

Huijaukset heikentävät yhteiskunnallista hyvinvointia

HELENA TUORILA

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. Sisäministeriön selvityksen (2017) mukaan tietoverkkorikosten määrät ovat lisääntyneet ja tulevat lisääntymään merkittävästi. Tuottoisin rikollisuus toimii tietoverkossa, ja etenkin poliisin tietoon tullut petosrikollisuus on kasvanut lyhyessä ajassa voimakkaasti. Poliisin tilastoimat petokset ja niiden yritykset ovat kaksinkertaistuneet vuodesta 2010 (20 380 tapausta) vuoteen 2016 (40 416 tapausta) (Tantari & Alanko 2017).

Huijausten lisääntyminen kasvattaa niistä aiheutuvia taloudellisia, sosiaalisia ja yhteiskunnallisia menetyksiä. Huijaukset vaikuttavat yksilötason lisäksi koko suomalaisen yhteiskunnan hyvinvointiin. Huijaukset ovat esillä arkipäiväisessä elämässä ja kaupallisessa kanssakäymisessä monin tavoin, mutta yhteiskunnallisena ilmiönä niihin on kohdistunut vähän tutkimuksellista mielenkiintoa. Kriminologian ja viktimologian näkökulmasta huijaukset ovat aliarvostetussa asemassa verrattuna muihin rikostyyppeihin. Kriminologinen tutkimus on painottunut vakavampiin henki- ja omaisuusrikoksiin, mihin nähden huijausten tutkiminen ei sovi legaaliseen ajatteluun.

Tarkastelen tässä kirjoituksessa Kilpailu- ja kuluttajavirastossa tehtyjen selvitysten (Tuorila & al. 2016; Tuorila 2017) pohjalta huijausten merkitystä suomalaisessa yhteiskunnassa. Lähden liikkeelle siitä, minkälaiset asiat ovat luonteenomaisia, kun puhumme huijauksista markkinailmiönä. Tämän jälkeen kuvaan huijausten kuluttajille, yrityksille

ja yhteiskunnalle aiheuttamia seurauksia sekä kuluttajahuijausten suhdetta harmaaseen talouteen ja talousrikoksiin. Huijauksista keskusteltaessa keskeinen huomio kiinnittyy niiden torjumiseen, mitä tarkastelen eri toimijoiden näkökulmasta. Kirjoituksen lopussa nostan esiin huijauksiin liittyviä yhteiskunnallisia kysymyksiä ja haasteita.

Huijaukset ovat moniulotteinen markkinailmiö

Huijaukselle ei ole yhtä kansallisesti tai kansainvälisesti hyväksyttyä määritelmää, eikä legaalimääritelmää, sillä se on yleiskieleen kuuluva käsite. Kirjallisuudesta löytyy kuitenkin yleisiä huijausten määritelmiä. Gerard L Kovacich (2008) määrittelee huijauksen teoksi, jonka tarkoituksena on vääristellä totuutta tai kätkeä tietoja ja näin vahingoittaa toista osapuolta. Suomalaiset viranomaiset määrittelevät huijaukset toimivaltuuksiensa näkökulmasta. Kuluttajaviranomaisten määritelmässä painottuu kuluttajansuojalainsäädäntö ja poliisiviranomaisten määritelmässä rikoslainsäädäntö. Kuluttajat määrittelevät yleisluontoisesti huijaukseksi tilanteen, johon kohdistuvat odotukset eivät täyty, eikä kuluttaja saa tuotetta tai palvelua, jonka on olettanut saavansa. Kuluttajien näkemys huijauksesta ulottuu helposti lainsäädännön ulkopuolelle. Riittämättömän tiedon saaminen palvelun sopimusehdoista saatetaan tulkita huijaukseksi, vaikka tilanteessa on enemmän kyse huonosta asiakaspalvelusta. (Tuorila & al. 2016).

Yleisten määritelmien lisäksi yksittäisille huijaustyypeille voidaan luoda omat määritelmänsä, jotka havainnollistavat kyseisen huijauksen erityis-

piirteitä. Esimerkiksi Kilpailu- ja kuluttajaviraston internetsivuilla kuvataan lukuisa joukko huijausten tekotapoja. Huijausten määrittelemisen monialaisuus sekä puhekielessä ja lainsäädännössä käytetyt erilaiset käsitteet vaikeuttavat ilmiön tarkastelemista.

Huijausten kompleksinen luonne ruokkii itse itseään. Käsitteellisten näkökulmaerojen lisäksi huijauksiin on vaikea tarttua, koska huijaukset kuuluvat piilorikollisuuteen. Suurin osa huijauksista ei tule sen enempää kuluttaja- kuin poliisiviranomaisten tietoon, minkä vuoksi huijausten kokonaismäärän arviointi on vaikeaa. Millään viranomaisella ei Suomessa ole kokonaisnäkemystä huijausten laadusta ja määrästä, sillä viranomaiset käsittelevät huijauksia omasta näkökulmastaan. Tilastokeskuksen ja poliisin tilastoissa keskitytään rikoslain mukaisten petosrikosten tilastointiin. Kuluttajaviranomaisten tilastoinneissa painottuvat kuluttajansuojalainsäädännön vastaiset teot. Viestintä ja finanssialan viranomaiset tarkastelevat huijauksia niin ikään omista näkökulmistaan.

Huijaukset ovat entistä enemmän globalisaation tuotos. Tilausansat, nigerialaiskirjeet, valelaskut sekä lukuisat muut huijaustyyppit ovat tuttuja eri puolilla maailmaa asuville ihmisille. Huijarit puolestaan saattavat harjoittaa tuottoisia liiketoimiaan eri puolilla maailmaa useissa maissa. Huijausten tekijät ovat tuotteistaneet eri huijaustyyppit helposti uusiin olosuhteisiin muokattaviksi tuotteiksi. Suomen kieli suojelee jossain määrin suomalaisia kuluttajia, mutta entistä useampi asioi ulkomaisilla verkkosivuilla, jolloin kieli ei enää suojele. Toisaalta huijaukset ovat entistä enemmän kansainvälisen ammattirikollisuuden toimialaa, jolloin huijaussivustojen kääntäminen eri kielille on ainoastaan hidaste uudelle ansaintatavalle.

Huijaukset ja huijarit muuttavat nopeasti muotoaan kiinnijäämisriskin lisääntymisen perusteella. Yksittäisen huijauksen ominaisuuksia saatetaan muuttella huijauksen kohteeksi joutuneilta saadun kielteisen palautteen perusteella siten, että epärehellistä toimintaa voidaan jatkaa. Samasta syystä huijarit muuttavat yritystensä tietoja.

Huijausten onnistumista lisää psykologisten keinojen tehokas hyödyntäminen kanssakäymisessä. Tietyt käyttäytymismallit johtavat siihen, etteivät kuluttajat kykene harkitsemaan rationaalisesti toimintaansa. Huijarit tuntevat nämä käyttäytymistaloustieteestä selviävät tekijät, minkä vuoksi huijauksiin lankeavia ei voida pitää tyhminä, heikkoina tai haavoittuvina kuluttajina. Huijatuksi tu-

lemisessa on enemmänkin kysymys systemaattisista virhearvioinneista. (Peltonen 2011.)

Huijatuksi tulemiseen vaikuttavat yksilölliset tekijät, mutta huijauksen uhreista voidaan nostaa esiin ikääntyvät henkilöt. Kilpailu- ja kuluttajaviraston verkkosivujen tietopaketin mukaan ikääntyvillä henkilöillä on erityinen riski joutua huijauksen kohteeksi, koska mahdollisen toimintakykyä alentavan sairauden vuoksi he voivat olla alttiita vaikuttamiselle (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2014). Entistä useammalla ikääntyvällä on muistisairaus, mikä edistää heidän uhriutumistaan. Tällaisessa tilanteessa ikääntyvän henkilön omaisten ja kotihoidon rooli korostuu huijausten tunnistamisessa. Voidaan myös pohtia muiden tahojen hyödyntämistä huijauksen uhrien havaitsemisessa. Isossa-Britanniassa postinjakajia on koulutettu tunnistamaan huijauksen kohteeksi joutuneita ikääntyviä henkilöitä, sillä heihin on kohdistunut runsaasti postin välityksellä toteutettuja huijauksia (National Trading Standards 2015).

Huijaukset aiheuttavat seurauksia kuluttajille, yrityksille ja yhteiskunnalle

Huijauksista aiheutuvat vahingot voidaan jakaa taloudellisiin, ei-taloudellisiin sekä kansantaloudellisiin ja yhteiskunnallisiin menetyksiin. Huijausten aiheuttamat taloudelliset menetykset saavat eniten huomiota, vaikka ne muodostavat ainoastaan yhden ulottuvuuden huijauksista aiheutuvissa menetyksissä. Huijauksen uhreille aiheutuu usein merkittäviä seurauksia, 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. Huijauksista aiheutuvien yksilökohtaisten menetysten arvottaminen on ongelmallista, sillä vähäiseksi katsottavasta rahallisesta menetyksestä saattaa seurata merkittäviä psykologisia seuraamuksia, kuten luottamuspula kanssaihmiin ja huijauksen kohteena olevaan toimintaympäristöön. Niin ikään huijauksesta aiheutuneiden vahinkojen selvittämiseen kuluu vaihteleva määrä aikaa, minkä arvon määrittäminen on yksilökohtaista. (Button & al. 2015.)

Yksilöön kohdistuvien vaikutusten rinnalla huijauksista aiheutuu laajakantoisempia seurauksia yksilötason vaikutusten kertautuessa. Kulutta-

jille 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. Huijausten uhrien ostokyky on pahimmillaan heikentynyt, jos he ovat menettäneet rahansa huijareille. Huijauksen kohteeksi joutuminen saattaa heikentää luottamusta rehellisesti toimiviin yrityksiin ja yhteiskunnallisiin instituutioihin, sillä huijarit käyttävät usein tällaisten tahojen imagoa hyväksien. Euroopan komission teettämän tutkimuksen mukaan 62 prosenttia kuluttajista, jotka eivät olleet tehneet ostoksia rajat ylittävässä verkkokaupassa, katsoi pelon huijatuksi tulemisesta olevan este ostosten tekemiselle (European Commission 2011). Yhteiskunnallisesta näkökulmasta huijauksesta aiheutuviin seuraamuksiin voidaan laskea viranomaisten toiminnasta aiheutuvat kustannukset huijausten vastaisessa toiminnassa.

Huijausten kansantaloudellisista vaikutuksista voidaan esittää suuntaa antavia arvioita. Ensinnäkin tyypilliset kuluttajat ovat riskinkaihtajia, ja jos markkinoilla ilmenee huijauksia, tämä vahvistaa heidän riskinkaihtajuuttaan. Tämä voi ilmetä pidättyvyytenä verkkokaupassa. Toiseksi huijaukset lisäävät transaktiokustannuksia huijauksille alttiissa liiketoiminnassa. 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.

Kuluttajahuijaukset liittyvät 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. Kun yritystoiminnassa esiin-

tyy kuluttajan oikeuksia loukkaavaa toimintaa, on oletettavaa, että yrittäjä syyllistyy myös muihin rikoksiin, kuten verojen maksun laiminlyönteihin.

Muutaman vuoden takaisessa harmaan talouden torjuntaa koskeneessa tiedotuskampanjassa nostettiin esiin nettihuijaukset. Kampanjan sivusto www.mustatulevaisuus.fi toimii edelleen, mutta sen tarjoama tieto on jäänyt esimerkiksi huijausten vastaisesta toiminnasta. Vaikka nettihuijauksissa on yksittäisissä tapauksissa usein kysymys kohtuullisen pienistä summista, huijausten taustalla on yhä useammin 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. Huijauksista saatavia varoja voidaan ylipäätään käyttää muiden rikollisten aktiviteettien, kuten huume- ja ihmiskaupan sekä terrorismin, rahoittamiseen.

Kuluttajamarkkinoilla on yrityksiä, jotka eivät hoida kuluttajansuojalainsäädännön mukaan niille kuuluvia velvoitteita. Osalla yrityksistä tavoitteena on taloudellisen hyödyn hankkiminen nopeasti ja lainvastaisesti. Kuluttajat voivat saada perusteettomia laskuja, sopimuksen mukaan ei toimita tai kuluttajat houkutellessaan sopimukseen harhaanjohtavin tiedoin (esim. rahankeräykset, pyramidimarkkinointi, sijoitushuijaukset, valelaskut ja erilaiset ihmetuotteet). Huijarit ovat usein ammattilaisia, 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 jättävät hoitamatta yleensä myös muut velvoitteensa. 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 (Suurla 2014). Kun kuluttajavahingot kohdistuvat suureen määrään kuluttajia ja yksittäisen kuluttajan menetys on vähäinen, ei huijausyritysten toiminta aina joudu tarkemman selvittelyn kohteeksi kuluttajansuojasäännösten tai rikoslain nojalla.

Huijausten torjuminen on yhteiskunnallisten toimijoiden yhteinen tehtävä

Huijauksille on luonteenomaista poikkihallinnollisuus, sillä niihin sisältyy useita viranomaisia koskevia piirteitä. Viranomaisten välinen kansallinen ja kansainvälinen yhteistyö on keskeisessä asemassa huijausten torjunnassa. Huijausten torjunnan tehokkuudelle on tärkeää, että viranomaiset reagoivat huijauksiin mahdollisimman aikaisessa vaiheessa, jotta huijausten uhreiksi joutuvien henkilöiden määrään ja heille aiheutuviin seurauksiin voidaan vaikuttaa. Huijauksista tiedottaminen on valvovien viranomaisten tärkeä tehtävä. Viranomaiset joutuvat kuitenkin kuluttajille suunnattavassa tiedotuksessa pitäytymään elinkeinonharjoittajaan kohdistuvien epäselvyyksien julkistumisesta sen sijaan, että voisivat luonneta tekoa rikokseksi. Huijaaminen on juridisesti arka aihe siinä mielessä, ettei elinkeinonharjoittajaa voi leimata huijariksi ilman selvää näyttöä. Muutoin elinkeinonharjoittaja voi kohdistaa vahingonkorvausvaatimuksia perusteettomien väitteiden esittäjään.

Kuluttajat vaikuttavat toimintatavoillaan ratkaisevasti huijareiden toimintamahdollisuuksiin. Kuluttajien käytössä on kaksi tärkeää huijausten vastaista toimintamallia. Kuluttajat voivat ensinnäkin vaikeuttaa huijareiden toimintaa taloudellisesti, sillä tehokkain keino puuttua huijareiden toimintaan on estää näitä saamasta tavoittelemiaan voittoja. Tunnistaessaan huijauksen kuluttajan tulee reklamoida asiasta huijariyritykselle ja kieltäytyä maksamasta perusteetonta laskua.

Toiseksi kuluttajat voivat parantaa viranomaisten toimintamahdollisuuksia ilmoittamalla huijauksista viranomaisille. Mitä nopeammin viranomaiset saavat tietoa huijauksista, sitä paremmat mahdollisuudet niillä on ryhtyä toimenpiteisiin kuluttajien etujen turvaamiseksi. Huijauksista ilmoittaminen on tärkeää myös siksi, että viranomaisille muodostuu käsitys huijaustyyppien määrästä ja yleisyydestä. Käytännössä ilmoittamista vaikeuttaa se, etteivät kuluttajat välttämättä tiedä, minkä viranomaisen puoleen kulloinkin kannattaa kääntyä. Suomessa ei ole Englannin Actin Fraud -palvelun kaltaista keskitettyä mahdollisuutta ilmoittaa huijauksesta viranomaiselle (Tuorila & al. 2016).

Huijarin ja uhrin väliseen suhteeseen kytkeytyy erilaisia palveluntuottajia, joilla on edellytyk-

set puuttua huijauksiin. Tällaisista palveluntuottajista voidaan nostaa esiin pankit, luottokorttiyhtiöt ja teleoperaattorit. Nämä ovat pankki- ja teletoimialoja säätelevän lainsäädännön perusteella vastuussa asiakkailtaan tehdyistä perusteettomista veloituksista. Palveluntuottajien tehtävänä on myös tiedottaa kuluttajille kulloinkin ajankohtaisista huijauksista ja siitä, miten niiltä voi välttyä. Edellä mainittujen palveluntuottajien yhteiskunnallista vastuunkantoa huijausten torjumisessa voidaan kritisoida siitä, ettei asiakkaille tiedoteta aktiivisesti heidän oikeudestaan reklamoida perusteettomista veloituksista myös palveluntarjoajalle varsinaisen huijarin lisäksi.

Huijarit hyödyntävät toiminnassaan monipuolisia uhrien valitsemistekniikoita, rikoksentekestrategioita, kiinnijäämisen välttämiskeinoja ja voittojen turvaamistoimenpiteitä (Button & al. 2009). 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. Yhteistä huijauksissa käytetyille menettelytapoille on, että huijarit ovat löytäneet lainsäädännöstä ne kohdat, jotka antavat mahdollisuuden vilpilliseen toimintaan.

Lainsäädäntö vaikuttaa huijareiden toimintamahdollisuuksiin, mutta se luo myös puitteet rehellisten elinkeinonharjoittajien yritystoiminnalle. Huijareiden ansaitsemismahdollisuuksien vaikeuttaminen lainsäädännön keinoin ei saa hankaloittaa rehellisten elinkeinonharjoittajien toimintaa. Lainsäädännön merkitykseen huijausten torjunnassa vaikuttaa se, että yleisen näkemyksen perusteella pieni osa huijaukseen syllistyneistä henkilöistä jää kiinni ja vielä pienempi osa saa teoistaan rangaistuksen, sillä näyttöön liittyvät ongelmat vaikeuttavat tilannetta. Huijaustapauksessa ei välttämättä saavuteta materiaalista totuutta, kun petollisesti toimiva elinkeinonharjoittaja on alusta saakka suunnitellut toimintansa ajatellen mahdollisia riitatilanteita ja keskittynyt hankkimaan omia väitteitään tukevaa näyttöä.

Lainsäädännön näkökulmasta huijausten torjuntaketjun toisena heikkona lenkinä voidaan pitää syyteharkintaa, jossa syyttäjät päättää syytteen nostamisesta. Syyte on nostettava, kun on olemassa todennäköisiä syitä rikoksesta epäillyn syyllisyyden tueksi. Syyttäjät voi tehdä myös syyttämättä jättämispäätöksen. Tavallisimpia syitä ovat näytön

tai rikoksen vähäisyys, joiden voidaan katsoa toteutuvan usein kuluttajahuijauksissa.

Kolmantena heikkona lenkinä voidaan pitää huijauksen uhrille maksettavia vahingonkorvauksia. Lainsäädäntö mahdollistaa periaatteessa huijauksen uhrille aiheutuneiden taloudellisten vahinkojen korvaamisen, mutta korvauksiin tuomitut henkilöt osoittautuvat monesti maksukyvyttömiksi eikä ulosotto tule kysymykseen. Mahdollisuudet korvausten saamiseen vakuutuksesta tai Valtiokonttorista ovat olemattomat.

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 tehostomina suhteessa huijauksella saatuun hyötyyn. Sen enempää kuluttajansuojakuin rikoslainsäädännön perusteella määrättävillä sanktioilla ei ole pelotevaikutuksia. Sääntelyn tiukentamisen ja lisäämisen vaihtoehtona mahdollisuuksia huijareiden toiminnan rajoittamiseen voidaan etsiä muutoksista, jotka tukevat yritystoiminnan läpinäkyvyyttä ja hyödyttävät kaikkia elinkeinonharjoittajia.

OECD antoi maaliskuussa 2014 suosituksen kuluttaja-asioiden päätöksenteosta (OECD 2014). Suosituksen mukaan käytettävien keinojen valinnassa tulisi huomioida käyttäytymistaloustieteen näkökulma eli se, miten kuluttajia ohjattaisiin tekemään itselleen edullisempia ratkaisuja. Käyttäytymistaloustiede auttaa hahmottamaan kuluttajien käyttäytymistä huijaustilanteissa, minä vuoksi siitä voidaan etsiä keinoja, joilla huijauksia kyetään estämään lainsäädännön keinovälikoimaa tehokkaammin ja yhteiskunnalle aiheutuvien kustannusten näkökulmasta edullisemmin.

Huijaukset nostavat esiin monia yhteiskunnallisia kysymyksiä ja haasteita

Huijareita ja huijauksia on aina ollut ja tulee vastaisuudessa olemaan, sillä epärehelliset ansaintakeinot näyttävät joillekin henkilöille rehellisiä ansaintamahdollisuuksia houkuttelevampina. Voidaan kysyä, edustavatko huijaukset pienempää pahaa verrattuna siihen, että huijarit tekisivät vakavampia talous-, huume- ja väkivaltarikoksia.

Suomalaisessa yhteiskunnassa on omaksuttu laajalti sähköinen asiointi niin julkisissa kuin yk-

sityisissä palveluissa. Palvelujen sähköistyminen ei pelkästään helpota asiointia vaan luo otolliset olosuhteet verkon välityksellä toteutettaville huijauksille. Europolin (2014) raportissa nostetaan esiin verkkorikollisuuden mahdollistajina sosiaalinen media, virtuaalivaluutat, Big Data, IoT, pilvipalvelut ja anonyymit verkkotyökalut, kuten Tor. Näiden internetin laillisten ominaisuuksien hyödyntäminen rikollisessa toiminnassa luo haasteita huijausten torjuntaan. Huijausten torjumiseksi viranomaisilta edellytetään kykyä seurata ja analysoida sähköiseen asiointiin sisältyviä riskejä ja lainvastaisia toimintamalleja. Samaan aikaan tulee kyetä vahvistamaan kuluttajien luottamusta sähköisiin palveluihin.

Sähköisten asioimismuotojen rinnalla myös muut palveluyhteiskunnan edistysaskeleet saattavat edistää huijauksia. Viimeaikaisista uudistuksista voidaan nostaa esiin tammikuussa 2018 kansainvälisesti käyttöön otettu PSD2-maksupalveludirektiivi. Direktiivin myötä ulkopuoliset palveluntarjoajat saavat asiakkaan luvalla pääsyn asiakkaiden tileihin ja maksutapahtumiin. Huijareille uudet toimintatavat näyttävät mahdollisuutena uusien huijausten toteuttamiseen elleivät viranomaiset kykene ennakoimaan riskejä.

Huijauksille otollisten olosuhteiden luomisessa on huolestuttavaa, että taloudellisten ja ajallisten resurssien niukkuuden seurauksena viranomaisten toimintatavat edistävät vähättelevää suhtautumista huijauksiin. Kuluttajan oikeuksien puolustaminen saattaa aiheuttaa siinä määrin vaivaa, että pienen rahasumman maksaminen on kuluttajalle helpompi vaihtoehto ja taloudelliset menetykset hyväksytään oppirahoina. Tämä antaa kuluttajille ja huijareille väärän signaalin huijausten hyväksyttävyydestä. Saattaa olla kaukaa haettu ajatus, mutta taloudellisesti vähäarvoisten huijausten hyväksyminen voi ruokkia eräänlaista epärehellisyuden noidankehää. Huijauksen uhrilla on motivaatio siirtää kärsimänsä vahinko muiden maksettavaksi huijaamalla esimerkiksi veroviranomaisia tai vakuutusyhtiötä.

Huijaukset sallivaa suhtautumista voidaan lähestyä myös siitä näkökulmasta, tulisiko huijauksiin suhtautua eräänlaisena kuluttajaosaamisen kokeena. Edellyttääkö kulutusyhteiskunnassa pärjääminen huijauslukutaitoa kaiken muun osaamisen rinnalla ja pärjäävätkö vain vahvat ja valistuneet kuluttajat? Mutta näin ei ole, sillä aktiivisesti esimerkiksi sähköisiä palveluja käyttävät henkilöt voivat joutua huijauksen kohteeksi siinä missä vä-

hemmän valistuneet. Huijaamisen punainen lanka on erilaisten kuluttajien heikkouksien tunnistaminen ja hyödyntäminen.

Suomalaisen yhteiskunnan näkökulmasta keskeinen huijausten torjunnan haaste on yleinen asennemuutos ja huijausten vastaisen toimintakulttuurin edistäminen. Kyse ei ole pelkästään uhrien aktivoimisesta huijausten torjunnassa, vaan laajemmasta viranomaisiin kohdistuvasta toimintatapojen muutoksesta. Viranomaistoiminnassa ja sidosryhmäyhteistyössä tärkeää olisi laaja-alainen huijausten vastainen yhteistyö. Tällaisia yhteistyömalleja on vaihtelevin tuloksin luotu vuosien mittaan. Esimerkiksi Kuluttajavirasto käynnisti vuonna 2007 huijausten vastaisen yhteistyöverkoston, johon kuuluivat lisäksi Elintarviketurvalisuusvirasto Evira, Euroopan kuluttajakeskus, Finanssialan Keskusliitto, Keskusrikospoliisi, Kuluttaja-Konsumenterna ry, Lääkelaitos, Rahoitustarkastus, sisäasiainministeriön arpajais- ja asehallintayksikkö, Suomen Kuluttajaliitto, Tietosuojavaltuutetun toimisto, Vakuutusvalvontavirasto ja Viestintävirasto. Yhteistyöverkostolla olisi ollut laaja-alaisuutensa puolesta edellytykset vaikuttamaan huijausten vastaiseen toimintaan, mutta toiminta lopetettiin, koska tiedonjakamiseen kohdistui ongelmia ja verkoston jäsenet hyödynsivät toi-

minnassa omia menettelytapojaan yhteisten linjauksen sijasta. Viranomaistoiminnan epäselvät yhteistyömallit edistävät näin huijareiden aktiviteettien menestyksellisyyttä. (Tuorila & al. 2016.)

Huijausten torjumisessa mielenkiintoinen kysymys on, miten huijareiden innovatiivisuus voidaan muuttaa rehelliseksi elinkeinonharjoittamiseksi, sillä huijausten kansantaloudelliset seuraukset ovat merkittäviä. Huijaamista lähestytään yleensä helpon rahan tavoittelun näkökulmasta, mutta edistääkö liiallinen sääntely huijauksia siksi, että rehellisestä yrittämisestä on tehty liian byrokraattista.

Vielä mielenkiintoisempi on kysymys, miten yhteiskunnalliset ja poliittiset päättäjät saadaan kiinnostumaan huijausten torjunnasta. Huijaukset ovat muuttuneet arkipäiväiseksi ilmiöksi, jonka seuraukset näkyvät nousseina hintoina, kuluttajien epävarmuutena ja vaikutuksina hyödyke-markkinoilla. Poliittisessa ja yhteiskunnallisessa päätöksenteossa huijaukset ovat väliinputoajia, eikä niiden arkipäiväistymistä tai seurauksia huomioida julkisessa keskustelussa. Keinoa kiinnostuksen herättämiseen voidaan etsiä niistä kielteisistä vaikutuksista, joita huijaukset aiheuttavat palveluiden ja yhteiskunnallisten toimintojen sähköistymiselle.

KIRJALLISUUS

- Button, Mark & Lewis, Chris & Tapley, Jacki: Fraud typologies and victims of fraud. Literature review. National Fraud Authority, 2009. https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/118469/fraud-typologies.pdf (luettu 31.1.2018)
- Button, Mark & McNaughton Nicholls, Carol & Kerr, Jane & Owen, Rachel: Online Fraud victims in England and Wales: Victim's Views on Sentencing and the Opportunity for Restorative Justice. *The Howard Journal* 54 (2015): 2, 193–211.
- European Commission: Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection. Flash Eurobarometer 299. European Commission, 2011. http://ec.europa.eu/consumers/archive/consumer_research/editions/docs/consumer_eurobarometer_2011_en.pdf (luettu 6.2.2018)
- Europol: The Internet Organised Crime Threat Assessment (iOCTA). Europol, 2014. <https://www.europol.europa.eu/activities-services/main-reports/internet-organised-crime-threat-assessment-ioc-ta-2014> (luettu 6.2.2018)
- Kilpailu- ja kuluttajavirasto: Opi tunnistamaan huijaus. Kilpailu- ja kuluttajavirasto, 2014. <https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Ostaminen-myyminen-jasopimukset/huijaukset/> (luettu 2.2.2018)
- Kovacich, Gerard L: Fighting Fraud. How to Establish and Manage an Anti-Fraud Program. San Diego: Elsevier Academic Press, 2008.
- National Trading Standards: Consumer harm report 2014–2015. National Trading Standards, 2015. http://www.nationaltradingstandards.uk/site_assets/files/National%20Trading%20Standards%20Consumer%20Harm%20Report%202014-15.pdf (luettu 6.2.2018)
- OECD: OECD Recommendation on Consumer Policy Decision Making. OECD, 2014. <http://www.oecd.org/sti/consumer/Toolkit-recommendation-booklet.pdf> (luettu 31.1.2018)
- Peltonen, Anja: Kunnioita asiakasta, lisää luottamusta. Helsinki: Lakimiesliiton Kustannus, 2011.
- Sisäministeriö: Tietoverkkorikollisuuden torjuntaa kos-

- keva selvitys. Sisäministeriön julkaisu 14/2017. Helsinki: Sisäministeriö, 2017.
- Suurla, Jari: Muistio kuluttajien taloudellisen aseman turvaamisesta huijaustilanteissa. Helsinki: Kilpailu- ja kuluttajavirasto, 2014.
- Tanttari, Sonja & Alanko, Markus: Petosrikollisuus ja sen ehkäisy. Rikoksentorjuntakatsaus 2017. Selvityksiä ja ohjeita 58. Helsinki: Oikeusministeriö, 2017.
- Tuorila, Helena: Pieniin ja keskisuuriin yrityksiin kohdistuvat huijaukset. Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 2. Helsinki: Kilpailu- ja kuluttajavirasto, 2017.
- Tuorila, Helena & Määttä, Kalle & Peltonen, Anja: Kuluttajahuijaukset. Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 1. Helsinki: Kilpailu- ja kuluttajavirasto, 2016.