

## Huutokaupoista ja "kauneuskilpailuista" – vastaus Björkrothille

Pertti Haaparanta  
*Professori*

Helsingin kauppakorkeakoulu

Mikko Puhakka  
*Professori*

Oulun yliopisto

Tom Björkroth kommentoi tämän lehden numerossa 3/2002 ilmestynyttä kirjoitustamme Suomessa käydystä keskustelusta kolmannen sukupolven matkaviestintäverkkojen allokoinnista. Miten niukat resurssit, taajuudet, tulisi jakaa? Puolustimme huutokauppanemettelyä, joka mielestämme jakaa ko. resurssit yhteiskunnan hyvinvoinnin kannalta parhaalla mahdollisella tavalla. Tom Björkroth kritisoi huutokauppoja ja on myötämielisempi sääntelijän (regulaattori) määräämälle allokaatiolle, jossa ko. viestintäluvat jaetaan lähes ilmaiseksi "kauneuskilpailussa".

1. Björkroth väittää, että emme ole tuoneet esille huutokauppojen huonoja puolia verrattuna kauneuskilpailuihin. Erityisesti hän mainitsee huutokauppojen riskin. Riski on kuitenkin itse investointiin liittyvä, eli investointi kolmannen sukupolven verkkoihin on joka tapauksessa riskipitoinen. Tämä pätee myös silloin, kun luvat jaetaan ilmaiseksi kuten kauneuskilpailussa. Huutonsa tehdessään yritys ottaa huomioon nämä riskit, eikä huutokaupoilla siksi ole mitään taloutta haittaavaa vaikutusta.

Miksi uuden teknologian matkapuhelinverkkoihin liittyviä riskejä tulisi käsitellä eri tavoin kuin yritysten muihin investointeihin liittyviä riskejä? Miksei valtio tue suoraan esimerkiksi paperiyhtiöiden investointeja, onhan investointi paperikoneisiin riskipitoinen? Jos toimittaisiin kauneuskilpailuanalogian mukaan, paperinvalmistajille tulisi vain antaa rahaa käteen ilman ennakkoehtoja. Riskipitoisuus ei ole itsessään mikään peruste antaa tukea, eikä missään nimessä sillä tavalla, jota kauneuskilpailussa harjoitettiin.

Björkroth toteaa myös, että todennäköisesti yritykset eivät käyttäydy tavalla, jolla kansantaloustieteessä yleisesti oletetaan niiden käyttäytyvän. Miten ne sitten käyttäytyvät? Mitään vaihtoehtoista teoriaa hän ei kommentissaan esitä. Ja mikä peruste se on käyttää kauneuskilpailuja mieluummin kuin huutokauppoja?

2. Björkroth väittää, että huutokaupat edistäisivät yritysten välistä näkyvää tai näkymätöntä yhteistyötä, jolloin markkinahinnat olisivat korkeammat silloin kun lupien jaossa käytetään huutokauppaa verrattuna tilanteeseen, jossa

luvut on jaettu kauneuskilpailussa. Ainakin teoreettisesti väite on kestävä. Huutokauppa-maksu (ilman jälkimarkkinoita) on uponnut kustannus eikä näin vaikuta yritysten välisiin huutokaupan jälkeisiin asemiin. Lupansa maksaneet yritykset eivät saa rahojaan takaisin, joten niiden on järkevää toimia huutokaupan jälkeisessä tilanteessa ottaen huomioon vain tulevaisuuden tuomat tulot. Ne tietävät tämän jo päättäessään siitä, kuinka ison huudon tekevät. Siksi kauneuskilpailumenettelyssä on täsmälleen samat kannustimet yritysten väliseen yhteistyöhön kuin huutokaupamenettelyssä.

Björkroth väittää, että huutokaupan köyhdyttämä yritys on alttiimpi ottamaan riskejä. Hän kuitenkin unohtaa sen, että yritys ottaa riskit huomioon jo huutokauppatilanteessa. Samoin tekevät yritysten rahoittajat, jotka ottavat ne huomioon tehdessään rahoituspäätöksiään. Nämä ongelmat koskevat aina yrityksiä, tekevät ne sitten mitä investointeja tahansa. Miksi verkkoinvestoinneista tulisi kantaa erityistä huolta?

Björkroth on oikeassa todetessaan, että jo markkinoilla olevat yritykset vaikeuttavat huutokauppojen järjestelyä niin, että lupien saaminen tehokkaimmille yrityksille on vaikeaa. Tämä johtuu siitä, että yritykset haluavat pitää yllä markkina-asemaansa vanhoissa verkoissa ja lisäksi vanhoja verkkoja voi hyödyntää uusien palveluiden tuottamisessa. Lisäksi valtion omistamat yhtiöt voivat odottaa saavansa tukea yhteiskunnalta. Mainitsimme kummastakin seikasta kirjoituksessamme.

Björkroth ei huomaa, että tämä ongelma koskee myös kauneuskilpailuja. Vanhaa verkkoa käyttävä yritys pystyy aina tekemään edullisimman tarjouksen ja siksi voittaa kauneuskilpailun ellei siinä sovelleta sääntöjä, jotka tukevat ulkopuolisten tuloa ja voittomahdollisuuk-

sia. Suomessahan mitään tällaista ei tehty. Esitimme myös, että Espanjan ja Suomen ilmaisantien myötä Sonera ja Telefonica mahdollisesti sotkivat Saksan huutokaupan. Britannian huutokaupassa uusia yrityksiä tuettiin.

3. Björkroth ottaa kantaa keskusteluamme aiheudesta. Hän tuo esille aivan oikein sen, että Britannian huutokaupassa pyrittiin maksimoimaan myyntituloa. Hän unohtaa kuitenkin sen, että huutokaupan suunnittelun tärkeimpänä lähtökohtana oli lupien saaminen tehokkaimmille yrityksille. Koko huutokaupan suunnittelu pohjautui tälle ajatukselle ja tulojen maksimointi oli myös alistettu sille. Kuinka regulaattorin järjestämä kauneuskilpailu takaa tehokkuuden? Onko suunnittelijan ratkaisu parempi kuin markkinaratkaisu? Ongelmallista Suomen kauneuskilpailussa oli myös se, että regulaattori käytti omistajavaltaa Sonerassa.

Yleisesti voidaan kysyä, miksei Suomessa Soneran tai muiden valtionyhtiöiden omistusta ole luovutettu tai luovuteta ilmaiseksi sijoittajille, vaan valtio yrittää saada niistä markkinoilta mahdollisimman korkean hinnan. Huutokauppa-maksu on rinnastettavissa ns. könttäsummaveroon, jolla ei ole mitään verotukseen normaalisti liitettyjä haitallisia kannustinvaikutuksia. Mitä enemmän varoja sillä voidaan saada, sen parempi meille kaikille. Lupien jakaminen lähes ilmaiseksi on suoraa yritystukea, mitä Björkroth ei kirjoituksessaan mainitse, vaikka hän toteaa huutokauppa-maksun olevan ennakkoon perittyä veroa. Kun halutaan antaa tukea johonkin taloudelliseen aktiviteettiin, olisi hyvä kuulla tarkat perustelut sille, miksi yhteiskunnan hyvinvoinnin kannalta on järkevää näin tehdä. Mihin vedetään raja? Mitä aktiviteetteja ei tueta? Pelkät hokemat ”kansallisesta edusta” eivät ekonomisteille riitä perusteluksi.

Alankomaiden huutokauppa on yleisesti todettu epäonnistuneeksi siksi, että siellä jo markkinoilla olleet yritykset saivat ainoan ulkopuolisen huutajan erilaisin uhkailuin luopumaan osallistumisestaan. Kysyimme jo kirjoituksessamme, miksi ulkomaiset yritykset eivät osallistuneet Suomen kauneuskilpailuun tai jäivät siitä pois jo varhaisessa vaiheessa? Eikö tämä ole omituista, kun ottaa huomioon Björkrothin esiin nostaman Suomen korkean matkapuhelintihedeyden? Tämä oli yksi syy siihen, miksi esitimme, että oikeusviranomaiset tutkisivat liikenne- ja viestintäministeriön virkamiesten toiminnan.

4. Björkroth väittää myös, että huutokaupat hidastavat matkapuhelinten diffuusiota, mikä hidastaa tuottavuuden kehitystä. Hänen vertailunsa Euroopan ja Yhdysvaltain välillä on mielenkiintoinen, koska Yhdysvalloissa edellisen sukupolven taajuudet jaettiin huutokaupoissa. Tosiasia kuitenkin on, että Yhdysvallat on kohentanut tuottavuuttaan paljon Eurooppaa nopeammin uutta ICT-tekniologiaa hyödyntämällä. Eikö pikemminkin pitäisi kysyä, onko Eurooppa jäänyt jälkeen keskittymällä

levittämään matkapuhelinyhteyksiä? Miksi eurooppalaisten yritysten investoinnit ICT-tekniologiaan ovat olleet pienemmät kuin yhdysvaltaisten yritysten investoinnit? Onko mahdollista, että se johtuu valtion tukien ohjautumisesta matkapuhelinoperaattoreille? Syytä on myös kysyä, johtuuko Yhdysvaltain hitaampi matkapuhelinten diffuusio siitä, että siellä pitkään matkapuhelun vastaanottajan, eikä soittajan, täytyi maksaa vastaanottamiensa puheluiden kustannukset.

5. Björkroth puolustaa kauneuskilpailuja sillä, että niihin voidaan liittää erilaisia ehtoja, jotka koskevat esimerkiksi palveluiden kattavuutta. Nämä samat ehdot voidaan liittää myös huutokaupassa kaupattaviin taajuuksiin. Huutokaupan järjestäjä määrää sen mitä ja miten myy. Kauneuskilpailu ei takaa mitenkään sitä, että taajuuksia hakee suurempi määrä yrityksiä kuin huutokaupassa. Kummassakin tapauksessa on erikseen huolehdittava uusien yritysten mahdollisuuksista. Joissakin huutokaupoissa niistä huolehdittiin, yhdessäkään kauneuskilpailussa ei. Miksiköhän ei? □