eli vaikka yritys olisikin syylistynyt saalistushinnoitteluun, ei tämä jää siitä kiinni.

Raaka-ainetta useaksi lopputuotteeksi jalostava prosessiteollisuuden yritys pyrkii luonnollisesti jalostamaan raaka-aineesta mahdollisimman paljon ja korkealaatuisia lopputuotteita, jotka tuottavat hyvin voittoa. Esimerkkinä Aspara ja Hoppu ovat käyttäneet puuta raaka-aineenaan käyttävää yritystä, jonka korkealaatuisia tuotteita ovat esimerkiksi laadukkaat laudat ja heikompia tuotteita taas esimerkiksi sahanpuru. Valmistettaessa korkealaatuisia tuotteita, jää yritykselle raaka-ainetta, jota se käyttää näihin heikommin tuottaviin lopputuotteisiin. Raaka-ainemäärien, yrityksen oman valmistuskapasiteetin ja markkinakysynnän vuoksi korkealaatuisia tuotteita ei voi valmistaa loputtomiin. Tämän tyyppisen yrityksen kustannusten jakoa ei voida tehdä ainoastaan raaka-ainekustannusten perusteella vaan alhaisen hintatason lopputuotteen kohdalla pitäisi ottaa huomioon myös korkeamman hintatason tuotteen ja näin (*net realizible value* -laskenta) allokoita raaka-ainekustannukset tuotteille. Tämän tyyppisten yritysten kohdalla vältettävissä olevat

kustannukset yliarvioidaan helposti, josta seurauksena on saalistushinnoittelun ”väärä positiivinen”, kun arvioidaan alemman hintatason tuotteen kohdalla syylistymistä saalistushinnoitteluun.

Kolmas Asparan ja Hopun erityistapaus ovat tuottajaosuuskunnat. Tuottajaosuuskunta yritysmuotona poikkeaa esimerkiksi osakeyhtiöstä siinä, että tuottajille raaka-aineesta maksettavaan hintaan on sisällytetty voittoa tuotto-osuuden muodossa. Raaka-ainekustannus ei siis ole yrityksen todellinen muuttuva kustannus, vaan kustannuksia tulisi arvioida esimerkiksi yhtä tehokkaan markkinoilla olevan kilpailijan kustannusten perusteella tai tuottajien tuotantokustannuksilla. Koska raaka-aineesta maksettava hinta on korkeampi kuin todellinen kustannus olisi, yliarvioidaan kustannukset helposti tuottajaosuuskunnalle. Kuten prosessiteollisuuden kohdallakin tämä johtaa ”väärään positiiviseen”.

Valion tapaus on hyvä esimerkki sekä jalostavasta prosessiteollisuudesta että tuottajaosuuskunnasta. Valio esitti Markkinaoikeudelle, että koska perusmaidot ovat sen heikompia tuotteita, tulisi myös muita tuotteita huomioida sen kustannusten laskennassa. Markkinaoikeus kuitenkin totesi, ettei tällaista ”vaihtoehtokustannusta” ole koskaan aiemmin hyödynnetty saalistushinnoitteluepäilyssä, joten sitä ei huomioida Valionkaan kohdalla. Osuuskuntaluonteensa Valio toi esiin ja sanoi sisällyttävänsä voitonjakoa raakamaidosta maksamaansa tilityshintaan. Markkinaoikeus kuitenkin ohitti tämän vedoten Komission tiedonannossa esitettyyn yhtä tehokkaan kilpailijan testiin. (MAO:467 ja 468.)

Erityistapaukset ovat hyviä esimerkkejä siitä, että yrityksen voi olla haastavaa ennakkoon tietää, täyttääkö sen hinnoittelu saalistushinnoittelun tunnusmerkit. Pelkkiä kustannuksia ei tietenkään tule arvioida, mutta pelkkä saalistushinnoitteluepäily voi olla omiaan vahingoittamaan yrityksen liiketoimintaa. Yrityksen maine saattaa kärsiä ja kilpailuviranomaisen puuttuminen hintoihin taas haitata sekä kuluttajia että vääristä yritysten välistä kilpailua.

## 5. Johtopäätökset

Modernit teoriat tunnustavat, että saalistushinnoittelustrategian taustalla voi olla muitakin syitä, kuin ainoastaan tietyn kilpailijan markkinalta poistaminen. Saalistushinnoittelu voi olla signaali uusille markkinalle pyrkiville toimijoille ja rahoittajille ja rajoittaa kilpailua myös tätä kautta. Kuten jo Areeda ja Turner totesivat, on saalistushinnoittelun strategisten seikkojen mittaaminen ja tunnistaminen hyvin haastavaa. Toisaalta puhdas kustannusten luokittelukaan ei aina ole ongelmattomaa joidenkin alojen erityispiirteiden vuoksi.

Saalistushinnoittelukäsite on kehittynyt pitkälle sitten Chicagolaisen koulukunnan. Saalistushinnoittelu ilmiönä tunnustettiin tarpeelliseksi säädellä ja kustannuksiin perustuvien testien avulla yritettiin löytää selkeitä sääntöjä ilmiön tunnistamiseksi. Eurooppalaisessa oikeuskäsityksessä on alusta asti painotettu vahvasti yrityksen todellisia tarkoituksia ja poissulkeva tarkoitus on nähty puhdasta kustannusten luokittelua tärkeämpänä. Tämän vuoksi Euroopassa tappioiden takaisin saannin arvioimista ei nähty välttämättömänä, ellei tämä ollut nimenomaisesti yrityksen tarkoituksena.

Komission tiedonanto vuodelta 2009 osoittaa, että saalistushinnoittelun tunnistamisen kriteerit kehittyvät yhä ja että yhtenäistä linjaa tapausten tulkintaan haetaan edelleen. Vaikka saalistushinnoittelutapaukset ovat harvinaisia, voidaan kiistatta todeta, että niitä esiintyy aika ajoin ja saalistushinnoittelun oikeudelliselle sääntelylle ja tutkimiselle on olemassa tarve.

## Lähteet:

### Kirjallisuus

*Aspara, Jaakko & Hoppu, Kari (2015)* Saalistushinnoittelun ennakoarviointi yrityksen markkinaolosuhteiden ja liiketaloudellisten realiteettien näkökulmasta. *Nordic Journal of Business* 63(2), s. 97-131.

*Areeda, Phillip & Turner, Donald (1975)* Predatory Pricing and Related Practices under Section 2 of the Sherman Act. *Harvard Law Review* (88), s. 697-733

*Baumol, William J. (1996)* Predation and the Logic of the Average Variable Cost Test. *Journal of Law and Economics* 39(1), s. 49-72.

*Bolton, Patrick & Brodley, Joseph F. & Riordan, Michael H. (2000)* Predatory Pricing: Strategic Theory and Legal Policy. Working paper series Law and Economics 99-5.

*John S. McGee (1958)* Predatory Price Cutting: The Standard Oil (N.J.) Case. *Journal of Law and Economics* (1), s. 137-169.

*Jones, Alison & Sufrin, Brenda (2016)* EU Competition Law. Oxford: Oxford University Press.

*Joskow, Paul L. – Klevorick, Alvin K. (1979)* A Framework for Analysing Predatory Pricing Policy. *The Yale Law Journal* (89), s.213-270.

*Kuoppamäki, Petri (2003)* Markkinavoiman sääntely EY:n ja Suomen kilpailuoikeudessa. Helsinki: Gummerus Kirjapaino.

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

*Leivo, Kirsi & Leivo, Timo & Huimala, Hannele & Huimala, Mikko (2012)* EU:n ja Suomen kilpailuoikeus. Helsinki: Talentum.

*Mateus, Abel M. (2011)* Predatory Pricing: A Proposed Structured Rule of Reason. *European Competition Journal* 7(2), s. 243-267.

*Scherer – F.M. (1976)* Predatory Pricing and the Sherman act: a comment. *Harvard Law Review* (89), s. 869-890.

*Virtanen, Martti (1998)* Market Dominance-Related Competition Police: An Eclectic Theory and Analyses of Policy Evolution. Turku: Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja Sarja/Series A-1:1998.

### Virallislähteet

Kilpailulaki (948/2011) 7§

Sopimus Euroopan unionista ja sopimus Euroopan unionin toiminnasta 102 artikla

Komission määräävää asemaa koskeva tiedonanto (2009)

Ohjeita komission ensisijaisista täytäntöönpanotavoitteista sovellettaessa EY:n perustamissopimuksen 82 artiklaa yritysten määräävän aseman väärinkäyttöön perustuvaan markkinoiden sulkemiseen.

Oikeustapaukset

MAO:467 ja 468/14 – Valio Oy vastaan Kilpailuvirasto

Asia C-202/07 P - *France Télécom SA* vastaan Euroopan yhteisöjen komissio

Asia C-62/86 - *AKZO Chemie BV* vastaan Euroopan yhteisöjen komissio

Asia C-333/94 P - *Tetra Pak International SA* vastaan Euroopan yhteisöjen komissio

COMP/38.233 - *Wanadoo Interactive*