

KULUTTAJAHUIJAUKSET

HELENA TUORILA
KALLE MÄÄTTÄ
ANJA PELTONEN



Julkaisija

Kilpailu- ja kuluttajavirasto

Puhelinvaihe: 029 505 3000

Sähköposti: kirjaamo@kkv.fi

KKV:n julkaisut: www.kkv.fi/julkaisut

ISSN-L 2323-6922

ISSN 2323-6930 (pdf)

ISBN 978-952-6684-22-2 (pdf)



HELENA TUORILA, KALLE MÄÄTTÄ & ANJA PELTONEN

KULUTTAJAHUIJAUKSET

KILPAILU- JA KULUTTAJAVIRASTON SELVITYKSIÄ 1/2016



ESIPUHE

Kuluttajahuijausten määrä on viime vuosina lisääntynyt, sillä teknologian kehittyminen on helpottanut huijausten toteuttamista. Huijaukset on suunniteltu ja toteutettu yleensä niin huolellisesti, että huijauksen kohteeksi voi joutua kuka tahansa iästä, sukupuolesta, siviilisäädystä, koulutuksesta, ammatista tai tuloista riippumatta. Huijausten onnistumista lisää tehokas psykologisten keinojen hyödyntäminen. Huijausyritysten takana on usein kansainvälinen järjestäytynyt rikollisuus. Huijausten lisääntymisen myötä niistä aiheutuvat taloudelliset, sosiaaliset ja yhteiskunnalliset menetykset ovat lisääntyneet. Samaan aikaan huijauksiin yhteiskunnallisena ilmiönä on kohdistunut vähän tutkimuksellista mielenkiintoa.

Tämän Kilpailu- ja kuluttajavirastossa (KKV) toteutetun selvityksen tarkoituksena on lisätä ymmärrystä huijausilmiön monimuotoisuudesta. Huijaukset työllistävät useita viranomaisia Suomessa. Selvityksessä huijausten käsittelyä tarkastellaan KKV:n näkökulmasta. Virastossa huijaukset tulevat esiin kuluttaja-asiamiehen toiminnassa sekä viraston yhteydessä toimivan Euroopan kuluttajakeskuksen neuvonta- ja sovittelutoiminnassa. Selvitys antaa tarpeellista tietoa huijauksista niin markkinailmiönä kuin poikkihallinnollisina haasteina viranomaistoiminnassa. Selvityksessä analysoidaan huijausten erilaisia torjuntakeinoja sekä kansallista ja kansainvälistä viranomaisyhteistyötä.

Selvitysraportin kirjoittamisesta ovat vastanneet erikoistutkija Helena Tuorila, kilpailuasiantuntija Kalle Määttä ja johtaja Anja Peltonen. KKV kiittää tekijöitä sekä kaikkia muitakin tahoja, jotka ovat omalla panoksellaan avustaneet selvityksen tekemisessä.

Helsingissä helmikuussa 2016

Juhani Jokinen
pääjohtaja

SISÄLLYS

Esipuhe.....	5
1 Johdanto	9
2 Huijaukset markkinailmiönä	11
2.1 Huijausten monet määrittelytavat	11
2.2 Kuluttajakäyttämisen hyödyntäminen huijauksissa	12
2.3 Huijausten seuraamukset kuluttajille ja yhteiskunnalle	14
2.4 Kuluttajahuijausten suhde harmaaseen talouteen ja talousrikoksiin	16
3 Kuluttajahuijausten poikkihallinnollisuus	18
3.1 Kuluttajan identiteettiin kohdistuvat huijaukset	18
3.2 Toimeentuloon ja varallisuuteen kohdistuvat huijaukset	20
3.3 Ihmetuotteet ja tilausansat	23
4 Huijausten torjuntakeinot	25
4.1 Kuluttaja-asiamiehen ja Euroopan kuluttajakeskuksen huijausten vastainen toiminta	25
4.2 Kuluttajiin kohdistuvat huijausten torjuntakeinot	27
4.3 Huijareihin kohdistuvat huijausten torjuntakeinot	30
4.4 Lainsäädännön merkitys huijausten torjunnassa	33
4.5 Käyttämystaloustiede huijausten torjunnassa	36
5 Kansallinen ja kansainvälinen viranomaisyhteistyö	39
5.1 Huijausten huomioiminen viranomaisten ja sidosryhmien toiminnassa	39
5.2 Viranomaisyhteistyön ongelmakohdat	41
5.3 Kansainvälinen viranomaisyhteistyö huijausten vastaisessa toiminnassa	44
6 Lopuksi	47
Lähteet	49

1 JOHDANTO

Markkinoilla kehitetään jatkuvasti uusia keinoja, joilla kuluttajia yritetään huijata. Teknologian kehittyminen on helpottanut huijausten toteuttamista, sillä internet on avannut mahdollisuuden suurten ihmismäärien helppoon tavoittamiseen lähes olemattomin kustannuksin. Internetin välityksellä toteutettavat huijaukset, kuten huijausviestien lähettäminen ja huijaussivustojen ylläpitäminen, ovat rikollisille halpaa ja kannattavaa toimintaa, vaikka vain osa ihmisistä haksahuttaa huijaukseen.

Erityisesti kyberrikollisuus kasvaa nopeasti, koska voitot ovat suuria ja niihin suhteutettuna riskit pieniä. Peltomäen ja Norpan (2015) esittämän tiedon mukaan vuoden 2014 arvioiden perusteella kyberrikollisuuden aiheuttamat tappiot maailmantaloudelle nousivat yli 400 miljardiin dollariin.¹ Huijausyritysten takana on usein kansainvälinen järjestäytyneet rikollisuus, mutta joukossa on myös rikollista yksityisyritteliäisyyttä. Europolin (2014) raportin mukaan Euroopan unioni pysyy kyberrikollisuuden ensisijaisena kohteena alueen suhteellisen varallisuuden, korkean internetpenetraation, edistyneen internetinfrastruktuurin ja kasvavassa määrin internetriippuvaisten talouksien ja maksujärjestelmien vuoksi.²

Kuluttajien kokemukset ja viranomaistoiminnasta saadut tiedot osoittavat, että huijausten määrä Suomessa on lisääntynyt.³ Tiedotusvälineissä huijauksista uutisoidaan lähes viikoittain. Huijausten lisääntymisen myötä niistä aiheutuvat taloudelliset, sosiaaliset ja yhteiskunnalliset menetykset ovat lisääntyneet. Samaan aikaan huijauksiin yhteiskunnallisena ilmiönä on kohdistunut vähän tutkimuksellista mielenkiintoa. Kriminologian ja viktinologian näkökulmasta huijaukset ovat olleet aliarvostetussa asemassa verrattuna muihin rikostyyppisiin. Kriminologian ja oikeuspolitiikan instituutin asiantuntijahaastattelujen mukaan kriminologinen tutkimus on painottunut perinteisesti vakavampiin henki- ja omaisuusrikoksiin, mihin nähden huijausten tutkiminen ei sovi legaaliseen ajatteluun.⁴ Kuluttajille ja yhteiskunnalle huijauksista aiheutuvat monenlaiset menetykset luovat kuitenkin merkittävän perusteen aiheen tarkastelemiselle.

Huijaukset työllistävät useita viranomaisia Suomessa. Tässä selvityksessä huijausten käsittelyä tarkastellaan Kilpailu- ja kuluttajaviraston (KKV) näkökulmasta. Virastossa huijaukset tulevat esiin kuluttaja-asiamiehen toiminnassa sekä viraston yhteydessä toimivan Euroopan kuluttajakeskuksen neuvonta- ja sovittelutoiminnassa. Selvityksen tarkoituksena on lisätä ymmärrystä huijausilmiön monimuotoisuudesta. Selvityksessä tarkastellaan kuluttaja-asiamiehen ja Euroopan kuluttajakeskuksen toiminnassa esiin nousseita huijaustapauksia viranomaisten ja kuluttajien näkökulmasta. Huijauksia lähestytään niin markkinailmiönä kuin poikkialuehallinnollisina haasteina viranomaistoiminnassa. Huijausten lisäksi analysoidaan huijausten torjuntakeinoja. Selvityksessä tarkastellaan myös kansallista ja kansainvälistä viranomaisyhteistyötä.

Kuluttajahuijausten tarkastelua on rajattu siten, ettei selvityksessä huomioida elintarvikkeisiin tai lääkkeisiin liittyviä huijauksia (tuoteväärännöksiä), sillä niiden käsittely kuuluu pääsääntöisesti Elintarviketurvallisuusvirasto Eviralle ja Lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskus Fimealle.⁵

- 1 Kyberrikollisuuden aiheuttamista vahingoista esiintyy vaihtelevia arvioita, mutta arvioissa on nähtävissä noususuuntaus. McAfeen (2013) raportin mukaan kyberrikollisuuden uhreille aiheutuu maailmanlaajuisesti vuosittain yli 300 miljardin dollarin vahingot.
- 2 Ecommerce Europan (2013) selvityksen perusteella sähköisestä kaupankäynnistä tehtyjen arvioiden mukaan Eurooppa on suurin B2C sähköisen kaupankäynnin markkina-alue maailmassa osuuden ollessa vähän yli 35 prosenttia maailmanlaajuisesta B2C sähköisestä kaupankäynnistä.
- 3 Tilastokeskuksen rikos- ja pakkokeinotilasto osoittaa rikoslain mukaisten poliisin tietoon tulleiden petosten ja maksuvälinepetosten lisääntyneen tällä vuosikymmenellä. Aaltosen ym. (2014, 2015) mukaan petosrikokset ovat lisääntyneet selvästi 2000-luvulla.
- 4 Ks. myös Deevy & Beals (2013); Levi (2008).
- 5 Kuluttajat eivät aina suinkaan ole huijausten uhreja, vaan he voivat itse huijata sosiaali- ja veroviranomaisia tai vakuutusyhtiöitä (ks. esim. Deevy & Beals 2013). Kuluttajien viranomaisiin kohdistamat huijaukset rajataan selvityksen ulkopuolelle, koska niiden käsittely ei kuulu kuluttajaviranomaisten tehtäviin, ja selvityksessä keskitytään nimenomaan kuluttajiin kohdistuviin tekoihin.

Selvitys perustuu KKV:n huijaustapauksista keräämään informaatioon (Kuluttaja-asiamiehen ja Euroopan kuluttajakeskuksen tietovarannot sekä KUTI-tietokannasta kerätty informaatio⁶). Selvitykseen on haastateltu Finanssialan Keskusliiton, Finanssivalvonnan, Keskusrikospoliisin Kyberrikostorjuntakeskuksen, Kriminologian ja oikeuspolitiikan instituutin, Kuluttajaliiton, Kuluttajariitalautakunnan, Poliisihallituksen, Vakuutus- ja rahoitusneuvonnan sekä Viestintäviraston Kyberturvallisuuskeskuksen asiantuntijoita, kuten myös KKV:n henkilökuntaa. Rikosuhripäivityksestä on saatu keskitettyä eri alueilta kerättyä tietoa huijauksen uhreista. Näin saatua informaatiota on täydennetty kirjallisella aineistolla.

Selvitysteksti etenee siten, että taustan ja toteutuksen kuvaamisen jälkeen tarkastellaan, mitä huijaukset markkinailmiönä merkitsevät. Miten huijaukset määritellään, minkälaisiin kuluttajiin ne kohdistuvat, minkälaisia seuraamuksia niistä aiheutuu kuluttajille ja yhteiskunnalle sekä minkälainen on huijausten suhde harmaaseen talouteen ja talousrikoksiin. Tämän jälkeen tarkastellaan esimerkinomaisesti kuluttajan identiteettiin sekä toimeentuloon ja varallisuuteen kohdistuvia huijauksia, kuten myös ihmetuotteita ja tilausansoja. Huijausten torjuntakeinoissa paneudutaan kuluttaja-asiamiehen ja Euroopan kuluttajakeskuksen käytössä oleviin toimenpiteisiin sekä kuluttajiin ja huijareihin kohdistuviin torjuntakeinoin, kuten myös lainsäädännön ja käyttäytymistaloustieteen mahdollisuuksiin huijausten vastaisessa toiminnassa. Ennen lopuuhuomioita tarkastellaan huijausten merkitystä viranomaisten ja sidosryhmien toiminnassa, viranomaisyhteistyössä esiin nousevia ongelmakohtia ja kuluttajaviranomaisten kansainvälistä yhteistyötä.

6 Kuluttajahallinnon tietopankki KUTI on kuluttajaneuvonnan ja kuluttaja-asiamiehen yhteisen tietojärjestelmän ydin, jonne on koottu kuluttajaneuvontaan tulleet yhteydenotot vuodesta 2009 alkaen ja kuluttaja-asiamiehelle tulleet yhteydenotot 1.4.2011 alkaen. Ennen KUTIa yhteydenotot tallennettiin vastaaviin KATI- ja Valhalla-järjestelmiin.

2 HUIJAUKSET MARKKINAILMIÖNÄ

2.1 Huijausten monet määrittelytavat

Kirjallisuudesta löytyy yleisiä huijausten määritelmiä. Gerard L. Kovacich (2008) määrittelee huijauksen teoksi, jonka tarkoituksena on nimenomaisesti vääristellä totuutta tai kätkeä olennaisia tietoja ja näin aiheuttaa vahinkoa toiselle henkilölle. Business Dictionaryn⁷ mukaan huijauksella tarkoitetaan pettämistä, tarkoituksellista tietojen kätkemistä tai mainitsematta jättämistä tai totuuden muuntelua, jonka tarkoituksena on saada laittomasti tai epäoikeudenmukaisesti hyötyä, saada joku luopumaan laillisista oikeuksistaan tai aiheuttaa henkilölle muutoin vahinkoa. Euroopan kuluttajakeskusten verkoston (ECC-net)⁸ määritelmän mukaan huijaus nähdään kuluttajien tarkoitukselliseksi pettämiseksi, minkä tarkoituksena on hyötyä teosta henkilökohtaisesti tai aiheuttaa toiselle osapuolelle vahinkoa.

Huijauksen määritelmät keskittyvät epärehellisen teon toteutustavan analysointiin. Määritelmien sisällöllisistä yhteneväisyyksistä huolimatta huijaukselle ei ole yhtä hyväksyttyä määritelmää, eikä legaalimääritelmää. Huijaus on yleiskieleen kuuluva käsite, mitä ei suomalaisesta lainsäädännöstä löydy.⁹ Viranomaiset määrittelevät huijaukset toimivaltuuksiensa näkökulmasta. Kuluttajaviranomaisten toiminnassaan soveltamissa määritelmissä painottuu kuluttajansuojalainsäädäntö, jota sovelletaan huijaustilanteisiin, joissa on olemassa yritys ja kuluttajalle toimitetaan tuote, mutta kuluttajaa rahastetaan esimerkiksi tilausansalla. Poliisiviranomaisten määritelmässä keskeisessä asemassa olevaa rikoslainsäädäntöä sovelletaan tapauksissa, joissa ei ole olemassa yritystä, eikä kuluttaja saa tuotetta, vaan suoraan perusteettoman laskun. Tämänkaltaiset huijaukset eivät kuulu kuluttajansuojalainsäädännön soveltamisalaan. Asiantuntijahaastattelussa tosin huomautettiin, että viranomaistoimijan virkamiehet saattavat tulkita huijaukset hieman toisistaan poikkeavin tavoin. Monialaisin näkökulma huijauksen määritelmään löytyy kansalaisilta.

KUTI-tietokantaan tehdyistä ilmoituksista selviää, että kuluttajien näkemys huijauksen määritelmästä on laeva ja se sisältää muun muassa petokset ja harhaanjohtavan markkinoinnin.¹⁰ Kuluttajat määrittelevät yleisluontoisesti huijaukseksi tilanteen, johon kohdistuvat odotukset eivät täyty, eikä kuluttaja saa tuotetta tai palvelua, jonka on oletanut saavansa. Huomattavaa määritelmässä on, että kuluttajan odotukset voivat perustua väärinymmärrykseen. Kuluttajien näkemys huijauksista kattaa kaiken viranomaistoiminnan, mihin viranomaiset vastaavat oman toimialansa näkökulmasta. Kuluttajien näkemys huijauksesta ulottuu helposti lainsäädännön ulkopuolelle. Riittämättömän tiedon saaminen palvelun sopimusehdoista saatetaan tulkita huijaukseksi, vaikka tilanteessa on enemmänkin kyse huonosta asiakaspalvelusta.¹¹ Tällaisten tuottamukselisten tilanteiden lisäksi kuluttajille voidaan tarjota riittämättömästi tietoa tarkoituksellisesti ja kuluttajien edun vastaisesti. Kuluttajien laeva näkemys huijauksen merkityksestä ei ole muuttunut vuosien saatossa. Kuluttajaviraston vuonna 2007 tekemässä kyselyssä suomalaisten käsitys huijauksesta oli kirjava. Moni koki huijaukseksi huonon palvelun, harhaanjohtavan markkinoinnin sekä ongelmat virheellisten tuotteiden palauttamisessa tai palveluiden hyvittämisessä.

7 <http://www.businessdictionary.com/definition/fraud.html>

8 European Consumer Centres Network (2014).

9 Käytetyt käsitteet vaikuttavat siihen, miten huijauksiin suhtaudutaan. Suomenkielessä puhutaan huijauksesta, mitä voidaan asiantuntijahaastattelujen perusteella pitää vahvana ja leimallisena ilmaisuna. Petos puolestaan on rikoslainsäädännössä määritely teko. Englanninkielessä käytetään useampaa ilmaisua, kuten scam, hoax, swindle, fraud, deception ja con, jotka ilmentävät vivahteikkaasti teon vakavuutta. Käsitteiden vaikutus näkyy kuluttajien toiminnassa siten, että siinä missä huijauksen kohteeksi joutuminen koetaan noloksi tilanteeksi, suhtaudutaan tilausansaamiseen lankeamiseen neutraalimmin.

10 Kuluttajien kokemusten analysointi perustuu KUTI-tietokantaan ilmoitettuihin huijauksiin 1.1.2013–31.12.2014. Kirjattuja ilmoituksia on yhteensä 1 538 kappaletta.

11 Choplin ym. (2011) huomauttavat artikkelissaan, että kuluttajat ovat alttiita huijauksille silloin, kun he eivät lue kirjallisia sopimusehtoja ja näin ole perillä siitä, mihin ovat suostuneet. Asiakaspalvelija on saattanut antaa kuluttajalle sopimusehdoista poikkeavaa informaatiota. Sopimusehtojen lukeminen ei estä huijatuksi tuleamista. Artikkelissa kuvattujen tutkimusten mukaan asiakaspalvelijan selitykset ja suostuttelut saattavat saada kuluttajat hyväksymään ongelmallisiksi kokemansa sopimusehdot.

Asiantuntijahaastatteluihin huomautettiin, ettei kuluttajien näkemys huijauksesta erottele teon tahallisuutta tai tuottamuksellisuutta. Tarkoituksellisen toiminnan rinnalla elinkeinonharjoittaja voi syyllistyä huijaukseen tuottamuksellisesti esimerkiksi muuttuneiden toimintaolosuhteiden seurauksena. Näin voi käydä tapauksissa, joissa elinkeinonharjoittaja on saanut kuluttajilta ennakoon maksun palvelun toteuttamisesta, mutta muuttuneiden toimintaolosuhteiden vuoksi elinkeinonharjoittaja ei kykene sen enempää tuottamaan lupaamaansa palvelua kuin palauttamaan kuluttajille näiden maksamia rahoja. Kuluttajille epäonnistunut liiketoiminta näyttää huijauksena, vaikka ongelmat johtuvat elinkeinonharjoittajan kyvyttömyydestä toimia muuttuneissa markkinaoloissa. Myös epäselvien sopimusehtojen taustalla voi olla tahallinen harhaanjohtaminen tai tuottamuksellinen ongelmien aiheuttaminen kuluttajille.

Yleisten määritelmien lisäksi yksittäisille huijaustyypeille voidaan luoda omat määritelmänsä ja tyypittelynsä, jotka havainnollistavat kyseisen huijauksen erityispiirteitä. KKV:n internetsivuilla mainitaan lukuisa joukko huijausten tekotapoja tai konteksteja, joissa huijauksia tehdään. Esiin nostetaan ansaintamahdollisuudet, henkilötietojen kalastelu, ihmetuotteet, lasku ilman tilausta, ilmaiset näytepakkaukset, lomaklubihuijaukset, lomaosakkeiden jälleenmyyntihuijaukset, pyramidihuijaus, sijoitushuijaukset, tekaistut avunpyynnöt, tili- ja luottokorttitietojen kalastelu, valelaskut, verkkokauppahuijaus sekä yllättävät lotto- ja arpajaisvoitot.¹² Huijausten määrittämisen monialaisuus sekä puhekielessä ja lainsäädännössä käytetyt erilaiset käsitteet edesauttavat ilmiön tunnistamiseen ja mittaamiseen liittyviä vaikeuksia. Kansainvälisissä kyselytutkimuksissa on huomattu, ettei kuluttajilta voida tiedustella yleisesti huijausten kohteeksi joutumista, vaan kuluttajilta pitää hankkia informaatiota kysymällä yksityiskohtaisesti huijaustyypeittäin esimerkiksi, oletteko saanut laskun ilman tilausta.¹³

2.2 Kuluttajakäyttötymisen hyödyntäminen huijauksissa

Deevyn ym. (2012) mukaan huijaukset on suunniteltu ja toteutettu yleensä niin huolellisesti, että huijauksen kohteeksi voi joutua kuka tahansa iästä, sukupuolesta, siviilisäädystä, koulutuksesta, ammatista tai tuloista riippumatta. Huijausten onnistumista lisää psykologisten keinojen tehokas hyödyntäminen. Tietyt yhteiset käyttötymismallit johtavat siihen, etteivät kuluttajat kykene harkitsemaan rationaalisesti toimintaansa. Nämä käyttötymistaloustieteen tutkimustuloksista selviävät tekijät ovat huijareiden tiedossa, minkä vuoksi huijauksiin lankeavia ei voida pitää tyhminä, heikkoina tai haavoittuvina kuluttajina. Huijatuksi tulemisessa on kysymys kuluttajien systemaattisista virhearvioinneista.¹⁴

Kuluttajiin vaikuttaa huijauksen pääviesti, kuluttajan ensimmäiseksi saama tieto. Siihen ankkuroidutaan, eikä päinvastaisen tiedon vastaanottaminen ole itsestään selvää (*anchoring*). Erityisesti pyramidihuijauksissa kuluttajat haluavat uskoa alkuperäiseen viestiin, vaikka he saisivat oikeaa tietoa (*backfire effect*). Kuluttajien päätöksentekoon voidaan vaikuttaa, kun tunnetaan ihmisten päätöksentekoa ohjaavat tekijät. Huijarit vetoavat yleensä kuluttajien perustunteisiin, kuten ahneuteen ja pelkoon. Tunne määrää päätöksen, jos itsehillintä on heikko tai sitä tarkoituksella heikennetään. Kuluttaja kiinnittää vahvassa tunnetilassa vähemmän huomiota tosiasioihin, mutta voi silti itse vähätellä tunteiden vaikutuksia omassa päätöksenteossaan.

Kuluttajalle voidaan luoda vaikutelma ainutlaatuisesta tarjouksesta, jota ei ole muulloin saatavilla ja josta ei voi edes kertoa muille tai muuten mahdollisuus menee ohi. Kuluttajilla on taipumus luottaa auktoriteetteihin, joten tällaisten tahojen suosituksukset nopeuttavat päätöksentekoa. Verkossa on helppo rakentaa kuluttajille valheelliset yritys-kulissit. Kun huijari etenee pienin askelin ja saa kuluttajan sitoutumaan pienin askelin, kuluttajan on yhä vaikeampi irrottautua lisävaatimuksista. Ei ole helppoa katkaista jo syntyneitä suhteita, kun on jo tehty useampi myönnytys.¹⁵

12 Huijaustyypppejä voidaan luokitella lukuisin tavoin. Kovacich (2008) ja Levi (2008) ovat tarkastelleet erilaisten huijaustyyppien määritelmiä kansainvälisestä näkökulmasta.

13 Deevy & Beals (2013).

14 Ks. Peltonen (2011).

15 Ks. Samson (2015).

Ihmiset pyrkivät yhteistoimintaan ja tukemaan toisia, joten jos huijari saa kuluttajan tuntemaan itsensä hädässä olevan auttajaksi, huijauksesta on vaikea irrottautua. Jos viestin kertoja on luotettavanoloinen, ei viestin faktoja välttämättä enää tutkita. ”Phantom-vaikutus” syntyy, kun kuluttajalta edellytetään vastiketta, joka on pieni verrattuna saatavissa olevaan etuun. Etu nähdään ja menetettyä maksua arvioidaan suhteessa siihen eikä kuluttajan omiin rahavaroihin.

Koulutus ei suojaa huijauksilta. Tutkimusten mukaan koulutetut ja siihen suojanaan luottavat miehet ovat muita alttiimpia huijauksille. Miehet eivät kaihda riskiä yhtä paljon kuin naiset. Aktiiviset sijoittajat saattavat altistua huijauksille. Luottamus omasta osaamisesta voi estää näkemästä niitä varoittavia elementtejä, jotka vähemmän osaavat kuluttajat yhdistävät mahdollisiin huijauksiin (*bias blind spot*). Näkemys toistui sellaisissa asiantuntijahaastatteluihin, joissa korostui finanssipalveluihin kohdistuvien huijausten uhrien hyvä koulutus- ja ammattitaitausta. Myöskään paljon arvontoihin ja peleihin osallistuvat eivät näe huijausarvontojen ja pelien esittelyssä eroja verrattuna normaalitoimintaan.

Oman valinnan hyvyttä korostava harha (*choice-supportive bias*) on ongelmallinen siksi, että henkilö muistaa omat valintansa parempina kuin ne tosiasiaa ovat. Näin ollen henkilön itsekriittisyys pahimmillaan häviää, mikä voi altistaa huijatuksi tulemiselle. Samansuuntaisesti saattaa vaikuttaa vahvistusharha (*confirmation bias*). Henkilöt käyttäytyvät ja tulkitsevat tapahtumia sen mukaan, mikä vastaa parhaiten heidän ennakkokäsityksiään.

Niin kutsuttu menetettyjen kustannusten vaikutus (*sunken costs effect*) johtaa siihen, että jos kuluttajat ovat jo menettäneet rahaa, he saattavat jatkaa toimintaansa. Huijaukseen langennut kuluttaja yrittää saada rahansa takaisin tarttumalla uuteen huijaukseen, jossa tarjotaan mahdollisuutta rahojen takaisinsaantiin pienen maksumuutoksen jälkeen. Ylipäättään pienet toisiaan seuraavat maksut eivät tunnu samalta kuin, jos huijari kerralla pyytäisi ison summan rahaa (*denomination bias*).

Vinoumat voivat myös suojella kuluttajia. Jälkiviisausharha (*hindsight bias*) johtaa siihen, että huijatuksi tulemisen todennäköisyyttä pidetään suurempana sen jälkeen, kun huijaus on tapahtunut, kuin mitä todennäköisyys tosiasiaa on. Tämä voi johtaa jopa kuluttajien liialliseen varovaisuuteen markkinoilla. Sopulivaikeus (*bandwagon effect*) johtaa siihen, että kuluttaja haluaa toimia kuten muut eikä välttämättä lähde kokeilemaan jotakin uutta yritystä. Laumavaikutuksen rinnalla ovat vahvat tunteet, kuten ahneus ja ikään kuin ainoana valittuna oleminen. Jos kuluttaja epäilee toiminnan olevan lainvastaista, mutta houkutus tarttua sopimukseen on liian suuri, rangaistuksen pelko estää tehokkaasti myöhemmin irtautumisyrityksiä.

Huijatuksi tulemiseen vaikuttavat myös yksilölliset tekijät. Buttonin ym. (2009) kirjallisuuskatsauksen mukaan huijauksen kohteeksi joutumiseen vaikuttaa yleinen yhteiskunnallinen aktiivisuus. Mitä enemmän henkilöllä on sosiaalisia kontakteja ja mitä enemmän henkilö ottaa taloudellisia riskejä toiminnassaan, sitä alttiimpi hän on huijaukselle. AARP:n selvityksessä¹⁶ tarkasteltiin verkkohuijauksiin lankeamiseen johtaneita tekijöitä, jotka jaettiin kolmeen ryhmään sen mukaan, onko kyse kuluttajan käyttäytymisestä, osaamisesta vai elämäntilanteesta. Merkillepantavaa on, että aktiivisesti ja vapautuneesti internetiä käyttävät kuluttajat saattavat joutua huijauksen uhriksi helpommin kuin ne, jotka pyrkivät olemaan erityisen varovaisia sähköisessä toimintaympäristössä. Selvityksessä huijatuiksi tulleet menivät muita useammin sivuille, joissa edellytettiin erillistä luvan antamista yrityksen tietosuojakäytännölle tai sopimusehtojen hyväksymiselle.¹⁷ Velkojen ahdistavuus, negatiiviset kokemukset tai yksinäisyys lisäävät tietyn tyyppisiin huijauksiin sortumista. Samassa raportissa todettiin ihmisten henkilökohtaisten luonteenominaisuuksien, kuten yhteistoimintaan suuntautumisen ja epäitsekkyden, altistavan huijauksiin. Niin ikään huonon itsetunnon omaavat henkilöt ovat muita alttiimpia psykologisille suostuttelukeinoille.¹⁸

16 Shadel ym. (2014).

17 Sopimuksen syntyminen edellyttää sopimustahdon vahvistamista ja sitä yleensä edeltää ehtojen hyväksyminen laittamalla rasti ruutuun, vaikka huijaustyypisessä toiminnassa ehtoja ei ole erityisesti esitelty tai kiinnitetty niihin kuluttajan huomiota

18 Soikkanen ja Söderholm (2013) ovat opinnäytetyössään tarkastelleet pyramidihuijauksen kohteeksi joutuneille henkilöille tyypillisiä piirteitä ja mahdollisia syitä siihen, miksi kyseisenlainen henkilö on joutunut huijatuksi.

Kun KKV:ssa käytiin läpi tilausansoihin mukaan menneiden kertomuksia, vaikutti siltä, että vähävaraisuus lisäsi kiinnostusta ilmaisiin tai edullisiin näytetarjouksiin. BC Securities Commissionin tutkimuksessa nousee esiin huoli taloudellisesta tilanteesta huijauksille altistavana tekijänä. Tutkimuksen mukaan vähän ansaitsevat yli 50-vuotiaat ovat alttiita sijoitushuijauksille. Kun kyse on sijoittamisesta, perusasioiden tunteminen auttaa arvioimaan tarjoutusten realistisuutta ja välttymään huijatuksi tulemiselta. Sen sijaan aiemmat menestykset voivat madaltaa huijaukseen lankeamiskynnystä.¹⁹

Huijauksen kohteeksi joutuvista henkilöistä voidaan nostaa esiin ikääntyvät henkilöt. KKV:n verkkosivujen tietopakettin²⁰ mukaan ikääntyvillä henkilöillä on erityinen riski joutua huijauksen kohteeksi, koska mahdollisen toimintakykyä alentavan sairauden vuoksi he voivat olla alttiita vaikuttamiselle. Entistä useammalla ikääntyvällä on muistisairaus, mikä kasvattaa heidän riskiään joutua huijauksen uhriksi. Tällaisessa tilanteessa ikääntyvän henkilön omaisten ja kotihoidon rooli korostuu huijauksen tunnistamisessa. Voidaan myös pohtia muiden tahojen hyödyntämistä huijauksen kohteeksi joutuneiden henkilöiden havaitsemisessa. Isossa-Britanniassa postinjakajia on koulutettu tunnistamaan huijauksen kohteeksi joutuneita ikääntyviä henkilöitä, sillä heihin on kohdistunut runsaasti postin välityksellä toteutettuja huijauksia.²¹

Ikääntyvien huijauskierre alkaa tavallisesti siten, että henkilö vastaa huijarin yhteydenottoon. Sen jälkeen hän saattaa saada jatkuvasti enemmän huijausposteja ja -puheluita, joilla kerjätään rahaa. Ikääntyvät ovat tyypillisesti erilaisten puhelimitse tai postitse toteutettavien huijauksien, kuten arpajais- ja lottohuijauksien sekä rahankeräyshuijauksien, uhreja. Huijarit saattavat houkutellessa sähköpostitse tai puhelimitse antamaan luottokortin numeron tai muita henkilötietoja. Ikääntyvät voivat kohdata muita helpommin kotiin tarjottaviin palveluihin liittyviä huijauksia. Heitä saatetaan huijata liioittelemalla työn vaatavuutta ja kustannuksia. Ikääntyvät henkilöt saattavat joutua muita helpommin epäasianmukaisen markkinoinnin kohteeksi. Heille saatetaan myydä puhelimitse täysin tarpeettomia kalliita tuotepaketteja. Erikseen kannattaa mainita yksin asuvat ikääntyvät henkilöt. Viimeaikaisten havaintojen perusteella nimenomaan heistä on tullut otollinen kohde lämmitysjärjestelmiä, uusia ikkunoita, yms. kauppaaville, ovelta ovelle kulkeville myyjille. Huijaus on ilmennyt siinä, että korjauksen hinnat ovat nousseet erittäin korkeiksi.²²

2.3 Huijauksien seuraamukset kuluttajille ja yhteiskunnalle

Huijaukset aiheuttavat monenlaisia seuraamuksia kuluttajille ja yhteiskunnalle. Australian kilpailu- ja kuluttajaviraston tekemä viides vuosittainen huijauksiin keskittyvä raportti nostaa esiin huijauksista aiheutuvat merkittävät vahingot. Ne ovat sovellettavissa myös suomalaisiin kuluttajiin.²³

Huijauksista aiheutuvat vahingot voidaan jakaa taloudellisiin, ei-taloudellisiin sekä kansantaloudellisiin ja yhteiskunnallisiin menetyksiin. Huijauksien aiheuttamat taloudelliset menetykset saavat eniten huomiota, vaikka ne muodostavat ainoastaan yhden ulottuvuuden huijauksista aiheutuvissa menetyksissä. Asiantuntijahaastattelussa huomautettiin, että huijauksen kohteeksi joutuneille henkilöille aiheutuu usein merkittäviä seuraamuksia, joille ei voida määrittää rahallista arvoa. Huijauksen kohteeksi joutuminen saattaa vaikuttaa henkilön fyysiseen ja psyykkiseen terveyteen (stressi, pelko, ahdistus, viha), työkykyyn ja ihmissuhteisiin. Uhrit eivät aina kerro kokemuksistaan, koska katsovat avun hakemisen nöyryyttäväksi. Rikosuhripäivystyksestä saadut tiedot osoittavat, että huijauksen uhriksi joutuneet henkilöt ohjautuvat huonosti rikoksen uhreille tarjottaviin palveluihin. Huijauksista aiheutuvien yksilökohtaisten menetysten arvottaminen on ongelmallista, sillä vähäiseksi katsottavasta rahallisesta menetyksestä saattaa seurata merkittäviä psykologisia

19 British Columbia Securities Commission (2015).

20 <http://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Ostaminen-myyminen-ja-sopimukset/huijaukset/ikaihmiset-huijauksen-kohteena/> KKV on kuullut verkkosivua laatiessaan ikäihmisten tietotekniikkayhdistystä Enter ry:tä, Vanhus- ja lähimmäispalvelun liitto ry:tä, Vanhustyön keskusliittoa, Suomen vanhusten turvakotiyhdistystä ja Suomen senioriliike ry:tä.

21 National Trading Standards (2015).

22 Kuluttaja 3.6.2015. Härskit kotimyyjät: Rahat pois vanhuksilta.

23 Australian Competition and Consumer Commission (2014).

seuraamuksia, kuten luottamuspuola kanssaihmissiin ja huijauksen kohteena olevaan toimintaympäristöön.²⁴ Huijauksesta aiheutuneiden vahinkojen selvittämiseen kuuluu vaihteleva määrä aikaa, minkä arvon määrittäminen on yksilökohtaista.²⁵

Yksilöön kohdistuvien vaikutusten rinnalla huijauksista aiheutuu myös laajakantoisempia seuraamuksia yksilötason vaikutusten kertaantuessa. Kuluttajille huijauksista koituvat menetykset vähentävät kuluttajien luottamusta markkinoiden toimivuuteen. Huijauksista aiheutuu menetyksiä rehellisten yrittäjien liiketoiminnalle. Huijarit saavat epäreilua kilpailuetua muihin elinkeinonharjoittajiin nähden antaessaan vääriä tietoja kuluttajille. Huijauksen kohteeksi joutuneilla henkilöillä ei pahimmillaan ole ostokykyä, jos he ovat menettäneet rahansa huijareille. Huijauksen kohteeksi joutuminen saattaa heikentää luottamusta rehellisesti toimiviin yrityksiin ja yhteiskunnallisiin instituutioihin, sillä huijarit toimivat usein tällaisten tahojen nimissä niiden imagoa hyödyntäen.²⁶ Euroopan komission teettämän tutkimuksen mukaan 62 prosenttia kuluttajista, jotka eivät olleet tehneet ostoksia rajat ylittävässä verkkokaupassa, katsoi pelon huijatuksi tulemisesta toimivan esteenä ostosten tekemiselle.²⁷ Yhteiskunnallisesta näkökulmasta huijauksesta aiheutuviin seuraamuksiin voidaan laskea poliisin ja muiden viranomaisten toiminnasta aiheutuvat kustannukset huijauksen vastaisessa toiminnassa. Huijauksista saatavia varoja voidaan käyttää muiden rikollisten aktiviteettien rahoittamiseen, mistä voidaan nostaa esiin huume- ja ihmiskaupan sekä terrorismin rahoittaminen.²⁸

Suomessa ei ole tarkasteltu koko väestön näkökulmasta, minkälaisien huijauksen kohteeksi kansalaiset ovat joutuneet ja minkälaisia seuraamuksia niistä on heille aiheutunut. Sikäli kun huijauksia on tarkasteltu, on näkökulma rajattu määrättyihin huijaustyyppihin ja tarkastelulle on ollut ominaista yksittäisten huijausilmiöiden analysoiminen.²⁹ Huijaustematiikka on tutkimuksellisesti haasteellinen, ja huijauksista Suomen kansantaloudelle aiheutuvia menetyksiä on käytännössä vaikea arvioida. Ensinnäkään huijauksille ei ole yhtä yksiselitteistä määritelmää. Toiseksi huijauksen kokonaismäärän arviointi on vaikeaa. Millään viranomaisella ei Suomessa ole kokonaisnäkemystä huijauksen laadusta ja määrästä, sillä viranomaiset käsittelevät huijauksia omasta näkökulmastaan. Tilastokeskuksen ja poliisin tilastoissa on keskitytty rikoslain mukaisten petosrikosten tilastointiin. Kuluttajaviranomaisten tilastoinneissa painottuvat kuluttajansuojalainsäädännön vastaiset teot.

Kolmanneksi huijauksista aiheutuvien kansantaloudellisten seuraamusten arvioimista voidaan pitää ongelmallisena siksi, että ainoastaan pieni osa huijauksista tulee niin kuluttaja-, poliisi- kuin muiden viranomaisten tietoon. Ei myöskään ole olemassa arvioita siitä, mikä on piilohuijauksen osuus kaikista huijauksista.³⁰ Viranomaisten tietoon vuosittain tulevien huijaustapausten määrät vaihtelevat kuluttajien ilmoitusaktiivisuuden mukaan, mihin vaikuttaa kuluttajien halukkuus ilmoittaa erilaisista huijauksista.³¹ Kansainvälisten kokemusten perusteella kyselytutkimuksilla saatavat tulokset huijauksen määrästä vaihtelevat sen mukaan, ketkä valikoituvat vastaajiksi, mikä on vastausajankohta sekä miten huijauksista kerätään tietoa kyselyssä.³² Asiantuntijahaastatteluissa muistutettiin, että nousevasta suuntauksesta huolimatta huijauksen määrä ja toteutustavat vaihtelevat vuosittain uudenlaisten huijaustapojen syntyessä ja vanhentuneiden poistuessa ”markkinoilta”.

24 Ks. Button ym. (2015).

25 Ks. myös Button ym. (2009); Deevy ym. (2012).

26 National Fraud Authority (2011).

27 European Commission (2011).

28 Heikkinen & Iivarinen (2011); National Fraud Authority (2011).

29 Isossa-Britanniassa, Yhdysvalloissa ja Australiassa huijauksiin on alettu kiinnittää enemmän huomiota ja tarkastella järjestelmällisesti niiden kansantaloudelle aiheuttamia seuraamuksia.

30 Piilohuijauksen määrää voidaan toki pyrkiä selvittämään samanlaisin keinoin kuin piilorikollisuutta. Uhritutkimuksissa haastatellaan tiettyä väestöryhmää edustavaa otosta ja selvitetään huijaukokemusten määrää ja sisältöä. Vaihtoehtoisesti itse ilmoittajia huijauksista tutkittaessa voidaan kysellä kielletyistä teoista, joihin vastaajat ovat itse syyllystyneet.

31 Aaltosen ym. (2014) mukaan poliisin tietoon tulevien petosten määrä vaihtelee joskus huomattavasti vuodesta toiseen sen vuoksi, että joillain paikkakunnilla tulee ilmi laajoja useita osatekoja käsittäviä petosarvoja.

32 Ks. Deevy & Beals (2013). Vuoden 2014 tuloksia kuvaavan Kansallisen rikosuhritutkimuksen mukaan noin kolme sadasta vastaajasta koki tulleen huijatuksi ostaessaan tavaroita tai palveluita. Miehet ilmoittivat huijaustapauksista naisia yleisemmin. Erityisesti 25–54-vuotiaat miehet olivat kokeneet tulleen huijatuksi kaupankäyntitilanteessa. (Danielsson & Salmi 2015.)

Kansainväliset tutkimukset osoittavat, että huijauksista aiheutuvien kokonaiskustannusten selvittäminen on ongelmallista, sillä viranomaisten raportoinnit perustuvat omaan toimialueeseen. Huijauksista aiheutuvien menetysten arvottaminen on vaikeaa, mikä pätee taloudellisten menetysten mittaamiseen. Huijauksista kuluttajille ja yhteiskunnalle aiheutuvia menetyksiä voidaan jossain määrin selvittää kyselytutkimuksilla. McAfeen (2013) raportista selviää, että menetettyjen kustannusten selvittämistä vaikeuttaa huijauksen kohteeksi joutuneiden kuluttajien haluttomuus tai kyvyttömyys kertoa todellisia menetyksiä. Kyselytutkimuksilla saadaan jälkikäteinen arvio menetyksistä, kun todellisista kustannuksista ei ole tietoa tai niitä ei kyetä erittelemään riittävän tarkasti. Menetysten mittaamisessa voidaan käyttää OECD:n hyödyntämää detriment-lähestymistapaa.³³

Huijausten kansantaloudellisista vaikutuksista voidaan esittää suuntaa-antavia arvioita. Ensinnäkin tyyppilliset kuluttajat ovat riskinkaihtajia, ja jos markkinoilla ilmenee huijauksia, tämä vahvistaa heidän riskinkaihtajuuttaan. Tämä voi ilmetä pidättyvyytenä verkkokaupassa. Toiseksi huijaukset lisäävät transaktiokustannuksia kaikessa sellaisessa liiketoiminnassa, joka on altista huijauksille. Mitä korkeammiksi transaktiokustannukset nousevat, sitä suuremman esteen ne muodostavat liiketoimille, jotka muutoin olisivat osapuolille kannattavia. Kolmanneksi huijaukset aiheuttavat hallinnon sisäistä taakkaa, kun viranomaiset joutuvat lisäämään voimavaroja huijausten vastaiseen toimintaan. Lisäksi uuden teknologian käyttöönotto voi hidastua huijausten takia, koska kuluttajat eivät huijausten pelossa uskalla turvautua uusiin teknologisiin innovaatioihin.

Rikollisuuden on todettu vaikuttavan verojen tavoin kansantalouden toimintaan. Tässä voidaan puhua rikollisuuden sijasta huijauksista. Huijaukset vähentävät kansallisia ja ulkomailta tulevia suoria investointeja, heikentävät yritysten kilpailukykyä sekä luovat epävarmuutta ja tehottomuutta. Kansainvälisestikään ei ole olemassa monia tutkimuksia, joissa olisi arvioitu rikollisuuden (tässä siis huijausten) vaikutuksia taloudelliseen aktiiviteettiin kansantaloudessa.³⁴

2.4 Kuluttajahuijausten suhde harmaaseen talouteen ja talousrikoksiin

Harmaan talouden selvitysyksiköstä annetun lain (1207/2010) mukaan harmaalla taloudella tarkoitetaan organisaation sellaista toimintaa, josta aiheutuvia lakisääteisiä velvoitteita laiminlyödään verojen, lakisääteisten eläke-, tapaturma- tai työttömyysvakuutusmaksujen tai tullin perimien maksujen välttämiseksi tai perusteettoman palautuksen saamiseksi. Harmaa talous on laissa tarkoituksella määritelty koskemaan yritystoimintaan liittyvää harmaata taloutta, vaikka kansantajuisesti harmaa talous käsitetään laajempänä ilmiönä, joka sisältää luonnollisen henkilön toimet verojen välttämiseksi. Kuluttajiin kohdistuva rikollisuus ei suoranaisesti täytä tätä määritelmää, mutta se kytkeytyy varsin todennäköisesti harmaaseen talouteen. Kun yritystoiminnassa esiintyy kuluttajan oikeuksia loukkaavaa toimintaa, oletettavaa on, että yrittäjä syyllistyy myös muihin rikoksiin, kuten verojen maksun laiminlyönteihin.³⁵

Harmaan talouden torjuntaa koskevassa tiedotuskampanjassa nostettiin esiin internethuijaukset.³⁶ Siitä huolimatta, että yksittäisissä tapauksissa on usein kysymys kohtuullisen pienistä summista, yhä useammin huijausten taustalla on järjestäytynyt organisaatio, joka toteuttaa huijauksia Suomessa ja maailmanlaajuisesti erittäin suunnitelmallisesti. Määrätyillä huijaustavoilla on tiivis kytkentä talousrikoksiin. Tältä osin voidaan mainita henkilötietojen kalastelu, minkä seurauksena huijari voi käyttää tietoja rahanpesuun ja muihin talousrikoksiin.

Kuluttajamarkkinoilla on yrityksiä, jotka eivät hoida kuluttajansuojalainsäädännön mukaan niille kuuluvia velvoitteita. Osalla yrityksistä tavoitteena on taloudellisen hyödyn hankkiminen nopeasti ja lainvastaisesti.

33 OECD (2010).

34 Ks. Detotto & Otranto (2010).

35 Kuluttajat voivat halutessaan tilata luottotietoyhtiöiden maksullisista palveluista yrityksen luottotietoraportin, josta selviävät yrityksen mahdolliset maksuhäiriöt.

36 <http://www.mustatulevaisuus.fi/#/huijaus>

Kuluttajat voivat saada perusteettomia laskuja, sopimuksen mukaan ei toimita tai kuluttajat houkutellaan sopimukseen harhaanjohtavin tiedoin (esimerkiksi rahankeräykset, kuten pyramidimarkkinointi, sijoitushuijaukset, valelaskut ja erilaiset ihmetuotteet). Huijarit ovat usein ammatillaisia, jotka pyrkivät hankkimaan kuluttajan luottamuksen luomalla yrityksen toiminnasta rehellisen kuvan muun muassa ammattitaitoisesti toteutetuilla verkkosivuilla. Todellisuudessa rehellisen julkisivun taustalla vaikuttavat epärehelliset ansaintapyrkimykset.

Kuluttajien huijaamiseen keskittyvät yritykset saattavat jättää hoitamatta yleensä myös muut velvoitteensa, kuten lakisääteiset verot ja maksut. Elinkeinonharjoittaja pyrkii vähentämään normaaleja yrityskuluja eikä asiakaspalvelua käytännössä ole. Huijariyrityksen tunnistamisessa kriittisiä tekijöitä ovat kuluttajilta saadun suuren ilmoitusmäärän lisäksi se, että yritys on juuri perustettu, yrityksen minimipääoma, taustahenkilöiden luottohäiriöt ja konkurssit, yhtiön edustajia ei tavoiteta ja yhtiö toimii ulkomailta käsin.³⁷ Kun kuluttajavahingot kohdistuvat suureen määrään kuluttajia ja yksittäisen kuluttajan menetys on vähäinen, ei huijausyritysten toiminta aina joudu tarkemman selvittelyn kohteeksi kuluttajansuojasäännösten tai rikoslain nojalla. Kuluttajahuijausten tunnistaminen saattaa kestää, koska kuluttajien yhteydenotot voivat jakaantua usealle taholle, kuten kuluttajaviranomaisille, poliisille, erityisviranomaisille ja internetin keskustelupalstoille.

37 Suurla (2014).

3 KULUTTAJAHUIJAUSTEN POIKKIHALLINNOLLISUUS

Kuluttajahuijauksille on luonteenomaista poikkihallinnollisuus, sillä niihin sisältyy monesti useita viranomaisia koskettavia piirteitä. Seuraavassa huijauksia eritellen kiinnittämällä huomiota siihen, minkä tyyppisten transaktioiden yhteydessä ja olosuhteissa huijauksia tapahtuu sekä mitkä ovat huijaustyypeille ominaisia piirteitä. Huijauksia tarkastellaan eritellysti niiden toteutustavan mukaan, koska puhuminen huijauksista kokonaisuutena antaa harhaanjohtavan kuvan monimuotoisesta ilmiöstä. Huijausten tekotapojen kansantaloudellinen merkitys poikkeaa toisistaan, minkä lisäksi huijausmuotojen elinkaari on vaihtelevan pituinen. Kuluttajahuijausten laajasta valikoimasta tarkastelun kohteeksi on valittu viime vuosina esiin nousseita huijaustyyppisiä.

3.1 Kuluttajan identiteettiin kohdistuvat huijaukset

Identiteettivarkaudet ovat kasvava ilmiö, sillä henkilötietoja voidaan käyttää rikoksen tekemisen välineenä. Yleiskielessä identiteettivarkauksiksi kutsutut ilmiöt eivät itse asiassa ole varkauksia lainkaan, sillä identiteettiä ei oteta pois henkilön hallusta. Rikollinen ainoastaan kopioi identiteetin haltijuuden osoittavan tiedon omaan käyttöönsä. Kopioitavan tiedon kohteena voi olla monenlainen automaattisesti tunnistettava tieto, kuten verkon palveluiden salasana ja tunnukset, mutta myös osoitteet, puhelinnumerot sekä tili- ja luottokorttitiedot. Tietojen keräämisen tarkoituksena on saada taloudellista hyötyä. Henkilötiedoilla huijari voi hakea luottokorttia tai ostaa osamaksulla toisen henkilön nimissä, tyhjentää pankkitilin, käyttää luottokorttia luottorajaan saakka tai syyllistyä roskapostispämmäykseen, rahanpesuun ja muihin talousrikoksiin.³⁸ Identiteettivarkaus kriminalisoitiin syyskuussa 2015.³⁹

Taloudellista hyötyä tavoittelevissa rikoksissa tekotavat ja rikollinen toimintamalli eroavat olennaisesti. Huijauskeinot myös kehittyvät nopeasti. Yhteistä kaikille on tietty ammattimaisuus, sillä vasta rikoksella kaapatun tiedon myynti tai hyväksikäyttö tuottaa rikollisille tuloa. Kuluttajan identiteettiin kohdistuvista huijaustyypeistä voidaan nostaa esiin profilihuijaus, phishing, pharming ja skimmauslaitteiden käyttö. Yhteistä kuluttajan identiteettiin kohdistuville huijaustyypeille on, ettei niiden käsittely kuulu kuluttajaviranomaisten toimialaan ja kuluttajansuojalainsäädännön soveltamisalaan. On kuitenkin tapauksia, joissa rikollisen menettelyn seuraamuksia arvioidaan kuluttajaoikeudellisten säännösten nojalla, kuten maksukortin vastuukysymyksillä.

Profilihuijauksessa anastetulla henkilöllisyydellä luodaan profiili, jolla profiilin tuntevia houkutellessaan muun muassa klikkaamaan haitallisia linkkejä. Linkkejä yritetään levittää esimerkiksi muiden käyttäjien blogeissa. Kyseessä voi olla virus tai henkilötietojen kalastelu. Phishing merkitsee taloudellisesti hyödynnettävän tiedon, kuten verkkopankkitunnusten, luottokorttinumeroiden tai henkilötietojen laiton hankkimista. Phishing-hyökkäyksessä sähköpostiviestit on usein naamioitu tunnettujen yritysten asiakaspalveluviesteiksi. Verkkosivut, joihin tiedot pyydetään luovuttamaan, voivat olla rahoituslaitoksen sivujen näköiset, mutta todellisuudessa sivustot ovat huijaussivustoja, jonne syötetyt tiedot päätyvät rikollisiin käsiin. Tietojen kyselyä perustellaan tunnusten päivittämisellä tai muulla tarkistamisella. Kuluttajille suunnatussa Finanssialan Keskusliiton pankkiasioita ja tietoturva koskevassa kannanotossa korostetaan, etteivät luottokorttiyhtiöt tai pankit lähetä tällaisia viestejä asiakkailleen eivätkä koskaan kysy puhelimitse tai sähköpostitse luottamuksellisia tietoja, kuten verkkopankkitunnuksia, kortin numeroa, korttitunnuksia tai tilinumeroita.⁴⁰

Phishing-huijausten tullessa kansalaisille tutuiksi ovat huijarit alkaneet käyttää tehokkaampaa tietojen kalastelua. Pharming-huijauksessa kuluttaja ohjataan automaattisesti valesivustoon, jolloin hän luulee siirty-

38 <http://poliisi.fi/rikokset/rikosilmioita/tietorikoksia> Ks. myös HE 232/2014 vp.

39 Rikoslain (39/1889) 38 luvun 9 a §:n nojalla identiteettivarkaudesta on tuomittava sakkoon henkilö, joka erehdyttäkseen kolmatta osapuolta oikeudettomasti käyttää toisen henkilötietoja, tunnistamistietoja tai muuta vastaavaa yksilöivää tietoa ja siten aiheuttaa taloudellista vahinkoa tai vähäistä suurempaa haittaa sille, jota tieto koskee.

40 http://www.fkl.fi/kannanotot/kysymyksiä_ja_vastauksia/Dokumentit/QA_pankkiasiat_ja_tietoturva.pdf

neensä aidon yrityksen sivulle. Valesivulla saatetaan pyytää antamaan käyttäjätunnus sivustoon kirjautumiseksi, tiliongelman korjaamiseksi tai kyselyyn vastaamiseksi. Luovutetuilla tunnuksilla hakkeri voi hyödyntää käyttäjän pankkitilejä ja saada muita etuuksia itselleen.

Tili- ja luottokorttitietojen kalastelussa käytetään hyväksi skimmauslaitteita, joilla on mahdollista kopioida luottokorttien tiedot. Skimmauslaitteita käytetään erityisesti miehittämättömillä huoltoasemilla, kuten Ilta-Sanomat uutisoi 16.7.2015. Jos laite on taitavasti tehty, menetykset rehellisille kansalaisille muodostuvat suuriksi ja kiinnijäämisriski pienehköksi. Tämän vuoksi poliisi on neuvonut tarkkailemaan maksupäätteitä. Edellä uutisoidussa tapauksessa tekijöiden jäljille päästiin ja heidät vangittiin epäiltynä törkeästä maksuvälinepetoksesta⁴¹.

Huijauksissa hyödynnetään edelleen perinteisiä toimintamalleja, vaikka suurin osa huijauksista on siirtynyt verkkoon. Savon Sanomissa 17.7.2015 uutisoitiin tapauksesta, jossa poliisina esiintynyt henkilö oli saanut anastettua rahaa urkkimalla puhelimitse pankkikorttien tunnuslukuja Pohjois-Savossa ja Pohjois-Karjalassa. Tekijä oli saanut pankkikortit anastamalla lompakkoja kaupoissa ja asunnoissa. Tämän jälkeen hän oli soittanut pankkikortin omistajalle ja esiintynyt poliisina. Hän oli vaatinut saada tietää pankkikortin tunnusluvun, jotta poliisi olisi voinut tutkia asiaa. Tällainen poliisina esiintyminen edustaa tyypillisesti psykologisiin keinoihin sisältyvää auktoriteettiin vetoamista huijauksen toteutuksessa.

Mainitunlaisten luottokorttivarkauksien tutkinnassa ja asian ratkaisemisessa on aiheutunut tulkintaongelmia siitä, mikä on kuluttajan vastuu tilanteessa. Kuluttajariitalautakunnan ratkaisu (dnro 2382/39/11, 22.11.2012 (ään.)) kuvaa tilanteen ongelmallisuutta kuluttajan näkökulmasta. Lautakunnan päätöksen mukaan yksin siitä, että korttia on onnistuttu käyttämään oikeudettomasti tunnusluvulla, ei voitu tehdä päätelmää kortinhaltijan huolimattomasta menettelystä. Kortinhaltija ei ollut säilyttänyt tunnuslukua kortin yhteydessä tai ilmaissut sitä kenellekään. Lautakunta piti asiassa saadun selvityksen perusteella todennäköisenä, että tunnusluku oli saatu selville automaattilla asioitaessa ja henkilöä oli tämän jälkeen seurattu kaupungin keskustaan, missä poliiseiksi tekeytyneet henkilöt olivat anastaneet kortin. Kortinhaltijan asioidessa automaattilla lähistöllä ei ollut hänen kertomansa mukaan ollut muita ihmisiä. Tämä seikka voi viitata ammattimaiseen toimintaan, jossa tunnusluku selvitetään muutoin kuin tarkkailemalla automaattilla asioivaa henkilöä tämän välittömässä läheisyydessä. Lautakunnan käsityksen mukaan ammattimaisilla rikollisilla oli edellytykset selvittää kortinhaltijan tunnusluku hänen käyttäessään automaattia, vaikka hän olisi suojannut tunnuslukunsa tavanomaisesti. Edellä esitetyn perusteella lautakunta katsoi, että kortinhaltijan toiminnassa tunnusluvun sivullisen haltuun päätyemisessä ei ollut ilmennyt sellaista, mikä osoittaisi huolimattomuutta. Luottokortti oli päätyneet sivullisen haltuun, kun kortinhaltija luovutti lompakkonsa poliiseiksi tekeytyneille henkilöille tarkastusta varten. Kortin puuttumisen hän totesi tutkittuaan lompakkonsa noin tunnin kuluttua tapahtuneesta. Kortinhaltija luovutti luottokorttinsa toiselle. Tämä oli kyseisessä tilanteessa ymmärrettävää, koska pyytjä esiintyi poliisina. Huolellinen menettely olisi edellyttänyt kortin tallella olon tarkistamista välittömästi sen jälkeen, kun kortinhaltija oli saanut lompakon takaisin. Henkilön menettely kortin tallella olon tarkistamisessa oli ollut huolimaton. Huolimattomuus oli olosuhteet huomioon ottaen ollut lievää, mutta se riitti synnyttämään vastuun. Kun kyse ei ollut törkeästä huolimattomuudesta, kuluttajan vastuu oikeudettomasta käytöstä rajoittui 150 euroon.⁴²

Henkilötietoihin kohdistuvat huijaukset, kuten tili- ja luottokorttitietojen kalastelu, ei ole mittakaavaltaan pientä. Keskusrikospoliisin tiedotteessa korostettiin, kuinka pankkitunnusten kalastelulla toteutettiin kansainvälistä rikoskokonaisuutta.⁴³ Keskusrikospoliisi tutki laajaa kansainvälistä petosrikoskokonaisuutta,

41 Törkeästä maksuvälinepetoksesta on kysymys, jos maksuvälinepetoksella aiheutetaan huomattavaa tai erityisen tuntuva vahinkoa tai rikoksentehtäjä on rikoksen tekemistä varten tehnyt tai teettänyt maksuvälinelomakkeita, joista rikoksessa käytetty maksuväline on valmistettu, tai rikos muuten tehdään erityisen suunnitelmallisesti ja maksuvälinepetos on myös kokonaisuutena arvostellen törkeä.

42 Hidén ja Sainio (2014) ovat tarkastelleet FINEn Pankkilautakunnan ratkaisukäytäntöä pankin ja asiakkaan välisestä vastuunjaosta, kun kyseessä on vastuu maksukortin oikeudettomasta käytöstä.

43 https://www.poliisi.fi/tietoa_poliisista/tiedotteet/1/1/pankkitunnusten_kalastelulla_toteutetun_kansainvalisen_rikoskokonaisuuden_tutkinnan_ensimmainen_vaihe_valmistunut_suomessa_31603

jossa satojen suomalaisten yksityishenkilöiden ja pienyritysten pankkitileiltä siirrettiin vuosina 2011–2013 rahaa uhrien tietokoneet saastuttaneella ja pankkitunnukset kalastelleella haittaohjelmalla. Tekijät siirsivät uhrien tileiltä kaikkiaan lähes 900 000 euroa. Noin puolet varoista jäi kateisiin. Tekijöiden tavoittelema hyöty oli yhteensä noin 2,3 miljoonaa euroa. Pankit korvasivat tapauskohtaisesti petoksen uhreille aiheutuneita vahinkoja ja tekivät asian selvittämiseksi tiivistä yhteistyötä poliisin kanssa. Myös Viestintäviraston CERT-FI (nykyinen Kyberturvallisuuskeskus) oli mukana asian tutkinnassa. Tutkinnan aikana oli kiinnitettuna ja pidätettynä useita henkilöitä, joiden epäiltiin välittäneen petoksella saatuja varoja eteenpäin. Tekoja oli tutkittu epäiltyinä rahanpesurikoksina, joita oli tullut ilmi useita kymmeniä.

Maksukortteihin kohdistuvien identiteettivarkauksien torjunnassa kuluttajan huolellisuus ja varovaisuus verkkoympäristössä toimiessa on merkittävässä asemassa. Tietojen kaappaaminen tehdään tyypillisesti käyttäjän työasemassa toimivalla haittaohjelmalla, joka voi kirjata talteen käyttäjän näppäinpainalluksia tai käyttäjän www-lomakkeelle syöttämää tietoa. Tekotavan liiketoimintalogiikka perustuu suuriin lukuihin. Vaikka yhdestä luottokorttinumerosta suojatekijöineen ei paljoa makseta, verkossa luottokorttidataa voidaan kerätä sadoin tuhansin kappalein. Luottokorttijärjestelmä suojaa yksittäistä kortinhaltijaa vahingolta, mutta henkilötiedon väärinkäytöltä suojautuminen on yksittäiselle rikosuhrille hankalaa. Euroopassa on käynnissä useita hankkeita, jotka tulevat parantamaan rikosuhrien asemaa. Suomessa ilmiön torjuntaa hankaloittaa se, ettei tiedon kaappaamista asioinnin yhteydessä ole säädetty kategorisesti rangaistavaksi. Viestintäsalaisuuden loukkauksen tunnusmerkistö on laadittu aikana, jolloin tekotavat olivat toisenlaisia. Tietojärjestelmään tallennettu tieto ja avoimessa tietoverkossa kuljetettuna oleva tieto saavat lain suojan, mutta tunnusmerkistöllä ei voida soveltaa nykyisin tekotapoihin, joissa tieto kaapataan koneen sisäisestä prosessoinnista.⁴⁴

3.2 Toimeentuloon ja varallisuuteen kohdistuvat huijaukset

Toimeentuloon ja varallisuuteen kohdistuvilla huijauksilla on yhteistä vetoaminen kuluttajan haluun ansaita rahaa helposti. Todellisuudessa raha kulkee ainoastaan huijarin suuntaan ja huijauksen kohteeksi joutuneille henkilöille aiheutuu taloudellisia menetyksiä. Otsikon alle kuuluvista huijauksista tarkastellaan ansaintamahdollisuuksia, peitetarinoita, yllättäviä lotto- ja arpajaisvoittoja sekä pyramidihuijauksia. Viranomaisten toimivallan ja lainsäädännön näkökulmasta toimeentuloon ja varallisuuteen kohdistuvissa huijaustyypeissä on kuluttajansuojalainsäädännön soveltamisalaan kuuluvia tapauksia, mutta myös suoraan poliisin ja rikoslainsäädännön alaisuuteen kuuluvia tekoja.

Internetissä törmää ansaintamahdollisuuksiin, joissa tarjotaan rahaa helposti ja paljon: ”Ansaitse rahaa helposti ja hauskasti”, ”Muutamilla tunneilla viikossa tienaat tuhansia euroja”, ”Työskentele kotonasi ja tienaa 200 euroa päivässä.” Mitään erityisosaamista ei tarvita helpon rahan saamiseksi, ”pitää olla vain nettiyhteys”. Tarjouksillaan houkuttelija luo mielikuvan, että henkilö voi itseään rasittamatta tehdä helppoa rahaa ja saada jopa tuhansia euroja kuukaudessa. Totuus voi olla karumpi, sillä pahimmassa tapauksessa henkilö ei ansaitse mitään, vaan menettää aikaa ja rahaa. Ansaintamahdollisuuksien harhaanjohtava mainonta kuuluu kuluttajaviranomaisille, vaikka viranomaiset pystyvät harvoin auttamaan asian selvittämisessä.⁴⁵

Ansaintamahdollisuuksien alalaji on muulina toimiminen, mikä edellisestä poiketen kuuluu rikoslain soveltamisalaan. Muulilla tarkoitetaan henkilöä, jonka tehtävänä on vastaanottaa rikoksella hankittua rahaa tai muuta omaisuutta ja toimittaa se eteenpäin. Muuleja käyttämällä rikolliset pystyvät hämärtämään jälkiään ja vaikeuttamaan rikosten selvittämistä. Muuleilla siirrettävä raha on usein peräisin pankkitileiltä, joiden tunnukset on laittomasti saatu haltuun, huumausainemarkkinoilta, ihmiskaupasta tai tavaroiden salakuljetamisesta. Muuleja värvätään esimerkiksi sähköpostiviesteillä tai www-sivustojen kautta. Viesteissä saatetaan tarjota mahdollisuutta ansaita hyvä palkka helposta työstä ulkomaisen yhtiön palveluksessa. Ainoina vaatimuksina ovat 18 vuoden ikä, sähköpostiosoite ja pankkitili, johon on verkkopankkitunnukset. Toiminnan

44 <http://poliisi.fi/rikokset/rikosilmioita/tietorikoksia>

45 <http://www.kkv.fi/ajankohtaista/tiedotteet/kuluttajavirasto/2011/10.5.2011-tienaa-helposti-ja-hauskasti---suhtaudu-huimiin-ansaintamahdollisuuksiin-kriittisesti/>

vakuutetaan olevan laillista ja rekrytoidulle voidaan jopa toimittaa asiallisen näköinen työsopimus. Takana ovat kansainväliset rikolliset, jotka tarvitsevat välikäsiä rikoshyödyn pesemiseen. Tilinsä kautta rikoksella hankittuja varoja välittävä henkilö syyllistyy rahanpesuun. Netissä solmittu oletettu työsopimus ei poista teon rangaistavuutta.⁴⁶

Työnkuvaan voi kuulua, että henkilö vastailee mielipidekyselyihin ja markkinointitutkimuksiin. Tienatakseen henkilön pitää ostaa yritykseltä jotakin, kuten markkinointitutkimuksiin ja -kyselyihin tarkoitettu aloituspaketti. Henkilöä ehkä pyydetään testaamaan tuotetta ja luvataan, että hän saa pitää sen, mutta hän päätyy yhteystietonsa antamalla jonkin palvelun ostajaksi. Paid to Click -palveluissa työnkuvaan kuuluu, että henkilö surffaa internetissä ja klikkailee mainoksia. Henkilö ei välttämättä saa senttiäkään palkkiota tästä vaivasta. Mainosten klikkailemisessa ideana on, että sivustojen ylläpitäjät tienaavat, kun toiset ihmiset klikkaavat mainoksia.

Kuluttajansuojalainsäädännön soveltamisalaan eivät kuulu myöskään peitetarinat, jotka poliisi nostaa esiin tavanomaisimpia viime vuosina esiintyneitä huijauksia koskevassa tiedotteessa. Niille on yhteistä erinäisten etumaksujen maksaminen luvattujen palkkioiden saamiseksi. Vasta tämän jälkeen voi päästä osalliseksi suurempaan summaan, sen korkoihin tai merkittävään provisioon. Peitetarinoiden aiheina ovat vuosien varrella olleet muun muassa ”avunpyyntö” ja ”rahansiirto”. Viime vuosina ne ovat muuttaneet muotoaan siten, että peitetarinoita kerrotaan kulloinkin julkisuudessa olevista maista. Kun takavuosina peitetarinoissa kerrottiin maanpakoon joutuneista afrikkalaisista prinseistä, uudemmissa on kerrottu irakilaiskenraalien miljoonista tai Jukosin varoista.⁴⁷ Toisaalta esimerkiksi brittitausta on yleinen peitetarina pohjautuvissa huijauksissa. Ylen toimittaja sai kesällä 2015 tekstiviestin miljoonaperinnöstä ja lähti selvittämään, mistä perinnössä on kyse. Huijaukseen mukaan lähteminen ja yhteydenpidon kuvaaminen havainnollistaa peitetarinan valmistelutyöhön käytettyä aikaa ja vaivaa, vaikka tässä tapauksessa peitetarinasta löytyi useita aukkokohtia.⁴⁸

Ansaintamahdollisuuksiin perustuvissa huijauksissa pyritään käyttämään hyväksi tilanteen yllätyksellisyyttä ja siitä seuraavaa hämmennystä. Kuluttajansuojalain 2. luvun 13 §:n mukaan markkinointiin liittyvien arvontojen, yleisökilpailujen ja pelien osallistumisehtojen on oltava selkeitä ja yksiselitteisiä ja helposti saatavilla.⁴⁹ Yllättävistä lotto- ja arpajaisvoitoista kertovissa sähköpostiviesteissä saatetaan kertoa henkilölle, että tämä on voittanut ulkomaisessa lotossa miljoonia euroja.⁵⁰ Viestissä selvitetään perinpohjaisesti, miksi voitto on osunut juuri hänelle, vaikka hän ei ole osallistunut arvontaan. Lottoyhtiön nimenä on komealta ja viraliselta kalskahtava ulkomainen nimi. Muodollisuuksien suorittamisen jälkeen voiton kerrotaan olevan asianomaisen henkilön. Kaava on periaatteessa sama kuin nigerialaiskirjeissä. Ennen kuin henkilö saa voitto-summan, häntä kehoitetaan ottamaan yhteyttä viestissä mainittuun osoitteeseen ja antamaan henkilötietonsa, sitten maksamaan jonkin rahasumman voiton siirtämiseksi tai lunastamiseksi, veroja varten sitten vähän suuremman summan, jne.⁵¹

Toimeentuloon ja varallisuuteen perustuvien huijauksien suunnitelmallisinta toteutustapaa ilmentävät pyramidihuijaukset. Pyramidipelit saattavat näyttää ensisilmäyksellä normaalilta kaupankäynniltä tai sijoittamiselta. Pyramidipeli eroaa laillisesta verkostomarkkinoinnista siinä, että mukaan liittyvien tulot eivät riipu tuot-

46 Keskusrikospoliisi (2012).

47 <http://poliisi.fi/rikkokset/huijaukset>

48 <http://kioski.yle.fi/omat/martin-lontoosta-tarjoaa-miljoonaperintoa-huijasimme-tekstarihuijaria-loppuun-asti>

49 <http://www.kkv.fi/ratkaisut-ja-julkaisut/julkaisut/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/aihekohtaiset/markkinointiarpajaiset/>

50 Kuluttajahuijauksien poikkihallinnollisuus tulee hyvin esiin arpajaisissa. Rahapeleihin sovelletaan arpajaislain (1047/2001) säännöksiä, jolloin valvonta kuuluu poliisihallitukselle. Kuluttajansuojalakea sovelletaan silloin, kun kyse on jonkin tuotteen myynninedistämiseksi järjestettävistä markkinointiarpajaisista.

51 Menettely on sopimattomista elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisistä kaupallisista menettelyistä sisämarkkinoilla annetun direktiivin 2005/29/EY ja kuluttajansuojalain 2. luvun vastaista. EU-tuomioistuimen tuomiossa C-428/11 Purely Creative todettiin, että sopimattomia kaupallisia menettelyitä koskevan direktiivin liitteen 1. kohdan 31 toista luetelmaehtoaa on tulokittava niin, että siinä kielletään aggressiiviset menettelyt, joissa elinkeinonharjoittajat antavat perättömän vaikutelman siitä, että kuluttaja on jo voittanut palkinnon, vaikka palkinnon saaminen edellyttää kuluttajalta rahasuoritusta tai joistakin kustannuksista vastaamista.

teiden tai palveluiden myynnistä, vaan uusien jäsenien hankkimisesta ja heidän liittymismaksuistaan. Verkostomarkkinointia muistuttavissa pyramidipeleissä markkinoitavat tuotteet ovat rekvisiittaa, jotta toiminta näyttäisi lailliselta ja normaalilta. Itse tuotteet ovat ylihinnoiteltuja, huonolaatuisia, arvottomia tai hankalia myydä. Todellinen tarkoitus on kerätä rahaa aloituspaketin lunastavilta uusilta jäseniltä. Pyramidipeliin liittyvä jäsen maksaa aloitusmaksun tai muun maksun, joka menee pyramidissa ylempänä olevalle henkilölle. Hänen on puolestaan tarkoitus saada osuus hänen alapuolelleen liittyvien henkilöiden aloitusmaksuista. Osallistujien taloudellinen hyöty edellyttäisi jäsenten määrän jatkuvaa kasvua. Todellisuudessa kaikki pyramidijärjestelmät hajoavat jossain vaiheessa kasvun loppuessa ja alatasoilla olevat menettävät sijoittamansa rahat. Pyramidipelit ovat Suomessa rahankeräyslain (255/2006) perusteella laittomia ja ne ovat kiellettyjä myös muualla maailmassa.⁵²

Pyramidipelit eivät liene Suomessa loppuneet WinCapita-tuomioiden myötä.⁵³ Poliisi kehottaa tarkkuuteen kiellettyjen pyramidipelien tunnistamisessa. Kansalaisia varoitetaan poikkeuksellisen nopeasti erittäin hyviä ja varmoja voittoja lupaavista, esimerkiksi sijoitustoimintana tai arvometallien kauppana internetissä markkinoitavista pyramidipeleistä. Toiminnan taustalla on usein ulkomainen yhtiö, josta ei ole saatavissa tarkempia tietoja toiminnan laillisuuden varmistamiseksi. Toiminta on rahankeräyslain vastaista ja pelin järjestämiseen Suomessa osallistuvat saattavat joutua esitutkinnan kohteeksi rahankeräysrikoksesta epäiltynä tai, jos heidän sijoittamiensa summien ja saamiensa tuottojen erotuksesta on muodostunut rikoksen tuottamaa taloudellista hyötyä, rikoshyödyn selvittämiseksi. Mikäli pyramidipeliä markkinoidaan ja osallistujia houkutellessa erehdyttävästi mukaan sijoitustoimintaan, saattaa kyseeseen tulla petos. Laittoman toiminnan riskit tulisi arvioida huolellisesti ja samalla ottaa huomioon mahdollinen taloudellinen vahinko, rikosoikeudellinen vastuu, rikoshyödyn menettäminen ja muut mahdolliset kielteiset seuraukset.⁵⁴

Huijausten kerroksellisuus tulee ilmi sijoitushuijauksissa. Kuten myös asiantuntijahaastattelussa tuli ilmi, tuottavat varsinaiset sijoitushuijaukset uusia huijauksia ja horjuttavat pahimmillaan luottamusta auttavien tahoihin. Rahanpesun selvittelykeskuksen vuoden 2014 vuosikertomuksessa kiinnitetään huomiota internetistä löytyviin varoitussivustoihin, jotka tarjoavat palveluja sijoitushuijauksen uhreille. Sivustoilta löytyvät kattavat tiedot huijauksia harjoittavista sijoitusyhtiöistä ja tileistä, minkä lisäksi sivustoilla kuvataan toiminnan luonnetta. Sivustoilla tarjotaan palveluita, joilla uhreille luvataan menetettyjä varoja takaisin, mutta rahojen saamiseksi on jälleen maksettava erilaisia kuluja. Varoitussivusto toimii samalla periaatteella kuin alkuperäinen sijoitushuijaussivusto ja lopulta uhri menettää nämäkin varat. Sivustojen luotettavuudesta huolimatta on todennäköistä, että sijoitushuijauksen uhri tulee uudelleen huijatuksi. Käytännössä uhrien auttamiseen tarkoitettut varoitussivustot voivat olla rikollisten hallinnoimia.⁵⁵

52 Sopimattomista kaupallisista menettelyistä annetun direktiivin liitteen 1 mukaan on aina sopimatonta sellaisen pyramidimyynnijärjestelmän luominen, käyttäminen tai edistäminen, jossa kuluttaja saa korvausta etupäässä siitä, että hän saa muita kuluttajia liittymään järjestelmään eikä siitä, että hän myy kulutusohjelmia. Tätä selventää EU-tuomioistuimen tuomio C-515/12 4finance.

53 Korkeimman oikeuden pyramidipeliä koskeva ratkaisu osoittaa kuinka mittaviksi yksittäiset huijaukset voivat muodostua. Taloudellista vahinkoa tai sen vaaraa aiheutettiin tapauksessa ainakin 57 miljoonan euron arvosta ja tuhannet ihmiset sijoittivat rahojaan törkeästä petoksesta tuomitun henkilön hallinnoimille tileille. A oli antanut perustamansa klubin toiminnasta tietoja, joiden mukaan klubi harjoittaisi tuottoisaa vedonlyöntitoimintaa ja valuuttakauppaa, ja maksaisi klubin jäsenille näin saatua tuottoa. Tuhannet ihmiset olivat sijoittaneet rahoja A:n hallinnoimille tileille. Tosiasiassa väitetty toiminta oli ollut tappiollista eikä valuuttakauppaa ollut käyty. Varoja oli A:n kehittämien laskenta- ja tuotontarkastusjärjestelmien perusteella maksettu pääasiassa klubiin aikaisessa vaiheessa liittyneille jäsenille. Voitto-osuuksina maksetut määrät olivat siten olleet klubiin myöhemmin liittyneiden jäsenten suorittamista maksuista saatua laskennallista tuotto-osuutta. Klubiin toiminnan loppuvaiheessa liittyneet jäsenet olivat yleensä menettäneet kaikki sijoittamansa varat ja jääneet ilman luvattuja tuottoja. Lukuisille henkilöille oli näin aiheutettu taloudellista vahinkoa tai sen vaaraa ainakin 57 miljoonan euron arvosta. A oli tuomittu törkeästä petoksesta. Kysymys siitä, oliko A voitu tuomita myös rahankeräysrikoksesta. (KKO:2014:7 (ään.))

54 <http://www.aamulehti.fi/Kotimaa/1194987470762/artikkeli/poliisi+varoittaa+verkon+pyramidipeleist.html>

55 Keskusrikospoliisi (2014).

3.3 Ihmetuotteet ja tilausansat

Kuluttajaviranomaisten toimivaltaan kuuluvat huijaukset, joissa yritys johtaa kuluttajia harhaan tarjouksen sisällöstä ja ehdoista. Kun kyse on kuluttajaviranomaisten toimivaltaan kuuluvasta toiminnasta, huijauksiin on mahdollista puuttua kuluttajalainsäädännön keinoin, mikä ei kuitenkaan estä rikoslain mukaisen seuraamusjärjestelmän käyttämistä. Kulutushyödykkeisiin kohdistuvista huijauksista luvussa tarkastellaan ihmetuotteita ja tilausansoja, joiden määrä on kasvanut merkittävästi viime vuosina ja jotka kuuluvat ajankohdan trendikkäimpiin huijauksiin.

Ihmetuotteilla tarkoitetaan tuotteita, joiden ominaisuuksista annetaan katteettomia lupauksia. Tyypillisiä ihmetuotteita ovat laihdutukseen ja terveydenhoitoon liittyvät tuotteet. Jos myyjä antaa kuluttajien virheellisesti ymmärtää, että tuote edistäisi heidän terveyttään tai hyvinvointiaan, kyseessä on lainvastainen markkinointi. Markkinoijan on pystyttävä luotettavasti osoittamaan, että esitetyt tosiasiaväitteet tuotteen ominaisuuksista ja vaikutuksista pitävät paikkaansa. Väite tuotteen laihduttavasta vaikutuksesta on todistettava puolueettomilla ja tieteellisesti luotettavilla tutkimustuloksilla. Terveysvaikutuksiin vetoaminen on ollut ajoittain ongelmana arvioitaessa, onko kysymyksessä huijaus vai tosiasia. Terveysvaikutukset ovat tulleet tutuiksi myös oikeuskäytännössä. Jo markkinatuomioistuimen ratkaisussa MT:1983:3 todettiin, että magneettisen rannerenkaan markkinoinnissa esitettyjä väitteitä kipuja parantavista vaikutuksista ei ollut edes yritetty näyttää toteen. Viittaaminen rannerenkaan parantaviin vaikutuksiin markkinoinnissa katsottiin kuluttajansuojalakiin perusteella sopimattomaksi.⁵⁶

Aina ei ole selvää, onko ihmetuote lääke vai elintarvike. Ravintolisät muistuttavat usein ulkonäöltään lääkkeitä eli ovat pillereitä, kapseleita tai yrttiutteita, mutta koostumukseltaan ne ovat elintarvikkeita. Päätös siitä, pidetäänkö ainetta tai valmistetta lääkkeenä vai elintarvikkeena, kuuluu Lääkelaitokselle. Luokituspäätökseen vaikuttavat valmisteen koostumus ja sille annettu käyttötarkoitus. Lääkkeiden myyntiin vaaditaan voimassa oleva myyntilupa toisin kuin elintarvikkeiden myyntiin. Elintarvikkeita valvovat kunnalliset elintarvikevalvontaviranomaiset ja niiden markkinointia Elintarviketurvallisuusvirasto Evira.

Ihmetuotteisiin langenneet kuluttajat eivät saa niistä tavoittelemaansa terveydellisiä hyötyjä. Kuluttaja-asiamiehen ja Euroopan kuluttajakeskuksen saamien yhteydenottojen perusteella kuluttajat eivät valita niinkään tuotteen toimimattomuudesta kuin esimerkiksi laihdutusvalmisteiden tilaamiseen liittyvistä muunlaisista riskeistä. Laihdutustuotteista on esimerkiksi veloitettu luottokortilta suurempia summia kuin mitä mainoksessa on ilmoitettu. Laskutus on saattanut jatkua, vaikka kuluttaja olisi peruuttanut sopimuksen etämyyntisäännösten mukaisesti ja palauttanut saamansa tuotteet. ”Rahat takaisin, jos et ole tyytyväinen” -lupaukset eivät ole toteutuneet. Lisäksi yrityksiin on vaikea tai mahdotonta saada yhteyttä.⁵⁷

Tyypillistä on, että kuluttaja luulee tilaavansa ilmaisen tai edullisen näytteen tai osallistuvansa arvontaan tai kyselyyn, mutta alkaa saada säännöllisesti maksullisia tuotepaketteja eli lankeaa tilausansa.⁵⁸ Moni kuluttaja havahtuu tilanteeseen vasta, kun saa sähköpostiinsa omituisen laskun. Ansa laukeaa yleensä vasta sitten, kun kuluttaja saa laskun tilaamastaan tuotteesta. Lasku on jotain ihan muuta kuin halpa kokeiluerä tai pari euroa, johon kuluttaja luuli sitoutuneensa. Uusi ilmiö on, että lasku tulee vasta tilauksen peruutusajan umpeuduttua, kuten se, että tuotteen tilauksenmukaisuus ei ole havaittavissa ilman tuotepakkauksen avaamista. Pakkauksen avaaminen puolestaan johtaa peruutusosoikeuden menetykseen. Moni kuluttaja maksaa laskun, ja epärehellinen ansaintalogiikka jatkaa voittokulkuaan.

Tilausansasta voidaan puhua, jos kuluttaja tilaa mainoksen tai viestin pohjalta jotain, mitä ei ymmärtänyt tilaavansa ja tulee näin tarjouksen erehdyttämäksi. Kuluttaja ei pääse ansasta eroon, vaikka tajuaa tekemänsä

56 Sopimattomia kaupallisia menettelyitä koskevan direktiivin liitteen 1 kohdan 17 mukaan pidetään aina sopimattomana perätöntä väitettä, että tuotteella voidaan parantaa sairauksia, toimintahäiriöitä tai epämuodostumia.

57 <http://www.kkv.fi/ajankohtaista/tiedotteet/2013/4.4.2013-kkvn-tiedote-laihdutustuotteet-vievat-rah-at-kiloja/>

58 Kuluttajansuojalain 2. luvun 10 §:n mukaan markkinoinnissa ei saa tarjota kulutushyödykkeitä toimittamalla niitä kuluttajille ilman nimenomaista tilausta ja edellyttämällä kuluttajalta maksua, hyödykkeen palauttamista tai säilyttämistä tai muuta toimenpidettä.

erehdyksen. Elinkeinonharjoittaja tai mainostaja voi syyllistyä erehdyttämiseen joko tahattomasti tai tahallisesti. Olennaista kuitenkin on, että viestin tai tarjouksen vastaanottaja ei saa viestin sisällöstä todenmukaista kuvaa ja tämä vaikuttaa hänen ostopäätökseensä.⁵⁹ Kuluttaja astuu tilausansaansa nykyään ennen kaikkea verkossa joko Facebookissa tai muualla netissä olleen mainoksen tai saamansa sähköpostiviestin kautta. Usein samankaltaiset tilausansat vaativat verkossa ympäri Eurooppaa eri kielillä ja tuotenimillä.

Kumppanuusmarkkinointi (*affiliate marketing*) on tuonut tilausansaproblematiikkaan oman ulottuvuutensa. Se, mikä alkoi pop up -ikkunoina ja mobiilisisältöinä useita vuosia sitten, on siirtynyt ensin Facebookiin ja viime vuosina erilaisten julkaisijoiden, kuten bloggaajien ja kumppanuusmarkkinointiyhtiöiden kautta välittyviin mainoksiin ja sähköpostitarjouksiin. Useimmat mainoksista ovat asiallisia ja lainmukaisia, mutta kenellä on vastuu, jos mainos johtaa tilausansaansa. Aina ei ole helppoa selvittää, kuka tilausansan takana on, varsinkin kun jäljet johtavat usein ulkomaille.⁶⁰

Kuluttajaviranomaiset ovat saaneet kuluttajilta mainitunlaisia yhteydenottoja muun muassa Suomen terveystutkimus -nimisestä yrityksestä. Kuluttaja-asiamies määräsi huhtikuussa 2014 yritykselle 100 000 euron uhkasakolla tehostetun markkinointikiellon seurauksena lainvastaisesta markkinoinnista. Luontaistuotteita markkinoivat yritykset ovat aiemminkin saaneet markkinointikieltoja. Huhtikuussa 2012 kuluttaja-asiamies määräsi Wellnutrition-nimiselle yritykselle uhkasakolla tehostetun markkinointikiellon. Kuluttaja-asiamies oli muistuttanut Wellnutritionia jo vuosina 2007 ja 2008 markkinoinnin pelisäännöistä. Vuonna 2011 kuluttaja-asiamies kielsi Norvital AS -nimistä yritystä markkinoimasta luontaistuotteita terveystutkimuksen varjolla. NaturaMed Pharma sai vuonna 2010 kiellon, joka koski kuluttajatutkimukseksi naamioitua kirjekampanjaa. Vuonna 2012 tanskalainen Formlife oli käsittelyssä Euroopan kuluttajakeskuksessa. Yritys markkinoi muun muassa Corex-nimistä laihdutusvalmistetta ja Life Detox -jalkapohjalaastaria Facebookissa.⁶¹

Kuluttaja-asiamies on neuvottelemalla saanut yrityksiä myös luopumaan tilausansoista. Esimerkiksi virolainen Xellim Oü markkinoi vuodesta 2013 lähtien verkossa lukuisilla suomenkielisillä sivuilla ja Facebookin kautta laihdutus- ja kosmetiikkatuotteita kertomatta selvästi, mihin kuluttaja edullisen näytepakkauksen tilaamalla sitoutuu. Kuluttaja-asiamies tähdensi neuvotteluissa sitä, että markkinoinnin kokonaisvaikutelma ei saa muodostua harhaanjohtavaksi. Kuluttajan pitää vaivatta tietää, minkälaiseen sopimukseen hän sitoutuu. Lain mukaan keskeiset tiedot sopimuksen sisällöstä on annettava sekä markkinoinnissa että välittömästi ennen tilauspainiketta. Xellim on keväällä 2015 toteuttanut muutoksia verkko- ja mobiilisivuilleen, jotta ne vastaisivat kuluttaja-asiamiehen vaatimuksia. Muutosten myötä Xellimin markkinointi on kuluttaja-asiamiehen vaatimusten mukaista. Esimerkkeinä tehdyistä muutoksista on, että tilauksen keskeisimmät ehdot eli sopimuksen kesto, kokonaishinta ja peruuttamisoikeus tuodaan esiin selkeästi sekä markkinoinnissa että ennen tilauspainiketta. Asian käsittely KKV:ssa on päätetty kesäkuussa 2015, mutta kuluttaja-asiamies tulee seuraamaan yritykseen liittyviä kuluttajien ilmoituksia aktiivisesti.⁶²

59 Tällaisessa tuotteiden markkinoinnissa on kyseenalaista, voidaanko tilaus sopimuksen katsoa olevan voimassa. Asian selvittämiseksi on tutkittava, mitä ilmoituksessa kerrotaan ja miten ehdot on ilmaistu. Jos kuluttajaa on johdettu harhaan siten, että hän on vastoin tahtoaan suostunut tilaus sopimukseen, kyseinen menettely on kuluttajansuojalain vastaista. Tämä ei tee sopimuksesta automaattisesti pätemätöntä, vaan kuluttajan tulee erikseen riitauttaa asia valittamalla laskusta, peruuttamalla tulevat lähetykset sekä ottamalla yhteys kortin myöntäjään, jos yritys veloittaa kuluttajan maksukorttia. Jos kuluttaja ja yritys kiistelevät siitä, onko kuluttaja sitoutunut maksulliseen tilaukseen, yrityksen pitää osoittaa, että sopimus on syntynyt. Tähän ei riitä tilaukseen huomaamattomasti kirjoitettu pikkupräntti, jos markkinoinnissa on korostettu tutustumispakkauksen maksuttomuutta. Mikäli kuluttaja on asianmukaisesti palauttanut ensimmäisen maksullisen tuotteen 14 päivän kuluessa tai muutoin peruuttanut kaupan tai jättänyt tuotteen noutamatta, hänen ei tarvitse maksaa laskua eikä myöhemmin toimitettuja lähetyksiä.

60 <http://www.ecc.fi/ajankohtaista/tiedotteet/2015/6.5.2015-tunnistatko-tilausansan-esimerkkeja-ja-ohjeet-ansojen-valttamiseen/>

61 <http://www.kkv.fi/ajankohtaista/tiedotteet/kuluttajavirasto/2012/10.7.2012-ilmaista-luontaistuotetta-ei-yleensa-ole-olemassakaan/>

62 <http://www.anpdm.com/article/0/40/44435042764341584771/3235782>

4 HUIJAUSTEN TORJUNTAKEINOT

Huijaukset muuttavat jatkuvasti muotoaan. Viranomaisten päästessä kiinni tekotapoihin huijarit etsivät uusia huijaustapoja kiinnijäämisriskiä vähentääkseen. Toisaalta Kuluttajaviraston vuonna 2007 tekemän kyselyn perusteella huijaukset ovat säilyneet monin osin samanlaisina. Noin 25 prosenttia kyselyyn vastanneista oli tehnyt tuttavuutta ihmetuotteiden, kuten laihdutusvalmisteiden kanssa. Tekaistuja avunpyyntöjä, kuten nigerialaiskirjeitä oli saanut noin 20 prosenttia vastaajista. Yleisiksi osoittautuivat myös verkkokauppahuijaukset, joissa asiakas ei ollut koskaan saanut etukäteen maksamaansa tuotetta.

Kaikkien huijausten torjuminen ei ole mahdollista, vaan tekotavat joudutaan priorisoimaan. Asiantuntijahaastattelussa tuotiin esiin, että huijauksiin puuttumisessa tulee määrittää taso, minkä ylittävien huijausten torjuntaan viranomaiset panostavat ja minkä alittavat huijaukset jäävät kuluttajien vahingoksi. Torjuntatoimiin käytettyjen resurssien sekä huijauksista aiheutuvien yksilöllisten ja yhteiskunnallisten seurausten tulee olla järkevissä suhteissa keskenään. Huijausten vastaisessa toiminnassa tulee pyrkiä löytämään kustannus-hyöty-näkökulmasta keinot, joilla huijareille annetaan tehokas signaali toiminnan lopettamiseksi. Kuluttaja-asiamiehen organisoimana yksittäisten kuluttajien puolustus muodostuu kustannustehokkaaksi ryhmäpuolustukseksi. Kuluttaja-asiamiehellä on tärkeä rooli kuluttajaneuvontaan tulevien kuluttajariitojen koordinoinnissa sekä resurssien kohdentamisessa ajankohtaisiin ilmiöihin kohdistuvissa epäkohdissa.⁶³ Näiden lisäksi kuluttaja-asiamies tuo esiin tuomioistuinten toiminnan kannalta tärkeät tapaukset pyrkien näin tehostamaan kuluttajariitojen oikeuskäsittelyä.

Huijausten torjuminen on monen tekijän summa, mihin vaikuttavat niin keinot kuin toimenpiteiden ajoitus. Huijausten torjuntakeinoja voidaan lähestyä viranomaistoiminnan lisäksi kuluttajiin ja huijareihin kohdistuvien keinojen näkökulmasta unohtamatta lainsäädännön ja käyttäytymistaloustieteen mahdollisuuksia.

4.1 Kuluttaja-asiamiehen ja Euroopan kuluttajakeskuksen huijausten vastainen toiminta

Kuluttaja-asiamiehen keskeisenä tehtävänä on valvoa kuluttajansuojalain ja useiden muiden kuluttajan suojaajaksi säädettyjen lakien noudattamista. Valvonta kohdistuu markkinoinnin ja sopimusehtojen sekä perinnän lainmukaisuuteen. Valvonnan tavoitteena on, että yritys lopettaa tai muuttaa lainvastaista markkinointiaan tai kohtuuttomia sopimusehtojaan. Kuluttaja-asiamies ei pääsääntöisesti käsittele yksittäisiä riita-asioita, joissa kuluttaja hakee hyvitystä tavarain tai palvelun virheestä, vaan tapauksia käsittelevät kuluttajaoikeusneuvojat ja kuluttajariitalautakunta. Kuluttaja-asiamies voi harkintansa mukaan avustaa kuluttajaa yksittäisessä riita-asiaissa, jos sen ratkaisemisella on lain soveltamiselle tai kuluttajien yleiselle edulle tärkeä merkitys tai jos kyse on tapauksesta, jossa elinkeinonharjoittaja ei noudata kuluttajariitalautakunnan päätöstä. Kuluttaja-asiamies voi panna vireille ryhmäkanteita ja saattaa asioita ryhmävalituksena kuluttajariitalautakunnan käsiteltäväksi, kuten myös tehdä esityksiä ja aloitteita lainsäädännön muuttamiseksi.

Kuluttajaoikeuden täytäntöönpanokeinoina ovat valvontamenettely sekä siviili- ja rikosprosessit, joita voidaan käyttää erikseen tai rinnakkain huijauksen selvittelyssä ja käsittelyssä. Selvitystoiminnan keskeisenä osana on tehokas tiedotus, jolla kuluttajakollektiivi pidetään tietoisena tilanteesta. Kuluttajia varoitettaessa tai ohjeistettaessa tiedotus riippuu niistä toimenpiteistä, joita kuluttaja-asiamies aikoo asiassa käyttää.⁶⁴

Kuluttajaviranomaisten valvontatoimintaan sisältyvillä oikeudellisilla keinoilla ei kyetä reagoimaan nopeasti kuluttajahuijauksiin. Kuluttaja-asiamiehen kieltä selvityspyynnöineen on hidas keino tilanteessa, jossa kuluttajat tarvitsevat nopeaa apua esimerkiksi aggressiivista perintää vastaan. Vaikka valvontakeinojen ongelmana on hitaus, myös neuvotteluteitse on saatu tuloksia aikaan. Pitkällisen kirjeenvaihdon sijaan yrityksiä pyritään

63 Myös KKV:n tulossopimus määrittää kuluttaja-asiamiehen toiminnassa priorisoitavia huijauksia.

64 Kuluttaja-asiamiehen toimenpiteitä huijausten torjumiseksi tarkastellaan Suurlan (2014) muistion ja viraston asiantuntijoiden haastattelujen pohjalta.

nykyään tapaamaan mahdollisimman pian, jolloin yritys on helpompi sitouttaa markkinoinnin ja muiden toimintatapojen muuttamiseen.⁶⁵

Siviiliprosessiin sisältyvillä oikeudellisilla keinoilla kuluttajaviranomaisilla on mahdollisuus auttaa huijauksen kohteeksi joutuneita kuluttajia. Siviiliprosessin keinoin voidaan pyrkiä kuluttajan huijarille menettämien rahojen palauttamiseen. Tällöin on tärkeää selvittää elinkeinonharjoittajan taloudellinen asema. Jos kyse on huijariyrittäjästä, rahojen palauttaminen siviiliprosessin keinoin ei johda tulokseen. Vaikka maksuun velvoittava päätös saataisiin, vastaaja on todennäköisesti tavoittamattomissa tai varaton täytäntöönpanohetkellä. Kuluttaja-asiamiehen ei ole syytä tuhlaata voimavarojaan näissä tilanteissa, vaan ainoaksi keinoksi jää rikosprosessi. Kuluttaja-asiamiehen kannattaa keskittyä sellaisiin riita-asioihin, joissa kuluttaja on tehnyt sopimuksen (tai vastapuolen taholta väitetään tehneen), mutta ei ole ehtinyt maksaa hyödykettä (petoksen yritys). Tämä on usein ainoa toimiva keino torjua ulkomailta käsin toteutettua huijausta. Lisäksi on tärkeää estää vastaavien tilanteiden syntyminen kuluttajille suunnatulla tiedotuksella.

Kuluttaja-asiamies voi avustaa kuluttajia aiheettoman perinnän torjunnassa. Kuluttajaviranomaisilla on verkostojen ja käytössä olevan keinovalikoiman perusteella parhaat edellytykset tunnistaa kuluttajahuijaus ja avustaa kuluttajia koordinoitusti. Tieto siitä, että elinkeinonharjoittaja saa vastaansa kuluttaja-asiamiehen, hillitsee aiheetonta perintää ja rohkaisee kuluttajia pidättymään aiheettomista maksuista. Voidaan olettaa, että lyhyellä elinkaarella toimiva elinkeinonharjoittaja karttaa oikeudenkäyntejä ja sellaisen näyttäessä todennäköiseltä luopuu lainvastaisiin menettelyihin perustuvista saatavista. Tuloksellisinta olisi, jos avustuspäätös tehtäisiin mahdollisimman varhain niin, että elinkeinonharjoittajan rahavirran tyrehtyessä huijaus loppuisi.

Kuluttajaviranomaiset voivat avustaa kuluttajaa saatavan riitauttamisessa, kun on kyse aiheettomasta perinnästä.⁶⁶ Saatavien perinnästä säädetyn lain (513/1999) 4 b §:n mukaan perintää ei saa jatkaa, jos velallinen kiistää maksuvelvollisuutensa. Elinkeinonharjoittaja voi jatkaa riita-asiaksi muodostuneen jutun käsittelyä viemällä sen yleiseen tuomioistuimeen. Jos kuluttaja-asiamies riitauttaa saatavan (nimenomaisesti tai julkisesti), hänen pitää varautua avustamaan kuluttajaa asian oikeuskäsittelyssä. Kuluttaja-asiamies on vuonna 2015 puuttunut tiukasti tilausansoihin liittyvään perintään ja avustanut oikeudessa kymmeniä kuluttajia. Kuluttaja-asiamies on saanut tilausansaoikeudenkäynneissä merkittäviä voittoja ja on pyrkinyt ennakkopäätöksillä ratkaisemaan samankaltaiset tuhannet velkomusasiat.⁶⁷ Kuluttajahuijausasioissa kuluttaja-asiamies ei ole käyttänyt ryhmäkannetta, koska kuluttajien vaatimusten on oltava samoja tai samankaltaisia ja kohdistuttava samaan yritykseen.⁶⁸

Kuluttaja-asiamies voi käytännössä riitauttaa saatavan tapauskohtaisesti (yksittäisen kuluttajan asiamiehenä) tai kollektiivisesti (nimeämättä päämiestä). Kollektiivinen riitauttaminen perustuu siihen, että voidaan olettaa suomalaisten perintäyhtiöiden noudattavan kuluttaja-asiamiehen kehotusta pidättä epäsolvien saatavien perinnästä asian selvityksen ajaksi. Kuluttaja-asiamies kehottaa elinkeinonharjoittajaa luopumaan selvitystyön ajaksi saatavien perinnästä uhalla, että kuluttaja-asiamies ryhtyy kuluttajien avustajaksi, mikäli kehotusta ei noudateta. On oletettavaa, että tuomioistuimet jättävät lepäämään jutut, joissa kuluttaja-asiamies on ilmoittanut saatavan perusteen kyseenalaiseksi ja joissa ennakkotapaus on vireillä.

65 <http://www.anpdm.com/article/0/40/44435042764341584771/3235782>

66 Saatavan riitauttaessaan kuluttaja-asiamies yleensä
– ottaa elinkeinonharjoittajaan ja perintäyhtiöön yhteyttä ja kertoo, että saataviin liittyy epäselvyyksiä
– pyytää selvityksen ja aloittaa neuvottelut asian ratkaisemiseksi
– pyytää yritystä pidättymään saatavien perinnästä selvityksen ja neuvottelujen ajaksi
– ohjeistaa samalla muita samassa tilanteessa olevia kuluttajia (ja kuluttajaneuvojia).

67 <http://www.kkv.fi/ajankohtaista/tiedotteet/2015/kuluttaja-asiamiehelle-jalleen-tarkea-voitto-tilausansaoikeudenkaynnissa/>

68 <http://www.anpdm.com/article/0/40/44435042764341584771/3236330> Ryhmäkanteen voi kyllä nostaa asiassa, jossa yrityksellä on saatavia kuluttajalta, kunhan muut lain edellytykset täyttyvät (ks. HE 154/2006). Ryhmäkanteena voisi ajaa sekä suoritus- että vahvistuskannetta. Suorituskanteet koskevat pääsääntöisesti rahamääräisen tai luontaisuurituksen vaatimista vastaajalta. Oikeuskirjallisuudessa myös kanteet, joilla vaaditaan vastaajan pidättymistä jostakin kanteesta yksilöidystä toiminnasta (kieltokanne) tai vaaditaan vastaajaa sallimaan kantajan tietynlainen menettely (sietämiskanne), rinnastetaan suorituskanteisiin.

Saatavan riitauttamisesta aiheutuu kuluttajalle riskejä, kuten viivästyskorkoriski, perintäkulujen kasvaminen ja mahdollisesta oikeudenkäynnistä aiheutuva riski, jos yritys voittaakin jutun tuomioistuimessa. Kuluttaja-asiamiehen näkökulmasta riitauttamiseen sisältyy riskejä, kuten lukuisista ilmoituksista ja neuvontapyyntöistä aiheutuva selvitystyö erityisesti juttujen määrän ja kirjon ollessa suuri, riitauttamisesta seuraava jonkin tasoinen sitoutuminen kuluttajien avustamiseen sekä oikeudenkäynneistä aiheutuva työ- ja kuluriski.

Rikosprosessissa kuluttaja-asiamies voi toimia kuluttajakollektiivin asiamiehenä laittamalla jutun vireille, auttamalla poliisia tutkinnassa ja huolehtimalla kuluttajien ajan tasalla pitämisestä ja toimimalla lisäksi asiantuntijana harhaanjohtavuutta koskevassa kysymyksessä. Kun kuluttajaan kohdistunut teko näyttäisi täyttävän petoksen tunnusmerkistön (kuluttaja ei saa maksamaansa tuotetta, eikä elinkeinonharjoittajalta saada asiaan selvitystä), on syytä tehdä rikosilmoitus ja varoittaa kuluttajia elinkeinonharjoittajasta. Samassa yhteydessä kuluttaja-asiamiehen on syytä ilmoittaa poliisille, mikäli kyseisestä yrittäjästä on tullut useita ilmoituksia, jotta poliisi ymmärtää asian laajemman merkityksen ja osaa keskittää tutkinnan.⁶⁹

Rikoksen esitutkinnassa poliisi selvittää, onko tapahtunut rikos ja missä oloissa se on tapahtunut ja keitä asia koskee. Esitutkinnassa selvitetään myös rikoksella aiheutettu vahinko, saavutettu hyöty ja asianomistajan vaatimukset. Poliisi on velvollinen toimittamaan esitutkinnan ilman aiheutonta viivytystä. Jokaiselle tutkitavalle rikosasialle poliisi nimeää tutkinnanjohtajan, joka vastaa tutkinnan etenemisestä. Kuluttaja-asiamies on kuluttajansuojalainsäädännön soveltamisalaan kuuluvien rikosten asiantuntija ja sillä on parhaat edellytykset arvioida yrityksen toimintaa kuluttajien näkökulmasta. Kuluttaja-asiamiehen tulee kuvata kuluttajien kertomuksiin ja markkinointimateriaaliin perusteella, miten markkinointirikoksen tunnusmerkit ovat täytyneet tapauksessa. Kuluttaja-asiamies toimii poliisitutkinnan rinnalla tiedottamalla asiasta ja avustamalla tarvittaessa yksittäisiä kuluttajia.⁷⁰

Euroopan kuluttajakeskus tarjoaa kansalaisille tietoa rajat ylittävän kaupan kuluttajakysymyksissä, kun ostoksia tehdään tai palveluja tilataan Suomen ulkopuolelta muista EU-maista, Norjasta tai Islannista.⁷¹ Kuluttajakeskus neuvoo tuotteiden tilaamista, maksamista ja palauttamista koskevissa asioissa ja muissa kaupankäynnin ongelmatilanteissa. Tarvittaessa kansalaisia varoitetaan verkko-ostamiseen liittyvistä ongelmista ja epäluotettavista elinkeinonharjoittajista. Verkkosivuilla kerrotaan rajat ylittävään kauppaan liittyvistä aiheista ja kuluttajan oikeuksista EU-lainsäädännön pohjalta.

Tämän lisäksi Euroopan kuluttajakeskus auttaa löytämään sovintoratkaisun yksittäisessä rajat ylittävän kaupan riidan asteelle edenneessä asiassa, samoin kuin kuluttajaoikeusneuvojat toimivat kansallisissa riita-tapauksissa. Sovitteluapua tarjotaan ainoastaan hankinnoissa, jotka on tehty Suomen ulkopuolella EU-alueella. Euroopan kuluttajakeskuksessa keskitytään yksittäisiin kuluttajariitoihin. Toiminnan tavoitteena on kotiuttaa kuluttajan saatavia rajat ylittävässä kaupassa. Toimintaan ei liity julkisen vallan käyttöä, minkä vuoksi myyjää tai palveluntarjoajaa ei voida velvoittaa hyvitykseen tai korvaukseen sopimusrikkomuksen vuoksi. Kuluttajan kohtaaman ongelman hoitamisessa pyritään sovintoon tai ohjataan kuluttaja tuomioistuimen ulkopuoliseen riidanratkaisuelimeen siinä EU-jäsenvaltiossa, josta tuote tai palvelu on ostettu.

4.2 Kuluttajiin kohdistuvat huijausten torjuntakeinot

Kuluttajat vaikuttavat toiminnallaan huijareiden toimintamahdollisuuksiin. Euroopan kuluttajakeskusten verkoston tutkimuksen mukaan huijauksista ei läheskään aina tehdä ilmoitusta viranomaisille, mikä korostuu internetin välityksellä tapahtuvissa huijauksissa.⁷² Keskeinen huijausten kollektiivinen torjuntakeino on

69 Myös poliisilla on mahdollisuus yhdistää päivittäin samasta tahosta tehdyt rikosilmoitukset.

70 Kuluttajahuijausten poikkihallinnollisuus tuo esiin sen, että esimerkiksi kuluttajan identiteettiin kohdistuvissa huijauksissa poliisilla on paras asiantuntemus ja sijoitushuijauksissa se on Finanssivalvonnalla.

71 Euroopan kuluttajakeskuksen tiimi on 7-henkinen ja se koostuu KKV:n sekä maistraattien asiantuntijoista. Toimintaa rahoittavat Suomen valtio (KKV, Itä-Uudenmaan maistraatti ja Sisä-Suomen maistraatti) ja Euroopan unioni.

72 European Consumer Centres Network (2014).

huijauksesta viranomaisille ilmoittaminen. Mitä nopeammin viranomaiset saavat tietoa huijauksista, sitä paremmat mahdollisuudet niillä on ryhtyä toimiin kuluttajien etujen turvaamiseksi. Huijauksista ilmoittaminen on tärkeää myös siksi, että viranomaisille muodostuu käsitys huijaustyyppien määrästä ja yleisyydestä.

Kuluttajat eivät välttämättä tiedä, minkä viranomaisen puoleen kannattaa kääntyä, sillä vaihtoehtoja on useita.⁷³ Tilannetta voidaan havainnollistaa sillä, että huijauksen kohteeksi joutunut kuluttaja voi saada apua maistraattien kuluttajaneuvonnasta. Jos riidan sovittelu ei onnistu, voi kuluttaja viedä asian kuluttajariitalautakunnan käsiteltäväksi. Jos kuluttaja uskoo joutuneensa rikoksen uhriksi, tulee hänen ottaa yhteyttä poliisiin rikosilmoituksen tekemiseksi. Pyramidimarkkinoinnissa ja muissa laittomissa rahankeräystapauksissa voi ottaa yhteyttä paikallispoliisiin tai sisäasiainministeriön poliisiosaston arpajais- ja asehallintoyksikköön.

Huijauksen kohteeksi joutunut kuluttaja voi tehdä KKV:oon ilmoituksen epäasiallisesta markkinoinnista tai kohtuuttomista sopimusehdoista. Kuluttaja ei välttämättä saa rahojaan takaisin, mutta voi auttaa katkaisemaan lainvastaisen toiminnan ja estää muita joutumasta saman huijauksen uhriksi. Rahoitusmarkkinoita sekä vakuutusyhtiön sopimusehtojen käyttöä ja markkinointia koskevissa epäilyttävissä tapauksissa kuluttaja voi ottaa yhteyttä Finanssivalvontaan. Henkilötietojen väärinkäytöksistä tai muista tietosuojarikkomuksista kuluttaja voi tehdä ilmoituksen Tietosuojavaltuutetun toimistoon.

Rajat ylittävään kauppaan liittyvissä riita-asioissa kuluttaja saa neuvonta-, selvittely- ja sovitteluapua Euroopan kuluttajakeskuksesta. Selvissä petostapauksissa kuluttajia kehoitetaan kääntymään poliisin puoleen. Jos hankinta on tehty luottokortilla, kuluttaja voi vaatia hyvitystä luottokorttiyhtiöltä. Kansainvälisissä tapauksissa kuluttaja voi tehdä ilmoituksen www.econsumer.gov -sivustolla olevaan tietopankkiin. Tietopankin avulla 34 maan valvontaviranomaiset saavat tietoa rajat ylittävistä sähköisen kaupan huijariyrityksistä, huijaustavoista sekä yleisimmistä valituksenaiheista ja pystyvät puuttumaan ongelmiin nopeasti.

Epävarmuus oikeasta viranomaisesta ei saisi johtaa ilmoituksen tekemättä jättämiseen. Suomessa huijauksen saattamista oikean viranomaisen käsiteltäväksi edesauttaa hallintolaki (434/2003). Jos kuluttaja ei ole kääntynyt oikean viranomaisen puoleen, viranomaisten on lain 8.2 §:n nojalla pyrittävä opastamaan asiakas toimivaltaiseen viranomaiseen. Huijauksista ilmoittamista voitaisiin helpottaa niin kuluttajien kuin viranomaisten näkökulmasta keskitetyllä ilmoitusjärjestelmällä, josta löytyy kansainvälisiä esimerkkejä. Isossa-Britanniassa on keskitetty sivusto Action Fraud (National Fraud & Cyber Crime Reporting Centre), jonne voi raportoida huijauksista ja niiden yrityksistä ja josta saa monenlaista huijauksen uhreille tarkoitettua tietoa.⁷⁴ Kuluttajan ei tarvitse tietää viranomaisten toimivaltajakoja, vaan sivustolle voi aina tehdä ilmoituksen, jonka viranomaisen ohjaa oikeaan paikkaan.

Keskitetty ilmoitusjärjestelmä auttaisi huijauksen uhreja monin tavoin. Kun otetaan huomioon, kuinka syvälle meneviä vaikutuksia ihmisen psyydessä voi tapahtua huijausten seurauksena, olisi tärkeää, että yhteiskunnassa olisi taho, johon huijauksista voisi keskitetysti ilmoittaa. Tyypillistä on vähättelevä suhtautuminen huijausten uhreihin, kun kuluttajahuijaus on yksittäinen tarina ja ilmoituksen vastaanottajalla on muita perinteisiä rikoksia hoidettavana. Kun ihmiset lisäksi olettavat olevansa keskivertoa osaavampia tai ovat rikosoikeuden asiantuntijoita, kuluttajien toiminta saatetaan nähdä tyhmyytenä ja menetykset tarpeellisena opetuksena. Identiteettivarkautta tarkastelleiden Rivan & Valveen (2015) mukaan identiteettivarkauden jälkiselvitykset voivat olla vaikeita selvittää, eikä uhreille välttämättä heti tule tietoon kaikki ne tilanteet, joissa hänen identiteettiään on käytetty luvatta. Tämän vuoksi olisi hyvä olla olemassa keskitetty ilmoitusjärjestelmä, johon väärinkäytöt voisi ilmoittaa sen sijaan, että joutuu ottamaan yhteyttä moniin tahoihin. Niin ikään Rikosuhripäivystyksen näkökulmasta keskitetyn avun saaminen parantaisi jossain määrin huijauksen kohteeksi joutuneen henkilön asemaa. Myös Europolin (2014) suosituksen mukaan mahdollisuuksia rikoksesta ilmoittamiseen sekä avun ja tuen etsimiseen tulisi parantaa internetissä.

73 http://europa.eu/rapid/press-release_IP-11-1224_fi.htm

74 <http://www.actionfraud.police.uk/>

Monet tekijät vaikuttavat siihen, missä määrin kuluttajat informoivat viranomaisia huijatuksi tulemisestaan. Kuluttajat eivät kerro huijatuksi tulemisestaan, koska se hävettää, eikä omia virheitä haluta tuoda julki.⁷⁵ Huijattu henkilö saattaa kokea, että on toiminnallaan vaikuttanut huijatuksi tulemiseensa.⁷⁶ Huijauksen kohteeksi joutuneet henkilöt eivät välttämättä luota ja usko viranomaisten toimintakykyyn tai eivät yksinkertaisesti tiedä, minkä viranomaistahon puoleen heidän tulisi kääntyä. Huijauksesta aiheutunut taloudellinen vahinko saatetaan kokea niin vähäiseksi, ettei siitä tehdä ilmoitusta.⁷⁷ Huijaus saattaa olla luonteeltaan niin monitulkintainen, ettei sitä mielletä huijaukseksi. Investointihuijaukset saatetaan mieltää enemmän epäonnistuneeksi sijoitukseksi. Investointihuijauksissa menetettyjen rahojen alkuperä voi olla hämärä, minkä vuoksi huijauksesta ei kerrota. Joissain tapauksissa kuluttajat eivät ymmärrä tai tiedä tullessa huijatuksi.⁷⁸

Kuluttajille tulisi korostaa heidän omaa aktiivisuuttaan ja velvollisuuksiaan, kun he huomaavat tullessa huijatuksi. KUTI-aineistossa oli tapauksia, joissa kuluttajat ilmoittivat, etteivät aio reklamoida huijanneelle elinkeinonharjoittajalle, vaan odottivat viranomaisen hoitavan asian puolestaan. Viranomaisresursseja ei ole suunnattu tällaiseen palvelutoimintaan, vaan kuluttajien omaa vastuuta ongelmien ratkaisemisessa tulisi korostaa kuluttajavalistuksen keinoin.

Kuluttajavalistuksen osana kuluttajille tulisi opettaa eräänlaista huijauslukutaitoa eli sitä, että kuluttajat kykenisivät paremmin arvioimaan, millä tavoin heihin yritetään vaikuttaa ja näin tunnistamaan huijaukset ja välttämään ne.⁷⁹ Huijauslukutaidossa ei ole kyse vain huolellisuudesta tietyissä liiketoimissa, vaan laajasta kirjosta erilaisia toimia riskeiltä suojautumiseksi. Kuluttajavalistuksessa tulisi huomioida kuluttajien virheeliset sekä riskialttiit toimintatavat ja pyrkiä niiden poistamiseen.⁸⁰ Kuluttajien merkittävä rooli huijausten vastaisessa toiminnassa nousee esiin Insoen (2014a) laajassa 20 maata käsittäneessä tutkimuksessa. Palvelujen tuottajat eivät ole oppineet hyödyntämään asiakkaidensa tiedollisia ja taidollisia resursseja huijausten torjumisessa. Palvelujen tarjoajien, yhtä lailla kuin operaattoreiden ja rahoituslaitosten, tulisi tarjota asiakkaille yksityiskohtaista tietoa huijausten tunnistamisesta ja torjumisesta, minkä lisäksi asiakkaat tulisi ottaa mukaan palvelujen tuottajien ja viranomaisten keskinäiseen yhteistyöhön.

KKV pyrkii eri toimenpitein edistämään kansalaisten huijauslukutaitoa. Virastossa on viime vuosina käytetty resursseja kuluttajien yksityiskohtaiseen ohjeistamiseen tiedottamalla siitä, miten perusteettomilta vaikuttaviin maksuvaatimukseen tulee suhtautua, koska ulkomailta sähköpostin kautta toimivien yritysten kanssa neuvottelumenettelyt eivät useinkaan onnistu.⁸¹ Scheiben ym. (2014) tutkimus osoittaa erityisesti haavoittuville kuluttajille jaettavan huijauksia ennakoivan tiedon toimivuuden huijausten ehkäisyssä, ja tukee toimintamallia, missä kuluttajille jaetaan täsmätietoa ajankohtaisista huijauksista.

Virasto on pitkän aikaa korostanut verkkosivuillaan huijauksen tunnistamisen tärkeyttä. Huijauksille todetaan olevan yhteistä sen, että henkilöä houkutellessa antamaan rahat, henkilötiedot tai tili- ja luottokort-

75 Ks. FINRA (2013).

76 Buttonin ym. (2009) kirjallisuuskatsaus ja Deevyn ym. (2012) selvitys nostavat esiin tutkimuksellisesti merkillepantavan huomion, että huijauksen kohteeksi joutuneiden henkilöiden katsotaan usein olevan osasyllisiä tapahtuneeseen. Viranomaiset saattavat resurssipulassaan siirtää osavastuun huijauksen kohteeksi joutumisesta henkilölle itselleen.

77 Langenderferin ja Shimpin (2001) artikkelin mukaan huijareiden taktiikkana on saada sellainen rahasumma, minkä menettämisestä huijattu henkilö ei vaivaudu tekemään ilmoitusta. Kun tällaisia henkilöitä on paljon, huijauksesta saatava kokonaissumma kasvaa.

78 Button ym. (2009); ks. myös Deevy ym. (2012).

79 Huijausten tunnistaminen ei aina ole helppoa Deevyn ym. (2012) tutkimuksen mukaan, sillä huijauksissa käytetyt suostuttelutaktiikat käyttävät hyväkseen samoja mekanismeja kuin laillinen markkinointi. Huijareiden markkinointistrategioita tutkimalla on kyetty analysoida ja tunnistamaan huijauksissa käytettyjä psykologisia menetelmiä, mikä on arvokasta tietoa kuluttajavalistuksen näkökulmasta.

80 Insoen (2014b) tutkimuksen mukaan 49 prosentilla kuluttajista on ainakin yksi toimintatapa, mikä kasvattaa heidän riskiään joutua taloudellisen huijauksen uhriksi. Aktia Pankin (2014) teettämän tutkimuksen mukaan merkittävä osa suomalaisista suhtautuu henkilötietojensa suojaamiseen leväperäisesti.

81 Kilpailu- ja kuluttajavirasto (2015).

titiedot, eikä yleensä tämän vastineeksi saa mitään tai tuote ei vastaa luvattua. Huijausten uhrien vähäiset mahdollisuudet saada rahansa takaisin kuvastaa heidän asemansa heikkoutta, joten parhaiten ongelmat välttää tunnistamalla vaarat ja suojautumalla oikein. Huijauksesta ei ole kyse silloin, kun vakiintunut yritys kohtelee asiakkaitaan epäasiallisesti. Verkkosivuilla tähdennetään, että tarjouksen kuulostaessa liian hyvältä se tavallisesti ei ole totta. Paras muttei aukoton tapa suojella itseään on useimmiten terveen järjen käyttö. Kannattaa kysyä, miksi juuri minua lähestytään; mitä minulta tosiasiallisesti halutaan ja mitä riskejä minulle koituu, jos teen kuten kehoitetaan.

Kuluttajille voidaan antaa yksityiskohtaisia ohjeita siitä, miten heidän tulee toimia huijausten torjumiseksi. Osa keinoista, joilla henkilöt voivat torjua huijauksia, ovat lähtökohdiltaan yhteisiä kaikille huijausten ilmenemismuodoille. Osittain torjuntakeinot riippuvat huijausten toteutustavasta. KKV:n, poliisin ja Finanssialan Keskusliiton internetsivuilla on yksityiskohtaisia kuvauksia ja muistilistoja asioista, joihin kuluttajan tulee kiinnittää huomiota huijauksen varalta.⁸² Huijausten torjuntakeinojen kuvauksia löytyy ansaintamahdollisuuksia koskevista huijauksista, henkilötietojen kalastelusta, ihmetuotteiden välttämisestä, lomaklubihuijauksista, lomaosakkeiden jälleenmyyntihuijauksista, pyramidihuijauksista sekä tili- ja luottokorttitietojen kalastelusta. Poliisin internetsivuilta löytyy lisäksi tarkistuslista tietokoneen järjestelmäturvallisuuden selvittämiseksi.⁸³ Euroopan kuluttajakeskuksen sivuilla on ohjeita huijausten välttämiseen rajat ylittävässä kaupassa.⁸⁴

Pelkästään kuluttajien tiedon lisääminen ei johda tavoiteltuun lopputulokseen informaation sisäistämisestä aiheutuvien ongelmien vuoksi. Tiedon jatkuvasta lisääntymisestä saattaa seurata se, että kuluttajat suhtautuvat välinpitämättömästi lisäinformaatioon. Informaatio voidaan nähdä tarpeettomana liiallisen itseluottamuksen johdosta tai huijausten ajatellaan koskevan muita henkilöitä. Erityistä huomiota on kiinnitettävä siihen muotoon, jolla informaatio kuluttajille esitetään, kuten myös tiedon esittämisen ajoitukseen. Huomiota tulisi kiinnittää nimenomaan siihen, millä tavoin toimien kuluttaja voisi välttää huijaukset.⁸⁵ Lisäksi huomiota tulisi kiinnittää myös siihen, missä kanavissa asiaa pidetään esillä. Esimerkiksi sosiaalinen media tavoittaa nykyisin monet kuluttajat paljon varmemmin ja tehokkaammin kuin perinteiset valistuskanavat ja -keinot.

4.3 Huijareihin kohdistuvat huijausten torjuntakeinot

Vastuullisten yritysten ja huijariyritysten toimintamallit suhteessa kuluttajiin ja viranomaisiin poikkeavat suuresti. Normaalisti kuluttajamarkkinoilla toimiva yritys pyrkii huolehtimaan julkisuuskuvastaan eikä hakeudu konfliktiin kuluttajien tai viranomaisten kanssa. Vastuullisten yritysten kanssa kuluttajaoikeudellisen ongelman selvittäminen yleensä onnistuu. Huijariyritysten tarkoitus on rahastaa nopeasti kuluttajia ja tämän jälkeen kadota markkinoilta.⁸⁶ Suhteessa kuluttajiin elinkeinonharjoittajan toiminta voi olla karkeaa ja hyökkäävää, sillä sen ei tarvitse huolehtia asiakassuhteen säilymisestä tai maineesta kuluttajamarkkinoilla. Suhteessa viranomaisiin toiminta on usein muodollisen asiallista, mutta välttelevää, salailevaa ja harhaanjohtavaa, minkä lisäksi elinkeinonharjoittaja kiistää toimintansa lainvastaisuuden. Varsin usein huijariyritys on rekisteröity ulkomaille, mikä hankaloittaa asian selvittämistä.

Lyhyellä elinkaarella toimivaan huijariyritykseen valvonnalliset keinot eivät toimi. Yritys on huono yhteistyö- ja neuvottelukumppani, minkä lisäksi yritys pyrkii voittamaan aikaa tarjoutumalla neuvottelemaan ongelmasta. Kuluttajien korvaussaatavien periminen ei onnistu yrityksen maksukyvyttömyyden vuoksi ja rikosoi-

82 <http://www.kkv.fi/tietoa-ja-ohjeita/ostaminen-myyminen-ja-sopimukset/huijaukset/>
<https://www.poliisi.fi/rikokset/huijaukset>
https://www.fkl.fi/teemasivut/pankkiturvallisuus/vaarinkaytokset/Sivut/varo_huijaria.aspx

83 <https://www.poliisi.fi/rikokset/rikosilmoita/sahkopostihuijauksia>

84 <http://www.ecc.fi/teemat/verkkokauppa/>

85 Ks. Helberger (2013); Määttä (2013).

86 Harmaan talouden torjunnassa näistä yhtiöistä käytetään nimitystä lyhyen elinkaaren yhtiö. Tällainen yhtiö jättää säännönmukaisesti huolehtimatta veroista yms. lakisääteisistä velvollisuuksista.

keudellinen vahingonkorvausvastuu/rikoshyödyn menettäminen toteutuu vasta pitkän prosessin jälkeen, jos silloinkaan ja yksittäisten pienten saatavien toteuttamiseen ei ole tosiasiallisia keinoja (siviilioikeudellisesti prosessikelvottomia eikä poliisi tutki).⁸⁷

Huijarit hyödyntävät toiminnassaan monipuolisia menettelytapoja, kuten uhrien valitsemistekniikoita, rikoksentekestrategioita, kiinnijäämisen välttämiskeinoja ja voittojen turvaamistoimenpiteitä.⁸⁸ Huijareiden toiminnan estäminen edellyttää tällaisten menettelytapojen ja toimintamallien yksityiskohtaista analysointia ja niihin sisältyvien heikkouksien etsimistä. Analysoinnissa tulee huomioida erityyppisten huijausten ominaispiirteet ja niiden edellyttämät torjuntakeinot. Kiinnijäämisriskin nostaminen yhdessä huijausmuodossa ei välttämättä toimi toisessa. Pyrittäessä kustannustehokkaaseen huijausten vähentämiseen on korostettava huijausmuotokohtaista lähestymistapaa, sillä tietty toteutustapa voi olla kuihtumassa pois ja toinen tulossa tilalle. Kirjepostina lähetettävä ketjukirje on jo lähestulkoon historiaa, sillä nykyisin ketjukirjeet lähetetään internetin välityksellä. Huijausten erilaisia toteuttamistapoja painottavassa näkökulmassa voidaan helpommin hahmottaa niiden torjunnasta aiheutuvia kustannuksia, ja sitä todennäköisyyttä, jolla huijarit ovat saatavissa kiinni.

Yhteistä huijauksissa käytetyille menettelytavoille on, että huijarit ovat löytäneet lainsäädännöstä ne kohdat, jotka antavat mahdollisuuden vilpilliseen toimintaan. Esimerkiksi kuluttajalle perusteettomasti lähetetty lasku täyttää lähinnä lievän petoksen tunnusmerkistön. Jos kuluttaja ei maksa saamaansa laskua, teko jää lievän petoksen yritykseksi. Lievän petoksen yritystä ei ole säädetty rangaistavaksi, jolloin poliisilla ei ole toimivaltaa rikosperusteisen esitutkinnan käynnistämiseen.

Kansainvälisesti toimivat huijarit tuntevat eri maiden viranomaisten toiminnan ja lainsäädännön.⁸⁹ Buttonin ym. (2009) mukaan huijarit toimivat maissa, joissa viranomaisilla ei ole riittävästi resursseja puuttua huijauksiin tai niistä saatavat rangaistukset ovat vähäiset. Lainsäädännössä on eroja siten, ettei esimerkiksi kuluttajansuojalainsäädäntö ole saman sisältöinen kaikissa maissa. Asiantuntijahaastatteluissa korostettiin, ettei viranomaisilla ole välttämättä kiinnostusta puuttua sellaisten huijareiden toimintaan, jotka kohdistavat toimintansa muiden maiden kansalaisiin. Lainsäädännön näkökulmasta huijarit liikkuvat poliisia ja lainsäätäjää nopeammin. Kun jokin rikostyyppi saadaan pitkän valmistelutyön jälkeen rangaistavaksi, huijarit ovat siirtyneet jo muihin toimintatapoihin. Maksukorttirikolliset käyttävät hyväkseen kansallisen viranomaistoiminnan hitautta ja lainsäädäntöjen eroja. Maksukorttidata kiertää maapallon muutamassa sekunnissa, mutta jälkikäteen ilmoitetun maksukorttirikollisuuden kansallisessa tutkinnassa tarvittavien tietojen saaminen toisesta maasta edellyttää usein vähintään oikeusapupyynnöä ja tietojen saamista vaikeuttaa usein pankkialaisuus.⁹⁰

Huijausten takana oleva ammattirikollisuus on entistä järjestäytyneempää. Buttonin ym. (2009) mukaan huijauksiin keskittyneiden rikollisryhmien toiminnasta löytyy organisatorisesti samoja piirteitä kuin kaupallisesta yritystoiminnasta. Samaan aikaan toimintamallit vaihtelevat suuresti ja kyberrikollisuuteen keskittyneiden huijareiden kiinnisaamista vaikeuttaa perinteisen rikollisjärjestöille tyypillisen organisaatorakenteen puuttuminen. Kyberrikolliset toimivat toisiinsa nähden löyhissä alihankintaverkoissa eikä yhden henkilön kiinnisaaminen johda välttämättä muiden kiinnisaamiseen, sillä alihankintaketjun toimijat eivät välttämättä tunne toisiaan muutoin kuin verkkoidentiteetillä. Kiinnijäämisriskin hallitsemiseksi rikokset tehdään murrettujen koneiden kautta. Vastatoimenpiteet kohdistuvat ensi vaiheessa murrettuun koneeseen ja sen haltijaan, minkä aikana rikoksen tekijä saa häivytettyä jälkensä. Tietorikoksissa ei välttämättä tarvita paljon kallista ihmistyötä, vaan tiedon oikeudettoman keruun voi pitkälti automatisoida.⁹¹ Toiminnan kansainvä-

87 Suurla (2014).

88 Button ym. (2009). Levi (2008) kuvaa artikkelissaan tyypillisen huijausprosessin vaiheet aina idean keksimisestä käytännön toteutukseen ja riskien minimoimiseen.

89 Levin (2008) mukaan Euroopan unionin sisämarkkinat luovat otolliset olosuhteet huijausten toteuttamiselle koko EU:n alueella. Huijarit voivat kansallisten säädösten perusteella hankkia hyväksynnän toiminnalleen yhdessä EU-maassa ja siten saada mahdollisuuden harjoittaa toimintaansa muissa maissa sisämarkkinasääntöjen nojalla. Näin toimien huijari vaikeuttaa paikallisten viranomaisten mahdollisuuksia puuttua huijauksiin.

90 Keskusrikospoliisi (2011).

91 Europol (2014).

linen luonne vaikeuttaa rikollisten kiinnisaamista, sillä kansainvälisesti toimivien huijareiden toimintaan puuttuminen edellyttää viranomaisten rajat ylittävää yhteistyötä. Yhteistyön hitauden seurauksena huijarit ovat ehtineet siirtyä jo seuraavaan huijaukseen. Kiinnijäämisriskin kasvaminen saa lopettamaan tietyn huijauksen ja siirtymään toiseen huijaukseen tai toiseen paikkaan.

Huijareiden toiminnan vaikeuttaminen edellyttää uusien huijaustapojen ennakoimista ja niihin varautumista.⁹² Tulevaisuuden uhkia voidaan lähestyä niin rikollisten kuin viranomaisten tarkoituksien, voimavarojen ja heikkouksien näkökulmasta. Merkittävä huijauksiin ja kyberrikollisuuteen liittyvän toiminnan ominaisuus on rikollisuuden kaupallistuminen. Asiantuntijat myyvät osaamistaan ja tuotteistamia huijauksia verkossa halukkaille ostajille. Perinteinen järjestäytyneet rikollisuus kykenee näin laajentamaan toimialaansa kyberrikollisuuteen.

Europolin (2014) raportissa nostetaan esiin verkkorikollisuuden mahdollistajina sosiaalinen media, virtuaalivaluutat, Big Data, Internet of Things, pilvipalvelut ja anonyymit verkkotyökalut, kuten TOR. Näiden internetin laillisten ominaisuuksien hyödyntäminen rikollisessa toiminnassa luo haasteita viranomaisten toiminnalle. Huijausten torjumiseksi viranomaisilta edellytetään kykyä seurata ja analysoida edellä mainittuihin sisältyviä riskejä ja rikollisten hyödyntämiä käyttötapoja.

Raportissa nostetaan esiin konkreettisenä esimerkkinä, miten rikolliset pystyvät 3D-tulostuksella rakentamaan aikaisempaa helpommin maksukorttien skimmauslaitteita, joiden ohjeet ovat netistä hankittavissa. Raportissa nostetaan esiin myös se, että rikolliset etsivät hyväksikäyttömahdollisuuksia uusista mobiilimaksusteknologioista, kuten NFC ja mobiililompakot. Kuluttajat suosivat uusia helppokäyttöisiä teknologioita, mikä tekee niistä houkuttelevan kohteen rikollisille. Lähimaksamiseen soveltuvien maksukorttien yleistymisen muodostaa yhden mahdollisen kohteen tulevaisuuden huijauksille. Pankit ja viranomaiset ovat toistaiseksi pyrkineet vakuuttelemaan kuluttajille korttien turvallisuutta, mutta huijarit ovat ennenkin osoittaneet viranomaisten väitteet vääriksi.

Tehokkain keino puuttua huijareiden toimintaan on estää näitä saamasta tavoittelemiaan voittoja. Kuluttajilla on merkittävä rooli tavoitteen saavuttamisessa, mutta heidän lisäksi luottokorttiyhtiöiden, pankkien ja operaattoreiden tulisi toimia aktiivisemmin huijausten torjumiseksi. Luottokorttiyhtiöiden vahvempaan välivastuuseen saattaminen on haasteellista. Segalin ym. (2011) tutkimuksen mukaan luottokorttiyhtiöt ovat luoneet heitä itseään hyödyttävän infrastruktuurin, mikä eristää heidät luottokorttihuijausten todellisista kustannuksista. Luottokorttiyhtiöt saavat palkkion jokaisesta luottokortilla tehdystä transaktiosta riippumatta sen vilpillisyydestä. Huijauksista aiheutuvat kustannukset jäävät käytännössä vähittäiskauppiain ja kuluttajien tappioksi. Heikkinen & Iivarinen (2011) kritisoivat rahoituslaitoksia siitä, etteivät nämä ole halukkaita investoimaan maksamisen turvallisuuteen enempiä kuin on tarpeen niin kauan, kun tulot ovat tappioita merkittävästi suuremmat. Luottokorttiyhtiöiden toiminnasta löytyy kuitenkin päinvastaisia esimerkkejä. KKV uutisoi tiedotteessaan vuonna 2010 Visan keskeyttäneen USA:ssa maksujen käsittelyn sadalta yritykseltä, jotka ovat huijanneet kuluttajia harhaanjohtavalla markkinoinnilla.⁹³ KKV pitää Visan toimintaa hyvänä esimerkkinä yrityksen vastuullisuudesta asiakkaitaan kohtaan.

Asiantuntijahaastattelujen perusteella pankeilla on rajalliset mahdollisuudet vaikuttaa kuluttajilta huijareille suuntautuvaan rahaliikenteeseen. Oikeustoimikelpoinen kuluttaja saa päättää rahojensa käyttämisestä ja maksun suorittamisesta elinkeinonharjoittajan tilille kotimaassa tai ulkomailla. Jos pankki ei välitä maksua ilman hyväksyttävää syytä, se toimii asiakkaalleen antaman palvelulupauksen ja velvollisuksiensa vastaisesti. Pankki voi epäilyttävissä tapauksissa varoittaa kuluttajaa maksun saajaan liittyvistä epäselvyyksistä. Käytännössä mahdollisuudet kuluttajien varoittamiseen ovat heikot, sillä maksuliikenne on siirtynyt verkkoympäristöön. Kuluttajia varoittaessaan pankit joutuvat muiden viranomaisten ja sidosryhmien tavoin huomiomaan sen, ettei elinkeinonharjoittajaa voi nimittää huijariksi ilman oikeuden päätöstä.

92 National Fraud Authority (2011) näkee yhdeksi huijareiden toimintaan puuttumisen heikkoudeksi kapeakatseisen huomion valitseviin uhkiin tulevaisuuden mahdollisten uhkien ennakoimisen sijaan.

93 <http://www.kkv.fi/ajankohtaista/tiedotteet/kuluttajavirasto/2010/9.2.2010-visa-katkaisi-yhteistyon-100-huijariyrityksen-kanssa/>

Asiantuntijahaastatteluissa pankkien ja Finanssivalvonnan toimintaan kohdistui myös kritiikkiä, ja niiden mahdollisuuksista vaikuttaa huijariyritysten rahaliikenteeseen nousi esiin päinvastainen näkemys. Rahaliikenteeseen vaikuttamista voidaan lähestyä yhdysvaltalaisen esimerkin kautta. Federal Trade Commissionilla on mahdollisuus jäädyttää huijarin pankkitili ja palauttaa kuluttajilta huijattuja rahoja. Myös suomalaiset kuluttajat ovat hyötynet menettelystä eräässä sijoitushuijaustapauksessa. Kuluttajaviranomaisilla ei ole vastaavia valtuuksia Suomessa, vaan säännökset on laadittu rehellisille elinkeinonharjoittajille.

4.4 Lainsäädännön merkitys huijausten torjunnassa

Huijaaminen on juridisesti arka aihe siinä mielessä, että elinkeinonharjoittajaa ei voi leimata huijariksi ilman selvää näyttöä. Muutoin elinkeinonharjoittaja voi kohdistaa erinäisiä vahingonkorvausvaatimuksia perusteettomien väitteiden esittäjään. Tästä syystä kuluttaja-asiamies ja Euroopan kuluttajakeskus joutuvat muiden viranomaisten tavoin kuluttajille suunnattavassa tiedotuksessa pitäytymään elinkeinonharjoittajaan kohdistuvien epäselvyyksien julkituomisessa sen sijaan, että ne voisivat luonnehtia tekoa rikokseksi. Tapauskohtaisessa tiedottamisessa on ongelmana se, että kuluttajille pitäisi antaa yksiselitteisiä toimintaohjeita, mutta siihen ei kyetä, kun ei tiedetä, mitä on tapahtunut ja mitä tulee tapahtumaan. Huijaustapaukset sisältävät usein monia epäselviä näytöllisiä ja oikeudellisia kysymyksiä. Yksittäisten tapausten erilaisuus tekee selvittämisestä ja ohjeistamisesta haastavan, mikä hidastaa tapauksiin reagoimista. Tieto asiaan liittyvistä tapahtumista perustuu usein varsinkin alussa yksipuolisesti kuluttajien kertomuksiin. Tämän vuoksi kuluttajille jaettavaan ohjeistukseen sisältyy paljon varauksia (esimerkiksi: tulleiden ilmoitusten pohjalta arvioimme, että..., kuluttaja-asiamiehen näkemyksen mukaan...). Samaan aikaan vastapuolen aiemukset esimerkiksi kuluttajien haastamisesta oikeuteen voivat olla epäselviä. Varaumissa asia jätetään kuluttajan päätettäväksi, mikä vie tehoa ohjeistukselta.⁹⁴

Yleisen näkemyksen perusteella pieni osa huijaukseen syyllistyneistä henkilöistä jää kiinni ja vielä pienempi osa saa teostaan rangaistuksen, sillä näyttöön liittyvät ongelmat vaikeuttavat tilannetta. Vaikka elinkeinonharjoittajan toiminta näyttäytyisi huijauksen kohteeksi joutuneiden henkilöiden kertomusten perusteella ilmeisen sopimattomalta ja järjestelmälliseltä harhaanjohtamiselta, voi tätä olla vaikeaa näyttää toteen. Yksittäisessä huijaustapauksessa asia ratkeaa sen perusteella, miten tuomioistuimien onnistutaan vakuuttamaan omasta kannasta riittävällä näytöllä. Kun petollisesti toimiva elinkeinonharjoittaja on suunnitellut toimintansa ajatellen tulevia riitatilanteita ja keskittynyt hankkimaan omia väitteitään tukevaa näyttöä, ei välttämättä saavuteta materiaalista totuutta. Ongelmallisinta näytön hankinta on tapauksissa, joissa yritys muuttaa markkinointiaan koko ajan. Tällaisessa tilanteessa tarvitaan keskitetysti hankittua vastanäyttöä, joka osoittaa, että elinkeinonharjoittaja on harhaanjohtanut järjestelmällisesti kuluttajia. Esitutkinnassa tai syyteharkinnassa laajaan kuluttajajoukkoon kohdistuvaa rikollista toimintaa ei aina nähdä kokonaisuutena, vaan yksittäisinä tapauksina. Kun kokonaisuus jää hahmottamatta, järjestelmällistä harhaanjohtamista ja asian yleistä merkitystä ei havaita.⁹⁵

Kuluttaja-asiamiehen mahdollisuudet näytön hankintaan ovat rajalliset. Poliisilla on tapauksen esitutkinnassa paremmat edellytykset näytön hankintaan pakkokeinojen käyttömahdollisuuden ansiosta. Pakkokeinoja voidaan käyttää tapauskohtaisesti rikoksen selvittämiseksi, rikosprosessin häiriöttömyyden turvaamiseksi ja rikollisen toiminnan jatkamisen estämiseksi. Juuri rikollisen toiminnan jatkamisen estäminen on usein keskeisen tärkeää. Pakkokeinoja saadaan käyttää vain, jos pakkokeinon käyttöä voidaan pitää puolustettavana ottaen huomioon tutkittavan rikoksen törkeys, rikoksen selvittämisen tärkeys sekä rikoksesta epäillylle tai muille pakkokeinon käytöstä aiheutuva oikeuksien loukkaus ja muut asiaan vaikuttavat seikat. Henkilön vapautteen kohdistuvien pakkokeinojen lisäksi on olemassa muihin oikeushyviin kohdistuvia pakkokeinoja, kuten takavarikko, tutkimuspaikan eristäminen, hukkaamiskielto, kotietsintä, henkilöön kohdistuva etsintä, telekuuntelu, televalvonta ja tekninen tarkkailu.⁹⁶

94 Suurla (2014).

95 Suurla (2014).

96 Pakkokeinolaain (806/2011) 10 luvussa säädetään salaisista pakkokeinoista. Telekuuntelusta ja sen edellytyksistä säädetään

Lainsäädännön näkökulmasta ”huijausten torjuntaketjussa” on muitakin heikkoja lenkkejä kuin edellä tarkasteltu esitutkintaan sisältyvän näytön hankkiminen. Toisena heikkona lenkinä voidaan pitää syyteharjuntaa, jossa syyttäjä päättää syytteen nostamisesta. Syyte on nostettava, kun on olemassa todennäköisiä syitä rikoksesta epäillyn syyllisyyden tueksi. Syyttäjä voi tehdä myös syyttämättäjättämispäätöksen. Tavallisimpia syitä ovat näytön vähäisyys tai rikoksen vähäisyys. Tämä peruste esitetään usein kuluttajahuijauksissa. Asianomistajalla eli huijauksen kohteeksi joutuneella henkilöllä on myös toissijainen syyteoikeus. Jos syyttäjä on päättänyt jättää syytteen nostamatta, asianomistajalla on oikeus harkintansa mukaan itse nostaa syyte rikoksesta ja viedä asia tuomioistuimen käsiteltäväksi. Asianomistaja ajaa asiaa omalla vastuullaan ja hävitessään jutun hän voi joutua vastaamaan sekä oman että vastapuolen oikeusavustajan kuluista, mikä toimii tehokkaana esteenä toissijaisen syyteoikeuden hyödyntämiselle.

Kolmantena heikkona lenkinä voidaan pitää mahdollisen tuomion täytäntöönpanoa huijauksen kohteeksi joutuneelle henkilölle maksettavien vahingonkorvausten näkökulmasta. Nykytilanteessa huijauksen kohteeksi joutuneen henkilön taloudellista menetystä ei korvata juuri mistään. Lainsäädäntö mahdollistaa periaatteessa huijauksen kohteeksi joutuneelle henkilölle aiheutuneiden taloudellisten vahinkojen korvaamisen, mutta korvauksiin tuomitut henkilöt osoittautuvat monesti maksukyvyttömiksi eikä ulosotto tule kysymykseen. Taloudellista menetystä ei korvata myöskään vakuutuksesta tai Valtiokonttorista.

Huijausten tekotapojen oikeusseuraamukset eroavat toisistaan. Tietyissä tapauksissa kysymys on petoksesta, joskus maksuvälinepetoksesta, toisinaan tietomurrosta, usein markkinointirikoksesta ja joskus kysymys ei ole lainkaan kriminalisoidusta teosta. Huijareihin kohdistuvia sanktioita voidaan pitää tehottomina suhteessa huijauksella monesti saatuun hyötyyn nähden. Sen enempää kuluttajansuoja- kuin rikoslainsäädännön perusteella määrättävillä sanktioilla ei ole pelotevaikutuksia, kuten seuraavasta tavanomaisimpien kyseeseen tulevien sanktioiden tarkastelusta voidaan huomata.

Markkinoinnista ja menettelyistä asiakassuhteessa säädetyn kuluttajansuojalain (38/1978) 2. luvun 16 §:n nojalla elinkeinonharjoittajaa voidaan, jos se on kuluttajansuojan kannalta tarpeellista, kieltää jatkamasta luvun säännösten tai niiden nojalla annettujen säännösten vastaista menettelyä tai uudistamasta sellaista tai siihen rinnastettavaa menettelyä. Kieltoa on tehostettava uhkasakolla, jollei se erityisestä syystä ole tarpeellista. Kielto voidaan erityisestä syystä kohdistaa myös elinkeinonharjoittajan palveluksessa olevaan tai muuhun, joka toimii hänen lukuunsa. Luvun 17 §:n nojalla kiellon määrää markkinaoikeus. Markkinaoikeus voi antaa kiellon väliaikaisena, jolloin kielto on voimassa, kunnes asia on lopullisesti ratkaistu. Kuluttaja-asiamies voi määrätä 16 §:ssä tarkoitetun kiellon tai antaa kiellon väliaikaisena sen mukaan kuin KKV:sta annetun lain (661/2012) 10 §:ssä säädetään. Kuluttaja-asiamiehen nykyisen keinovalikoiman toimivuutta heikentää se, että yllämainittu kielto raukeaa, jos elinkeinonharjoittaja vastustaa sitä.⁹⁷

pakkokeinolain 10 luvun 3 §:ssä. Televalvonnasta ja sen edellytyksistä säädetään pakkokeinolain 10 luvun 6 §:ssä. Pykälän 2 momentin mukaan esitutkintaviranomaiselle voidaan antaa lupa rikoksesta epäillyn hallussa olevan tai oletettavasti muuten käyttämän teleosoitteen tai telepäätelaitteen televalvontaan, kun epäiltyä on syytä epäillä rikoksesta, josta säädetty ankarin rangaistus on vähintään neljä vuotta vankeutta. Tätä on aiheellista täydentää sillä, että televalvontaan on oikeus myös silloin, kun epäiltyä on syytä epäillä teleosoitetta tai telepäätelaitetta käyttäen tehdystä rikoksesta, josta säädetty ankarin rangaistus on vähintään kaksi vuotta vankeutta. Ks. myös HE 232/2014 vp.

97 Oikeusministeriön työryhmä on ehdottanut uudistuksia niihin pakkokeinoihin, joita kuluttaja-asiamiehellä on käytössään silloin, kun elinkeinonharjoittajan lainvastaista menettelyä ei saada päättämään neuvotteluilla. Keskeisin muutosehdotus liittyy kuluttaja-asiamiehen antamaan kieltoon. Työryhmän esityksen mukaan kuluttaja-asiamiehen kieltopäätökseen tyytymättömän elinkeinonharjoittajan olisi jatkossa vietävä asia markkinaoikeuden käsiteltäväksi. Näin kuluttaja-asiamiehen antama kielto vastaisi hallinnollisten kieltojen tavanomaista mallia. <http://www.kkv.fi/ajankohtaista/tiedotteet/2015/5.3.2015-omn-tyoryhma-esittaa-kuluttaja-asiamiehelle-nykyista-tehokkaampia-keinoja-puuttua-yritysten-lainvastaiseen-toimintaan/>

Rikoslain (39/1889) nojalla huijauksen tekotapaan voidaan soveltaa säännöksiä elinkeinorikoksesta, petoksesta ja muusta epärehellisydestä, maksuvälinerikoksesta tai tieto- ja viestintärikoksesta. Näihin rikoksiin syyllistyneille henkilöille voidaan langettaa seuraavia rangaistuksia:

- Markkinointirikoksesta voidaan tuomita 30. luvun 1 §:n nojalla sakkoon tai vankeuteen enintään yhdeksi vuodeksi.⁹⁸
- Petoksesta voidaan tuomita 36. luvun 1 §:n nojalla sakkoon tai vankeuteen enintään kahdeksi vuodeksi. Luvun 1.3 §:n mukaan petoksen yritys on rangaistava. Törkeästä petoksesta voidaan tuomita luvun 2 §:n nojalla vankeuteen vähintään neljäksi kuukaudeksi ja enintään neljäksi vuodeksi. Luvun 3 §:n nojalla rikoksenteikijä on tuomittava lievistä petoksesta sakkoon.
- Maksuvälinepetoksesta voidaan tuomita 37. luvun 8 §:n nojalla sakkoon tai vankeuteen enintään kahdeksi vuodeksi. Luvun 9 §:n nojalla rikoksenteikijä voidaan tuomita törkeästä maksuvälinepetoksesta vankeuteen vähintään neljäksi kuukaudeksi ja enintään neljäksi vuodeksi. Luvun 10 §:n nojalla rikoksenteikijä voidaan tuomita lievistä maksuvälinepetoksesta sakkoon.
- Salassapitorikoksesta voidaan tuomita 38. luvun 1 §:n mukaan sakkoon tai vankeuteen enintään yhdeksi vuodeksi. Luvun 2 §:n mukaan rikoksenteikijä voidaan tuomita salassapitorikkomuksesta sakkoon. Luvun 3 §:n mukaan viestintäsalaisuuden loukkauksesta voidaan tuomita sakkoon tai vankeuteen enintään kahdeksi vuodeksi. Luvun 4 §:ssä säädetystä törkeästä viestintäsalaisuuden loukkauksesta voidaan tuomita vankeuteen enintään kolmeksi vuodeksi. Yritys on rangaistava edellä mainituissa tapauksissa.
- Tietomurrosta voidaan tuomita 38. luvun 8 §:n nojalla sakkoon tai vankeuteen enintään kahdeksi vuodeksi. Luvun 8a §:n nojalla törkeästä tietomurrosta voidaan tuomita sakkoon tai vankeuteen enintään kolmeksi vuodeksi. Molempien rikosten kohdalla yritys on rangaistava.

Tilastollisten selvitysten perusteella rikoksenteikijöille langetetuissa rangaistuksissa on sovellettu rangaistusasteikon alapäätä. Petoksista on vuonna 2012 tuomittu sakkoa 67 prosentissa tapauksista. Petoksesta tuomitujen vankeusrangaistusten keskipituus on ollut kahdesta neljään kuukautta ja keskimääräinen ehdollinen rangaistus 2,4 kuukautta, kun tekijä on tuomittu yksinomaan petoksesta.⁹⁹ Asiantuntijahaastattelussa lieviksi tulkittavia rangaistuksia perusteltiin sillä, että petoksista langetettavat tuomiot suhteutetaan muista rikoksista langetettaviin tuomioihin. Myös poliittisen ja yhteiskunnallisen hyväksynnän katsottiin vaikuttavan vakiintuneeseen rangaistuslinjaan ja kuvastavan yleistä suhtautumista huijauksiin lainsäädännön vastaisina tekoina.

Kuluttajahuijauksiin kohdistuvien sanktioiden rangaistusasteikolla on merkitystä pakkokeinojen käyttöön eli siihen, minkälaisin keinoin poliisi voi puuttua tilanteeseen ja edelleen tosiasiallisiin mahdollisuuksiin torjua kuluttajahuijauksia. Rangaistusasteikon soveltamiseen liittyy kuitenkin määrittelyvaikeuksia. Huomattavan hyödyn tai huomattavan taloudellisen hyödyn tavoittelemisen on säädetty törkeän petoksen lisäksi useiden muiden rikosten ankaroitamisperusteeksi. Johdatusta sen tulkinnalle voidaan saada muiden omaisuusrikosten törkeämpää tekemuotoa koskevien säännösten soveltamisesta. Törkeää petosta koskevassa hallituksen esityksessä (HE 66/1988 vp.) ei ole annettu rahamääräisiä ohjeita sen arvioimiseksi, minkä suuruista tavoiteltua hyötyä tulisi pitää huomattavana. Tällaisen ohjeen antaminen on päinvastoin todettu mahdottomaksi. Arvioinnissa olisi sovellettava yleistä mittapuuta eli kysymys olisi objektiivisesta arviosta. Ratkaisussa KKO:2015:52 henkilön tavoitteleman hyödyn määrä oli ollut 10 097,83 euroa ja teko oli kohdistunut Kansaneläkelaitokseen. Mainitun suuruista hyötyä ei voitu pitää rikoslain 36. luvun 2 §:n 1 momentin 1 kohdassa tarkoitettulla tavalla huomattavana.

98 Markkinointirikoksen esitöiden (ks. HE 66/1988 vp.) mukaan markkinointirikosta koskevassa säännöksessä ei edellytetä, että joku on harhaanjohtettuna erehtynyt tai kärsinyt taloudellista vahinkoa tai edes että erehdyttämisyritys on kohdistunut yksilöitäviin henkilöihin. Tämä helpottaa markkinointirikoksen tutkintaa. Markkinointirikoksen tutkinta ei edellytä kaikkien yksittäisten tapausten selvittämistä, vaan riittävää otantaa tai ei välttämättä edes tätä. Tapausta voidaan arvioida puhtaasti elinkeinonharjoittajan menettelyn pohjalta, joskin näyttö rikoksesta pohjautuu osittain asianomistajakertomuksiin. Käytännössä on erittäin harvinaista, että markkinoijaa kohtaan nostetaan syyte markkinointirikoksesta.

99 Lappi-Seppälä ym. (2014).

Lainsäädäntö vaikuttaa huijareiden toimintamahdollisuuksiin, mutta se luo myös puitteet rehellisten elinkeinonharjoittajien yritystoiminnalle. Huijausten torjuminen etukäteen on vaikeaa, kuten asiantuntijahaastattelussa todettiin. Huijareiden ansaitsemismahdollisuuksien vaikeuttaminen lainsäädännön keinoin ei saa hankaloittaa rehellisten elinkeinonharjoittajien toimintaa. Lainvastaiseen toimintaan puuttuminen edellyttää lainsäädännön ajoittaista päivittämistä.¹⁰⁰

Lainsäädännössä ollaan siirtymässä markkinaoikeudellisista seuraamuksista sopimusoikeudellisiin. Kuluttajaoikeusdirektiivissä on minimoitu ilmaistarjouksen mahdollinen harhaanjohtavuus sillä, että sopimuksen tekohetkellä on oltava selvä ilmoitus tilauksen maksullisuudesta. Jos näin ei ole, tilaus ei lainkaan sido. Tämänäyttöisillä säädösteknisillä ratkaisuilla voidaan nopeuttaa lainvastaisen huijaustoiminnan seuraamusten selvittelyä ja vähentää vahinkoja.

Oma lukunsa on se, että oikeusministeriön mietinnössä (2015) ehdotetaan lakia seuraamusmaksusta kuluttaja-asioissa. Se parantaisi kuluttaja-asiamiehen käytettävissä olevia keinoja puuttua elinkeinonharjoittajien kuluttajansuojalainsäädännön vastaisiin toimiin. Ehdotuksen mukaan kuluttaja-asiamies voisi hakea seuraamusmaksun määräämistä laissa yksilöityjen kuluttajansuojasäännösten rikkomisesta. Säännökset koskisivat markkinointia ja sopimuksetekoprosessia. Seuraamusmaksu määrättäisiin elinkeinonharjoittajalle, joka rikkoo säännöksiä tahallaan tai huolimattomuudesta. Elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuutta koskevien säännösten osalta seuraamusmaksun määrääminen edellyttäisi, että rikkomus selvästi heikentää kuluttajan hyödykkeen ostamiseen liittyvää päätöksentekokykyä tai vaikeuttaa kuluttajan oikeuksiin pääsyä. Poikkeustapauksissa seuraamusmaksu voitaisiin määrätä myös muulle taholle kuin elinkeinonharjoittajalle itselleen, jos muu taho on merkittävästi myötävaikuttanut rikkomukseen. Seuraamusmaksua ei määrättäisi vaikutuksiltaan vähäisestä rikkomuksesta. Seuraamusmaksun määräisi markkinaoikeus. Seuraamusmaksun määrästä päätettäessä markkinaoikeuden tulisi ottaa huomioon ainakin rikkomuksen laatu, laajuus ja kestoaika. Ehdotus ei ole toistaiseksi johtanut jatkotoimiin.

Sääntelyn ja byrokratian lisäämisen vaihtoehtona mahdollisuuksia huijareiden toiminnan rajoittamiseen voidaan etsiä muutoksista, jotka tukevat yritystoiminnan läpinäkyvyyttä ja hyödyttävät kaikkia elinkeinonharjoittajia.

4.5 Käyttäytymistaloustiede huijausten torjunnassa

OECD antoi maaliskuussa 2014 suosituksen kuluttaja-asioiden päätöksenteosta. Suosituksen mukaan käytettävien keinojen valinnassa tulisi ottaa huomioon käyttäytymistaloustieteen näkökulma eli se, miten kuluttajia voitaisiin ohjata tekemään itselleen edullisempia ratkaisuja. Käyttäytymistaloustieteen roolia kuluttajahuijauksissa voidaan pitää kaksisuuntaisena. Sen lisäksi, että se auttaa ymmärtämään, miksi kuluttajat tulevat huijatuiksi, siitä voidaan etsiä lainsäädännön keinovalikoimaa nopeampia mahdollisuuksia huijausten torjumiseen. Oikeusuojan hitaudesta aiheutuvia ongelmia kuvaa se, että huijausasia voidaan viedä teoriassa ryhmävalituksena kuluttajariitalautakuntaan tai ryhmäkanteena tuomioistuimeen, mutta nämä vaihtoehdot eivät juuri tule kyseeseen, koska huijausyritykset eivät toimi pitkään markkinoilla, vaihtavat nimeä tai kotipaikkaa tai siirtyvät uudenlaiseen huijauskonseptiin.

Asiantuntijahaastattelussa ongelmaksi koettiin sopivien ja ennen kaikkea huijareihin tehoavien rangaistusten puuttuminen. Vankeusrangaistusten yhteiskunnallisten kustannusten koetaan muodostuvan turhan korkeiksi.¹⁰¹ Käyttäytymistaloustieteestä voidaan etsiä keinoja, joilla huijauksia kyetään estämään lainsäädännön keinovalikoimaa tehokkaammin ja yhteiskunnalle aiheutuvien kustannusten näkökulmasta halvemmin. Asiantuntijahaastattelussa pohdittiin myös sitä, voitaisiinko huijareiden käyttämiä toiminta-

100 Huijareiden toimintamahdollisuuksien vaikeuttaminen pelkästään kansallisen lainsäädännön keinoin ei riitä, vaan epäkohtia on lähestyttävä globaalisti, vähintään Euroopan unionin tasolla.

101 Näkemys voidaan kyseenalaistaa sillä perusteella, että rangaistuksista aiheutuvat kustannukset tulisi suhteuttaa huijauksista aiheutuviin kustannuksiin.

malleja hyödyntää heitä itseään vastaan. Viranomaiset eivät voi toiminnassaan rikkoa lainsäädäntöä, mutta huijausten torjumisessa voitaisiin etsiä uudenlaisia toimintamalleja psykologisista keinoista.

Huijausten aiheuttamat taloudelliset menetykset ja muut menetykset syntyvät kuluttajien käyttäytymisen yhteisistä käyttäytymismalleista ja yksilöllisistä piirteistä. Kun sinänsä asiallisesti toimiva yritys tarjoaa hyödykkeitä, kuluttajat pääsääntöisesti luottavat yritykseen. Kun mainossanoma on laadittu taitavasti, mainos sisältää jotakin houkuttavaa ainakin tietylle kohderyhmälle. Kuten tutkimuksissa on todettu, kuluttajat eivät aina näe hälyttäviä merkkejä markkinoinnissa. On myös epärealistista olettaa, että kuluttaja tarkistaisi aina yrityksen taustat. Käyttäytymistieteellisten tutkimustulosten valossa on suositeltavaa panostaa toimenpiteisiin, jotka ajoittuvat huijausta edeltävään aikaan.


Läheisyysheuristiikan (availability heuristic) mukaan käyttäytymistä dominoivat tapahtumat, jotka ovat tapahtuneet vastikään ja jotka ovat tuoreessa muistissa. Jos henkilö tai joku hänen tuttavapiirissään on tullut huijatuksi vastikään, se vaikuttaa käyttäytymiseen sangen pitkään. Läheisyysheuristiikan näkökulmasta huijaukset ovat vähintään kaksiteräinen miekka. WinCapita nosti näkyvästi esille pyramidihuijaukset. Tältä osin voi olettaa, että ihmisten mielessä käsitys huijatuksi tulemisesta korostui voimakkaasti. Sitä vastoin monet muut huijausten toteuttamistavat tapahtuvat julkisuudelta piilossa, eikä niitä tilastoida kunnolla. Läheisyysharhan näkökulmasta tämä merkitsee sitä, etteivät ihmiset osaa varoa tämän luonteisten huijausten uhriksi joutumista. Tätä taustaa vasten voidaan perustella KKV:ssa hyödynnettyä tapauskohtaisen tiedottamisen toimintamallia eli sitä, että tiettyjen huijausten yleistyessä tai uusien huijausten muotojen tullessa markkinoille lähdetään julkisuuteen varoittamaan huijauksista.

Huijausten ennaltaehkäisyssä on merkittävää kuluttajien monipuolinen tiedottaminen. Ajankohtaisista huijausilmiöistä tiedottamisen lisäksi tarvitaan yleisempää kuluttajainformaatiota huijauksista ja niiden tunnistamisesta. Kuluttajaa voidaan valistaa tyypillisistä huijauksista ja niiden erityispiirteistä. Verkkokaupassa voidaan hyödyntää erilaisia verkkoapureita, joita käyttämällä kuluttaja voi varmistaa, onko yritys luotettava. On myös mahdollista kehittää verkkoapuria erityisesti huijaustarjousten erottamiseksi ja varoittaa kuluttajaa, jos tietty määrä ”punaisia” vaaran elementtejä näkyy tarjouksissa. Tämä informaatio saavuttaa vain osan, yleensä muutenkin kuluttaja-asioista kiinnostuneen ryhmän. Olemassa olevaa aineistoa voidaan käyttää hyväksi järjestötoiminnassa, jolloin ikääntyvät voivat saada tietoa huijaustavoista ja rohkaistuvat kysymään ja kertomaan kokemuksistaan vertaistensa kanssa. Tämän ulkopuolelle jäävät kuitenkin yksinäiset vanhuksat.

Nytemmin poliisi on tehostanut toimintatapojaan ja tiedottamista huijausasioissa. Kun poliisi kerää päivittäin eri yksiköihin tehdyt rikosilmoitukset ja reagoi niihin melko lyhyellä aikavälillä, tiedottaminen saavuttaa todennäköisesti paremmin kuluttajat kuin kuluttajaviranomaisten lähinnä säännösten noudattamatta jättämistä kuvaileva tiedote. Poliisin toimiminen tiedottajana korostaa tekojen tahallisuutta.

Tiedottamisessa tulee huomioida myös jälkikäteiset toimenpiteet ja toimintaohjeet huijauksen uhrien näkökulmasta. On tärkeää pyrkiä parantamaan kuluttajien tietoisuutta siitä, mitkä ovat heidän oikeutensa palvelun virhetilanteessa ja miten he voivat pyrkiä saamaan huijareille maksamansa rahat takaisin. On niin ikään tärkeää tuoda esiin, että heillä on joissain tapauksissa vielä jälkikäteen mahdollisuus vaikuttaa huijauksen onnistumiseen. Keskeiseen asemaan nousee tiedottaminen luottoyhtiöiden ja operaattoreiden vastuusta virhetilanteessa.

Käyttäytymistaloustieteessä esiin nousevien ylioptimismin (over-optimism) ja luottamusharhan (over-confidence bias) seurauksena henkilö olettaa, ettei hän päädy huijauksen uhriksi, vaikka hänellä olisi realistinen käsitys siitä, mikä on yleinen todennäköisyys tulla huijatuksi. Tämä johtaa varomattomaan käyttäytymiseen ja siihen, että huijauksia on enemmän kuin niitä olisi, jolleivät kyseiset harhat vaikuttaisi käyttäytymiseen. Toisaalta puheena olevien harhojen seurauksena huijarit olettavat kiinnijäämisriskin pienemmäksi kuin se tosiasiallisesti on, mikä tasapainottaa edellä luonnehdittua huijausten uhrien varomatonta käyttäytymistä. Asiantuntijahaastatteluuissa pidettiin kuluttajiin kohdistuvaa tiedotusta tärkeänä tehtävänä näiden piirteiden vähentämiseksi kuluttajien käyttäytymisessä. Tiedotuksessa ei kuitenkaan pidetä tavoitteena sitä, että näke-



mykset huijauksista ylikorostuvat, mihin ryhmittelyilluusio (clustering illusion) voi johtaa. Ryhmittelyilluusioille on tyypillistä, että merkitykseltään verraten vähäiset tapauskokonaisuudet saavat suuremman arvon kuin mikä niille kuuluisi.

Käyttäytymistaloustiede auttaa hahmottamaan kuluttajien käyttäytymistä mahdollisissa huijaustilanteissa. Kuluttajien käyttäytymistä luonnehtivien ilmiöiden eri suuntiin osoittaminen tekee lähestymistavasta ongelmallisen. Kognitiiviset harhat ja heuristiikat osoittavat käyttäytymisvaikutusten suunnan, mutta eivät niiden vaikutusten suuruutta. Käyttäytymistieteellisiä kuluttajan toimintaan vaikuttavia ilmiöitä on useita, mikä luo merkittävän haasteen analysoitaessa niiden vaikutuksia huijaustapauksissa. Käyttäytymisvaikutusten analysoinnista tekee haastavan myös se, ettei kysymys ole ainoastaan kuluttajien toiminnasta, vaan tilannekuvaan vaikuttaa huijareiden ja viranomaisten toiminta.

5 KANSALLINEN JA KANSAINVÄLINEN VIRANOMAISYHTEISTYÖ

Viranomaisten yhteistyö huijaustapausten käsittelyssä auttaa huijauksiin puuttumista sekä kuluttajille ja yhteiskunnalle vahingollisen toiminnan torjumista. Viranomaisyhteistyölle muodostuu käytännössä erilaiset lähtökohdat, sillä huijaukset tulevat vaihtelevasti esiin viranomaisten ja sidosryhmien toiminnassa. Viranomaisyhteistyötä tarkastellaan tässä selvityksessä kuluttaja-, poliisi-, viestintä- ja finanssiviranomaisten näkökulmasta ja se ymmärretään laaja-alaisesti sisältäen mahdollisen yhteistyön sidosryhmien kanssa.

5.1 Huijausten huomioiminen viranomaisten ja sidosryhmien toiminnassa

Kuluttajahuijauksilla ja niiden käsittelyllä on erilainen merkitys viranomaisten ja sidosryhmien toiminnassa. Viranomaisten toimialat ja -valtuudet vaikuttavat siihen, miten huijaukset tulevat toiminnassa esiin. Kun tarkasteluun otetaan mukaan eri toimialojen sidosryhmiä, huijauksiin suhtautuminen monimuotoistuu entisestään. Huijauksia voidaan käsitellä lainsäädäntöön pohjautuvan viranomaistoiminnan pohjalta, jolloin pyritään puuttumaan huijareiden toimintaan. Sidossryhmien toiminnalle on leimallista keskittyminen kansalaisille kohdistettuun tiedottamiseen ja avustamiseen. Huijaukset ilmiönä herättävät vaihtelevia näkemyksiä siitä, miten huijausten kanssa tulisi toimia ja kenen vastuulle ne kuuluvat. Samaan aikaan huijauksiin kohdistettu vähäinen yhteiskunnallinen huomio edustaa osaltaan huijauksiin kohdistuvaa toisarvoista suhtautumista.

Huijauksen kohteeksi joutuneen kuluttajan näkökulmasta viranomaisten ja sidosryhmien erilaiset toimintatavat ja -valtuudet sekä suhtautuminen huijauksiin hankaloittavat kokemusten julkittuomista. Kuluttajat eivät välttämättä luota ja usko viranomaisten kykyyn huijausten vastaisessa toiminnassa. Insoen (2014a) tutkimuksen mukaan kuluttajista 31 prosentin mielestä valtionhallinto ja poliisiviranomaiset pärjäävät huonosti huijausten vastaisessa toiminnassa. Tämä luo haasteen viranomaisten ja sidosryhmien yhteistoiminnan tehostamiselle. Toimiva ja tehokas huijausten vastainen viranomaistoiminta on perusteltua yhteiskuntajärjestyksen näkökulmasta, sillä puutteellinen viranomaistoiminta saattaa johtaa enenevässä määrin lainvastaiseen huijausten torjumiseen. Asiantuntijahaastattelujen mukaan yritysmaailmassa on jo noussut esiin ”hack back” -ilmiö, jonka avulla huijauksen kohteeksi joutuneet tahot ovat alkaneet taistella aktiivisesti verkkorikollisia vastaan.

Kuluttajaviranomaisilla on monipuolinen näkemys toimivaltaansa kuuluvista kuluttajahuijauksista. Huijauksen kohteeksi joutuneet henkilöt etsivät apua kuluttajaoikeusneuvojilta, mutta myös kuluttaja-asiamiehen ja Euroopan kuluttajakeskuksen toiminnassa huijausten käsittelyllä on merkittävä asema. Näillä viranomaisilla on mahdollisuus ryhtyä huijausten vastaisiin toimiin heti, kun tieto huijauksista saavuttaa viranomaiset.

Kuluttajariitalautakunta poikkeaa muista kuluttajasegmentin toimijoista. Mitä selkeämmin kyseessä on huijaustapausta, sitä todennäköisemmin lautakunta ei ole tehokas taho asian selvittämisessä.¹⁰² Huijauksiin puuttuminen edellyttää nopeaa toimintaa, mutta lautakunta ei kykene ratkaisemaan välittömästi käsiteltäväkseen tulevia riita-asioita. Valitustapausten käsittelyssä lautakunta tarkastelee ainoastaan tuotteessa tai palvelussa olevaa mahdollista virhettä. Lautakunnalla ei ole toimivaltaa tutkia teon tarkoituksellisuutta, minkä vuoksi ratkaisuisia ei oteta kantaa siihen, mitkä toiminnalliset motiivit ovat tuotteessa tai palvelussa mahdollisesti ilmenevän virheen taustalla. Lautakunta ei myöskään anna oikeusvoimaisia ratkaisuja käsittelemistään kuluttajien ja elinkeinonharjoittajien välisistä riita-asioista.

Kuluttajaliiton rooli riippumattomana ja kaikille avoimena kansalaisjärjestönä keskittyy huijausten vastaisessa toiminnassa kuluttajien neuvontaan ongelmatilanteissa sekä yleiseen kuluttajien oikeuksista tiedottamiseen.

102 Kuluttajaoikeusneuvojen rooli on tärkeä siinä, että huijaustapaukset tunnistettaisiin mahdollisimman nopeasti, eikä niitä ohjattaisi kuluttajariitalautakuntaan. Voidaan kysyä, kannattaako juttua pitää vireillä lautakunnassa, jos myöhemmin tulee tieto, että yritys kuuluu huijareihin.

Poliisin toiminnassa kuluttajahuijausten käsittelyllä ei ole samanlaista asemaa kuin kuluttajaviranomaisten toiminnassa. Poliisin tehtäviin kuuluu rikoksen tunnusmerkistön täyttävien tekojen tutkiminen. Kuluttajahuijauksista tiedottaminen sisältyy muuhun kansalaisille aktiivisesti jaettavaan tietoon erilaisista lainsäädännön vastaisista ilmiöistä. Poliisille ilmoitettujen petosrikosten määrät ovat lisääntyneet viime vuosina. Kyberrikosten määrä on kasvanut siinä määrin, että Keskusrikospoliisissa on perustettu Kyberrikostorjuntakeskus. Poliisilla on näin laaja tuntuma kuluttajien huijauksiksi luokittelemiin tekoihin. Tutkittaviksi tulevat tapaukset edustavat tekojen vakavuuden ja aiheutuneiden vahinkojen kannalta kuluttajahuijausten laajaa kokonaisuutta. Määrällistä enemmistöä edustavat taloudellisesti vähämerkityksiset petokset jäävät tutkittavien asioiden priorisoinnissa käytännössä vähäiselle huomiolle. Monissa tapauksissa poliisi ohjaa huijauksen kohteeksi joutuneen henkilön kääntymään kuluttajaviranomaisten puoleen apua saadakseen.

KKV:lla on tietojenvaihtoon liittyvää yhteistyötä Rahanpesun selvittelykeskuksen kanssa, sillä virasto on sopinut epäilyttävien tapausten saattamisesta heidän tietoonsa. Rahanpesun selvittelykeskuksesta voi löytyä merkittävää taustatukea asian vireillepanossa poliisiin, jos kuluttajiin kohdistuvan huijauksen laajempi taloudellinen vahingollisuus pystytään osoittamaan.

Viestintäviraston tehtävänä on huolehtia viestintäpalvelujen tarjonnan monipuolisuudesta ja varmistaa, että uusilla palveluntarjoajilla on mahdollisuus päästä markkinoille. Viestintävirasto tuottaa monipuolisia tietoturvallisuuden viranomaispalveluita muun muassa kansalaisille, sillä teknisellä ohjauksella ja valvonnalla sekä tietoturvatyöllä on keskeinen merkitys tietoyhteiskuntakehityksessä. Viraston tehtäviin ei kuulu kuluttajien ja palveluntarjoajien välisten riita-asioiden ratkaiseminen. Virastossa toimiva Kyberturvallisuuskeskus on kansallinen tietoturvaloukkausten ennaltaehkäisy, havainnointi, ratkaisu ja tietoturvauhkista tiedottaminen. Kyberturvallisuuskeskus ei varsinaisesti avusta kuluttajahuijauksen uhreiksi joutuneita henkilöitä. Keskuksen toiminnassa esiin tulevat kuluttajahuijaukset sulautuvat muuhun toimintaan, minkä seurauksena niitä ei tilastoida erikseen. Kyberturvallisuuskeskuksen toimenpiteet kohdistuvat pääsääntöisesti huijareihin ja rikollisen toiminnan estämiseen muun muassa internetsivustoille kohdistuvien hyökkäysten torjumisena tai tietojärjestelmiin kohdistuneiden tietoturvaloukkausten tai niiden yritysten selvittämisenä ja poliisiviranomaisten avustamisena.

Finanssivalvonta valvoo finanssimarkkinoiden toimijoiden toiminnan lainmukaisuutta ja sen tavoitteena on edistää markkinoiden tiedonsaantia ja yleisön mahdollisuuksia itse arvioida rahoituspalvelujen sisältöä ja riskiä. Finanssivalvonta ei tutki finanssipalveluihin liittyviä huijauksia, eikä ole toimivaltainen ratkaisemaan asiakkaan ja palveluntarjoajan välisiä riitoja. Asiantuntijahaastattelujen perusteella Finanssivalvontaan tulee kymmeniä huijauksiin liittyviä yhteydenottoja vuosittain. Finanssivalvonnan rooli huijausten käsittelyssä keskittyy kansalaisten tiedottamiseen finanssipalveluihin sisältyvistä riskeistä. Finanssivalvonta julkaisee internetsivuillaan varoituslistat luvattomia palveluntarjoajia koskevista varoituksista, esitevelvollisuutta koskevista varoituksista, vakuutusedustusta koskevista kielloista ja ulkomaisten valvontaviranomaisten varoituksista. Finanssivalvonnan kokoamaa tietoa pankkipalvelujen käyttäjille, vakuutusasiakkaille, säästäjille ja sijoittajille tarjotaan Finanssiasiakas.fi-sivustolla.

Finanssialan Keskusliitto (FK) on pankkeja, vakuutusyhtiöitä, rahoitusyhtiöitä, arvopaperinvälittäjiä, sijoitusrahastoyhtiöitä ja finanssialan työnantajia edustava etujärjestö. FK ei käsittele toiminnassaan yksittäisiä kuluttajahuijauksia. Kuluttajahuijauksilla on toiminnassa välillisesti merkittävä asema, sillä FK:n tavoitteena on rakentaa jäsenilleen toimintaympäristöä, jossa ne voivat terveellä liiketoiminnallaan lisätä suomalaista hyvinvointia. Huijauksilta suojautuminen ja niihin varautuminen on entistä keskeisempää jäsenistön toiminnassa. FK tarjoaa kuluttajille tietoa finanssialan huijauksista ja niiltä suojautumisesta.¹⁰³

FINEn Vakuutus- ja rahoitusneuvonta neuvoo asiakkaita vakuutus-, pankki- ja arvopaperiasioihin liittyvissä ongelmatilanteissa. Jos Vakuutus- ja rahoitusneuvonnassa tapahtuva selvitystyö ei johda tulokseen, asiak-

103 https://www.fkl.fi/teemasivut/pankkiturvallisuus/vaarinkaytokset/Sivut/varo_huijaria.aspx

kaalle neuvotaan, mitä menettelytapoja hänellä on käytettävissään erimielisyyden ratkaisemiseksi. Vakuutus- ja rahoitusneuvonta ei laadi valituksia asiakkaiden puolesta. Neuvontapalveluiden lisäksi asian voi viedä FINEn Vakuutus-, Pankki- tai Arvopaperilautakunnan käsittelyyn ratkaistavaksi. Lautakunta antaa ratkaisusuosituksen, joka ei sido osapuolia. Asiantuntijahaastattelujen perusteella FINEn tulee vähän yhteydenottoja finanssipalveluihin liittyvistä huijauksista. Määrä on vaihdellut vuoden 2013 kuudesta yhteydenotosta 28:aan yhteydenottoon vuonna 2014. Finanssivalvonnan, FK:n ja FINEn asiantuntijoiden näkemyksen mukaan finanssipalveluihin kohdistuvien huijausten uhrin ei välttämättä ole helposti tuo kokemuksiaan julki.

Viranomaistoiminnan ja sidosryhmäyhteistyön rinnalla kuluttajahuijauksiin kohdistuu vähän huomiota kansallisissa yhteistyöelimissä. Kuluttajavirasto käynnisti vuonna 2007 huijausten vastaisen yhteistyöverkoston, johon ovat kuuluneet Kuluttajaviraston lisäksi Elintarviketurvallisuusvirasto Evira, Euroopan kuluttajakeskus, Finanssialan Keskusliitto, Keskusrikospoliisi, Kuluttajat-Konsumenterna ry, Lääkelaitos, Rahoitustarkastus, sisäasiainministeriön arpajais- ja asehallintoyksikkö, Suomen Kuluttajaliitto, Tietosuojavaltuutetun toimisto, Vakuutusvalvontavirasto ja Viestintävirasto. Mukana ovat olleet myös Luottokunta ja Suomen Posti, koska niillä on ollut keskeinen rooli sähköisen kaupan maksunvälittäjänä ja tuotteiden kuljettajana. Verkoston toiminta kuitenkin lopetettiin tiedonjakamiseen kohdistuneiden ongelmien vuoksi ja poliisiin aktivoitua. Verkoston jäsenet hyödynsivät huijausten vastaisessa toiminnassa omia menettelytapojaan, minkä lisäksi ne tiedottavat kuluttajia infosivustojensa kautta. Huijausten vastaisessa toiminnassa hyödynnetään nykyään yhteydenpitoa ja yhteistyötä ad hoc -pohjalta.

Suomalaisten valvontaviranomaisten Tieto lisää turvaa -kampanjassa mukana ovat Elintarviketurvallisuusvirasto Evira, Kilpailu- ja kuluttajavirasto (KKV), Liikenteen turvallisuusvirasto (Trafi), Lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskus Fimea, Säteilyturvakeskus (STUK), Tulli sekä Turvallisuus- ja kemikaalivirasto (Tukes). Kaupan liitto toimii kampanjan tukijana. Viranomaiset käynnistivät kampanjan turvallisen verkko-ostamisen puolesta vuonna 2014, sillä luotettavan verkkokaupan tunnistaminen voi olla kuluttajalle vaikeaa. Kampanjan verkkosivustolle on koottu käytännönläheisiä ohjeita verkkokaupoista ostoksia tekeville kuluttajille.¹⁰⁴

Sisäasiainministeriön yhteydessä toimivan poliisiasian neuvottelukunnan tehtävänä on muun muassa seurata poliisin toimintaan vaikuttavan ympäristön kehitystä ja tehdä aloitteita poliisin toiminnan kehittämiseksi. Neuvottelukunnassa ei ole varsinaisesti käsitelty kuluttajahuijauksia viimeisen kahden vuoden aikana. Kokouksissa on käsitelty tietoverkkorikoksia ja tietoverkkojen kautta tehtyjä rikoksia, kuten petoksia.¹⁰⁵

Rikoksentorjuntaneuvosto on oikeusministeriön yhteydessä toimiva valtioneuvoston asiantuntija- ja yhteistyöelin, joka suunnittelee ja toteuttaa toimia rikollisuuden ehkäisemiseksi. Neuvoston toiminnassa kuluttajiin liittyvät huijaukset ovat viime vuosina nousseet esille melkein yksinomaan ikääntyneisiin kohdistuvassa työssä. Neuvosto on valmistellut yhteistyössä järjestöjen ja viranomaisten kanssa ikääntyneiden turvaoppaan (Turvaohjeita senioreille), jossa myös huijauksia sivutaan. Muuten huijauksiin ei ole kiinnitetty erityistä huomiota.¹⁰⁶

5.2 Viranomaisyhteistyön ongelmakohdat

Yhteistyön ideologisena lähtökohtana voidaan pitää lainvastaisen toiminnan nopeaa lopettamista ja huijaukseen syyllistyneiden henkilöiden rankaisemista, jotta huijaus ei tuota tekijöille taloudellista etua eikä houkuttele uusia tekijöitä vastaaviin rikoksiin. Viranomaisyhteistyön käytännön tavoitteena voidaan pitää huijareiden toiminnan hankaloittamista siinä määrin, että toiminta saadaan lopetettua, sillä epäselvät yhteiset toimintamallit, taloudellisten ja ajallisten resurssien niukkuus, huijaustapausten kapeakatseinen käsittely, rajoittuneet toimivaltuudet sekä viranomaisten vaihteleva asiantuntemus vaikuttavat kielteisesti viranomaisyhteistyöhön ja viranomaistoimien aloittamiseen.

104 <http://tietolisaaturvaa.fi/>

105 Jari Pajunen, 27.11.2015, sisäministeriö, Poliisiosasto, poliisitarkastaja.

106 Markus Alanko, 24.9.2015, oikeusministeriö, Rikoksentorjuntaneuvoston sihteeristö, erikoissuunnittelija.

Asiantuntijahaastattelujen mukaan viranomaisilla on vaihtelevat näkemykset siitä, miten huijauksiin tulisi puuttua ja minkälainen rooli eri toimijoiden tulisi asiassa omaksua. Viranomaisyhteistyöhön vaikuttavat epäselvät toimintamallit, mikä tulee esiin muun muassa kuluttajaviranomaisten yhteistoiminnassa. Huijaustapausten käsittelyyn osallistuvien toimijoiden kesken ei ole selkeitä yhteisiä toimintamalleja. Esimerkiksi tilausansoja käsitellään maistraattien kuluttajaneuvonnassa, kuluttaja-asiamiehen valvontatoiminnassa, Euroopan kuluttajakeskuksessa ja kuluttajariitalautakunnassa. On olemassa erilaisia säännöspohjaisia toimenpiteitä, joiden valinnassa on sikäli ongelmia, että käytännössä ei näytä olevan selkeästi kuluttajahalinnon yhdessä sopimaa etenemistapaa. Ei ole esimerkiksi menettelytapaa siihen, siirtyykö asia kokonaan poliisille vai jatketaanko rikosilmoituksen jälkeen omia toimenpiteitä. Kuluttajaneuvonnassa tulisi soveltaa yhtenäisiä toimintatapoja niin maistraattien kuluttajaneuvonnan kuin KKV:n kuluttajille jakamassa tiedotuksessa ja toimintaohjeissa. Asiantuntijahaastattelujen perusteella nykytilanteessa käytännön eroavaisuuksia syntyy siitä, etteivät kuluttajaoikeusneuvot ohjeista kuluttajia olemaan maksamatta perusteettomia laskuja yhtä tiukasti kuin kuluttaja-asiamies. KKV:n tulisi ohjeistaa kuluttajaoikeusneuvoja nykyistä nopeammin mahdollisista huijareista.

Kuluttajasektorin toimijoiden erilaiset toimintatavat heijastuvat yhteisten toimintamallien puutteeseen. Kuluttaja-asiamiehen ja Euroopan kuluttajakeskuksen toimintatavat eroavat toisistaan siinä, että Euroopan kuluttajakeskuksella ei ole toimeenpanovaltaa toisin kuin kuluttaja-asiamiehellä, jonka on tarvittaessa ryhdyttävä asian edellyttämiin pakkotoimiin tai saatettava asia tuomioistuimen käsiteltäväksi, jos yritystä ei saada neuvottelemalla luopumaan lainvastaisesta menettelystä. Euroopan kuluttajakeskuksen tavoin kuluttaja-asiamies ei pääsääntöisesti käsittele yksittäisiä riita-asioita, joissa kuluttaja hakee hyvitystä tavarain tai palvelun virheestä, vaan käsittelee esiin tulleita asioita laajempina kokonaisuuksina, jolloin puututaan yleensä samalla kertaa useampaan ongelmaan.

Taloudelliset ja ajalliset resurssit vaikuttavat kaikkien viranomaisten toimintaan, mutta parhaiten niiden vaikutukset tulevat esiin kuluttajaviranomaisten ja poliisin yhteistyössä, mikä on tärkeää erityisesti laajoja kuluttajaryhmiä koskevissa tapauksissa. Ongelman yhteistyölle muodostaa resurssien niukkuus, minkä vuoksi poliisi- ja oikeusviranomaiset priorisoivat rikokset.¹⁰⁷ On yleisesti tiedossa, että poliisi jättää rikoksen tutkimatta (ja syyttäjää syyttämättä), kun tutkinta on työlästä ja kallista (paljon asianomistajia jne.), rikoksen aiheuttama vahinko on vähäinen, lopputulos on epävarma ja rangaistus on lievä.¹⁰⁸ Suuri osa kuluttajahuijauksista on juuri tällaisia. Kuluttaja-asiamiehen pitäisi pystyä osoittamaan tekokokonaisuus ja perustelemaan poliisille, miksi asian tutkiminen on tärkeää. Tällainen peruste voi olla rikoksella tavoiteltava huomattava hyöty ja vahingon toteutuminen, ellei poliisi pikaisesti puutu asiaan. Rikosten priorisoinnin seurauksena yksittäisten kuluttajien rinnalla koko kuluttajakollektiiville aiheutuvat seuraamukset jäävät helposti huomiotta. Markkinointirikos kohdistuu laajaan kuluttajajoukkoon ja aiheuttaa varsin usein kuluttajakollektiiville huomattavia jopa miljoonien eurojen kokonaisvahinkoja. Jatkuvasti paljastuu tapauksia, joissa kokonaisvahingot ovat kymmeniä tuhansia euroja. Huijausten käsitteleminen toisarvoisina tekoina antaa huijareille julkilausumattoman luvan jatkaa rikollista toimintaansa.

Osittain viranomaisten resurssien niukkuuden ja tapausten priorisoinnin seurauksena huijaustapauskokonaisuuksien selvittäminen saattaa olla vuosien mittainen prosessi. Samaan aikaan yhteistyöhaluttomat huijarit vaikeuttavat tapausten selvittämistä parantamalla omia toimintamahdollisuuksiaan. Huijaustapausten käsittelyyn kuluva aikaa voidaan havainnollistaa sillä, että kuluttaja-asiamies yritti puuttua laihdutus- ja kos-

107 Suomen kyberturvallisuusstrategiassa huolehditaan, että poliisilla on tehokkaat edellytykset ennaltaehkäistä, paljastaa ja selvittää kybertoimintaympäristöön kohdistuvia ja sitä hyödyntäviä rikoksia. Tietoverkkorikollisuudessa petosten torjunta jää toissijaiseen asemaan terrorististen ja muiden yhteiskuntajärjestyksestä vaarantavien rikosten rinnalla. (Valtioneuvosto 2013.)

108 Kansainvälisesti viranomaisyhteistyön ongelmakohdat eivät juuri poikkea kansallisista ongelmista. Europolin alaisuudessa toimiva European Cybercrime Center nostaa esiin huijausten ja erityisesti maksukorttihuijausten selvittämiseen liittyvän kielteisen noidankehän. Rajalliset resurssit muodostavat merkittävän haasteen EU-maiden poliisiviranomaisten toiminnalle maksukorttirikollisuuden puuttumisessa. Riittämättömät resurssit johtavat rikosten alhaiseen selvitysasteeseen, mikä vaikuttaa siihen, etteivät tapahtuneet rikokset tule viranomaisten tietoon. Kansalaiset eivät ota yhteyttä poliisiviranomaisiin, koska eivät usko näiden kykyyn rikosten selvittämisessä. Kun kansalaiset eivät ilmoita rikoksista poliisiviranomaisille, eivät nämä saa tarvitsemiaan resursseja rikosten selvittämiseen. (Europol 2014.)

metiikkatuotteita tarjoavien Offlion International Ltd ja Xellim Oü -nimisten yritysten markkinointiin joulukuusta 2013 alkaen. Lokakuussa 2014 kuluttaja-asiamies jätti yrityksistä tutkintapyynnön poliisille. Poliisin selvitysten mukaan tutkintapyyntö ei johda Suomessa esitutkintaan, vaan Virosta käsin toimineiden yritysten tapaus on siirretty lokakuussa 2015 Keskusrikospoliisin kautta Viron viranomaisten harkittavaksi.

Monialaista yhteistyötä edellyttävään huijausten vastaiseen viranomaistoimintaan vaikuttaa rajoittavasti huijausten kapeakatseinen käsittely viranomaisissa. Huijauksia tarkastellaan oman toimialan näkökulmasta havaitsematta kokonaiskuvaa, mikä heikentää kokonaisvaikutusten ymmärtämistä. Viranomaisyhteistyössä tulee esiin huijausten tarkasteleminen tapauskohtaisesti. Viranomaisresurssit kohdistetaan näkyvimmin kulloinkin esiin nouseviin huijaustapauksiin. Asiantuntijahaastattelussa tärkeänä pidetty pitkäjänteisyys ei konkretisoidu viranomaisyhteistyössä, vaikka se periaatteellisesti vaikuttaa yhteistyöhön ja koetaan tärkeäksi. Rajoittunutta lähestymistapaa voidaan selittää tapausten ongelmallisuudella ja sillä, että tarttumapinnan löytäminen huijauksiin puuttumisessa vaihtelee huijaustyypeittäin. Markkinointirikoksiin kohdistuvissa kuluttaja-asiamiehen valvonta-asioissa toimitaan keskimääräisolettamien kanssa tarkastellen lähtökohtaisesti elinkeinonharjoittajan menettelyä kuluttajan näkökulmasta. Kuluttajia avustettaessa ja petoksia selvitetessä, mikä kuuluu poliisin toimenkuvaan, sen sijaan tarkastellaan jokaista tapausta erikseen. Asiantuntijahaastattelujen mukaan tarttumapinnan löytäminen huijauksiin puuttumisessa saattaa osoittautua vaikeaksi oman toimialan sisällä. Yksittäisiä samaan asiakokonaisuuteen liittyviä tapauksia ei ole välttämättä helppo koota yhteen.

Kapeakatseinen suhtautuminen huijauksiin näkyy Rikosuhripäivystyksen esiin nostamassa ilmiössä. Uhrien auttamistoiminnasta saatujen kokemusten perusteella huijauksen kohteeksi joutuneen henkilön asemaa viranomaistoiminnassa tulisi parantaa. Huijaustapaukset saattavat olla viranomaisille vaikeita hoidettavia ja tapahtunutta rikosta voi olla vaikea todistaa. Asia voidaan katsoa helposti sellaiseksi, ettei se kuulu omaan työhön vaan muiden viranomaisten hoidettavaksi. Tilanne saattaa näyttytyä huijauksen kohteeksi joutuneelle henkilölle siltä, ettei mikään taho halua käsitellä tapausta.

Viranomaisten toimintamahdollisuuksiin vaikuttavat rajoittuneet toimivaltuudet ennen kaikkea rajat ylittävissä huijauksissa. Huijausten tekemistä verkossa helpottaa internetin maailmanlaajuisuus, kun taas viranomaiset ovat toimivaltaisia ainoastaan rajoitetulla alueella. Huijarit hyödyntävät tarkoituksellisesti maailmanlaajuisia toteutustapoja, koska ne vaikeuttavat ja hidastavat huijausten selvittämistä. Asiantuntijahaastattelussa pohdittiin, ovatko viranomaiset jumiutuneet rutiininomaisiin toimintamalleihin ja hyödynnettäkö huijausten vastaisessa toiminnassa kaikkia lainsäädännöllisesti mahdollisia keinoja. Tässä yhteydessä peräänkuulutettiin eräänlaisen hallitusohjelmassakin linjatun kokeilukulttuurin soveltamista toimintatapojen uudistamisessa.

Kansallisella tasolla voimassaoleva lainsäädäntö vaikuttaa toimivaltuuksiin ja yhteistyön sisältöön. Nykyisen lainsäädännön pohjalta yritysten ja viranomaisten riittävä tiedonvaihto ei ole kaikilta osin mahdollista, vaikka se olisi välttämätöntä huijausten torjumiseksi. Rikolliset pilkkovat yksittäiset huijaukset niin pieniksi osateoiksi, etteivät ne täytä viranomaisten priorisointikriteerejä. Pieniksi osateoiksi pilkottu rikollisuus on usein järjestäytyneitä, mutta rikoslain järjestäytyneen rikollisryhmän tunnusmerkistöllä ei päästä käsiksi löyhään alihankintaverkostoon eikä internetpetosten tutkinnassa välttämättömiä telepakkokeinoja voida käyttää kuin törkeissä petostapauksissa.¹⁰⁹ Asiantuntijahaastattelussa rikosten tutkinnan näkökulmasta pidettiin ongelmallisena sitä, ettei lainsäädäntö kaikilta osin ole ajan tasalla, kun on kyse lievemmistä tapauksista. Vakavan ja järjestäytyneen rikollisuuden torjumiseksi on syytä arvioida ja hallita riskejä, jotka liittyvät lainsäädännön rikosten tekemistä helpottaviin ominaisuuksiin.¹¹⁰

109 Internetiä hyödyntävien rikosten torjuntaa haittaa Suomessa erityisesti se, ettei esitutkintaviranomaisella yleensä käytännössä ole toimivaltuutta tutkia ”nettipekoksia”. Ainakin törkeän petoksen valmistelun kriminalisointia on syytä vakavasti harkita. (Keskusrikospoliisi 2013.)

110 Keskusrikospoliisi (2011).

Viranomaisyhteistyöhön vaikuttaa myös eri toimijoiden vaihteleva asiantuntemus ja siihen panostaminen. Huijausten tutkiminen on asiantuntemuksellisesti pitkäjänteistä toimintaa, mikä edellyttää huijausilmiön kerroksellisuuden ymmärtämistä. Monenlaiset huijaustyypit luovat asiantuntemuksellisia haasteita niiden käsittelijöille, mikä korostuu talousrikosten tutkinnassa. Huijausten vastainen toiminta edellyttää sitä, että viranomaiset pysyttelevät asiantuntemuksellisesti rikollisten mukana. Asiantuntijahaastattelussa myönnettiin, että viranomaisten asiantuntemuksessa on monelta osin parannettavaa. Asiantuntemuksen parantaminen yhdistyy osin taloudellisiin resursseihin ja viranomaisten mahdollisuuteen käyttää huijaustapausten selvittämisessä tarvittavia tietoteknisiä ohjelmistoja ja sovelluksia.

5.3 Kansainvälinen viranomaisyhteistyö huijausten vastaisessa toiminnassa

Kansainvälisessä viranomaistoiminnassa on keskusteltu rajat ylittävistä huijauksista pitkään. Eri maiden viranomaisyhteistyön tavoitteena on vaihtaa tietoja ja kokemuksia sekä oppia parhaista käytännöistä. Yhteistyötä toteutetaan monilla tasoilla, kun kyse on kuluttajansuojalainsäädännön soveltamisalaan kuuluvista huijauksista.

CPC (Consumer Protection Cooperation) on EU-maiden kuluttajansuojalainsäädännön täytäntöönpanosta vastaavien kansallisten viranomaisten verkosto. Euroopan komission koordinoima yhteistyö perustuu EU-asetukseen¹¹¹. KKV toimii Suomen yhteysvirastona. Jäsenmaiden on raportoitava havaitsemistaan yhteisön sisäisistä rikkomuksista yhteiseen tietokantaan ja autettava pyydetessä toisen maan valvontaviranomaista tapauksissa, joissa lakia rikkova yritys toimii usean maan alueella. CPC-verkosto on järjestänyt valvontakuja (sweep day) vuodesta 2007. Iskujen kohteena ovat olleet muun muassa lentolippujen, elektroniikkatuotteiden sekä kulttuuri- ja urheilutapahtumien verkkokauppa. CPC-verkosta ollaan kehittämässä, jotta eri maiden valvontayhteistyöllä saataisiin nopeammin tuloksia myös kuluttajahuijauksissa. Ongelmana yhteistyössä ovat varsin isot poikkeamat eri maiden sanktiojärjestelmissä. Lisäksi huijaukset saattavat kohdistua EU-maihin niiden ulkopuolelta. Käytännössä yksittäiset valtiot eivät enää sovi suoraan EU:n ulkopuolisten valtioiden kanssa yhteistoiminnasta, vaan se tehdään EU-tasolla.¹¹²

KKV on seurannut huijauksia jo pitkään kansainvälisen markkinointia valvovien kuluttajaviranomaisten verkoston ICPEN:n (International Consumer Protection and Enforcement Network) jäsenenä. ICPEN on perustettu vuonna 1992 ja kuluttaja-asiamies on osallistunut sen toimintaan alusta saakka. Verkosto rohkaisee kansainväliseen yhteistyöhön ja sen kautta viranomaiset voivat jakaa informaatiota ja ratkoa myös huijauksiin liittyviä kuluttajaongelmia. Verkostoon kuuluvat 55:n jäsenvaltion kuluttajaviranomaiset ympäri maailman. CPC:n tavoin ICPEN:n toimintaa ei ole suunnattu nimenomaan huijauksiin vaan yleiseen kuluttajansuojalainsäädännön täytäntöönpanoon.

Verkosto tekee valvontayhteistyötä rajat ylittävän kaupan asioissa. ICPEN:llä on useita toimintatapoja. E-consumer.gov (www.econsumer.gov) on ICPEN:in kuluttajille suuntaama tietopankki, jossa kuluttajat voivat raportoida kohtaamistaan verkkokaupan huijauksista ja ulkomaisiin yrityksiin liittyvistä ongelmista sekä saada informaatiota siitä, miten kaupankäyntiin liittyviä ongelmia voidaan ratkoa ADR-menettelyllä.¹¹³

111 Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus 2006/2004 kuluttajansuojalainsäädännön täytäntöönpanosta vastaavien kansallisten viranomaisten yhteistyöstä.

112 Huijausten vastaisen toiminnan kohteena voi olla yritys, jonka kanssa jokaisen maan on erikseen toteutettava juridiset toimenpiteet. Huijausyritykset voivat pystyä ylläpitämään pitkään kuvaa normaalisti toimivasta yrityksestä, joka ei vain ole riittävästi perehtynyt eri maiden säännöksiin. Tämän vuoksi on painottava ripeän alkuselvittelyn tarpeellisuutta samoin kuin nopeaa kuluttajietiedottamista, jos menetyksiä aiheuttavaa toimintamallia ei muuteta säännösten mukaiseksi. Helpohkoja tapauksia ovat ne, joissa yritys ei reagoi viranomaisen yhteydenottoihin, jolloin kuluttajien varottamiseen voidaan siirtyä varsin nopeasti.

113 Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2013/11/EU kuluttajariitojen vaihtoehtoisesta riidanratkaisusta (Alternative Dispute Resolution, ADR) on täytäntöönpanettu kuluttajansuojalain 2. luvun 8 b §:llä. Direktiivin tarkoituksena on varmistaa, että kaikissa EU-jäsenvaltioissa on laadukkaita tuomioistuimen ulkopuolisia riidanratkaisuelimiä. Direktiivillä jäsenvaltiot veloitetaan varmistamaan, että kuluttajien ja elinkeinonharjoittajien väliset riidat voidaan saattaa tuomioistuimen ulkopuolisen elimen ratkaistaviksi sekä asetetaan näille elimille minimilaatuvuuskriteerit.

Tietopankkiin kerättävällä informaatiolla yli 30 maan valvontaviranomaiset saavat tietoja rajat ylittävistä sähköisen kaupan huijariyrityksistä, huijastavoista sekä yleisimmistä valituksenaiheista ja pystyvät puuttamaan ongelmiin nopeasti. Internetsivusto tarjoaa kuluttajille palveluja kahdeksalla kielellä. ICPEN:n maailmanlaajuisessa huijausten ehkäisyyn tähtäävässä koulutushankkeessa kuluttajia pyritään informoimaan huijauksista ja parantamaan heidän tietoisuuttaan erilaisilla tapahtumilla ja kampanjoilla. Fraud Prevention Month -teemakuukauden aikana jäsenmaat tarkistavat verkkosivustojen lainmukaisuutta ja tiedottavat erilaisista huijastavoista. Best Practises -työryhmä järjestää vuosittaisten tapaamisten yhteydessä koulutusta tehokkaiden valvontakeinojen edistämiseksi ja ScamWatch-työryhmä kehittää hälytysjärjestelmää tietojen vaihtamiseksi nopeasti eri maiden viranomaisten kesken.

KKV:lla on edustus OECD:n kuluttajapoliittisessa komiteassa, joka laatii selvityksiä ja suosituksia rajat ylittävän kaupan asioista kuluttajien luottamuksen ja kansainvälisen kaupan sujuvuuden lisäämiseksi. Komitea on antanut vuonna 2003 petollista toimintaa markkinoilla koskevan suosituksen¹¹⁴, jonka täytäntöönpanosta julkistettiin raportti 2006.¹¹⁵ Sitä seurasi suositus kuluttajien oikeuksien toteuttamisesta vuonna 2007.¹¹⁶ Suosituksen tavoitteena on varmistaa, että kuluttaja saa oikeutta myös rajat ylittävissä tapauksissa. Kuluttajapoliittinen komitea on julkaissut vuonna 2010 kuluttajapoliittisen selvityksen, jossa kuvataan, miten kuluttajaongelmia kannattaa lähestyä, jotta päätöksenteko johtaisi hyvään lopputulokseen.¹¹⁷ Hallituksille ja poliittisille toimijoille suunnatussa selvityksessä avataan kuluttajan valintoja käyttäytymistaloustieteen näkökulmasta. Viime vuosina ICPEN:n ja OECD:n kuluttajapoliittisen komitean yhteistyö on tiivistynyt.

Kuluttajaviranomaisilla on yhteistyötä myös Pohjoismaiden kesken. Pohjoismaiden kuluttaja-asiamiehet tapaavat kaksi kertaa vuodessa. Yhteistyömuotoja ovat muun muassa yhteiset valvontahankkeet, selvitykset ja suositukset. Pohjoismaiset kuluttaja-asiamiehet saavat yhä enemmän yhteydenottoja, jotka liittyvät verkossa tehtyihin tilauksiin. Yhä useampia kuluttajia huijataan tilausansoilla. Koska ongelma on yleinen kaikissa Pohjoismaissa, kuluttaja-asiamiehet päättivät elokuussa 2014 pitämässään kokouksessa tehostaa yhteistyötään torjuakseen netin tilausansoja. Pohjoismaisten kuluttaja-asiamiesten keinot puuttua huijauksiin ovat rajalliset, koska huijausten taustalla on usein kansainvälisiä yrityksiä, jotka markkinoivat laajasti sosiaalisessa mediassa ja hakukoneiden yhteydessä. Tämän vuoksi kuluttaja-asiamiehet ovat sopineet lisäävänsä yhteistyötä ja tietojenvaihtoa myös EU:n ulkopuolisten viranomaisten kanssa.¹¹⁸

Euroopan kuluttajakeskusten verkostolla (ECC-net) on toimipisteet kaikissa 28 EU-maassa sekä Norjassa ja Islannissa. Suomessa Euroopan kuluttajakeskus toimii KKV:n yhteydessä. Euroopan kuluttajakeskuksen Suomen toimipiste tekee tiivistä yhteistyötä muiden maiden kuluttajakeskusten kanssa. Verkoston tarkoitus on lisätä kuluttajien luottamusta Euroopan unionin sisämarkkinoihin tarjoamalla heille tietoa oikeuksistaan eurooppalaisessa kuluttajansuojalainsäädännössä sekä neuvoa ja avustaa rajat ylittävien valitusten käsittelyssä.

Kuluttajaviranomaisten kansainvälisten yhteistyömuotojen rinnalla on syytä nostaa esiin Europolin European Cybercrime Center (EC3), joka pyrkii avustamaan EU-maiden viranomaisia kyberrikollisuuden vastaisessa toiminnassa niin kansainvälisten operaatioiden tukemisen kuin tiedustelutoiminnan keinoin. Keskuksen tavoitteena on tarjota ensisijaisesti EU-maiden poliisiviranomaisille keskeinen foorumi tutkimusten koordinoimiseen ja tiedon keräämiseen kyberrikollisuudesta. Mandaattinsa mukaisesti keskus pyrkii vahvistamaan internetissä rikolliseen toimintaan syyllistyneiden tahojen tunnistamista ja toiminnan lopettamista. EC3 korostaa entistä tehokkaampien lainsäädännöllisten ja poliittisten työkalujen merkitystä huijausten vastaisessa kansainvälisessä viranomaisyhteistyössä, jotta kansainvälisesti toimivien huijareiden toimintaan voidaan puuttua. EU:n tasolla lainsäädännön tarkoituksenmukainen harmonisointi parantaisi poliisin ja oikeusviranomaisten toimintamahdollisuuksia tilanteissa, joissa huijarit hyödyntävät kansallisen lainsäädännön suomia toimintamahdollisuuksia.


114 OECD (2003).

115 OECD (2006).

116 OECD (2007).

117 OECD (2010).

118 <http://www.kkv.fi/ajankohtaista/tiedotteet/2014/pohjoismaiset-kuluttaja-asiamiehet-yhdistavat-voimansa-nettihuijareita-vastaan/>



Huijauksiin ja niiden tekijöihin kohdistuvat lainsäädännölliset toimenpiteet kuuluvat Euroopan unionin kunkin jäsenvaltion kansalliseen lainsäädäntöön. Tämän lisäksi Euroopan unionin lainsäädäntö pyrkii suojelemaan kuluttajien etua useilla EU-asetuksilla ja direktiiveillä. Euroopan kuluttajakeskuksen sivuille on listattu kuluttajan toiminnan näkökulmasta tärkeitä etämyyntiä, euromaksuja, hintamerkintöjä, kotimyyntiä, kohtuuttomia sopimusehtoja, kulutusluottoja, lainvalintaa, mainontaa, maksupalveluja, matkustamista, oikeudenkäyntiä, palveluja, rajat ylittäviä maksuja, sopimatonta kaupallista menettelyä, tavarankauppa ja takuuta, lomaosakkeita, tuomioistuimen toimivaltaa sekä tuotevastuuta koskevat EU-säädökset.¹¹⁹ Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus 2006/2004 kuluttajansuojalainsäädännön täytäntöönpanosta vastaavien kansallisten viranomaisten yhteistyöstä mainitsee liitteessään keskeiset Euroopan parlamentin ja neuvoston kuluttajansuojaa käsittelevät direktiivit.¹²⁰

119 <http://www.ecc.fi/tietoa-meista/eu-lainsadanto-ja-neuvonta/>

120 <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/?uri=celex:32004R2006>

6 LOPUKSI

Huijareita ja huijauksia on aina ollut ja tulee vastaisuudessa olemaan. Huijaukset ilmentävät ihmisluonteen sekä markkinoiden ja kilpailukykyisen talouden kielteisiä piirteitä. Kuluttajat, rehelliset elinkeinonharjoittajat, viranomaiset ja huijarit käyvät keskinäistä kilpajuoksua, minkä vauhti ei suinkaan ole hidastumassa, sillä teknologian kehittyminen luo uudenlaisia huijaustapoja. Tässä selvityksessä on pyritty avaamaan huijausilmiön monimuotoisuutta. Tarkastelun kohteena on ollut huijausten yleinen luonne markkinailmiönä, kuluttajahuijausten poikkihallinnollisuus, huijausten torjuntakeinot sekä kansallinen ja kansainvälinen viranomaisyhteistyö.

Huijausilmiön ymmärtämisessä on keskeistä erityyppisille huijauksille hedelmällisen maaperän konkretisoiminen. Kuluttajahuijauksia edesauttavat internetin ja maksukorttien käytön lisääntyminen, kuten myös matkailun suosio sekä ikääntyvien kuluttajien ja heidän terveysongelmiensa lisääntyminen. Kuluttajien vaatimuksia sähköisten palvelujen helposta käytettävyydestä ja joustavuudesta pidettiin asiantuntijahaastattelussa tekijöinä, jotka luovat lähtökohdan huijauksille otolliselle toimintaympäristölle. Käyttäjystävällisyyden vastineena korostuu kuluttajien oma toiminta turvallisessa asiointissa. Samaan aikaan huijarit hyödyntävät erilaisia psykologisia keinoja tehokkaasti, mikä lisää huijausten onnistumista.

Huijauksille otollisten olojen luomisessa on huolestuttavaa, että taloudellisten ja ajallisten resurssien niukuuden vuoksi viranomaisten toimintatavat mahdollistavat vähättelevän suhtautumisen kuluttajahuijauksiin. Kuluttajan oikeuksien puolustaminen ja tapahtuman selvittäminen saattaa aiheuttaa siinä määrin vaivaa, että pienen rahasumman maksaminen on kuluttajalle helpompi vaihtoehto. Tämä antaa kuluttajille ja huijareille väärän signaalin rahallisesti vähäarvoisten huijausten ”hyväksyttävyydestä”. Kuluttaja-asiamies pyrkii huijausten vastaisella toiminnallaan ehkäisemään tällaisen tulkinna muodostumista.

Huijaukset eivät ole vain ovelta ovelle kuljeskelevan kotimyyjän ”yksityisyritteliäisyyttä”, vaan suurimitaisten huijausyriyten takana on usein kansainvälinen järjestäytynyt rikollisuus. Siinä missä huijausten tekemuodot ovat monimuotoisia, myös tekijät muodostavat monenkirjavan joukon. Huijaukset on ensisijaisesti pyrittävä välttämään etukäteen, koska jälkikäteen kadonneiden rahojen jäljittäminen voi osoittautua ylivoimaiseksi. Ulkomailta toteutetuissa huijauksissa kuluttajaviranomaisten ja poliisin toimintamahdollisuudet ovat vähäiset. Tapausten selvittäminen ja menetettyjen rahojen takaisin saaminen on vaikeaa, koska viranomaisilla ei ole toimivaltuuksia Suomen rajojen ulkopuolella. Kuluttajien asenteet ja toiminta ovat ratkaisevassa asemassa huijausten torjumisessa, sillä huijauksen kohteeksi joutuneiden henkilöiden tulisi ilmoittaa asiasta viranomaisille, jotta nämä voisivat ryhtyä mahdollisiin toimenpiteisiin. Kansainvälisten kokemusten perusteella keskitetty ilmoitusjärjestelmä helpottaisi huijauksista viranomaisille ilmoittamista, sillä kuluttajan ei tarvitse tietää viranomaisten toimivaltajakoja. Huijauksista ilmoittamisessa kuluttajien aktiivisuus parantaa ilmiön laajuuden hahmottamista, mikä vaikuttaa huijausten selvittämiseen kohdennettaviin resursseihin.

Kuluttajahuijaukset ovat monesti luonteeltaan poikkihallinnollisia. Huijarit pyrkivät näin vaikeuttamaan tapahtumien selvittämistä ja kiinnijäämistään. Eri huijaustyypeissä on viranomaisnäkökulmasta eri vastuutahot ja keinot niiden torjumiseksi. Huijausten menestyksekkäät torjuntakeinot edellyttävät tekniikan ja huijausmenetelmien kehityksestä usein jälkeen jäänyttä lainsäädäntöä nopeampia keinoja, kuten välitöntä kuluttajiin kohdistuvaa tiedotusta hyödykemarkkinoilla ilmenevistä huijareista. Huijausten tehokkaimpia torjuntakeinoja on estää huijareita saamasta tavoittelemiaan rahoja. Kuluttajaviranomaisten toimintaprosessia voidaan parantaa, jotta huijauksia kyetään torjumaan entistä tehokkaammin. Kuluttajiin kohdistuvia huijausten torjuntakeinoja voidaan toteuttaa kansallisesti, kun taas huijareihin kohdistuvat keinot saattavat edellyttää kansainvälistä yhteistyötä.

Huijauksiin puuttuminen edellyttää viranomaisilta ja palvelujen tarjoajilta tulevien riskien ennakoimista ja monialaista yhteistyötä. Kansallisen tason yhteistyö ei riitä, vaan huijausten muuttuessa entistä kansainvälisemmiksi on viranomaisten kansainvälinen yhteistyö kaikilla tasoilla tärkeää. Yhteistyön rinnalla huijausten

torjumisessa tarvitaan uudenlaisia lähestymistapoja. Selvityksessä on tältä osin nostettu esiin käyttäytymisloustieteen mahdollisuudet, sillä huijausten vastaisessa toiminnassa voidaan hyödyntää psykologisia keinoja. Myöskään uudenlaisen kokeilukulttuurin antamia mahdollisuuksia ei tule jättää huomiotta.

Uudet kuluttajasukupolvet saattavat parantaa suomalaisten kuluttajien asemaa mahdollisina huijausten uhreina. Koulujen kuluttajakasvatuksessa digitaalisen lukutaidon osa-alueena on huijausten tunnistaminen. Voidaan olettaa, että suuri osa diginatiiveista kykenee tunnistamaan huijaukset nykyisiä kuluttajasukupolvia paremmin varsinkin, kun opetuksessa painotetaan pelkän tiedon hankkimisen rinnalla sen soveltamista. Heikkojen kuluttajien asemaa kuluttajakasvatus ei paranna, vaan siihen tarvitaan erityistä huomiota jatkossakin. Huijausten torjumisessa pitää olla realistinen ja huomioida, että myös tulevaisuuden huijarit ovat diginatiiveja. Suomalaisten kuluttajien tietotaidon parantuminen saattaa johtaa huijausten kohderyhmien muuttumiseen ja suuntautumiseen matalamman osaamistason kehittyviin maihin huijareiden etsiessä helpompia kohteita.

Huijausten torjuminen luo kysyntää uusille innovaatioille, joita on syntynyt yksityishenkilöiden tietoturvan suojaamiseen. mySafety:n ID-turvalla kansalainen saa tiedon häneen kohdistuvista luottotietokyselyistä, joita on tehty Suomen Asiakastieto Oy:n luottotietorekisteriin. Väärinkäyttötilanteissa henkilö saa tuki- ja selvityspalvelua sekä vahingonkorvausta aina 10 000 euroon asti. Suomen Asiakastieto tarjoaa kansalaiselle mahdollisuuden Oma luottokiello -turvamerkinnän hankkimiseen. Lisäksi perinteisenä vakuutusyhtiönä Aktia Pankki myy laajaan kotivakuutukseen kuuluvana vakuutusta identiteettivarkauksien varalle. Voidaan pohtia, missä määrin mainitut innovaatiot ovat ratkaisu huijausten torjuntaan. Vakuutuksilla ei puututa ongelmien aiheuttajaan, vaan seuraamuksia hoitamalla lähinnä rahastetaan kuluttajia. Vakuutukset luovat kyseenalaista turvallisuudentunnetta ja kuvaa riskien hinnoiteltavuudesta, vaikka tietoturvaan kohdistuvien huijausten kokonaisuuraamusten arviointi on vaikeaa. Vakuutukset saattavat niin ikään johtaa kuluttajan varomattomaan käyttäytymiseen ja näin lisätä huijauksille otollisia olosuhteita.

Kuten myös asiantuntijahaastatteluissa pohdittiin, huijausten torjumisessa mielenkiintoinen kysymys on, miten huijareiden innovatiivisuus voidaan muuttaa rehelliseksi elinkeinonharjoittamiseksi. Huijaamista lähestytään yleensä helpon rahan tavoittelun näkökulmasta, mutta lisääkö liiallinen sääntely huijauksia sen vuoksi, että rehellisestä yrittämisestä on tehty liian byrokraattista. Vielä mielenkiintoisempi on kysymys, miten yhteiskunnalliset ja poliittiset päättäjät saadaan kiinnostumaan huijausten vastaisesta toiminnasta. Huijaukset ovat muuttuneet arkipäiväiseksi ilmiöksi, minkä seuraamukset näkyvät nousseina hintoina, kuluttajien epävarmuutena ja vaikutuksina hyödykemarkkinoilla. Kansainvälisten tutkimusten mukaan huijauksista aiheutuu kuluttajille ja yhteiskunnalle miljardien eurojen vuosittaiset taloudelliset menetykset. Poliittisessa ja yhteiskunnallisessa päätöksenteossa huijaukset ovat väliinputoajia, eikä niiden arkipäiväistymistä tai seuraamuksia huomioida julkisessa keskustelussa. Keinoa kiinnostuksen herättämiseen voidaan etsiä niistä kielteisistä vaikutuksista, joita huijaukset aiheuttavat palveluiden ja yhteiskunnallisten toimintojen digitalisoitumiselle.

LÄHTEET

Virallislähteet

Arpajaislaki 1047/2001.

Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus 2006/2004 kuluttajansuojalainsäädännön täytäntöönpanosta vastaavien kansallisten viranomaisten yhteistyöstä.

Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2005/29/EY sopimattomista elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisistä kaupallisista menettelyistä sisämarkkinoilla ja neuvoston direktiivin 84/450/ETY, Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivien 97/7/EY, 98/27/EY ja 2002/65/EY sekä Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EY) N:o 2006/2004 muuttamisesta.

Hallintolaki 434/2003.

HE 66/1988 vp. Hallituksen esitys eduskunnalle rikoslainsäädännön kokonaisuudistuksen ensimmäisen vaiheen käsitteväksi rikoslain ja eräiden muiden lakien muutoksiksi.

HE 154/2006 vp. Hallituksen esitys eduskunnalle ryhmäkannelaiksi ja laiksi Kuluttajavirastosta annetun lain muuttamisesta.

HE 232/2014 vp. Hallituksen esitys eduskunnalle laiksi rikoslain eräiden tietoverkkorikoksia koskevien säännösten muuttamisesta ja eräksi siihen liittyviksi laeiksi.

Kuluttajansuojalaki 38/1978.

Laki Harmaan talouden selvitysyksiköstä 1207/2010.

Laki Kilpailu- ja kuluttajavirastosta 661/2012.

Laki saatavien perinnästä 513/1999.

Pakkokeinolaki 806/2011.

Rahankeräyslaki 255/2006.

Rikoslaki 39/1889.

Kirjalliset lähteet

Aaltonen, Mikko & Salmi, Venla & Danielsson, Petri (2014) Omaisuusrikokset. Teoksessa Rikollisuustilanne 2013. Rikollisuus ja seuraamusjärjestelmä tilastojen valossa. Oikeuspoliittisen tutkimuslaitoksen tutkimuksia 266. Helsinki.

Aaltonen, Mikko & Salmi, Venla & Danielsson, Petri & Suonpää, Karoliina (2015) Omaisuusrikokset. Teoksessa Rikollisuustilanne 2014. Rikollisuuskehitys tilastojen ja tutkimusten valossa. Kriminologian ja oikeuspolitiikan instituutti. Katsauksia 4/2015. Helsinki.

Aktia pankki (2014) Tutkimus: Henkilötietoja varjellaan huonosti. Lehdistötiedote 9.5.2014. Saatavilla: <https://globenewswire.com/news-release/2014/05/09/634913/0/fi/Tutkimus-Henkil%C3%B6tietoja-varjellaan-huonosti.html>. Viitattu 19.10.2015.

Australian Competition and Consumer Commission (2014) Targeting scams. Report of the ACCC on scams activity 2013. ACCC Report. Canberra. Saatavilla: <https://www.accc.gov.au/system/files/Targeting%20Scams%202013.pdf>. Viitattu 10.9.2015.

British Columbia Securities Commission (2015) British Columbia Investment Fraud Vulnerability Insights. Saatavilla: <https://www.investright.org/uploadedFiles/news/research/2015BCVulnerability.pdf>. Viitattu 24.11.2015.

Button, Mark & Lewis, Chris & Tapley, Jacki (2009) Fraud typologies and victims of fraud. Literature review. National Fraud Authority. London. Saatavilla: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/118469/fraud-typologies.pdf. Viitattu 14.9.2015.

Button, Mark & McNaughton Nicholls, Carol & Kerr, Jane & Owen, Rachel (2015) Online Fraud victims in England and Wales: Victim's Views on Sentencing and the Opportunity for Restorative Justice. The Howard Journal 54(2): 193–211.

Choplin, Jessica M. & Pogrud Stark, Debra & Ahmad, Jasmine N. (2011) A Psychological Investigation of Consumer Vulnerability to Fraud: Legal and Policy Implication. Law & Psychology Review 35: 61–108.

CyberEdge Group (2015) 2015 Cyberthreat defense report – North America & Europe. Saatavilla: <http://www.brightcloud.com/pdf/cyberedge-2015-cdr-report.pdf>. Viitattu 14.10.2015.

Danielsson, Petri & Salmi, Venla (2015) Suomalaiset väkivallan ja omaisuusrikosten kohteena 2014 – kansallisen rikosuhritutkimuksen tuloksia. Katsauksia 3/2015. Kriminologian ja oikeuspolitiikan instituutti. Helsinki.

- Deevey, Martha & Beals, Michaela (2013) The scope of the problem. An overview of fraud prevalence measurement. Financial Fraud Research center. Stanford. Saatavilla: http://fraudresearchcenter.org/wp-content/uploads/2013/11/Scope-of-the-Problem-FINAL_corrected2.pdf Viitattu 16.9.2015.
- Deevey, Martha & Lucich, Shoshana & Beals, Michaela (2012) Scams, schemes & swindles. A review of consumer financial fraud research. Financial Fraud research Center. Stanford. Saatavilla: <http://fraudresearchcenter.org/wp-content/uploads/2012/11/Scams-Schemes-Swindles-FINAL-On-Website.pdf>. Viitattu 16.9.2015.
- Detotto, Claudio & Otranto, Edoardo (2010). Does Crime Affect Economic Growth? *Kyklos* 63 (2010), 330–345.
- Ecommerce Europe (2013) Europe B2C Ecommerce Report 2013. Saatavilla: http://www.retailexcellence.ie/images/uploads/downloads/members_resources/Europe_B2C_Ecommerce_Report_2013_-_August.pdf. Viitattu 11.9.2015.
- European Commission (2011) Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection. Flash Eurobarometer 299. Saatavilla: http://ec.europa.eu/consumers/archive/consumer_research/editions/docsconsumer_eurobarometer_2011_en.pdf. Viitattu 11.9.2015.
- European Consumer Centres Network (2014) Fraud in cross-border e-commerce. Saatavilla: http://ec.europa.eu/dgs/health_food-safety/docs/news_20131206_ecc-report-cross-border-e-commerce_en.pdf. Viitattu 11.9.2015.
- Europol (2014) The Internet Organised Crime Threat Assessment (iOCTA). Saatavilla: <https://www.europol.europa.eu/content/internet-organised-crime-threat-assessment-iocta>. Viitattu 19.8.2015.
- FINRA (2013) Financial Fraud and Fraud Susceptibility in the United States. Research Report from a 2012 National Survey. Saatavilla: http://www.finrafoundation.org/web/groups/sai/@sai/documents/sai_original_content/p337731.pdf. Viitattu 24.11.2015.
- Heikkinen, Päivi & Iivarinen, Timo (2011) Ensuring trust in electronic payment media. *Journal of Payments Strategy & Systems* 5(2): 161–168.
- Helberger, Natali (2013) Forms Matter: Informing consumers effectively. Saatavilla: http://www.beuc.eu/publications/x2013_089_upa_form_matters_september_2013.pdf. Viitattu 7.12.2015.
- Hidén, Tuomas & Sainio, Vesa (2014) Vastuu maksukortin oikeudettomasta käytöstä – Ratkaisukäytäntöä pankin ja asiakkaan välisestä vastuunjaosta. Saatavilla: <https://www.fine.fi/media/julkaisut-2014/vastuu-maksukortin-oikeudettomasta-kaytosta-2014.pdf>. Viitattu 8.1.2016.
- Inscoc, Shirley (2014a) Global Consumers: Concerned and Willing to Engage in the Battle Against Fraud. Aite. Boston. Saatavilla: <http://www.aciworldwide.com/-/media/files/collateral/part-ii-global-consumers-concerned-and-willing-to-engage-report-aci.ashx> Viitattu 15.9.2015.
- Inscoc, Shirley W. (2014b) Global Consumers: Losing Confidence in the Battle Against Fraud. Aite. Boston. Saatavilla: <http://www.aciworldwide.com/-/media/files/collateral/global-consumers-losing-confidence-in-the-battle-against-fraud-report>. Viitattu 15.9.2015.
- Keskusrikospoliisi (2011) Yrityksiin kohdistuvan ja niitä hyödyntävän rikollisuuden tilannekuva. Syksy 2011. Saatavilla: https://www.intermin.fi/download/32040_Yrityksiin_kohdistuvan_rikollisuuden_tilannekuva_syksy_2011_20111018_2_.pdf. Viitattu 26.10.2015.
- Keskusrikospoliisi (2012) Rahanpesun selvittelykeskuksen vuosikertomus 2012. Saatavilla: https://www.poliisi.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/intermin/embeds/poliisiwwwstructure/26360_Rahanpesun_selvittelykeskuksen_vuosikertomus_2012.pdf. Viitattu 26.10.2015.
- Keskusrikospoliisi (2014) Rahanpesun selvittelykeskuksen vuosikertomus 2014. Saatavilla: http://poliisi.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/intermin/embeds/poliisiwwwstructure/28746_Rahanpesun_selvittelykeskuksen_vuosikertomus_2014.pdf. Viitattu 26.10.2015.
- Kilpailu- ja kuluttajavirasto (2015) Kilpailu- ja kuluttajaviraston tilinpäätös 2014. Saatavilla: <http://www.kkv.fi/globalassets/kkv-suomi/tietoa-kkvsta/toiminnan-suunnittelu-ja-seuranta/kkv-tilinpaatos-2014.pdf>. Viitattu 17.9.2015.
- Kovach, Gerard L. (2008) Fighting Fraud. How to Establish and Manage an Anti-Fraud program. Elsevier Academic press. San Diego.
- Langenderfer, Jeff & Shimp, Terence A. (2001) Consumer vulnerability to scams, swindles, and fraud: A new theory of visceral influences on persuasion. *Psychology and Marketing* 18(7):763–783.
- Lappi-Seppälä, Tapio & Niemi, Hannu & Hinkkanen, Ville (2014) Rikosten viranomaiskäsitely ja rikosprosessin kesto. Teoksessa Rikollisuustilanne 2013. Rikollisuus ja seuraamusjärjestelmä tilastojen valossa. Oikeuspoliittisen tutkimuslaitoksen tutkimuksia 266. Helsinki.
- Levi, Michael (2008) Organized fraud and organizing frauds: Unpacking research on networks and organization. *Criminology & Criminal Justice* 8(4): 389–419.

- McAfee (2013) The Economic Impact of Cybercrime and Cyber Espionage. Center for Strategic and International Studies. July 2013. Saatavilla: <http://www.mcafee.com/mx/resources/reports/rp-economic-impact-cybercrime.pdf>. Viitattu 11.9.2015.
- Määttä, Kalle (2013) Kilpailupolitiikan ja kuluttajapolitiikan yhtymäkohdat: Onko niitä? Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 4/2013. Helsinki.
- National Fraud Authority (2011) Fighting Fraud Together. The strategic plan to reduce fraud. October 2011. Saatavilla: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/118501/fighting-fraud-together.pdf. Viitattu 15.9.2015.
- National Trading Standards (2015) Consumer harm report 2014–2015. October 2015. Saatavilla: http://www.nationaltradingstandards.uk/site_assets/files/National%20Trading%20Standards%20Consumer%20Harm%20Report%202014-15.pdf. Viitattu 9.11.2015.
- OECD (2003) Recommendation of the Council concerning Guidelines for Protecting Consumers from Fraudulent and Deceptive Commercial Practices across Borders. Saatavilla: <http://acts.oecd.org/Instruments/ShowInstrumentView.aspx?InstrumentID=184&InstrumentPID=180&Lang=en&Book=>. Viitattu 24.11.2015.
- OECD (2006) Report on the Implementation of the 2003 OECD Guidelines for Protecting Consumers from Fraudulent and Deceptive Commercial Practices Across Borders. Saatavilla: <http://www.oecd.org/sti/ieconomy/37125909.pdf>. Viitattu 24.11.2015.
- OECD (2007) OECD Recommendation on Consumer Dispute Resolution and Redress. Saatavilla: <http://www.oecd.org/sti/consumer/38960101.pdf>. Viitattu 24.11.2015.
- OECD (2010) Consumer Policy Toolkit. Saatavilla: http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/governance/consumer-policy-toolkit_9789264079663-en#page1. Viitattu 24.11.2015.
- OECD (2014) OECD Recommendation on Consumer Policy Decision Making. Saatavilla: <http://www.oecd.org/sti/consumer/Toolkit-recommendation-booklet.pdf>. Viitattu 25.11.2015.
- Oikeusministeriö (2015) Kuluttajansuojaviranomaisten toimivaltuudet. Oikeusministeriö. Mietintöjä ja lausuntoja 11/2015. Helsinki.
- Peltomäki, Juha & Norppa, Kati (2015) Rikos meni verkkoon: Näkökulmia kyberrikollisuuteen ja verkkoturvallisuuteen. Talentum. Helsinki.
- Peltonen, Anja (2011) Kunnioita asiakasta, lisää luottamusta. Lakimiesliiton kustannus. Helsinki.
- Riva, Katja & Valve, Teija (2015) Henkilötietojen käsittely ja identiteettivarkaus. Lapin ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Rovaniemi.
- Samson, Alain ed. (2015) The Behavioral Economics Guide 2015. Saatavilla: <http://www.behavioraleconomics.com/BEGuide2015.pdf>. Viitattu 7.1.2016.
- Scheibe, Susanne & Notthoff, Nanna & Menkin, Josephine & Ross, Lee & Shadel, Doug & Deevy, Martha & Carstensen, Laura L. (2014) Forewarning Reduces Fraud Susceptibility in Vulnerable Consumers. *Basic and Applied Social Psychology* 36(3): 272–279.
- Segal, Lydia & Ngugi, Benjamin & Mana, Jafar (2011) Credit card fraud: a new perspective on tackling an intransigent problem. *Fordham Journal of Corporate & Financial Law* 16(4): 743–781.
- Shadel, Doug & Pak, Karla & Sauer, Jennifer H. (2014) Caught in the Scammer's Net: Risk Factors That May Lead to Becoming an Internet Fraud Victim. AARP Survey of American Adults Age 18 and Older. Saatavilla: http://www.aarp.org/content/dam/aarp/research/surveys_statistics/econ/2014/Caught-In-The-Scammer%E2%80%99s-Net-Risk-Factors-That-May-Lead-to-Becoming-an-Internet-Fraud-Victim-AARP-Survey%20-of-American-Adults-Age-18-and-Older-AARP-res-econ.pdf. Viitattu 24.11.2015.
- Soikkanen, Marko & Söderholm, Kimi (2013) Pyramidihuijaukset – Mitä ne ovat ja kuka niihin lankeaa? Laurea ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Espoo.
- Suurla, Jari (2014) Muistio kuluttajien taloudellisen aseman turvaamisesta huijaustilanteissa. Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Helsinki.
- Valtioneuvosto (2013) Suomen kyberturvallisuusstrategia. Valtioneuvoston periaatepäätös 24.1.2013. Saatavilla: <http://www.yhteiskunnanturvallisuus.fi/fi/materiaalit>. Viitattu 7.12.2015.

Asiantuntijahaastattelut

Jari Suurla, lakimies, Kilpailu- ja kuluttajavirasto 23.9.2015

Janne Kivivuori, tutkimusjohtaja, Kriminologian ja oikeuspolitiikan instituutti 24.9.2015

Hannu Niemi, suunnittelija, Kriminologian ja oikeuspolitiikan instituutti 24.9.2015

Petri Danielsson, suunnittelija, Kriminologian ja oikeuspolitiikan instituutti 24.9.2015

Päivi Korpiola, varapuheenjohtaja, Kuluttajariitalautakunta 8.10.2015

Veli-Matti Mäki-Fränti, ylitarkastaja, Kuluttajariitalautakunta 8.10.2015

Anna-Liisa Ahlroth, ylitarkastaja, Kuluttajariitalautakunta 8.10.2015

Timo Maso, ylitarkastaja, Kuluttajariitalautakunta 8.10.2015

Jyrki Ulkkonen, esittelijä, Kuluttajariitalautakunta 8.10.2015

Harri Hirvi, lakimies, Finanssivalvonta 15.10.2015

Riikka Poimula, raportointiasiantuntija, Finanssivalvonta 15.10.2015

Pekka Laaksonen, johtava asiantuntija, Finanssialan Keskusliitto 20.10.2015

Mika Linna, johtava asiantuntija, Finanssialan Keskusliitto 20.10.2015

Kirsi Klepp, asiantuntija, Finanssialan Keskusliitto 20.10.2015

Vesa Sainio, jaostopäällikkö, Vakuutus- ja rahoitusneuvonta, 22.10.2015

Päivi Seppälä, apulaisjohtaja, Kilpailu- ja kuluttajavirasto 28.10.2015

Riikka Rosendahl, lakimies, Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2.11.2015

Tuula Sario, johtava lakimies, Kuluttajaliitto 4.11.2015

Antti Kiuru, tilannekeskuksen päällikkö, Viestintäviraston Kyberturvallisuuskeskus 9.11.2015

Outi Haunio-Rudanko, apulaisjohtaja, Kilpailu- ja kuluttajavirasto 10.11.2015

Katri Väänänen, lakimies, Kilpailu- ja kuluttajavirasto 11.11.2015

Päivi Hentunen, ylijohdaja ja kuluttaja-asiamies, Kilpailu- ja kuluttajavirasto 16.11.2015

Tommi Reen, poliisitarkastaja, Poliisihallitus 2.12.2015

Timo Piironen, päällikkö, Keskusrikospoliisin Kyberrikostorjuntakeskus 3.12.2015

Leena Lindström, johtaja, Euroopan kuluttajakeskus 9.12.2015

Saija Kivimäki, lakimies, Euroopan kuluttajakeskus 9.12.2015

Hertta Hartikainen, lakimies, Kilpailu- ja kuluttajavirasto 9.12.2015

Kristiina Vainio, lakimies, Kilpailu- ja kuluttajavirasto 9.12.2015

Satu Toepfer, ylitarkastaja, Kilpailu- ja kuluttajavirasto 17.12.2015

