

Teknologiajättien yrityskauppojen valvontaa tehostettava

Heli Koski

Teknologiajättien yritysostoilla voi olla haitallisia kilpailuvaikutuksia.

Suurten, globaalien teknologiayritysten yritysostoilla voi olla haitallisia kilpailuvaikutuksia. Tutkimuksemme viittaa siihen, että teknologiajättien yritysostot vähentävät uusien yritysten markkinoille tuloa ja niiden saamia pääomasijoituksia. Yrityskauppavalvonnan osalta EU:n lainsäädäntöä tulisi muuttaa niin, että globaalien teknologiajättien kilpailua vääristäviin yritysostoihin voidaan puuttua silloinkin, kun ostokohteiden liikevaihto on verrattain pieni. Yrityskauppojen markkinavaikutusten arvioinnissa tulisi kiinnittää huomiota siihen, onko ostokohteen innovaatioilla potentiaalia haastaa tulevaisuudessa ostajansa markkinoilla.

Taustaa

Innovatiivisten yritysten markkinoille tulo on tärkeää EU:n digitalisaatioon ja dataan perustuvien markkinoiden kehitykselle.

Uusien, innovatiivisten eurooppalaisten yritysten markkinoille tulolla on merkittävä rooli EU:n digitalisaatioon ja dataan perustuvien markkinoiden kehitykselle. Algoritmien ja datan hyödyntämisellä voidaan saavuttaa tehokkuusetuja ja poikkeuksellisen nopeaa kasvua. Dataan ja digitaalisuuteen perustuvilla start-upeilla on potentiaalia skaalautua hyvinkin nopeasti ja haastaa vanhat markkinatoimijat. Dataan perustuvan liiketoiminnan tuottavuuskasvupotentiaali on valtaisa ja siihen liittyy tuotevarioinnin etuja. Nykyisellään globaalit teknologiajätit voivat ahmaista kilpailulainsäädännön siihen puuttumatta pienemmät, nopealla kasvu-uralla olevat eurooppalaiset teknologiayritykset. Tämä voi johtaa haitallisiin pitkän aikavälin vaikutuksiin kilpailun, innovaatioiden ja kuluttajien hyvinvoinnin näkökulmasta.

Globaalien teknologiajättien markkinavoima näyttää entisestään kasvavan ja laajenevan uusille markkinoille. Koronapandemia on lisännyt teknologiajättien kassavirtoja; ne seisovat pandemian voittajien eturintamassa. Etätyömurros saattaa mahdollistaa myös sen, että jätit vahvistavat osaamistaan palkkaamalla parhaat työntekijät entistä laajemmilta maantieteellisiltä alueilta. Merkittävimpien yhdysvaltalaisen datajättien into ostaa pienempiä markkinatoimijoita ei näytä vähentyneen koronapandemian aikana.

Tämä Brief on osa BRIE-Etla 2019–2020 – Älykkäät teknologiat, globaalit ICT-toimijat ja markkinoiden toimivuus -tutkimusprojektia, jonka on rahoittanut Business Finland. Policy Briefin teksti perustuu monin paikoin Kosken (2020) muistioon.

Tappavatko globaalien teknologiajättien yritysostot kilpailun ja innovaatiot?

Mediassa otsikoitujen isojen yrityskauppojen lisäksi teknologiajätit ovat ostaneet säännöllisesti pienempiä teknologiayrityksiä. Vuoden 2018 loppuun mennessä kuusi yhdysvaltalaisista datajättiä (ts. Google, Apple, Microsoft, Amazon, Facebook and IBM) oli ostanut yhteensä yli 950 yritystä. Näistä yritysostoista 70 prosenttia tapahtui viimeisen kymmenen vuoden aikana. Datajätit ovat sekä vallanneet uusia markkina-alueita että ostaneet kilpailevia yrityksiä ydinliiketoiminta-alueiltaan.

Datajätit ovat vallanneet uusia markkina-alueita ja ostaneet kilpailevia yrityksiä ydinliiketoiminta-alueiltaan.

Datajättien yritysostot ovat – IBM:ää lukuun ottamatta - kohdentuneet merkittäville osin niiden oman ydinliiketoiminnan ulkopuolelle (Koski ja Pantzar, 2019). Uusien markkina-alueiden valtaaminen yritysostoin näkyy erityisesti Amazonin ja Microsoftin yritysostohistoriassa. Amazonin vuosina 2005-2018 ostamista yrityksistä noin 73 prosenttia ja Microsoftin ostamista yrityksistä noin 69 prosenttia toimi ostajayritysten ydinliiketoiminta-alueiden ulkopuolisilla markkinoilla. 2010-luvulla oli nähtävissä kasvua erityisesti tekoäly-yritysten ostoissa. Ostokohteena ovat useimmiten olleet yhdysvaltalaiset teknologiayritykset, mutta yrityskauppoja on tehty kasvavissa määrin myös Euroopan markkinoilla. Suomesta datajätit ovat ostaneet tekoälyyn, sisätilapaikannukseen ja terveyssovelluksiin erikoistuneita yrityksiä.



Aineistolähde: Crunchbase

Yritysostoja, joilla yritys estää tulevan kilpailun ja oman tuotteen syrjäytymisen kutsutaan tappajaostoiksi.

Yritysostoja perustellaan tyypillisesti synergiaetuihin ja tehokkuuteen liittyvillä seikoilla. Viimeaikaisessa taloustieteellisessä kirjallisuudessa on noussut keskustelua vakiintuneiden yritysten yritysostoista, joiden päämääränä on eliminoida yrityksen potentiaaliset tulevaisuuden kilpailijat tappamalla niiden innovatiiviset tuotekehitysprojektit jo ennen niiden uusien tuotteiden markkinoille tuloa (kts. esim. Cunningham ym., 2020). Yrityskaupan jälkeen ostaja lopettaa kilpailevan tuotekehitysprojektin ja kerää markkinoilta monopolivoitot

Teknologiajättien yritysostot voivat luoda ns. kuolemanlaakson markkinoille tuleville yrityksille.

omasta tuotteestaan. Tällaisia yritysostoja, joilla yritys estää mahdollisen tulevan kilpailun ja oman tuotteensa syrjäytymisen markkinoilta kutsutaan *tappajaostoiksi* (engl. killer acquisitions). Cunninghamin ym. (2020) aineistoanalyysi löytää viitettä tappajaostoista lääketeollisuudessa.

Digitaalisten markkinoiden ominaispiirteistä, erityisesti verkostovaikutuksista ja kuluttajille teknologiasta toiseen siirtymisestä aiheutuvista vaihtokustannuksista, johtuen teknologiajättien yritysostot voivat luoda ns. *kuolemanlaakson* (engl. kill zone) markkinoille tuleville yrityksille (Kamepalli ym., 2020). Odotusarvona on, että uusien yritysten innovatiiviset teknologiat päätyvät lopulta yrityskauppojen myötä teknologiajäteille ja tulevat syrjäytetyiksi. Tämä vähentää markkinoille tulevien uusien yritysten tuotteiden kysyntää ja odotettuja tuottoja. Tämä puolestaan vähentää sijoittajien halukkuutta investoida yrityksiin ja pienentää uusille yrityksille saatavilla olevaa pääomasijoittajien rahoitusta. Mahdollisena seurauksena on innovaatioiden ja kilpailun väheneminen. Yhden yrityksen dominoimat markkinat tarjoavat ylipäätään heikkoja kannustimia innovaatioille ja voivat estää uusien yritysten markkinoille tuloa.

Kuolemanlaakso syntyy nopeasti teknologiajättien ydinliiketoimintaa lähellä oleville markkinoille

Kuolemanlaakso -vaikutus näkyy markkinoille tulon ja pääomasijoitusten määrän laskuna.

Kosken ym. (2020) aineistoanalyysiin perustuvassa tutkimuksessa tarkasteltiin suurten yhdysvaltalaisen teknologiajättien yritysostojen vaikututusta yritysten markkinoille tuloon ja niiden saamiin pääomasijoituksiin. Tutkimuksen aineisto kattoi 742 tuotemarkkinaa globaalisti, erottaen Yhdysvaltojen ja Euroopan markkina-alueet, vuosina 2003–2018. Tilastollisessa analyysissä käytettiin ns. erotukset-erotuksissa -menetelmää.

Tutkimus löytää näyttöä globaalien teknologiajättien yritysostojen kuolemanlaakso -vaikutuksesta sekä EU-alueen että Yhdysvaltain markkinoilla. Teknologiajättien yritysostot ovat vähentäneet uusien yritysten markkinoille tuloa ja niiden saamia pääomasijoituksia. Toisin sanoen, teknologiajättien yritysostot näyttävät luovan kuolemanlaakso -vaikutuksen markkinoilla. Kuolemanlaakso -vaikutus on huomattava teknologiajättien ydinliiketoimintaa lähellä olevilla markkinoilla, joilla ne voivat hyödyntää markkinoille tullessaan muilta markkinoilta kerryttämänsä kuluttajadataa. Merkittävä pääomasijoitusten väheneminen ja markkinoille tulevien uusien yritysten määrän lasku on havaittavissa jo teknologiajätin ensimmäistä yritysostoa seuraavan viiden vuoden aikana. Aineisto viittaa kuolemanlaakso -vaikutuksen voimistuvan pidemmällä aikavälillä.

Yrityskauppavalvontaa on tehostettava

Määräävän markkina-aseman väärinkäyttö on kielletty sekä EU:n ja Suomen kilpailulainsäädännön mukaan. Vuonna 2004 voimaan tulleen EU:n sulautuma-asetuksen¹ mukaan komissiolla on oikeus puuttua yrityskauppoihin, jotka luovat tai vahvistavat määräävää

¹ <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2004:024:0001:0022:FI:PDF>

EU:n yrityskauppavalvontaa on tehostettava globaalien teknologiajättien osalta.

markkina-asemaa ja estävät tehokasta kilpailua sisämarkkinoilla tai niiden merkittäväällä osalla. Yrityskauppaan voidaan puuttua vain, jos yritysten sulautuma ylittää tietyt liikevaihtorajat. Komissiolla on tällöin mahdollisuus estää yrityskaupan syntyminen tai vaatia yrityskauppajärjestelyihin muutoksia. Nykylainsäädännön puitteissa ei pystytä puuttumaan yrityskauppoihin, joilla globaalit teknologiajätit estävät pienten kilpailijoidensa nousua haastajiksi markkinoilla. Suurin osa teknologiajättien yritysostoista kuuluu tähän kategoriaan ja välttää täten yrityskauppatutkinnan.

Yrityskauppavalvonnan osalta EU:n lainsäädäntöä tulisi muuttaa niin, että globaalien teknologiajättien kilpailua vääristäviin yritysostoihin voitaisiin puuttua silloinkin, kun ostokohdeiden liikevaihto on verrattain pieni. Yrityskauppavalvonnan hallinnollisen taakan ja kustannusten pitämiseksi kohtuullisena olisi kuitenkin syytä asettaa verrattain pienten yritysostojen osalta valvonnan kohteena oleville yrityskaupoille ostajan kokoa koskeva alaraja. Yrityskauppojen markkinavaikutusten arvioinnissa tulisi kiinnittää huomiota siihen, onko ostokohteen innovaatioilla potentiaalia haastaa tulevaisuudessa ostaja sen omilla markkinoilla.

Yhteystiedot:

Heli Koski, tutkimusjohtaja, Elinkeinoelämän tutkimuslaitos. E-mail: heli.koski@etla.fi

Lähdeluettelo:

Cunningham, C., Ederer, F., ja Ma, S. (2020). Killer acquisitions. Saatavilla SSRN: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3241707>.

Kamepalli, S. K., Rajan, R, ja Zingales, L. (2020). Kill Zone. Working Paper, University of Chicago. NBER Working Paper No. 27146.

Koski, H. (2020). Teknologiajättien yritysostoihin puuttuminen on rakenteellisten kilpailuongelmien ratkaisun ytimessä. ETLA Muistio 89.

Koski, H., Kässi, O. ja Braesemann (2020). Killers on the road of emerging start-ups – implications for market entry and venture capital financing. *Julkaisematon käsikirjoitus*.

Koski, H. ja Pantzar, M. (2019). Data markets in making: the role of technology giants. *ETLA Working Papers No 72*.

Prufer J. ja Schottmüller, C. (2017). Competing with Big Data. TILEC Discussion Paper 2017-006.