

Lausunto liikenne- ja viestintäministeriölle

KYTKYKAUPPATYÖRYHMÄ

Kytkykauppaa koskeva viestintämarkkinalain 70 §:n muutos tuli voimaan 1.4.2006. Aiemmin voimassa olleen kytkykaupan kiellon sijasta matkapuhelimen ja liittymän kytkykauppa mahdollistettiin muissa kuin GSM-matkaviestinverkoissa. Liikenne- ja viestintäministeriö asetti 11.10.2007 viestintäpalveluiden kytkykaupan ja hinnoittelurakenteiden seurantaryhmän. Asettamispäätöksessä todetaan, että kytkykauppasäännös on koeluontoisesti voimassa kolme vuotta, jonka jälkeen muutoksen vaikutuksia ja järjestelyn mahdollista jatkoa tulee arvioida uudelleen. Työryhmän tehtävänä on asettamispäätöksen mukaan seurata ja selvittää kolmannen sukupolven matkapuhelinliittymien kytkykaupan ja hinnoittelurakenteiden vaikutuksia viestintäpalveluiden yleiseen ja erityisesti eri käyttäjäryhmien palveluiden hintatasoon sekä matkapuhelinliittymien kytkykauppaa tai hinnoittelurakenteisiin liittyvät muut mahdolliset vaikutukset kehitettäessä viestintäpalveluita.

Kuluttajavirasto lausuu kytkykaupan kuluttajavaikutuksista seuraavaa:

Kytkykauppasääntely ja Kuluttajaviraston valvontatehtävät

3G-kytkykaupan mahdollistava lainmuutos on näkynyt voimakkaasti viestintäpalveluiden markkinoinnissa. Kuluttajavirasto ohjeisti alan toimijoita lainsäädännön markkinoinnille asettamista vaatimuksista heti huhtikuun alussa 2006, kun linjaus matkapuhelimen ja liittymän kytkymarkkinoinnista toimitettiin toimialalle. 3G-kytkykauppaan liittyvät asiakokonaisuudet ovat olleet myös tämän jälkeen esillä alan toimijoiden kanssa eri yhteyksissä, muun muassa yksittäisten operaattoreiden ja Kuluttajaviraston välisissä tapaamisissa ja kirjallisissa neuvotteluissa. Lainvastaisesta markkinoinnista on huomautettu eri operaattoreita useaan otteeseen muun muassa valvontakampanjojen yhteydessä

Kytkykaupan alkuvaiheesta lähtien Kuluttajavirasto on saanut kuluttajilta ilmoituksia 3G-kytkykaupan osalta niin markkinoinnista kuin sopimusehdoista. Myös kunnalliset kuluttajaneuvot ovat ottaneet viikoittain yhteyttä Kuluttajavirastoon erilaisissa 3G-kytkysopimuksiin liittyvissä asioissa. Kuluttajavirastoon saapuneiden ilmoitusten ja yhteydenottojen perusteella voidaan todeta, että kytkykauppaan liittyy monia kuluttajakysymyksiä ja sopimusehdoja koskevia ongelmakohtia.

Kuluttajien ilmoitukset Kuluttajavirastoon ja kuluttajaneuvojille

Kuluttajaviranomaiset saavat ilmoitusten perusteella tietoa 3G-kytkykauppaa koskevista ongelmista. Suurin osa yhteydenotoista tulee kunnalliseen kuluttajaneuvontaan. Ilmoitusten lukumäärän perusteella ei kuitenkaan voi yleensä tehdä suoria johtopäätöksiä. On huomattava, että vain pieni osa kuluttajista oletettavasti aktivoituu ilmoituksen tekemiseen tai ottaa puhelimitse yhteyttä. Tämä johtuu siitä, että kuluttajat eivät ole aina tietoisia oikeasta viranomaisesta taikka menettelyn mahdollisesta lainvastaisuudesta. Lisäksi kynnys ilmoittaa voi olla korkea suhteessa kuluttajan kokemaan vahinkoon.

Kuluttajavirasto saa 3G-kytkykauppaa koskevia yhteydenottoja paitsi kirjallisesti myös puhelinneuvontaan. Puhelinyhteydenottojen lukumäärää ei ole erikseen selvitetty. Kirjallisia

ilmoituksia on tullut noin puolentoista vuoden kuluessa toistasataa. Kuitenkin suuri osa kuluttajista ottaa yhteyttä pelkästään kotikuntansa kuluttajaneuvojaan. Kuluttajaneuvonnan käsittelemistä yhteydenotoista voidaan esittää vain arvio, että näitä on ollut moninkertainen määrä Kuluttajavirastoon saapuneisiin kirjallisiin yhteydenottoihin nähden. Kuluttajaneuvojat eivät pääasiassa tilastoi erikseen 3G-kytkeykauppaan liittyviä yhteydenottoja.

Kuluttajavirastoon on tullut myös viikoittain kuluttajaneuvojien ja vähäisessä määrin myös talous- ja velkaneuvojien yhteydenottoja. Neuvojien yhteydenotot liittyvät yksittäisiin riitatilanteisiin tai laajempiin tiettyä yritystä koskeviin toistuviin riitatilanteiden selvittelyn ongelmiin. Esimerkiksi liittymän ja puhelinten virhetilanteiden sekä liittymän haltijan sosiaalisen suoritusasteen ja kuolemantapausten selvittelyssä on neuvojien mukaan ollut toistuvia ongelmia. Neuvojat välittävät tietoa myös Kuluttajaviraston toimivaltaan kuuluvien markkinoinnin ja sopimusehtojen kollektiivivalvonnan kannalta merkityksellisistä asioista. Talous- ja velkaneuvonnasta on tullut esimerkiksi tietoa sosiaalisen suoritusasteiden ja näyttökysymysten selvittelyn vaikeudesta.

Yksittäisiä riitatilanteita ei ole kaikilta osin saatu sovittua ja nämä kuluttajat ovat joltain osin aktivoituneet valitusten tekemiseen myös kuluttajariitalautakuntaan. Kuluttajariitalautakunnan ratkaisukäytännöstä on koottu tietoa kuluttajaneuvojille ja muun muassa ajankohtaista kuluttajaoikeudesta – verkkolehteen 3/2007 siinä vaiheessa, kun ensimmäiset ratkaisusuositukset annettiin. <http://www.kuluttajavirasto.fi/Page/7f7b7f13-238c-44b8-9c9d-02f83cf12655.aspx>

Sopimusehdot

Nykyisessä viestintämarkkinalain 70 §:ssä on määritelty tiettyjä kuluttajan asemaa turvaavia vaatimuksia. Pitkälti kuluttajan asema on jäänyt kuitenkin operaattoreiden sopimusehtojen varaan erityisesti puhelimen kauppaa koskevilta osin. Huolellisesti laaditut sopimusehdot ovat kaupankäynnin lähtökohta, mutta 3G-kytkeykaupan erityisehdoissa on jätetty kuitenkin moni asia avoimeksi. Lainsäädännössä tulisi määritellä reunaehdot, joiden pohjalta ammattitaitoisesti toimiva yritys voi ottaa kuluttajan aseman riittävällä tavalla huomioon. Valvovan viranomaisen yksittäisten valvontatoimenpiteiden varaan ei voida jättää keskeisiä ja koko toimialaa koskevia kysymyksiä. Tässä yhteydessä on muistettava, että puhelimen rahoitus on mahdollista järjestää osamaksulla tai muutoin kulutusluotolla. Tällöin osamaksukauppa- ja kulutusluottosääntely tarjoaa valmiit ja pitkälti pohditut sekä kuluttajan asemaa turvaavat säännökset muun muassa tilitysmenettelyineen ja luoton ennaaikaista takaisinmaksua koskevine säännöksineen.

Markkinoille on tuotu pääsääntöisesti 24 kuukauden määräaikaista liittymäsopimuksia ja myös lainsäädännön mahdollistamaa puhelimeen asetettavaa liittymäestoa on käytetty. Kytkeysopimusten ehdot on tällä hetkellä rakennettu siten, että laitteen omistusoikeus siirtyy kuluttajalle heti sopimuksen solmimisen yhteydessä. Toisaalta 3G-kytkeykaupan laitteessa saisi kuitenkin lain mukaan olla liittymäesto kahden vuoden päähän liittymäsopimuksen solmimisesta. Lopputulos on kuluttajan aseman kannalta ristiriitainen. Esimerkiksi puhelimen vaihtaminen kesken sopimuskauden ei ole ollut mahdollista muutoin kuin solmimalla uusi 24 kuukauden sopimus saman operaattorin kanssa.

Kuluttajailmoituksissa ja kuluttajaneuvojien yhteydenotoissa heijastuu kytkeyllä myytävän tavarahan ja palvelun muodostaman sopimuskokonaisuuden ongelmat. Ilmoituksissa on kiinnitetty huomiota erilaisiin viivästys- ja virhetilanteisiin sekä etämyynnin peruutusoikeyteen. Ongelmatilanteita on tuotu esiin myös sosiaalisen suoritusasteen ja kuluttajan kuolemantapausten osalta. Näissä esiin tuoduissa eri tilanteissa on arvioitava, mitä tapahtuu toisaalta laitteelle ja toisaalta palvelusopimukseen liittyville hyvitys, irtisanomis- tai purkuvaatimuksille. Samalla arvioidaan sitä, missä määrin tavarahan kauppaan ja palvelusopimukseen liittyvät kuluttajan oikeydet ovat sopimuskokonaisuuden puitteissa yhteydessä

toisiinsa. 3G-kytkeykaupan sopimusehdoissa ei ole kaikilta osin määritelty näitä kysymyksiä. Kuluttajat ovat kokeneet, että ongelmatilanteissa vastuuta on siirretty esimerkiksi myyjältä operaattorille tai päinvastoin. Kuluttajariitalautakunnan ratkaisukäytäntö kattaa vain joitakin kysymyksiä. Neuvojen yhteydenottojen perusteella virhetilanteiden selvittely ei myöskään ole aina linjassa lautakunnan ratkaisukäytännön kanssa. Monimutkaisen sopimuskokonaisuuden ongelmat ovat ehkä vaikeita selviteltäviä myös myyjäliikkeille, jotka ovat sidoksissa operaattoriin ja lisäksi puhelimen takuukorjausten osalta puhelinvalmistajaan.

Yksittäisenä kuluttajaongelmana voidaan tuoda esille myös se, että kytkeyliittymiin ei tällä hetkellä välttämättä saa saldorajoitusta. Tämä on erityisen ongelmallista liittymiä käyttävien alaikäisten kannalta. Tämä tieto on ilmoitusten perusteella saattanut tulla yllätyksenä kuluttajalle sopimuksentekotilanteessa. Ongelma ei sinällään liity pelkästään kytkeyliittymiin vaan yleensä pakettihinnoiteltuihin liittymiin.

Markkinointi

Kuten edellä on todettu markkinoille on tuotu pääsääntöisesti 24 kuukauden määräaikaista liittymäsopimuksia ja myös lainsäädännön mahdollistamaa puhelimeen asetettavaa liittymäestoa on käytetty. Sopimuksen määräaikaaisuudesta ja erityisesti puhelimen sim-lukituksesta sekä 3G-verkon kuuluvuusalueesta on tullut jonkin verran tiedusteluja tai ilmoituksia kuluttajaviranomaisille. Mainoksissa nämä kuluttajan taloudellisen turvallisuuden kannalta keskeiset tiedot eivät ole ilmoitusten perusteella olleet Kuluttajaviraston ohjeistuksesta huolimatta aina riittävän selkeästi esillä.

Kytkeykaupan markkinoinnissa on korostettu pääasiassa puhelimesta sopimusta solmittaessa veloittavaa edullista kertamaksua taikka puheaika- ja tekstiviestipaketteja sisältävien liittymien kiinteää kuukausimaksua. 3G-puhelinten mahdollistamat uudet palvelut eivät ole näkyneet kovinkaan paljon markkinoinnissa. Toteutuneen mainonnan osalta voidaan todeta, että mainoksissa ei aina anneta tarjouksista kaikkia lainsäädännön edellyttämiä tietoja lainkaan taikka siten, että ne voitaisiin katsoa annetun selkeästi ja helposti havaittavalla tavalla. Yksittäisistä mainoksista voi syntyä harhaanjohtava kuva tarjouksen ehdoista ja kokonaiskustannuksista.

Kuluttajaviraston on kiinnittänyt useaan otteeseen alan huomiota tuoreessa korkeimman oikeuden ratkaisussa (KKO 2006:6) vahvistettuihin tarjousmarkkinoinnin periaatteisiin. Ratkaisussa on otettu kantaa muun muassa pienellä kirjasinkoolla annettuihin ja vain lyhyen aikaa esitettyihin tietoihin puheaikamyynnin yhteydessä ja kielletty mainonta, jossa tarjouksen ehtoja ja rajoituksia sekä mainoksessa yksilöidyn liittymän käyttökustannuksia ei kerrota selkeästi ja helposti havaittavalla tavalla.

Kuluttajaviranomaiset ovat saaneet yhteydenottoja myös datasiirrosta syntyneiden yllättävän suurten laskujen osalta. Osa näistä liittyy puhelimen käyttöön ulkomailla. Ilmoituksissa on kiinnitetty huomiota siihen, että markkinoinnista ei ole saanut riittävästi tietoja hinnoittelusta tai että myyntitilanteessa ei ole osattu pyynnöstäkään huolimatta neuvoa valitsemaan omaan käyttötärpeeseen nähden oikeaa palvelua. Näiltä osin kuluttajat eivät luonnollisesti ole ennestään tienneet riittävästi uusista palveluista ja niiden hinnoittelusta. Yrityksellä asiantuntijana onkin velvollisuus tällaisissa tilanteissa erityisesti huolehtia riittävästä ja selkeistä tiedoista, mikä asettaa asiakaspalvelulle suuret vaatimukset varsinkin kun samalla ollaan myymässä muutoinkin monimutkaista sopimuskokonaisuutta.

Markkinoinnin valvontakampanjat

Kuluttajaviraston on järjestänyt yhdessä lääninhallitusten kanssa kaksi 3G-kytkykaupan markkinoinnin valvontakampanjaa. Molemmat kampanjat keskittyivät tiettyihin markkinoinnissa edellytettäviin tietoihin siten, että ensimmäinen kampanja oli tarkastettavien tietojen osalta laajempi, joten tulokset eivät ole keskenään suoraan vertailukelpoisia. Ensimmäinen kampanja järjestettiin tarkastamalla syys- ja lokakuussa 2006 lehdissä julkaistuja mainoksia. Kampanjassa selvisi, että 3G-kytkytarjouksia mainostetaan osittain puutteellisin hintatiedoin. Kampanjassa tarkastettiin yhteensä 356 mainosta. Mainosten yleisimmät puutteet koskivat sitä, että niissä ei kerrottu kytkypaketin vähimmäiskokonaishintaa, tarjouksen arvoa tai kytkykauppaan liittyvien lisäkustannusten kokonaismäärää. Lisäksi suuressa osassa mainoksia ei mainittu, mitkä ovat markkinoitua liittymää vastaavan liittymän vähimmäiskäyttökustannukset, jos sen avaisi erikseen. Myös puhelu-, tekstiviesti- ja tiedonsiirtomaksut sekä puhelimen hinta erikseen hankittaessa puuttuivat osasta mainoksia. Lääninhallitukset lähettivät markkinoinnin puutteista yhteensä 90 huomautuskirjettä. Yhdessä kirjeessä saatettiin huomauttaa useammasta eri puutteesta tai mainoksesta. Toisaalta tarkastettavien mainosten joukossa oli myös useamman yrityksen yhteismainoksia, jolloin yhdestä puutteellisesta mainoksesta huomautettiin useampaa yritystä.

Toisessa suppeammin toteutetussa kampanjassa todettiin tilanteen joltain osin parantuneen, mutta markkinoinnissa oli kuitenkin edelleen myös selkeitä puutteita, joiden seurauksena kuluttajat eivät saa kaikkia tarvitsemiaan tietoja. Valvontakampanjassa tarkastettiin huhti-toukokuussa 2007 lehdissä julkaistuja kytkymainoksia. Valvontakampanjassa tarkastettiin nyt pelkästään se, miten hyvin kuluttajat saavat mainoksesta tiedon sopimuksen määräaikaaisuudesta ja vähimmäiskokonaishinnasta. Tarkastettavia mainoksia oli yhteensä 176. Niistä 22 mainoksessa ei oltu lainkaan mainittu kytkypaketin vähimmäiskokonaishintaa. Kuudessa mainoksessa ei kerrottu sopimuksen määräaikaaisuudesta. Lääninhallitukset lähettivät huomautuskirjeen niille yrityksille, joiden mainoksista tarkastetut tiedot puuttuivat kokonaan. Mainoksissa näkyi kuitenkin edelleen myös lainvastaiseksi todettua pientä pranttia. Lainsäädännön edellyttämiä tietoja kerrottiin mainosten alaosassa niin pienellä tekstillä, että tietoja oli lähes mahdotonta lukea. Kuluttajavirasto on kehottanut myös kampanjan jälkeen yrityksiä kiinnittämään huomiota siihen, että keskeiset tiedot kerrotaan mainoksissa selkeästi ja riittävällä huomionarvolla. 3G-kytkykaupan valvontakampanjoista löytyy tarkempia tietoja Kuluttajaviraston tiedotteista 13.6.2007 ja 22.11.2006.

Hintavertailu ja markkinoiden läpinäkyvyys

Markkinoiden ja hintojen läpinäkyvyys on keskeistä niin kuluttajan aseman kuin toimivan kilpailun kannalta. Kytkykauppa on vaikeuttanut kuluttajien hintavertailumahdollisuuksia. Kuluttajan tulisi arvioida muun muassa sopimuksen määräaikaisuuden merkitystä, liittymän sekä puhelimen ominaisuuksia ja hinnoittelua sekä sopimuskokonaisuuden edullisuutta omalta kannaltaan. Vertailua vaikeuttaa se, että kytkyliittymä ja muut liittymät voivat hintarakenteeltaan olla erilaisia. Lisäksi eri tarjouksissa on yhdistetty eri tavoin puhelimen hinta ja liittymäkustannukset. Operaattorit voivat siirtää osan 3G-puhelimen hinnasta liittymän käyttömaksuihin ja kuluttajan on vaikea arvioida puhelimen todellista hankintahintaa ja sopimuskokonaisuuden kokonaiskustannuksia.

Viestintävirasto ja Kuluttajavirasto ovat laatineet hintavertailuja, mutta niidenkään avulla ei saa vielä kattavaa tietoa siitä, mikä kytkysopimuksen kokonaiskustannus verrattuna esimerkiksi kuluttajan nykyiseen liittymään on. Kytkykauppa ei ole välttämättä edullinen vaihtoehto suhteellisen vähän ja yksipuolisesti liittymää käyttävälle. Arvioidakseen kytkytarjousten edullisuutta omalta osaltaan kuluttajan tulisi kyetä ennakoimaan seuraavan kahden vuoden käyttötarpeensa. Lisäksi laitteiden ja palveluiden tuleva hintakehitys vaikuttaa tarjousten edullisuuteen kuluttajan kannalta. Vertailua vaikeuttaa entisestään se, että esimerkiksi erilaisia etuohjelmia ei ole välttämättä voinut liittää kytkyliittymään, mutta niitä markkinoidaan muihin liittymiin.

Määräaikaisten sopimusten ja kytkeykaupan vaikutus kilpailuun

Nykyisen säännöksen mukaan operaattorit voivat tehdä kytkeykaupan yhteydessä enintään kahden vuoden määräaikaisen liittymäsopimuksen. Markkinoille on tuotu pääsääntöisesti 24 kuukauden määräaikaisia liittymäsopimuksia. Lisäksi markkinointi on keskittynyt 24 kuukauden sopimuksiin. Kilpailutilanteesta riippuen markkinoilla voi olla ja voi tulla jatkossa lyhyempiäkin sopimuksia, mutta nykyinen säännös ei sinällään mitenkään turvaa tätä. Kysymys ei ole siitä, että kuluttaja aidosti valitsisi esimerkiksi 12 ja 24 kuukauden sopimusten väliltä, vaan keskeinen merkitys on operaattoreiden ratkaisuilla ja kilpailutilanteella.

Kuluttajat voivat käytännössä olla sidottuja samaan operaattoriin vieläkin pidemmän aikaan, mikäli he vaihtavat puhelinta kesken sopimuskauden. Mikäli kuluttaja haluaa vaihtaa puhelinta kesken määräaikaisen sopimuskauden, operaattorit tarjoavat mahdollisuutta solmia uusi määräaikainen kytkysopimus.

Kuluttajien mahdollisuus vaihtaa operaattoria ja numeronsiirtomahdollisuus on aiemmin vaikuttanut liittymähintojen laskuun. Kuluttajien mahdollisuudet hyötyä kilpailuista markkinoista vaihtamalla operaattoria vaikeutuvat pitkien määräaikaisten sopimusten myötä. Kun suuri osa kuluttajista on sidottuja määräaikaisiin liittymäsopimuksiin, kuluttajat vaihtavat yhä vähemmän liittymää operaattorien välillä. Tällä on todennäköisesti oma vaikutuksensa markkinoiden jäykistymiseen ja hintakilpailuun pidemmällä aikavälillä. Vaikka matkapuhelin- ja liittymämarkkinat ovat kytkeykaupan alkuvaiheessa vilkastuneet, kytkeykaupan markkinavaikutukset voivat jatkossa olla erilaiset.

Laitekannan uudistuminen ja kuluttajien sidonnaisuus operaattoriin ja laitteeseen

3G-päätelaitevalikoima on laajentunut ja kolmannen sukupolven laitteet ovat paitsi työsuhdeliittymäasiakkailta myös kuluttajilla yleistyneet. Toisaalta voidaan arvioida sitä, sitoutuuko kuluttaja kytkeykaupassa kahdeksi vuodeksi vanhenevaan puhelinmalliin. Pidemmällä aikavälillä tarkasteltuna laitekannan uusiutuminen samanaikaisesti uusien laiteominaisuuksien ja liittymäpalveluiden kanssa ei välttämättä tapahdu kytkeykaupan puitteissa joustavasti.

Tähän liittyvät ongelmat näkyvät myös kuluttajien ilmoituksista. Kuluttaja on liittymäeston vuoksi käytännössä sidottu kytkeykaupassa hankittuun puhelimeen kahden vuoden ajan. Kuluttajien yhteydenottojen perusteella kuluttajille on tarjottu uutta alkavaa kahden vuoden mittaista liittymäsopimusta, jos kuluttaja on ensimmäisen määräaikaisen sopimuksen kuluessa halunnut vaihtaa kytkypuhelinta. Kuluttaja ei ole käytännössä voinut itse myydä kytkypuhelintaan tai vaihtaa sitä uuteen puhelimeen, kun kytkypuhelimessa olevaa liittymäestoa ei ole lain perusteella oikeutta vaatia purettavaksi liittymäsopimuksen määräaikaisen kauden aikana.

Työryhmän asiantuntijana kuulema professori Hämmäinen toi esille, että 24 kuukauden määräaikaiset sopimukset herättävät huolen laitekannan uudistumisesta jatkossa, kun nykyinen keskimääräinen puhelimen vaihtoväli on tällä hetkellä alle 24 kuukautta.

Kilpailu kytkysopimusten ja ei-kytkysopimusten välillä

Mikäli 3G-kytkeykaupan mahdollistava säännös katsottaisiin jatkossa tarpeelliseksi, on tärkeää turvata, että kuluttaja voi aidosti valita kytkysopimusten ja erikseen hankittavan puhelimen ja liittyvän välillä. Myös asiantuntijana kuultu professori Hämmäinen korosti kilpailun tärkeyttä kytkyn ja ei-kytkyn välillä.

Nykyinen säännös edellyttää, että operaattori tarjoaa vastaavaa viestintäpalvelua käyttäjälle myös ilman päätelaitetta. Kuluttajavirasto kiinnittää huomiota kuitenkin siihen, että nykyinen sääntely mahdollistaa sen, että markkinoinnin painotusten ja erityisesti erilaisen hinnoittelun avulla on mahdollista tehdä muut kuin kytkyliittymät kuluttajalle epäedullisemmiksi vaihtoehtoiksi. Ongelmana onkin se, miten aito kilpailu kytkyliittymien ja ei-kytkyliittymien välillä voitaisiin turvata, mikäli 3G-kytkeykaupan mahdollistava säännös haluttaisiin kolmen vuoden kokeiluajan jälkeen edelleen pitää nykyisessä muodossaan.

Kytkeykaupan tavoitteiden toteutuminen ja kytkeykaupan jatko

Kytkeykaupan tavoitteiden toteutumisen osalta Kuluttajavirasto tuo esiin vain joitakin huomioita. 3G-päätelaitetekanta on kasvanut, mutta 3G-puhelinten mahdollistamat uudet palvelut eivät ole näkyneet kovinkaan paljon markkinoinnissa. Tiedonsiirrosta merkittävä osuus on ilmeisesti kohdistunut työsuhdeliittymiin eikä kuluttajien 3G-kytkyliittymiin. Työryhmässä kuultu professori Hämmäinen toi esille, että uudet kytkeyasiakkaat eivät lähteneet käyttämään datapalveluita, vaan dataliikenteen kasvu selittyi ensi vaiheessa vanhojen asiakkaiden datakäytön lisääntymisellä. Hämmäinen toi myös esille, että kytkeykauppa voi auttaa kriittisen massan saavuttamisessa datapalveluille, mutta datapalveluita voi edistää muillakin keinoilla. Lisäksi kriittisen massan saavuttamisen jälkeen kytkeykaupan etuja ja haittoja on arvioitava eri perusteilla.

Kuluttajavirasto ei kannata 3G-kytkeykauppasäännöksen voimassaolon jatkamista 1.4.2009 jälkeen. Kytkeykaupan mahdollisen jatkon arvioimiseksi kuluttajavirasto korostaa, että kytkeykauppa on vaikeuttanut kuluttajien hintavertailumahdollisuuksia. Kytkeykauppa on tuonut uusia ja vielä ratkaisemattomia kuluttajaongelmia markkinoinnin ja sopimusehtojen osalta kuten edellä on selvitetty. Kytkeykauppaa arvioitaessa on huomioitava, että puhelimen rahoitus voidaan järjestää myös muulla tavoin osamaksukauppa- ja kulutusluottosäännösten pohjalta. Nykyisenkaltainen 3G-kytkeykauppasäännös herättää myös kysymyksen siitä, mikä vaikutus kytkeykaupalla on omalta osaltaan markkinoihin ja kilpailun jäykistymiseen sekä hintakilpailuun pidemmällä aikavälillä. Lisäksi on huomioitava, että laitekannan uusiutuminen saattaa vaikeutua nykyisenkaltaisen kytkeykauppasäännöksen vuoksi. Erityisesti 24 kuukauden määräaikaiset sopimukset ja liittymäesto vaikuttavat tilanteeseen. Jatkoa arvioitaessa on huomioitava myös, että kansainvälisessä ja pohjoismaisessa vertailussa 24 kuukauden sopimukset ovat varsin pitkiä. Kuluttajavirasto on jo aiemmin korostanut lausunnoissaan sitä, että 24 kuukauden määräaikaisuuden mahdollistavaa säännöstä ei ole pidettävä kannatettavana.

Viestintäpalveluita koskevien säännösten tulee turvata kohtuuhintaiset viestinnän peruspalvelut koko maassa ja kaikille käyttäjäryhmille. Tämä on huomioitava myös kytkeykaupan mahdollista jatkoa arvioitaessa. Lisäksi pitkän aikavälin tietoyhteiskuntatavoitteiden vuoksi ei tule heikentää minkään kuluttajaryhmän asemaa viestintäpalveluiden käyttäjänä.

Työryhmän lopullisessa raportissa tulee tuoda esille, että selvitys rajoittuu vain nykyisen säännöksen vaikutusten arvioimiseen. Työryhmässä ei ole edes pohdittu kytkeykaupan laajentamista gsm-päätelaitteisiin. Myöskään tässä lausumassa ei ole näin ollen käyty läpi kattavasti kuluttajavaikutuksia siitä näkökulmasta. Tämä selvennys on kuitenkin tarpeen, koska asia on tullut työryhmässä epäsuorasti

esille muun muassa kansainvälisen vertailun yhteydessä. Lisäksi professori Hämäläinen toi esille kantanaan, että kytkeykauppaa ei tulisi laajentaa gsm-verkkoon.