



HEAD KAUBANDUSTAVAD

**Juhend kaubandusalal tegutsevatele
ettevõtjatele**

**Eesti Kaupmeeste Liit
2008**

Hea lugeja!

Head kaubandustavad peaksid saatma kauplejaid kaupu ja teenuseid tarbijale pakkudes ja müües, kokkuleppeid ja lepinguid sõlmides, kaupu ning teenuseid tarnijatelt tellides ja ostes jne. Järjest enam on kauplejail vajadus kujundada ja säilitada endast positiivne arvamus nii tarbijate kui koostööpartnerite, konkurentide, kogu ühiskonna silmis, sest sellest sõltub ettevõtjate edu. Heade tavade järjepidev arvestamine on aluseks kaupleja pikaajalises töös.

Juhendi koostajad on veendunud, et käesolev Heade Kaubandustavade juhend on abivahendiks kõigile kauplejaile.

Kaubandusalal tegutsevate ettevõtjate jaoks koostatud Heade Kaubandustavade juhendis on esitatud kaks dokumenti ehk käitumiskoodeksit: juhendid kauplejale suhtlemisel tarbijaga ja tarnijaga.

Kui tavapäraselt ei ole teistes maades käitumisalaseid reeglistikke vaadeldud ühes dokumendis, siis Eesti Kaupmeeste Liidu poolt loodud töögrupi arvates on jaekaubandusega tegeleva kaupleja tegevus seotud nii tarbijaga kui ka tarnijaga ning parimate tulemuste saavutamiseks peab kaupleja arvestama heade tavadega komplekselt.

Heade Kaubandustavade juhend on valminud Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi toetusel.

Eesti Kaupmeeste Liit tänab kõiki juhendi valmimisele kaasaaitajaid. Samuti on liit huvitatud lugejate tagasisidest.

Lugupidamisega,

Marika Merilai

Eesti Kaupmeeste Liit
Kiriku 6, Tallinn 10130
info@kaupmeesteliit.ee
www.kaupmeesteliit.ee

HEAD KAUBANDUSTAVAD

Sisukord

Sissejuhatus	4
Mõisted	6
Kauplemise põhiprintsiibid	8
I osa	
Kaupleja ja tarbija vaheline suhtlemine	11
1. Kauplemisvõte	11
2. Millal on kauplemisvõte ebaaus	12
2.1 Ametialane hoolsus	12
2.2 Keskmise tarbija	
3. Eksitav kauplemisvõte – eksitav tegevus või tegevusetus	13
3.1 Kuidas avaldada hinda tarbijale	15
3.2 Alati keelatud eksitavad kauplemisvõtted	17
4. Agressiivsed kauplemisvõtted	18
4.1 Kuidas hoiduda ebaausatest kauplemisvõtetest	19
5. Postimüük, e-kaubandus, koduukse müük	21
6. Tarbijakaebused	24
7. Pretensioonide esitamine ja müügigarantii	27
II osa	
Kaupleja ja tarnija vaheline suhtlemine	28
1. Üldreeglid	28
2. Standardsed lepingutingimused	29
3. Hinnad ja maksed	31
4. Müügieendus	32
5. Juhendi järgimine ja vaidluste lahendamine	33
III osa	
Heade kaubandustavadega liitumine, tunnusmärk	34
1. Heade Kaubandustavade juhendi jõustumine, juhendiga liitumine ja juhendi muutmine	34
2. Tunnusmärk	34
Kokkuvõte	36
Kasutatud kirjandus	36
Õigusaktide loetelu	36
Lisad	
Lisa 1. Kaebuste käsitlemine	37
Lisa 2. Kaupade sisseostutingimused	39
Lisa 3. Tingimusteta alati keelatud eksitavad kauplemisvõtted	43
Lisa 4. Tingimusteta alati keelatud agressiivsed kauplemisvõtted	45

Sissejuhatus

Suhted ühiskonnas ei põhine ainult seadustel ja kohtulahenditel, vaid kehtivad ka head tavad, käitumiskoodeksid ja traditsioonid ehk kirjutamata seadused. Kaubandustegevusest tekkivad suhted moodustavad valdava osa siseriiklikest, aga ka rahvusvahelistest suhetest, mis on otseselt seotud kõikide ühiskonnaliikmetega. Kuna Eesti Kaupmeeste Liit on kauplejate ühendus, on ta pidevalt kursis kauplejate ja ostjate, aga ka tootjate vaheliste suhete pinnal tekkivate probleemidega. Probleemide lahendused sõltuvad enamasti kaubandussuhetes osalevate poolte tahtest ja neid ei ole võimalik allutada ainuüksi seadustele ja direktiividele, küll aga pikaajaliselt juurdunud heale tavale.

Tulenevalt võlaõigusseadusest on ettevõtjad oma majandus- või kutsetegevuses sõlmitud lepingu puhul kohustatud järgima iga tava, mille järgimises nad on kokku leppinud, ja praktikad, mis on nende vahelistes suhetes tekkinud. Kui pooled ei ole teisiti kokku leppinud, on nad majandus- või kutsetegevuses sõlmitud lepingu puhul samuti kohustatud järgima iga tava, mida isikud, kes seda liiki lepinguid vastaval tegevus- või kutsealal sõlmivad, tavaliselt tunnevad ja enamasti arvestavad, välja arvatud juhul, kui sellise tava järgimine oleks vastuolus seadusega või ei oleks vastavalt asjaoludele mõistlik.

Kaupmeeste Liidul on „Hea Kaubandustava“ aastast 1998, mis on vastu võetud Kaupmeeste Liidu Üldkoosoleku poolt 7. oktoobril 1998. aastal eesmärgiga sõnastada põhimõtted, millest lähtuvad oma tegevuses Kaupmeeste Liidu liikmed ning mis loovad pinnase kaubandusettevõtete vahelisele üksteisemõistmisele, ausale ja vabale konkurentsile ning ärilise suhtlemise eetilisele ja kaubandusala hea maine tagamisele. Ligi kümne aastaga on kaubandussuhetes toimunud muudatused, millega seoses on mõistlik lisada uuenenud põhimõtted ja kõik varasemad ning uued head tavad ühtsesse juhendisse. Kaupmeeste Liidu Hea Kaubandustava kajastab kauplemise põhiprintsiipe, antud juhend on selle laiendus ja edasiarendus.

Perioodil 1998-2007 on muutunud õiguslik raamistik, Eesti on EL liige ja osa ühtsest siseturust. 2005. aasta kevadel võeti vastu Euroopa Parlamendi ja Nõukogu direktiiv 2005/29/EÜ, mis käsitleb ettevõtja ja tarbija vaheliste tehingutega seotud kaubandustavasid. Direktiivis rõhutatakse ettevõtjate vabatahtlike käitumiskoodeksite olulisust. Eeltoodust tulenevalt pidas Eesti Kaupmeeste Liidu üldkoosolek 19. jaanuaril 2006 vajalikuks lülitada liidu 2006.-2007. aasta tegevuskavva hea kaubandustava juhendi koostamine kaupmeestele.

Eesti Kaupmeeste Liit eeldab, et kõik Eestis kaubandusalal tegutsevad ettevõtted peaksid toetuma oma tegevuses headele tavadele, käituma heas usus ning ausat ja avatud konkurentsi silmas pidades.

Konkurents jaekaubanduses suureneb, rakendatakse uusi müügiesitamismeetodeid ja kauplemisvõtteid. Oluline on, et see toimuks häid kaubandustavasid arvestades ning et oleks tagatud aus konkurents kaupmeeste vahel ja paremad võimalused tarbijale.

Heade Kaubandustavade juhendis kajastatakse järgmisi teemasid:

1) Kaupmehe ja tarbija vaheline suhtlemine:

Juhendi esimeses osas selgitatakse tarbijakaitse seaduses sisalduvat **kaupleja** ja **tarbija** vahelise tehinguga seotud kauplemisvõtete regulatsiooni.

Tarbija ja kaupmehe vahelised suhted põhinevad vastastikusel aususel, lugupidamisel ja usaldusel.

Juhendis käsitletakse kauplemisvõtteid, mis on otseselt seotud tarbija mõjutamisega tema poolt kaupade suhtes tehtavate tehinguotsuste osas. Suure osakaaluga on juhendis ebaausad kauplemisvõtted: eksitavad (eksitav tegevus ja eksitav tegevusetus), agressiivsed jm. Juhendis antakse soovitusi selle kohta, millist teavet tarbijale avaldada ja kuidas seda teha, et vältida tarbijate eksitamist. Juhendis rõhutatakse, et kaubandusettevõtete töötajad on orienteeritud tarbija rahulolu tagamisele ja tõstmisele. Klienditeenindajad on kompetentsed andmaks tarbijale soovitud konsultatsiooni kaupade ja teenuste kohta. Lisatud on ülevaade tarbijakaebuste lahendamise kohta kaubandusettevõtetes, Tarbijakaitseametis või vabatahtlikes tarbijakaitseühingutes ja tarbijakaebuste komisjonis.

2) Ettevõtjate vaheline suhtlemine:

Juhendi teine osa on mõeldud juhendumiseks jaekaubandusega tegelevate ettevõtjate (**kaupleja**) ja kauba tootja, maaletooja, hulgikaupleja või muu toote turule laskja (**tarnija**) omavahelistes suhetes, aidates kaasa seadustega reguleeritud küsimuste ühetaolisele mõistmisele, aga ka reguleerimaks küsimusi, mida seadused ei reguleeri. Ettevõtjad järgivad ärisuhtes korrektsuse, aususe ja vastastikuse lugupidamise printsiipi. See tähendab, et ettevõtjad täidavad sõlmitud kirjalikest või suulistest kokkulepetest tulenevaid kohustusi ning hoiduvad avaldamast sellist arvamust või informatsiooni, mis võib põhjustada alusetute negatiivsete järelduste tegemise kolmandate isikute poolt. Lepingute sõlmimisel lähtutakse ausa konkurentsi põhimõtetest ning headest äritavadest.

Juhendis käsitletakse ettevõtjate vahelise suhtlemise üldreegleid, standardseid lepingutingimusi jne

Juhendis on esitatud Heade Kaubandustavadega liitumist tähistava **tunnusmärgi** taotlemise ja väljastamise kord, kujundus, valmistamise viis jmt. Tunnusmärk on vajalik, et eristada ettevõtjaid, kes on võtnud endale kohustuse järgida oma igapäevategevuses häid kaubandustavasid ja andmaks tarbijaile teavet ettevõtte sellekohasest poliitikast.

Heade Kaubandustavade juhendi koostamisel olid partneriteks Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi, Tarbijakaitseameti, Kaupmeeste Liidu liikmesettevõtete esindajad.

Eesti Kaupmeeste Liit tänab kõiki töögrupi liikmeid ja eksperte meeldiva koostöö eest juhendi koostamisel, ettepanekute tegemisel ja arvamushinnangute andmisel. Suure panuse juhendi kirjutamisse andsid Anne Reinkort, Helda Truusa, Riina Piliste jt.

Heade Kaubandustavade juhendi tööühma koosseis:

Anne Laar, Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, siseturu osakond

Riina Piliste, Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, siseturu osakond

Anne Reinkort, Tarbijakaitseamet

Karin Saan, Tarbijakaitseamet

Helda Truusa, Tallinna Kaubamaja AS

Viive Siitan, Tallinna Kaubamaja AS

Ingrid Siimann, Rautakesko AS

Rein Tammesalu, Diandra Kaubanduse AS

Juhan Pihlap, Eesti Kaupmeeste Liit

Katrin Kuldkepp, Eesti Kaupmeeste Liit

Marika Merilai, Eesti Kaupmeeste Liit

Eksperdid:

MÕISTED

Käesolevas juhendis kasutatavad mõisted:

- 1) **kaupleja** – antud juhendis käsitletakse kauplejana jaekaubandusega tegelevat ettevõtjat; kaubandustegevusseaduse alusel – isik või asutus, kes majandus- või kutsetegevuse raames pakub ja müüb kaupa või pakub ja osutab teenust;
- 2) **kaubanduse korraldaja** – isik või asutus, kes majandus- või kutsetegevuse raames korraldab turu- või tänavakaubandust või kaubandust avalikul üritusel, sealhulgas laadal ja messil;
- 3) **müüja** – kaupleja nimel klienti teenindav füüsiline isik või isik, kes müüb kaupa või osutab teenust väljaspool majandus- või kutsetegevust tänava- või turukaubanduse korras;
- 4) **kaup** – müügiks pakutav või müüdav vallasasi; vallasasi, mida kaupleja pakub, müüb või muul viisil turustab tarbijale;
- 5) **klient** – tarbija tarbijakaitseaduse tähenduses (vt tarbija) ja tarbijaks mitteolev isik, kes soovib teha või teeb tehingu kauplejaga;
- 6) **müügikoht** – koht, kus kaupleja vahetult pakub ja müüb kaupa või pakub ja osutab teenust;
- 7) **tarbija** – füüsiline isik, kellele pakutakse või kes omandab või kasutab kaupa või teenust eesmärgil, mis ei seonu tema majandus- või kutsetegevusega;
- 8) **teenus** – teenus, mida pakub või osutab kaupleja ehk tarbijale tehtav teenindav töö või osutatav hüve, mida olulises osas kasutab või millest olulises osas saab kasu tarbija isiklikult; kaupleja pakutav, müüdav või muul viisil turustatav hüve, mis ei ole kaup;
- 9) **teenuse osutaja** on füüsiline või juriidiline isik, kes majandus- või kutsetegevuse käigus tarbijale teenust tasuta või tasu eest pakub, osutab või selle muul viisil kättesaadavaks teeb;
- 10) **tootja** – isik või riigi- või kohaliku omavalitsuse asutus, kes valmistab toote või kontrollib toote valmistamist eesmärgiga lasta toode oma nimel turule või võtta see kasutusele;
- 11) **toode** – valmistatud asi või selle osa, **toode** on vallasasi, mis on mõeldud tarbijale või mida tarbija võib eeldatavalt mõistlikul viisil kasutada ka juhul, kui see ei ole tarbijale ette nähtud, samuti teenuse osutamise korral tarbijale kättesaadavaks tehtud toode, mida tasu eest või tasuta pakutakse või tehakse kättesaadavaks majandus- või kutsetegevuse käigus, sõltumata sellest, kas toode on uus, kasutatud või parendatud. Tootena ei käsitata kasutatud toodet, mida pakutakse kui antiikeset või kui toodet, mida tuleb enne kasutamist remontida või taastada, eeldusel, et pakkuja teavitab sellest asjaolust selgelt tarbijat;
- 12) **turujärelevalve** käesoleva seaduse tähenduses on ametite ja inspeksioonide riiklik järelevalvealane tegevus, mille eesmärk on vältida või vähendada turule lastud tootest või osutatavast teenusest tulenevat ohtu inimese tervisele ja varale;
- 13) **toote turule laskmine** – tegevus, millega toode tehakse Eestis esmakordselt tasuta eest või tasuta kättesaadavaks kas levitamiseks või kasutusele võtmiseks;
- 14) **toote kasutusele võtmine** – tegevus, mis seisneb toote Eestis esmakordses kasutamises ettenähtud otstarbel;

15) **tarnija** – isik või riigi- või kohaliku omavalitsuse asutus, kelle tegevus seisneb toote turule laskmises, samuti toote Eestisse importija;

16) **tootja kvaliteedisüsteem** – tootja poolt rakendatud toote nõuetele vastavuse tagamiseks vajalik organisatsiooniline struktuur, protseduurid ja ressursid;

17) **võlasuhe** on õigussuhe, millest tuleneb ühe isiku (kohustatud isik ehk võlgnik) kohustus teha teise isiku (õigustatud isik ehk võlausaldaja) kasuks teatud tegu või jätta see tegemata (täita kohustus) ning võlausaldaja õigus nõuda võlgnikult kohustuse täitmist. Võlasuhte olemusest võib tuleneda võlasuhte poolte kohustus teatud viisil arvestada teise võlasuhte poole õiguste ja huvidega. Võlasuhe võib sellega ka piirduda.

18) **müügigarantii** on müüja, varasema müüja või tootja (müügigarantii andja) lubadus müüdud asi garantiis ettenähtud tingimustel tasuta või tasu eest välja vahetada, parandada või tagada muul viisil asja vastavus garantiis ettenähtud tingimustele, millega antakse ostjale seaduses sätestatust soodsam seisund.

Kauplemise põhiprintsiibid

Kaupmeeste Liidu Hea Kaubandustava

Kaupmeeste Liidu Hea Kaubandustava on vastu võetud Kaupmeeste Liidu Üldkoosoleku poolt 7. oktoobril 1998. aastal ja uuendatud 31. jaanuaril 2008. a. eesmärgiga sõnastada põhimõtted, millest lähtuvad oma tegevuses Kaupmeeste Liidu liikmed ning mis loovad pinnase kaubandusettevõtete vahelisele üksteisemõistmisele, ausale ja vabale konkurentsile ning ärilise suhtlemise eetilisele ja kaubandusala hea maine kindlustamisele. Nimetatud dokument on olnud üheks aluseks käesoleva juhendi koostamisel.

Kaupmeeste Liit eeldab, et kõik Eestis tegutsevad kaubandusettevõtted toetuvad oma tegevuses allpooltoodud põhimõtetele, mille järgimine on peamiseks eelduseks Kaupmeeste Liitu liikmeks võtmisel.

Kaubandusettevõtte tegevuse reguleerimine

Oma tegevuse korraldamisel lähtuvad kaubandusettevõtted seadustest, teistest õigusaktidest, kaubandusettevõtte sisestest eeskirjadest ning kaubandusettevõtte poolt sõlmitud lepingutest. Kaubandusettevõtted teevad kõik selleks, et nende töötajad oleksid oma tööülesannete ulatuses teadlikud eelpool toodud aktidest ja dokumentidest.

Kaubandusettevõtete vaheline suhtlemine

Kaubandusettevõtted järgivad ärisuhetes korrektsuse, aususe ja vastastikuse lugupidamise printsiipi. See tähendab, et ettevõtted täidavad sõlmitud kirjalikest või suulistest kokkulepetest tulenevaid kohustusi ning hoiduvad avaldamast sellist arvamust või informatsiooni, mis võib põhjustada alusetute negatiivsete järelduste tegemise kolmandate isikute poolt.

Eesti Kaupmeeste Liidu liikmete vahelised ärilised konfliktid püütakse alati lahendada läbirääkimiste teel.

Kaubandusettevõtete vaheline konkurents

Kaubandusettevõtted peavad ärisuhetes kinni ausa konkurentsi põhimõttest. Kaubandusettevõtted kasutavad konkurentide edestamisel, turuosa suurendamisel ja klientide juurdevõitmisel ainult seaduslikke ja eetiliselt aktsepteeritavaid vahendeid.

Meedias ja ärireklaamis avaldavad kaubandusettevõtted üksnes tõest informatsiooni ning ei halvusta konkurente.

Kaubandusettevõtted ei muuda kaupade ja teenuste hindasid omavaheliste kokkulepete alusel.

Kaubandusettevõtete poolt müüdavate kaupade ja osutatavate teenuste kvaliteet

Kaubandusettevõtted avaldavad oma kaupade ja teenuste kohta ainult tõele vastavat informatsiooni.

Kaubandusettevõtete müügikohtades on tagatud tõe info kättesaadavus pakutavate kaupade ja teenuste hindade, omaduste ning kasutamise kohta.

Kaubandusettevõtetal on vastavalt ettevõtte vajadusele välja töötatud ja kinnitatud ettevõttesisesed protseduurireeglid, struktuuriüksuste põhimäärused ja ametijuhendid, mis tagavad kaupade ja teenuste kvaliteeditaseme ja vastavuse kliendi ootustele.

Kaubandusettevõtetal on välja töötatud protseduurireeglid klientide kaebuste käsitlemiseks ja nendest on teadlikud kõik klienditeenindusega seotud töötajad.

Kaubandusettevõtte suhted klientidega

Kliendi ja kaubandusettevõtte vahelised suhted põhinevad vastastikusel aususel, lugupidamisel ja usaldusel.

Kaubandusettevõtted on oma tegevuses kliendikesksed. Kaubandusettevõtete töötajad on orienteeritud kliendi rahulolu tagamisele ja tõstmisele ning klientides lojaalsuse tekitamisele ja säilitamisele.

Kaubandusettevõtete klienditeenindajad on kompetentsed andma kliendile soovitud konsultatsiooni firma kaupade ja teenuste kohta. See tähendab, et Kaubandusettevõtete klienditeenindajad on saanud vajaliku väljaõppe, mis hõlmab kauba ja teenuste tundmist, hea teeninduse põhireegleid, ohutusnõuete tundmist ning muid tehnilisi oskusi ja teadmisi töötamiseks vastaval ametikohal.

Kaubandusettevõtte töötajad ei tohi oma tegevuse või tegevusetusega otseselt või kaudselt kompromiteerida kliendi ja kaubandusettevõtte vahelist usaldust.

Kaubandusettevõtte töötaja

Kaubandusettevõtte töötaja on läbinud erialase koolituse, mis annab talle teadmised ja oskused, mis vastavad kehtivale kutsestandardile ja õigusaktidega kehtestatud nõuetele. Kaupleja lähtub nii töötaja töölevõtmisel kui ka edutamisel tema oskuste, teadmiste, isikuomaduste vastavusest kutsestandardile ja kaupleja kehtestatud reeglitele.

Kaubandusettevõtete töötajad on orienteeritud kliendi rahulolu tagamisele ja tõstmisele ning klientides lojaalsuse tekitamisele ja säilitamisele.

Kaubandusettevõtted teevad kõik selleks, et oleks tagatud töötaja rahulolu töökeskkonna ja motivatsioonisüsteemiga. Iga töötaja on isiksus, kes vajab tunnustust, koolitust, sobivat tööriietust.

Kaubandusettevõttes töötavad isikud ei tohi vastu võtta niisuguseid materiaalses või rahalises vormis kingitusi, mida on seaduse või eetikanormide järgi võimalik käsitleda korrupsioonina.

I OSA

Kaupleja ja tarbija vaheline suhtlemine

Kaupleja peab tundma asjakohaseid õigusakte ja teadma, kuidas need mõjutavad teda ja tema kliente. Suhtlemisel tarbijaga on oluline teada eelkõige võlaõigusseaduses (VÕS) ja tarbijakaitseaduses (TKS) sätestatud. VÕS reguleerib kaupleja ja tarbija vahelisi lepingulisi suhteid ja sätestab tarbija nõuded õiguskaitsevahendina (kui kaup ei vasta lepingutingimustele, võib tarbija nõuda selle parandamist või asendamist, hinna alandamist või taganeda lepingust). Tarbijakaitseadus reguleerib kauba pakkumist ja müüki tarbijale ning kehtestab sanktsioonid juhuks, kui kaupleja tegevus ei vasta kehtestatud nõuetele.

Juhendi käesolev osa ongi mõeldud eelkõige selgitamaks tarbijakaitseaduses sisalduvat kaupleja ja tarbija vahelise tehinguga seotud kauplemisvõtete regulatsiooni.

1. Kauplemisvõte

TKS kohaselt on **kauplemisvõte** „kauplejapoolne tegevus, tegevusetus, teguviis või esitusviis, kommertsteedaanne, sealhulgas reklaam, ja turustamine, mis on otseselt seotud kauba või teenuse reklaamimise, pakkumise, müügi või tarnimisega tarbijale”.

Seega on tegemist kauplemisvõttega, kui a) tegijaks on kaupleja, b) midagi on tehtud või tegemata jäetud, c) tegevus seondub kauba või teenuse pakkumise, müügi või tarnimisega tarbijale.

Kuigi kauplemisvõtte definitsioonis on kasutatud väljendit „mis on otseselt seotud kauba või teenuse reklaamimise, pakkumise, müügi või tarnimisega tarbijale”, kohaldub kauplemisvõtete regulatsioon ka kaupleja tehingujärgsele tegevusele. Tehingujärgne tegevus võib olla seotud müügi järgse teenindusega, sõlmitud lepingust taganemisega, võla sissenõudmisega jne. Ka selline tegevus on otseselt seotud kauba või teenuse pakkumisega.

Näide: Kauba pakkumisel lubab kaupleja tarbijale, et kõik tarbija kaubaga seonduvad kaebused lahendatakse kiiresti. Pärast kauba müümist tarbijale aga keeldub kaupleja tarbijaga suhtlemast, kui midagi on läinud halvasti. Kaupleja selline tegevus on otseselt seotud kauba pakkumise ja müügiga ning on käsitletav kauplemisvõtteks. Enne tehingu tegemist loodi tarbijale mulje, et ka müügi järgselt tegeletakse kauba juures ilmnenud võivate probleemidega, mida aga tegelikult ei tehtud. On tõenäoline, et kauplejapoolne lubadus julgustas tarbijat ostu sooritama ning vastasel juhul ei oleks tarbija seda teinud.

Ebaausate kauplemisvõtete kasutamine tarbija suhtes on keelatud nii enne kui ka pärast kauba või teenusega seonduva tehingu tegemist, samuti tehingu tegemise ajal.

2. Millal on kauplemisvõtte ebaaus?

Seaduse kohaselt on kauplemisvõtte **ebaaus**, kui see on vastuolus kaupleja ametialase hoolsuse nõuetega ja moonutab oluliselt keskmise tarbija majanduskäitumist.

Kauplemisvõtte on ebaaus, kui on täidetud mõlemad tingimused – kaupleja tegevus on vastuolus ametialase hoolsuse nõuetega ja moonutab oluliselt keskmise tarbija majanduskäitumist.

Iga kauplemisvõtet hinnatakse eraldi ja hindajaks on kauplemisvõtte regulatsiooni osas järelevalvet teostama määratud pädev asutus ehk siis Tarbijakaitseamet või kohus. Kauplemisvõtte hindamisel tuleb sisuliselt sooritada kolm testi:

- a) tuvastada vastuolu ametialase hoolsuse nõuetega;
- b) määratleda keskmise tarbija, kellele kauplemisvõtte on suunatud;
- c) tuvastada keskmise tarbija majanduskäitumise oluline moonutamine või tõenäoline oluline moonutamine ehk siis kas kauplemisvõtte põhjustab või tõenäoliselt võib põhjustada tarbija sellise tehinguotsuse, mida ta muul juhul ei oleks teinud.

2.1 Ametialane hoolsus

Kuidas hinnatakse ametialast hoolsust?

TKS sätestab, et „kaupleja **ametialase hoolsuse** puhul lähtutakse sellisest kaupleja oskuste ja hoolsuse tasemest, mille kasutamist tarbijate suhtes võib kauplejalt mõistlikult eeldada ja mis on vastavuses heade kaubandustavade ning hea usu põhimõttega”.

Milline peaks olema see kaupleja oskuste ja hoolsuse tase, mida tarbija võib temalt mõistlikult eeldada, seda otsustab igal konkreetsel vaidlusalasel juhtumil Tarbijakaitseamet või kohus ja mõiste „ametialane hoolsus” saab täpsema tähenduse seoses väidetava rikkumisega konkreetses valdkonnas.

Oma hinnangu andmisel võib pädev asutus tugineda vastavas majandus- või kutsetegevuses järgitavatele käitumistavadele. Käitumistava ehk koodeks on teatud tegevusvaldkonnas tegutsevate ettevõtjate käitumist kirjeldav reeglistik või kokkulepe, mida seda aktsepteerinud ettevõtjad kohustuvad vabatahtlikult järgima. Käitumistavadel ei ole õiguslikku tähendust ja tavadejärgne käitumine ei pruugi alati tagada vastavust ametialase hoolsuse nõuetele. Kui ettevõtjate initsiatiivil koostatud käitumistavad on heaks kiidetud ka tarbijaorganisatsioonide poolt, on küllalt tõenäoline, et ettevõtja tavadejärgse käitumise puhul on tagatud ka vajalik ametialane hoolsus.

2.2 Keskmise tarbija

Kauplemisvõtte ja ametialase hoolsuse hindamisel lähtutakse mitte üksikute tarbijate, vaid „keskmise tarbija” võimalikust majanduskäitumisest. Milline on „keskmise tarbija”, seda otsustab pädev asutus, kuid eelduseks tuleb võtta, et keskmise tarbija on

piisavalt informeeritud (tarbijal on kaubast või teenusest ligikaudne ettekujutus, kuid mitte üksikasjalikud teadmised), mõistlikult tähelepanelik ja ettevaatlik tarbija.

Seega on kauplemisvõtte ebaaus, kui kaupleja tegevus ei vasta tema ametialase hoolsuse nõuetele ja sellise tegevuse tagajärjel teeb või tõenäoliselt teeb keskmine tarbija tehinguotsuse, mida ta muul juhul ei oleks teinud või oleks teinud teistel tingimustel.

Eelkõige on ebaausad eksitavad ja agressiivsed kauplemisvõtted.

3. Eksitav kauplemisvõtte – eksitav tegevus või tegevusetus

Iga tehing kaupleja ja tarbija vahel on seotud mingit laadi teabe esitamisega tarbijale. Isegi kui tarbija valib kauba iseteenindavas kaupluses iseseisvalt, on tema valiku aluseks mingi avalikult esitatud teave – tavaliselt kauba reklaamis, kauba märgistuses või kauba juures asuval hinnalipikul sisalduv teave. Igasugune tarbijale antud teave peab olema tõene ja asjakohane. Tarbijale pakutav kaup peab vastama kauba kirjeldusele. Ka tootja, maaletooja või hulгимүүja poolt tehtud avalikud avaldused kauba omaduste kohta, eelkõige kauba reklaamis või selle märgistusel sisalduv teave, peavad olema tõesed ning moodustavad osa kaupleja ja tarbija vahelisest lepingust.

Seaduse kohaselt on „kauplemisvõtte eksitav, kui selles esitatud teave on ebaõige või muul moel, kaasa arvatud üldine esitusviis, petab või tõenäoliselt petab keskmist tarbijat, isegi kui esitatud teave on faktiliselt õige, ja kui see mõlemal juhul paneb või tõenäoliselt paneb tarbija tegema tehinguotsust, mida ta muul juhul ei oleks teinud”.

Tarbijat eksitav tegevus on alati vastuolus kaupleja ametialase hoolsuse nõuetega. Seega peab tarbijale esitatud teave olema faktiliselt õige ja tõene ning esitatud sellisel viisil, et tarbija saab sellest üheselt ja õigesti aru. Eksitava kauplemisvõttega on tegemist ka sellisel juhul, kui kaupleja jätab tarbijale vajaliku teabe edastamata.

Milline on see teave, mille suhtes keskmisel tarbijal võib eelduslikult olla äratuntav huvi ja mida tarbija eeldatavalt võiks tehinguotsuse tegemisel vajada? Eelkõige on see teave kauba või teenuse peamiste omaduste – kirjeldus, kogus, kasutusotstarve, päritolu, kasutamisest oodatav tulemus jne – ja hinna kohta, samuti kauba kasutamise seonduva hoolduse ja varuosade kohta, aga ka tarbija õiguste kohta, kui peaks tekkima kauba või teenusega seotud probleem, sealhulgas õigus asja ümbervahetamisele või hüvitusele. Tarbija otsust võib mõjutada ka talle edastatud teave kaupleja kohta (tema kvalifikatsioon, tunnustamine, saadud auhinnad jne) või siis kaupleja kohustuste kohta (näiteks mis tahes avaldus või sümbol seoses otsese või kaudse sponsorlusega).

Alati ei tule tarbijale avaldada kogu eelnimetatud teavet ja mingi osa teabest võib tarbijale olla selge juba kauplemisvõtte kontekstist. Eelnimetatud teave on seega indikatiivne ja kaupleja jaoks suunav, et mitte jätta avaldamata sellist teavet, mis võiks keskmisele tarbijale otsuse tegemisel vajalik olla. Kindlasti tuleb aga avaldada erinevates õigusaktides nõutav teave.

Nagu eespool märgitud, peab tarbijale esitatud teave olema tõene ja kui kaupleja kauba või teenuse pakkumisel mingit teavet avaldab või midagi väidab, peab ta olema veendunud, et seda on võimalik tõendada. Ka tootja poolt antud informatsioonile tuginedes peaks kaupleja olema veendunud, et tema kasutatav väide on usaldusväärne ja tõendatav.

Samas on lubatud reklaamides kasutada tavapäraseid ülivõrdeid või väljendeid, mis on pigem kujundlikud ega ole mõeldud sõna-sõnalt tõlgendatavatena (nt ei pea kaupleja suutma tõendada väidet „Red Bull annab tiivad“).

Näide: Sulepatjade ja -tekkidega kaupleja pakub oma kaupa, teavitades tarbijaid, et patjade ja tekkide sisu on 100% udusulgedest. Kui siis testimisel aga selgub, et need tekid ja padjad sisaldavad udusulgi ainult 60-90%, on tegemist ebaausa, täpsemalt eksitava kauplemisvõttega. Keskmine tarbija on valmis udusulgedest teki eest maksma kõrgemat hinda ja eeldab õigustatult, et kaupleja antud teave on tõene.

Näide: Tarbija saab oma e-postkasti teate firmalt, kes pakub juuksehooldusvahendeid. Teates on märgitud, et juuksekasvu soodustava toote abil kasvavad kiilaspäisuse korral juuksed kolme nädala jooksul tagasi ja et toode on „testitud ja järeleproovitud“. Tarbija puhul aga toode ei toimi. Kui kaupleja ei suuda oma väidet tõendada, on tegemist eksitava kauplemisvõttega, kuna tarbijale on esitatud tõele mittevastavat teavet toote kasutamise tulemuse kohta ja selline teave võib tõenäoliselt oluliselt mõjutada otsust, mille teeb keskmine tarbija, kellele see toode on suunatud (tõenäoliselt tarbijad, kellel on probleeme juuksekasvuga).

Näide: Postimüügikataloogis on kõrvalesta läbivate kõrvarõngaste juures märkus „Vabandame – tagasi ei võeta“. Selline märkus tõenäoliselt eksitab tarbijaid seoses hüvituse taotlemisega puudusega kauba puhul. Tõenäoliselt võib kaupleja sellist tegevust lugeda ebaausaks, kuna see on eksitav. Märkus on faktiliselt küll õige, kuid seda võib lugeda keskmist tarbijat tõenäoliselt eksitavaks seoses tarbija õigusega asja ümbervahetamisele või hüvitusele puudusega kauba korral. Keskmine tarbija tõenäoliselt mõistaks märkust „vabandame – tagasi ei võeta“ selliselt, et tal ei ole võimalik kaupa tagastada ka siis, kui see on puudusega ja seetõttu jätab tarbija kasutamata oma seadusliku õiguse kaubast loobuda. Seega paneks selline märkus antud näite puhul keskmise tarbija tõenäoliselt tegema tehinguotsust, mida ta muidu ei oleks teinud. Tarbija tehinguotsus ei ole mitte ainult otsus selle kohta, kas, kuidas ja millistel tingimustel ostu sooritada, vaid ka otsus selle kohta, kas ostetud asi tagastada või endale jätta või kasutada muid lepingujärgseid õigusi.

Tarbijale vajaliku teabe avaldamata jätmisel on samuti tegemist eksitava kauplemisvõttega ehk siis eksitava tegevusetusega.

Näide: Kaupleja pakub ja müüb erinevaid valgusteid. Tarbija ostab öölambi ja kui lambis kasutatav elektripirn põleb läbi, selgub, et selliseid elektripirne riigis ei turustata. Tarbijale jäeti esitamata talle vajalik teave seoses varuosadega ja selle tulemusena tegi tarbija ostu, mida ta muul juhul ei oleks teinud. Tegemist on jällegi eksitava kauplemisvõttega, kuna tarbijale jäeti vajalik teave esitamata ja tarbija tegi seetõttu tehinguotsuse, mida ta muul juhul ei oleks teinud. Keskmine tarbija eeldab, et öölambis kasutatav elektripirn on vahetatav. Kui tarbijat oleks teavitatud, et

öölambis on ebaharilikud elektripirnid, mida tavaliselt ei turustata, oleks tarbija tõenäoliselt jätnud selle öölambi ostmata.

Tarbijale esitatav teave ei tohi olla esitatud viisil, mis petab või tõenäoliselt petab keskmist tarbijat ja paneb või tõenäoliselt paneb tarbija tegema tehinguotsust, mida ta muul juhul ei oleks teinud. Teave hinna kohta on tavaliselt selline teave, mida tuleb esitada kõigi pakutavate kaupade ja teenuste puhul.

3.1 Kuidas avaldada hinda tarbijale üheselt arusaadavalt?

Üldised nõuded

- Avaldada tuleb kauba või teenuse lõplik hind, s.o. summa, mis tarbijal tuleb kauba või teenuse eest tasuda ja milles sisalduvad käibemaks ja muud maksud ning tasud. Eraldi märgitakse pakendi pant. Ei tohi lubada olukorda, kus hinnasildil, vaateaknal, reklaamis või veebilehel on üks hind, kuid tasumisel nõutakse tarbijalt kõrgemat hinda.
- Kui kauba kättetoimetamise eest on ette nähtud lisatasu, näiteks tele-, posti- või telefonimüügi puhul, tuleb tarbijat sellest teavitada ja ära näidata lisatasu suurus. Kui lisatasu suurus ei ole võimalik üheselt kindlaks määrata, tuleb teatavaks teha selle arvutamise alused.
- Hind peab olema avaldatud selgelt ja loetavalt, et see oleks tarbijale kergesti märgatav ja üheselt arusaadav.
- Kauba puhul peab lisaks müügihinnale olema näidatud ka ühikuhind, v.a. kui selle näitamine lisaks müügihinnale ei ole nõutud.
- Kui avaldatud hind kehtib ainult piiratud hulga kaupadele (nt teatud suurused või värvid) või tellimustele (nt teatud ajavahemikul esitatud tellimustele), tuleb see avaldatud hinna juures tarbijale selgelt ja ühetähenduslikult teatavaks teha.
- Kui teatud kauba kohta avaldatud hind ei kehti kaubale kujul, millisel seda eksponeeritakse või reklaamitakse, tuleb see tarbijale teatavaks teha. Näiteks võib tuua osadena müüdavad kaubad, mis on müügisaalis või reklaamis kokkupandud kujul (nt kokkupandud mööbli hinna juurde tuleb lisada teave, et mööblit müüakse osadena). Pakkumisest teavitavates reklaammaterjalides kasutatud pildid peavad vastama avaldatud hinnateabele. Kui pildil on kaup koos lisaesemetega, mis ei kajastu avaldatud hinnas, tuleb see selgelt ära märkida.
- Toitlustusteenuse ja muu teenuse pakkumisel peab teenuste hinnakiri olema välja pandud tarbijale nähtavale kohale ja hea oleks seda teha selliselt, et tarbija näeks hinnakirja juba enne ettevõttesse sisenemist.

Soodushind

- Soodushinnast teavitades peab kaupleja suutma tõendada, et pakkumine on tõesti nii soodne kui reklaamiga tarbijale loodud mulje. Pakutav soodushind peab olema tavahinnast selgelt soodsam. Ei ole õige kasutada väljendit „eriti soodsad hinnad”, kui tegelikult on need tavahinnast vaid 10% madalamad.
- Kui soodushinnaga pakutavate kaupade või teenuste hulk on piiratud ja kaupleja võib eeldada, et need müüakse läbi lühikese ajaga, peab sellisest pakkumisest teavitavas reklaamis olema mainitud, et pakutud kauba või teenuse hulk on piiratud. Tarbijaid tuleb teavitada ka sellest, kui pakkumine kehtib piiratud aja, kui ühele tarbijale võimaldatav kaubakogus on piiratud jne.

- Kui tegemist on kaupadega, mis on tellitud spetsiaalselt soodusmüügi jaoks ja neid kaupu pole varem selles kaupluses müüdnud (puudub tavahinnaga võrdlemise võimalus), siis nende kaupade soodushinnast teavitamisel peab kaupleja arvestama tingimusega, et pärast soodusmüügi lõppemist ei müüdnaks seda kaupa edasi sama hinnaga, sest lubatud soodushind kujuneks siis tavahinnaks.

Allahindlus

- Väljendeid „allahindlus”, „hinnad alandatud” ja muid samalaadseid fraase võib hindadest teavitamisel kasutada ainult juhul, kui enne allahindluse perioodi on kaupleja müüdnud samu kaupu olulises koguses ja piisavalt pika aja jooksul kõrgema hinnaga. Allahindluse aluseks ei saa võtta konkurentide kasutatavaid hindu või üldist hinnataset. Seega ei saa allahindlus kesta lõputult, sest alandatud hind kujuneb siis sisuliselt tavahinnaks.
- Kui allahindlus kehtib vaid piiratud hulgale kaupadele või kaubagruppidele, peab tarbijat olema sellest selgelt teavitatud. Tarbijale peab olema üheselt arusaadav, milliste kaupade hinnad on alandatud.
- Kui kaupleja teavitab suurest allahindlusest, aga tegelikult pakub alandatud hinnaga vaid üksikuid tooteid, võib seda lugeda tarbijate eksitamiseks. Kasutades näiteks üldist väljendit „allahindlus kuni 50%” peaks teavitatud maksimaalne allahindlusprotsent kehtima allahindlusperioodi alguses vähemalt 10%-le pakutavatest kaupadest.
- Alandatud hindadest teavitamisel tuleb tarbijale kindlasti näidata uus, allahindlust sisaldav hind kas vana hinna juures või selgitavas kirjalikus teates või tabelis. Ei piisa vaid sellest, et teavitatakse allahindluse protsendist.
- Kui kauba hinda alandatakse allahindluse käigus veelgi, siis tuleb lisaallahindlus arvutada kauba viimasest allahinnatud hinnast.

Puuduse tõttu alandatud hind

- Kui kauba hinda on alandatud kauba puudusest või madalast kvaliteedist tingituna, tuleb tarbijat sellest selgelt teavitada. Sellised kaubad tuleb selgelt eraldada teistest alandatud hinnaga või tavahinnaga pakutavatest nõuetekohastest kaupadest.

Kui teavet hinna kohta ei ole tarbijale piisavalt selgelt ja üheselt arusaadavalt selgeks tehtud ning selle tulemusena võib keskmine tarbija teha tehinguotsuse, mida ta muul juhul ei oleks teinud, on väga võimalik, et kaupleja tegevust võib hinnata eksitavaks tegevuseks.

Näide: Supermaketis on teatud toode müügil tavahinnaga. Mingiks ajaks kõrvaldatakse toode müügit ja seejärel pannakse uuesti müüki esialgselt hinnast enam kui kaks korda kõrgema hinnaga. Mõne nädala möödudes alandatakse hinda poole võrra ja toodet reklaamitakse laialdaselt kui „poole hinnaga” pakkumist (kuigi hind on toote esialgselt tavahinnast kõrgem).

Sellist „poole hinnaga” pakkumist on võimalik lugeda eksitavaks konkreetse hinnaeelise suhtes. Kunstlikult tekitatud „poole hinnaga” pakkumist võib vaadelda kui ametialase hoolsusega vastuolus olevat tegevust, millega oluliselt mõjutatakse keskmise tarbija majanduskäitumist.

Näide: Kaupleja pakub kaupa hinnaga 499.90 krooni ja teavitab, et see on „odavaim hind linnas”. Samal ajal müüakse teises kaupluses sama kaupa hinnaga 499.50 krooni.

Tegemist on selgelt ebaõige väitega hinna kohta. Samas võib tekkida küsimus, kas sellisest väikesest hinnaerinevusest tingituna võiks keskmine tarbija teha tehinguotsuse, mida ta muul juhul ei oleks teinud. Ühelt poolt võetuna on hinnaerinevus väga väike ja keegi ei teeks ligi 500 krooni maksva kauba puhul otsust mõne sendi alusel. Siiski võib ka väita, et kuigi tarbijad ei teeks 50 sendi säästmiseks erilisi pingutusi, siis muude tingimuste võrdväärsuse puhul eelistaksid tarbijad minna odavamasse kauplusesse.

3.2 Alati keelatud eksitavad kauplemisvõtted

Tarbijakaitseeaduses on toodud selliste eksitavate kauplemisvõtete loetelu, mis on alati ja kõigil tingimustel keelatud ja mille puhul ei ole oluline ka selle mõju keskmise tarbija majanduskäitumisele.

Oma tegevuste kavandamisel peab kaupleja eelkõige hoiduma tegevusest, mis sarnaneb mõnele nn mustas nimekirjas loetletud kauplemisvõttele.

Mõned näited alati ja tingimusteta keelatud eksitavatest kauplemisvõtetest

1. Ostukutse kauba või teenuse ostmiseks kindlaksmääratud hinnaga, kui kaupleja jätab seejuures avaldamata oma põhjendatud kahtluse, et ta ei ole suuteline neid kaupu või teenuseid või nendega võrdväärseid kaupu või teenuseid sellise hinnaga tarnimiseks pakkuma või korraldama nende tarnimist teise kaupleja poolt ajavahemikus ja kogustes, mis on mõistlikud seda kaupa või teenust, selle reklaamimise ulatust ja pakutud hinda arvestades (peibutusreklaam).

Näide: Kaupleja reklaamib laialdaselt soodusmüüki, kus ta muude toodete hulgas pakub eriti soodsa hinnaga korvmööblit. Kui tarbija läheb kauplusesse seda mööblit ostma, siis selgub, et olid vaid üksikud mööblikomplektid, mis kohe ära müüdi. Kaupleja ei omanud piisavat kaubavaru ega teavitanud tarbijat kauba olemasolevast kogusest, arvestades reklaami ulatust ja pakutud hinda.

2. Tõele mittevastav väide, et kaup või teenus on saadaval ainult väga piiratud aja jooksul või teatud tingimustel saadaval väga piiratud aja jooksul, et panna tarbija koheselt otsustama ja jätta ta ilma piisavast võimalusest või ajast teadliku valiku tegemiseks.

Näide: Kaupluses on kaubariiuli juures reklaam: „Need kaubad eriti soodsa hinnaga ainult täna”. Riiulil olevate kaupade valik ja hind on aga samad mitme nädala jooksul.

3. Tarbijale õigusaktidega antud õiguste esitamine kaupleja pakkumise eripärana.

Näide: On-line kaupluse veebilehel reklaamitakse videokaameraid ja selle juures on järgmine teave: „Ostes meilt videokaamera, võimaldame sul sellega tutvuda 14 päeva jooksul ja kui toode ei meeldi, saad raha tagasi.”

Sellise teabe esitamisega luuakse tarbijale mulje, et tegemist on kaupleja pakkumise eripäraga, aga tegelikult on tegemist tarbija seadusest tuleneva õigusega. Siinjuures on oluline, kuidas sellist teavet edasi antakse.

4. Selgelt täpsustamata väide sellise riski olemuse ja ulatuse kohta, mis ohustab tarbija või tema perekonna turvalisust, kui tarbija kaupa või teenust ei osta.

5. Tõele mittevastav väide, et kaupleja kavatseb kauplemise lõpetada või tegevuskohta vahetada.

6. Väide võistluse või auhinna lubamise kohta ilma kirjeldatud auhindu või mõistlikke samaväärseid auhindu välja andmata.

Näide: Kirjastus lubab tarbijale ajakirja tellimisel kingitust. Tarbija tellib ajakirja, kuid kingitusele järele minnes selgub, et need on juba otsas. Ei ole oluline, kas kingituse lubamine mõjutab tarbija otsust ajakiri tellida või mitte.

7. Turundusmaterjalidesse arve või samalaadse maksmist puudutava dokumendi lisamine, mis jätab tarbijale vale mulje, et ta on turustatava kauba või teenuse juba tellinud.

Näide: Otsepostitusel saadetakse tarbijatele turundusmaterjal, mis sisaldab tutvustavat postkaartide komplekti ja arvet 100 kroonile. Tarbijale jääb mulje, et saadetud kaartide eest tuleb tal tasuda.

4. Agressiivsed kauplemisvõtted

Seaduse kohaselt on kauplemisvõtte agressiivne, kui „sellega konkreetses olukorras, arvestades kõiki selle üksikasju ja asjaolusid, ahistamise, sunni, sealhulgas füüsilise jõu kasutamise või liigse mõjutamise kaudu oluliselt kahjustatakse või tõenäoliselt kahjustatakse keskmise tarbija valikuvabadust või käitumist kauba või teenuse suhtes ja seega pannakse või tõenäoliselt pannakse tarbija tegema tehinguotsust, mida ta muul juhul ei teeks“.

Agressiivseks loetakse seega kaupleja igasugune tegevus, millega kaasneb tarbijate ahistamine, sundimine või liigne mõjutamine ja mille tagajärjel tarbija teeb tehinguotsuse, mida ta muul juhul ei oleks teinud.

Ka igasuguste soodustuste pakkumine tarbijale mõjutab tarbija majanduskäitumist, kuid seda ei loeta liigseks mõjutamiseks, kui sellega ei piirata tarbija valikuvabadust ja võimalust teha teadlikke otsuseid. Seega ei ole müügiedendus kui selline käsitletav agressiivse kauplemisvõttena.

Liigne mõjutamine on kaupleja tugevama positsiooni ärakasutamine tarbijale surve avaldamiseks viisil, mis oluliselt piirab tarbija suutlikkust teha teadlikke valikuid. Tarbijale surve avaldamine võib toimuda ka füüsilist jõudu kasutamata või ähvarduseta seda kasutada.

Näide: Tarbija on kauplejale võlgu ja maksetega hilineanud. Kaupleja kasutab liigset mõjutamist, kui pakub tarbijale võimalust võla tasumise tähtaja pikendamiseks tingimusel, et tarbija ostab temalt veel mõne toote.

Näide: Tarbija on sõlminud torumehega kokkuleppe, et see parandab ära tema lekkiva radiaatori. Kokku lepiti ka töö hind. Arve esitati aga kokkulepitust 5 korda suurem. Kui tarbija keeldus sellist summat maksmast, siis ühendas torumees radiaatori keskküttesüsteemist üldse välja.

Alati keelatud agressiivsed kauplemisvõtted

Tarbijakaitseseaduses on toodud selliste agressiivsete kauplemisvõtete loetelu, mis on alati ja kõigil tingimustel keelatud.

Mõned näited nn mustas nimekirjas sisalduvatest agressiivsetest kauplemisvõtetest:

1. Tarbija külastamine tema kodus, eirates tarbija palvet lahkuda või mitte tagasi tulla, välja arvatud lepingulise kohustuse täitmiseks õigusaktidega sätestatud tingimustel ja ulatuses.

Näide: Tarbija juurde koju tuleb vaakumtolmuimejaid müüv müügiagent, et tutvustada oma toodet. Mõne aja pärast on tarbijale selge, et ta ei soovi seda tolmuimejat, kuid agent jätkab järjekindlalt oma esitlust ega soovi lahkuda.

2. Tõele mittevastava mulje loomine, et tarbija on juba võitnud, võidab või pärast teatud tegevust võidab auhinna või saab muud samaväärset kasu, kui tegelikult auhind või muu samaväärne kasu puudub või kui auhinna või muu samaväärse kasu kättesaamine eeldab tarbijalt rahamaksmist või muud kulutusega seotud tegevust.

Näide: Otsepostitusel saadetakse tarbijatele kaubakataloogid ja kataloogil on teave „Olete võitnud tasuta CD”. Tegelikult peab aga tarbija kataloogist tellima, et lubatud võitu saada.

4.1 Kuidas hoiduda ebaausast kauplemisvõttest?

Tarbijale suunatud tegevuse kavandamisel peab kaupleja kõigepealt veenduma, et tema kavandatav tegevus ei sarnaneks kauplemisvõttele, mis sisaldub nn “mustas nimekirjas”.

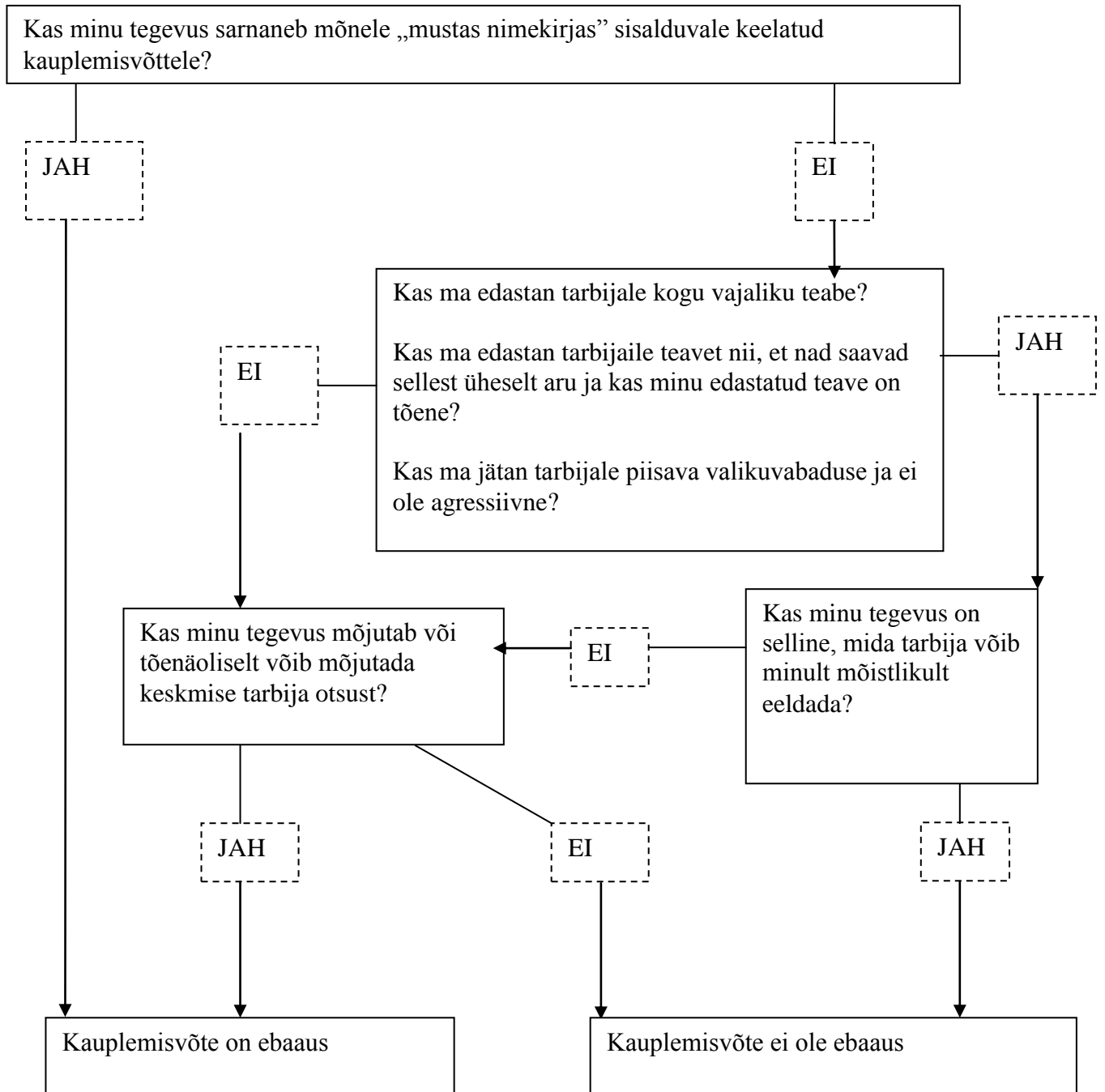
Kui kavandatav kauplemisvõte ühelegi „mustas nimekirjas“ sisalduvale kauplemisvõttele ei sarnane, peab kaupleja veenduma selles, et:

- 1) tarbijale edastatakse kogu teave, mida tarbija võiks konkreetse kauba või teenuse puhul vajada;
- 2) tarbijale ei edastata teavet, mis ei ole tõene või mille tõesus ei ole tõendatav;
- 3) teave edastatakse nii, et see on tarbijale üheselt arusaadav;
- 4) kauplemisvõte ei ole agressiivne ja sellega ei piirata tarbija valikuvabadust;
- 5) tema tegevus vastab kaupleja ametialase hoolsuse nõuetele.

Kõigi eelpool nimetatud tingimuste täitmisel võib eeldada, et kaupleja kavandatav tegevus ei ole tarbija suhtes ebaaus ja vastab kauplemisvõtete regulatsioonile.

Skeem 1

ALUSTA SELLEST!



5. Postimüük, e-kaubandus ja koduuksemüük

Kauba või teenuse pakkumine ja müük sidevahendi abil

Ebaausate kauplemisvõtete kasutamine on keelatud olenemata sellest, millisel viisil kaupa või teenust pakutakse ja müüakse. Sõltuvalt pakkumise ja müümise viisist võib aga tarbijale vajaliku teabe maht olla erinev. Näiteks jaekaubanduse puhul, kus tarbija võtab riiulilt kauba ja maksab selle eest kassas, ei ole tarbijat vaja teavitada pakkumise ärilisest eesmärgist, kauba eest maksmise või kauba kättetoimetamise tingimustest, sest see on juba iseenesest selge. Küll aga on sellise teabe edastamine oluline sidevahendi abil pakkumisel ja müümisel.

Sidevahendi abil pakkumise ja müügiga on tegemist siis, kui leping sõlmitakse sidevahendi kaudu ning tarbija ja pakkuja ei kohtu isiklikult. Sidevahenditeks võivad olla:

- telefon;
- faks;
- arvuti;
- TV-pood;
- e-post;
- post

Pakkumise võib edastada tarbija faksile ja telefoni automaatvastajale või elektronpostiaadressile üksnes tarbija eelneval nõusolekul. Muid individuaalset suhtlemist võimaldavaid sidevahendeid võib pakkumise edastamiseks kasutada, kui tarbija ei ole nende kasutamist sõnaselgelt keelanud.

Sidevahendi abil pakkumisel ja müümisel tuleb tähelepanu pöörata järgmistele punktidele:

1. Tarbijale tuleb kirjeldada ostuprotsessi ehk seda, kuidas tarbija saab ostu sooritada.
2. Tarbijale tuleb kirjeldada maksetingimusi ehk seda, millal, kuidas ja millises ulatuses tuleb ostusumma tasuda (seaduse kohaselt võib nõuda ettemaksu kuni 50%).
3. Müügingimused peaksid olema lihtsalt märgatavad, et tarbija ei peaks neid otsima.
4. Kõik tingimused peavad olema kirjeldatud selgelt ja tarbijale üheselt arusaadavalt.
5. Vastavalt võlaõigusseaduse §-le 54 lg 1 tuleb tarbijale mõistliku aja jooksul enne lepingu sõlmimist teatavaks teha:
 - a) pakkuja nimi ja aadress;
 - b) asja või teenuse põhitunnused;
 - c) lepingu jõustumise eeldatav aeg;
 - d) asja või teenuse hind, sealhulgas maksud ja muud hinna koostisosad ning nende suurus;
 - e) hinna sisse arvestamata posti- või veokulude ja maksude suurus ning põhitariifist suuremad posti- või sidevahendite kasutamise kulud;
 - f) asja või teenuse eest maksmise kord ning asja üleandmise või teenuse osutamise ja lepingu täitmise asjaolud;

- g) lepingust taganemise õigus ehk millise aja jooksul on tarbijal võimalik tellitud kaubast loobuda;
- h) tähtaeg, mille jooksul pakkumine või pakutav hind kehtib;
- i) lepingu minimaalne kestus, kui lepingut täidetakse teatud aja jooksul püsivalt või osadena;
- j) kas pakkujal on õigus tellitu asemel anda üle muu asi või osutada muu teenus või jätta asi üle andmata või teenus osutamata.

E-kaubandus

E-kaubandus on üks sidevahendi abil kauba või teenuse pakkumise ja müümise viise, kus tarbijal võimaldatakse kaupa või teenust valida ja ostu sooritada, sealhulgas ostu eest tasuta Internetis ilma osapoolte üheaegse füüsilise kohalolekuta. Kui kaupljal on veebileht, kus ta küll tutvustab enda poolt pakutavaid kaupu või teenuseid, kuid ostu sooritamiseks tuleb tarbijal siiski eraldi kauplaja poole pöörduda, ei ole tegemist e-kaubandusega.

Kauba või teenuse müügil e-kaubanduse korras peab Internetis avaldama kauplaja nime, asukoha aadressi, kontaktandmed (telefoni numbri, elektronposti aadressi, veebilehe aadressi), majandustegevuse registri registreeringu numbri, kauba või teenuse hinna vastavalt tarbijakaitse seaduses sätestatule, võlaõigusseaduse § 54 Tarbija teavitamine, § 56 Õigus lepingust taganeda, § 62¹ Arvutivõrgu abil lepingu sõlmimise erisused ning infohiskonna teenuse seaduses sätestatud teabe.

E-kaubanduse korras kauba pakkumisel ja müümisel on oluline tarbijale selgelt teatavaks teha:

- 1) millises keeles on võimalik lepingut sõlmida ja millised on lepingu sõlmimiseks vajalikud tehnilised etapid;
- 2) kas kauplaja säilitab lepinguteksti pärast lepingu sõlmimist ja kas see jääb kliendile kättesaadavaks;
- 3) tehnilised vahendid sisestusvigade tuvastamiseks ja kõrvaldamiseks;
- 4) isikuandmete kaitse ja töötlemise vastavus isikuandmete kaitse seadusele;
- 5) kauplaja järgitavad reeglid:
 - kauplaja peab tellimuse saamist viivitamata elektrooniliselt kinnitama;
 - tellimus ja tellimuse saamise kinnitus loetakse kättesaaduks, kui isikul, kellele see on määratud, on võimalus sellega tutvuda;
 - lepingutingimused, sealhulgas tüüptingimused, tuleb kliendile esitada selliselt, et tal on võimalik need salvestada ja taasesitada.

NB! Mida rohkem on kauplaja avaldanud oma andmeid koduleheküljel, seda usaldusväärsema mulje ta jätab.

Kauplaja peab tarbijale teatama taasesitamist võimaldavas vormis, et tarbijal on õigus lepingust taganeda, samuti teatama taganemise viisi ja tähtaja,

NB! Tarbija poolt teate kättesaamise aja peab tõendama kauplaja .

NB! Kui kauplaja soovib saada osa kauba hinnast ettemaksuna, peab see olema lepingu tingimustes kirjas. Vastavalt võlaõigusseadusele ei tohi ettemaksu nõuda rohkem kui 50 % kauba hinnast.

Kaupleja on lepingut rikkunud

Sidevahendite abil sõlmitud lepingute puhul on kaupleja rikkunud lepingut näiteks siis, kui on jätnud tellitud asja tarbijale tähtaegselt saatmata, teenuse tähtaegselt osutamata, on saatnud asja, mis ei vasta tellitule jms.

- Kui kaupleja ei teavita tarbijat 14-päevasest taganemisõigusest, mis on tarbijal iga sidevahendi abil sõlmitud lepingu puhul, või on jätnud enne lepingu sõlmimist edastamata muud olulist teavet on tarbijal õigus taganeda lepingust 3 kuu jooksul. 3-kuuline tähtaeg algab müügilepingu puhul asja üleandmisest, teenuse osutamise lepingu puhul aga lepingu sõlmimisest.
- Kui lepingus ei ole sätestatud teisiti, peab kaupleja tarbija tellimuse täitma 30 päeva jooksul arvates tellimuse edastamisest. Kui kaupleja seda ei tee, on tarbijal õigus saada tasuta tagasi viivitamata, kuid mitte hiljem kui 30 päeva jooksul. Siinjuures võib kasutada ka üldisi õiguskaitsevahendeid (nt kahju hüvitamine, viivis).
- Kui üleantud asi ei vasta tellitule, peab kaupleja saatekulud tarbijale hüvitama sõltumata sellest, mis on lepingus selle kohta sätestatud.

Taganemisõigus

- Sidevahendi kaudu sõlmitud lepingust võib tarbija taganeda 14 päeva jooksul ajast, mil toode on jõudnud tarbijani.
- Koduukselepingust on tarbijal õigus taganeda 14 päeva jooksul alates pakkujapoolse kirjaliku teate saamisest taganemisõiguse kohta.

NB! Sidevahendi kaudu või koduukselepinguga ostetud kaupade tagastamist ei pea tarbija põhjendama.

14-päevane tagastamisõigus ei kehti kauba puhul:

- mis on valmistatud tellija isiklike vajadusi arvestades (nt tarbija mõõtude järgi);
- mis on kiiresti riknev;
- mille kasutamistähtaeg on möödunud;
- perioodiliselt ilmuvate trükiste puhul (nt ajakirjad);
- audio- ja videosalvestuste ja arvutitarkvara puhul, juhul kui tarbija on ümbrise avanud;
- asjade puhul, mida nende olemuse tõttu ei saa tagastada.

Näide: Tarbija tellis postimüügikataloogist jope. Paki avamisel ilmnes, et toote värv erines suuresti kataloogis pildil olnust ning tarbija ei soovinud seda jopet. Tarbija täitis tagastustalongi ning saatis jope kauplejale tagasi.

NB! Kui tarbijat ei ole teavitatud lepingust taganemise õigusest või edastatud muud seadusega ettenähtud teavet (pakkuja tegevuskoha aadress, kuhu saab esitada kaebusi; teave garantiitingimuste kohta vms), võib tarbija lepingust taganeda kolme kuu jooksul toote temani jõudmise päevast.

NB! Kui tarbija otsustab lepingust taganeda, tuleb talle viivitamata, kuid mitte hiljem kui 30 päeva jooksul pärast lepingust taganemist, tagastada tema poolt tasutu. Tarbija peab pakkujalt saadud raha ja muud esemed tagastama viivitamata, kuid mitte hiljem kui 30 päeva jooksul taganemisavalduse ärasaatmisest.

Koduukse müük

Koduukseleping on leping, mis sõlmitakse tarbija eluruumis või töökohas, ühissõidukis, tänaval või vabaajaüritustel ehk väljaspool pakkuja ärruume.

NB! Koduukselepingu kohta sätestatud ei kohaldata lepingule, mille puhul tarbija tasub lepingus ettenähtud tasu lepingu sõlmimisel ja see ei ületa 15 eurot (~ 234,70 krooni), samuti juhul, kui tarbija külastust pakkuumise tegemiseks selgesõnaliselt soovis.

Teabe andmine

Vastavalt võlaõigusseadusele peab koduukse müügi puhul olema tarbijale kirjalikult teatavaks tehtud vähemalt järgnev teave:

- pakkuja nimi ja aadress;
- lepingust taganemise õigus ehk millise aja jooksul on võimalik tellitud kaubast loobuda (vähemalt 14 päeva);
- kuidas tarbija peaks taganemisõigust teostama;
- tuleb ära märkida ka teatise andmise kuupäev.

6. Tarbijakaebused

Kaebuste esitamine ja lahendamine

Tarbijal on õigus esitada tarbijakaitse seaduses ettenähtud korras kauplejale või teenuse osutajale pretensioon. Võimaluse korral lahendatakse vaidlused poolte kokkuleppel.

Pretensiooni esitamise soovituslik vorm on kirjalik. Kirjalikus vormis märgitakse järgmised andmed:

- tarbija nimi ja kontaktandmed
- kaebuse esitamise kuupäev
- kauba või teenuse puuduse kirjeldus
- kauplejale esitatav nõue

Kaupleja peab tarbija kirjalikult või kirjalikku taasesitamist võimaldavas vormis esitatud kaebuse läbi vaatama 15 päeva jooksul ning teavitama tarbijat kaebuse võimalikust lahendusest. Vastusega viivitamisel peab kaupleja tarbijat kirjalikult teavitama viivitamise põhjustest ning määrama uue tähtaja.

Kui pooled ei saavuta kokkulepet või tarbija ei jää kaupleja vastusega rahule, võib tarbija esitada kaebuse sellekohaseid vaidlusi lahendavale isikule või institutsioonile, Tarbijakaitseameti kaudu tarbijakaebuste komisjonile või kohtule.

Kui tarbija esitab kaebuse Tarbijakaitseametile, edastab amet selle kauplejale kolme tööpäeva jooksul. Kaupleja peab sellele vastama ning esitama omapoolsed selgitused ja võimaliku ettepaneku lahenduse osas kümne tööpäeva jooksul.

Kui kaupleja ei ole nõus tarbija nõuet rahuldama või tarbija ei nõustu kaupleja ettepanekuga lahenduse osas, teavitab tarbija soovi korral Tarbijakaitseametit soovist edastada asi lahendamiseks tarbijakaebuste komisjonile.

Komisjonile saadetakse vaidluse põhimaterjalid. Toimiku materjalide alusel otsustatakse, kas vaidlus kuulub komisjoni pädevusse või mitte.

Tarbijakaebuste komisjon

Tarbijakaebuste komisjon (edaspidi komisjon) on tarbija ja kaupleja vahelisi vaidlusi lahendav sõltumatu institutsioon. Komisjoni koosseisu kuuluvad akadeemilise juriidilise haridusega sõltumatu isik ning võrdne arv tarbija- ja ettevõtlusorganisatsioonide esindajaid.

Tarbija või tema esindaja võib esitada Tarbijakaitseameti kaudu komisjonile kirjaliku kaebuse, kui kaupleja on keeldunud tarbija kaebust lahendamast või kui tarbija ei ole nõus kaupleja pakutud lahendiga.

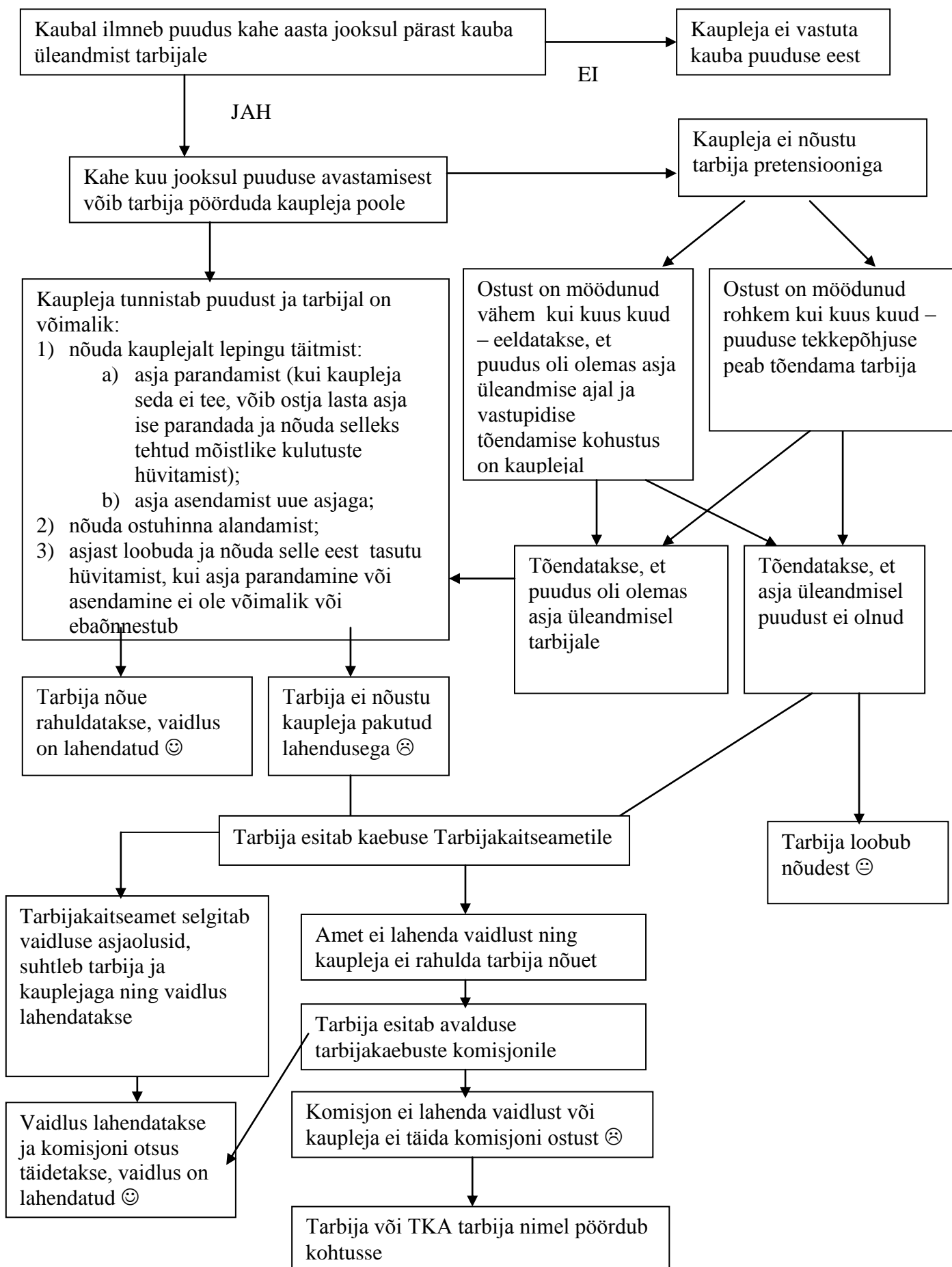
Tarbijakaebuste komisjoni otsus kuulub täitmisele ühe kuu jooksul alates komisjoni otsuse ärakirja saamise päevale järgnevast päevast, kui otsuses ei ole määratud teist tähtaega. Kaebustekomisjoni otsus on pooltele vabatahtlikuks täitmiseks. Kui komisjoni otsusega ei nõustuta ja seda ei täideta, võivad vaidlevad pooled pöörduda sama vaidluse läbivaatamiseks maakohtusse.

Komisjoni otsuse täitmata jätmise korral on Tarbijakaitseametil õigus tarbija nõusolekul pöörduda tarbija esindajana sama vaidluse läbivaatamiseks maakohtusse, kui vaidlus on oluline seaduse või muu õigusakti kohaldamise ja tarbijate üldise huvi seisukohalt.

Tarbijakaitseameti veebiaadressil www.tka.riik.ee on loetelu ettevõtetest, kes ei täida komisjoni otsust.

Skeem 2

TARBIJAKAEBUSTE LAHENDAMINE



7. Pretensiooni esitamise tähtaeg ja müügigarantii

Vastavalt Võlaõigusseaduse § 218 vastutab tarbijale müügi puhul kaupleja asja lepingutingimustele mittevastavuse eest, mis ilmneb kahe aasta jooksul asja üleandmisest ostjale (**pretensiooni esitamise tähtaeg**).

Eeldatakse, et esimese kuue kuu jooksul asja ostjale üleandmise päevast ilmnenuid lepingutingimustele mittevastavus oli olemas asja üleandmise ajal. S.t et esimese kuue kuu jooksul lasub vastupidise tõendamise kohustus kauplejal, ülejäänud 1,5 aasta jooksul tarbijal. Puuduse selgitamine peaks toimuma eelduslikult tarbija ja kaupleja koostöös.

Müügigarantii on müüja (samuti tootja, vahendaja) lubadus, millega antakse tarbijale seaduses sätestatust soodsam seisund. Mõiste „müügigarantii” või „garantii” kasutamine on ebaseaduslik, kui see ei anna tarbijale midagi enam, kui sätestab seadus.

Garantii andmine müüja, tootja või vahendaja poolt ei võta tarbijalt ära seaduslikke õigusi, sealhulgas õigust esitada pretensioon asjal puuduste ilmnemisel kahe aasta jooksul.

II OSA

Kaupleja ja tarnija vaheline suhtlemine

1. Üldreeglid

Eesti Kaupmeeste Liit on koostanud käesoleva Heade Kaubandustavade juhendi osa eesmärgiga kehtestada hea kauplemistava põhimõtted ja reeglid, mida järgides rajanevad kaubaturul tegutsevate **ettevõtjate vahelised** suhted ausal, vastutustundlikul ja edasiviival konkurentsil, et võimaldada tarbijatele kõrgekvaliteetsete kaupade ja teenuste kättesaadavus parima hinnaga.

Juhendi käesolev osa on mõeldud juhendumiseks jaekaubandusega tegelevate ettevõtjate (**kaupleja**) ja kauba tootja, maaletooja, hulgikaupleja või muu toote turule laskja (**tarnija**) omavahelistes suhetes, aidates kaasa seadustega reguleeritud küsimuste ühetaolisele mõistmisele, aga ka reguleerimaks küsimusi, mida seadused ei reguleeri.

Juhendiga liitudes või selle põhimõtteid avalikult aktsepteerides võtavad ettevõtjad endale kohustuse ausalt järgida selles sisalduvaid põhimõtteid ja reegleid, mis ei välista seda, et ettevõtjad sõlmivad seadustega kooskõlas olevaid vastastikuselt kasulikke teistsuguseid kokkuleppeid.

Juhendi tõhus rakendumine sõltub ettevõtjate vastutusest äritegevuses üldse ning püüdest mõistlike omavaheliste suhete kujundamise poole.

Eeltoodut arvesse võttes on Juhendi käesolev osa koostatud alljärgnevas:

Kaupleja ja tarnija, keda edaspidi koos nimetatakse ka **pooled**, juhinduvad oma tegevuses Euroopa Liidu ja Eesti Vabariigi õigusaktidest ning käesolevast juhendist.

Juhend on koostatud nimetatud õigusaktide, eelkõige Tsiviilseadustiku üldosa seaduse, Kaubandustegevuse seaduse, Tarbijakaitse seaduse, Võlaõigusseaduse, Konkurentsiseaduse ja teiste kaubandustegevust reguleerivate õigusaktide alusel.

Kaupleja ja tarnija lähtuvad omavahelistes suhetes üldistest tsiviilõiguslike suhete põhiprintsiipidest: seaduslikkusest, tsiviilõiguste igakülgselt õiguslikust kaitsest, subjektide vabadusest ja võrdõiguslikkusest, omandi puutumatuselt, tehingute sõlmimise vabadusest, heausksusest, õiguste ja kohustuste ühtsusest, proportsionaalsusest, keelust kasutada õigusi pahatahtlikult, õiguslikust selgusest.

Kaupleja ja tarnija vahelised suhted peavad rajanema aususel, mõistlikkusel ja vastastikusel usaldusel.

Pooled ei tohi pakkuda teise poole töötajatele ega nõuda neilt makseid või kingitusi eesmärgiga saada sellest kasu, sealhulgas soodsamaid lepingutingimusi. Igast juhtumist, mil ühe poole töötaja nõuab või pakub kingitust või makset eesmärgil, mida mõistlikult saab tõlgendada isikliku kasu taotlemisena või korrupsioonina, peab

teine pool viivitamatult teavitama selle töötaja tööandjat. Lubatud on siiski teha ja saada väikesi kingitus seoses sünnipäeva või muu tähtpäeva või erilise sündmusega.

Pooled ei tohi sõlmida konkurentsi kahjustavaid kokkuleppeid ega moodustada kartelle, sealhulgas kolmandate isikute suhtes kaubaturu piiramine või turule pääsemine või turult välja tõrjumine, kauplemistingimuste kindlaksmääramine, sealhulgas kauba hinna, tariifi, tasu, juurde-, alla- või mahahindluse, abonement-, lisa- või täiendava tasu, intressimäära, rendi või üüri määramine, samuti muud Konkurentsiseadusega keelatud kokkulepped.

Kõlvatu konkurents on keelatud. Kõlvatu konkurents on ebaaus äritegevus, heade kommete ja tavadega vastuolus olevad teod, sealhulgas:

- 1) eksitava teabe avaldamine, avaldamiseks esitamine, tellimine, konkurendi või tema kauba halvustamine;
- 2) konfidentsiaalse teabe kuritarvitamine, konkurendi töötaja või esindaja ärakasutamine.

Keelatud on mis tahes viisil kahjustada teise ettevõtja mainet või tema majandustegevust.

2. Standardsed lepingutingimused

Lepingud sõlmitakse üldjuhul kirjalikus vormis, kuid hea tava kohaselt kohustuvad pooled tegutsema ka vastavalt pooltevahelistele suulistele kokkulepetele.

Lepingu sõlmimine

Lepingu sõlmimise eelduseks on tarnija või kaupleja tahteavaldus, mis soovituslikult peaks olema kirjalik. Kirjaliku koostööpakkumise saanud poolel ei ole õigust keelduda koostööpakkumise läbivaatamisest eeldusel, et selline pakkumine või ettepanek tehakse mitte sagedamini kui kord poolaastas. Kirjalikule koostööpakkumisele tuleb mõistliku aja jooksul vastata ning näidata vastuses ära läbirääkimiste alustamise aeg ja kord või läbirääkimistest keeldumise motiveering.

Üldjuhul võetakse kaupleja ja tarnija vahelistes lepingusuhetes aluseks kaupleja tüüplepingu projekt. Kokkuleppeliselt või juhul kui kauplejal tüüplepingu projekt puudub, võetakse aluseks tarnija tüüplepingu projekt (selle olemasolul) või lepitakse kokku lepinguprojekti koostamises.

Lepinguprojekti saanud poolel on õigus teha omapoolseid ettepanekuid. Lepingutingimused kooskõlastatakse läbirääkimiste teel.

Leping on täitmiseks kohustuslik. Pooled vastutavad lepingu rikkumise eest seadustes ja lepingus ettenähtud viisil ja ulatuses.

Lepingu täitmise käigus tekkivad erimeelsused püüavad pooled lahendada läbirääkimiste teel.

Kaupade vastavus kvaliteedi- ja muudele nõuetele

Tarnija tagab kaupade ohutuse ja kvaliteedi vastavuse konkreetse kauba kvaliteeti tõendavatele dokumentidele (sertifikaat, vastavusdeklaratsioon, tunnistus, tehnilised tingimused või muu kvaliteeti tõendav dokument) või poolte vahel kooskõlastatud näidistele ja/või kvaliteedikirjeldusele.

Tarnija tagab üldjuhul kaupade vastavuse Tarbijakaitseseaduse ja muude tarbijakaitses, kaupade pakendamist, märgistamist või muudele nõuetele vastavust reguleerivate õigusaktide nõuetele. Kaubad peavad olema muuhulgas varustatud nõuetekohase eestikeelse teabega. Nõuetele mittevastava kauba ilmnemisel teavitab kaupleja tarnijat ning tarnija tagab oma kulul viivitamatult kauba nõuetele vastavusse viimise (kauba asendamine, dokumentide lisamine, lisamärgistamine või muu vajaminev tegevus) või kauba müügilt kõrvaldamise.

Tarnija esitab kvaliteeti ja nõuetele vastavust tõendavad dokumendid üldreeglina koos kaubaga.

Tarnija hüvitab kahju, mis tekib kauplejale nimetatud nõuete rikkumise tõttu.

Kaupleja ja tarnija lepivad kokku määratud realiseerimistähtajaga kauba tarnetähtajad selliselt, et tarnija tagab kauba tarnimise tundides, päevades või protsentuaalselt mõistlikul ajal enne tootja poolt määratud kauba minimaalset või lõplikku realiseerimistähtaega.

Tarnija ei tarna kaupu, mille realiseerimistähtaeg läheneb lõpule või mille realiseerimiseks järelejäänud tähtaeg ei taga kauplejale võimalust pakkuda kaupu tarbijale tema vajadustele vastava realiseerimistähtajaga, välja arvatud juhud, mil kaupleja on selleks eraldi nõusoleku andnud.

Juhul kui kaubale või selle osale on antud tootja või tarnija poolt müügigarantii, tagab tarnija, et garantiitingimused ei tohi olla halvemad tarbijale seadusega tagatud õiguskaitsest. Tarnija varustab kõik garantiiga kaubad eestikeelsete garantiitingimustega. Pärast müügigarantii lõppu, ostu kuupäevast kuni kahe aasta jooksul ilmnenu tootmisvigadega toote asendab tarnija omal kulul või hüvitab kauplejale selle maksumuse.

Kaupleja lahendab tarbijakaebused vastavalt Võlaõigusseaduses ja Tarbijakaitseseaduses sätestatule ning järgides Heade Kaubandustavade põhimõtteid (lk. 24-26).

Kauplejal on õigus nõuda tarnijalt tarbijakaebusega seoses tekkinud kahju hüvitamist, kui selline kahju on tekkinud asjaolude tõttu, mille eest on tulenevalt seadusest või pooltevahelisest lepingust vastutav tarnija (tootmisvigadega kaup, ebaõige või puudulik teave või selle puudumine kauba kohta vms).

Kaupade tarned

Tarnija toimetab kaubad kohale vastavalt lepingu tingimustele, kaupade tarne toimub vastavalt poolte kokkuleppele ning kaupleja poolt tellitud kogusele, sortimendile ja tarneajale.

Tarnija tagab kaubatarnete stabiilsuse ja järjepidevuse.

Tarnija ei hüvita kauplejale kulu, mis on seotud kaupade eemaldamisega müügikohtadest, kui:

- eemaldatavaid kaupu on kahjustatud kaupleja süül;
- kaupleja on tellinud suurema kaubakoguse võrreldes varasemate analoogsete perioodidega, seda tarnijaga eelnevalt konsulteerimata;

Kaupleja ja tarnija peavad püüdma luua sellist koostööd, mis tagaks optimaalseima ja efektiivseima kaupade voo tarbijani, vähendades vastavalt võimalustele kogu tarneahela kulu.

Kaupade turuletoomine

Tarnija peab uute kaupade turuletoomisel olema piisavalt hoolikas ja tuginema mõistlikele hinnangutele nende käibenäitajate suhtes.

Tarnija teavitab kauplejat, kellega tal on sõlmitud leping, õigeaegselt uute kaupade turuletoomisest.

Tarnija teavitab kauplejat, kellega tal on sõlmitud leping, õigeaegselt kaupade müügi edendamiseks läbiviidavate tarbijamängude tingimustest ja korraldamise tähtaegadest.

Arveldamise kord

Kaupleja tasub tarnitud kaupade eest poolte poolt kokkulepitud tähtajal, kooskõlas kaupade saatedokumentidega esitatud arve alusel.

Tarnija tasub pooltevahelises lepingus kokkulepitud makseid ettenähtud tähtajal kaupleja maksenõude alusel.

3. Hinnad ja maksed

Hinna määramine ja muutmine

Kauba hinna, samuti hinna muutmise tingimused lepivad pooled kokku lepingus.

Tarnija ei muuda kaupade kokkulepitud hindu põhjendamatult ja ilma mõistliku etteteatamiseta ning sagedamini kui lepingus kokku lepitud.

Kaupleja ei nõua tarnijalt põhjendamatult ja ilma mõistliku etteteatamiseta kauba kokkulepitud hinna alandamist või kokkulepitud hinnaalanduse suurendamist.

Kaubandusvõrgu kulude hüvitamine

Kaupleja ei nõua tarnijalt põhjendamatult, kas otseselt või kaudselt, kaupleja kulude hüvitamist, mis on seotud:

- pakendi disaini ja reklaamitöödega;
- tarbija- või turu-uuringutega;
- uue kaupluse avamise või kaupluse uuendamisega;
- kaupleja töötajate motiveerimisega.

Müügimahtude vähenemise hüvitamine

Kaupleja ei nõua tarnijalt otseselt ega kaudselt kaupleja saamatajäänud tulu hüvitamist, kui kaupade müügimaht on olnud väiksem, kui ettevõtte prognoosis, välja arvatud juhtudel, kui müügimahu vähenemine on seotud tarnija uue kauba müügiga kaupluses ning kui kaupleja ja tarnija on sellises hüvitises eelnevalt kokku leppinud.

Kaubakadude hüvitamine

Kaupleja ei nõua tarnijalt otseselt ega kaudselt kaupleja kauplustes toimunud tarnija kaupade kao hüvitamist, välja arvatud juhul, kui:

- taoline kadu tuleneb tarnija hooletusest või rikkumisest;
- hüvitise maksmise alused on kaupleja ja tarnija vahel kirjalikult kokku lepitud enne kauba tarnimist (purunemised, rikkumised või loomuliku kao % vms).

Hüvitise maksmine tarnija uue kauba müügi eest

Kaupleja ei nõua tarnijalt otseselt ega kaudselt hüvitist nõusoleku eest müüa tarnija uut kaupa, välja arvatud juhtudel, kui:

- on olemas poolte kokkulepe maksta sellist hüvitist müügiedendamise eesmärkidel ja kaupleja osaleb sellise müügiedenduse läbiviimisel;
- hüvitis vastab kaupleja mõistliku riski ja kulude hinnangule uute kaupade sortimenti, väljapanekusse või nimekirja võtmisel.

Hüvitise maksmine kaupade parema paigutamise eest

Pooled ei sõlmi kokkuleppeid tarnija kaupade parema paigutamise osas või tarnija kaupadele ebaproportsionaalselt suurema pinna eraldamise osas ning selle eest kauplejale hüvitise maksmise osas, välja arvatud juhtudel, kui selline tegevus ja hüvitise maksmine toimub müügiedendamise eesmärkidel korraldatava kampaania/ürituse ajal.

4. Müügiedendus

Kaupade müügi edendamist kavandab ja korraldab tarnija iseseisvalt, tarnija koostöös kauplejaga või kaupleja iseseisvalt.

Tarnija kaupade müügi edendamise ühine tegevuskava ja kulude jaotus lepatakse kokku kaupleja ja tarnija vahelises lepingus. Kui lepingus sellised kokkulepped puuduvad, siis lähtuvad pooled järgmistest põhimõtetest:

- müügiedendustegevus on iseseisev, kui see toimub teisest poolest sõltumatult. Iseseisvat müügiedendustegevust ei pea pooled kooskõlastama ja korraldavad pooled ei nõua selle eest teiselt poolelt tasu;
- Tarnija kauba müügi edendamiseks ühise kampaania/ürituse korraldamiseks peavad pooled oma soovist teineteisele mõistliku aja jooksul, olenevalt kampaania/ürituse ulatusest, ette teatama. Sellise kampaania/ürituse korraldamine eeldab kokkulepet läbiviimise aja, sisu ja poolte osaluse määra osas;
- kui müügi edendamiseks korraldatav kampaania/üritus toimub tarnija algatusel, ei nõua ta kauplejalt tasu, kui pooled ei lepi eelnevalt kokku teisiti;
- kui müügi edendamiseks korraldatav kampaania/üritus toimub kaupleja algatusel, peab kaupleja vajaliku hoolega prognoosima selleks ajaks tellitavate kaupade kogused ning kompenseerima tarnijale ületellitud toodete tavalise lepingujärgse hulgihinna, kui pooled ei lepi eelnevalt kokku teisiti.

5. Juhendi järgimine ja vaidluste lahendamine

Kaupleja ja tarnija, kes on liitunud Heade Kaubandustavade juhendiga, peavad heas usus läbirääkimisi mis tahes erimeelsuste tekkimisel omavahelistes suhetes või käesoleva juhendi järgimisel.

Juhul kui üks pool ei täida seadusest, lepingust või suulisest kokkuleppest tulenevaid kohustusi ja pooltel ei õnnestu vaidlust lahendada läbirääkimiste teel, on õigustatud poolel õigus kasutada kõiki seaduses ettenähtud õiguskaitsevahendeid ja nõuda talle tekitatud kahju hüvitamist.

Kaupleja või tarnija, kes on liitunud Heade Kaubandustavade juhendiga, kuid tegutseb vastuolus käesoleva juhendi põhimõtetega, rikub ühtlasi Heade Kaubandustavadega liitumise põhimõtteid ega saa kasutada Heade Kaubandustavade tunnusmärki.

III OSA

Heade kaubandustavadega liitumine, tunnusmärk

1. Heade Kaubandustavade juhendi jõustumine, juhendiga liitumine ja juhendi muutmine

Juhend jõustub Eesti Kaupmeeste Liidu üldkoosoleku otsuse vastuvõtmise päeval ja avaldatakse liidu kodulehel www.kaupmeesteliit.ee.

Eesmärgiks on siinjuures, et võimalikult paljud kauplejad oleksid tavadega tuttavad ja kasutaksid neid.

Liitumise või avaliku aktsepteerimise kinnitamiseks täidab kaupleja Kaupmeeste Liidu kodulehel elektroonilise vormi oma kontaktidega.

Juhendi rakendamine konkreetse ettevõtja suhtes algab ja lõpeb hetkel, kui ettevõtja teatab Kaupmeeste Liidule, et liitub juhendiga või lõpetab juhendi nõuetest juhindumise.

Kaupmeeste Liit avaldab liitunud ettevõtjate nimekirja ja teated uutest liitujatest või nimekirjast väljaarvatute kohta Kaupmeeste Liidu kodulehel.

Liitunud ettevõtjad kohustuvad tutvustama juhendit ettevõtte töötajatele, eelkõige tarbijate teenindamisega, kaupade sisseostu ja müügiga tegelevatele töötajatele.

Juhendit võib muuta juhendiga liitunud ettevõtjate või Kaupmeeste Liidu initsiatiivil. Ettevõtja esitab ettepanekud juhendi muutmiseks Kaupmeeste Liidule. Kaupmeeste Liit kogub muudatusettepanekud kokku ja kooskõlastab juhendi muudatused kirjalikult juhendiga liitunud ettevõtjatega. Liitunud ettevõtjate enamiku poolt kirjalikult heakskiidetud muudatusettepanekud vaatab läbi Kaupmeeste Liidu juhatus, kelle otsuse vastuvõtmise päevast muudatused jõustuvad.

2. Heade Kaubandustavade tunnusmärk (edaspidi tunnusmärk)

Heade Kaubandustavade juhendi projekti käigus töötati välja tunnusmärgi taotlemise ja väljastamise kord, kujundus, valmistamise viis jmt.

Heade Kaubandustavade tunnusmärk on vajalik, et eristada kaubandusettevõtteid, kes on liitunud heade tavade juhendi järgimisega, et anda tarbijaile teada ettevõtte poliitikast lähtuda igapäevatoos Heade Kaubandustavade juhendist.

Käesolev kord reguleerib Heade Kaubandustavadega liitunud kaubandusettevõtete poolt tunnusmärgi kasutamise tingimusi.

Heade Kaubandustavade tunnusmärk on märk, mida võib kasutada kujunduselemendina kaubandusettevõtte sissepääsu juures, müügikohas, kodulehel, kirjalangil, kutsetel, trükistel, reklaamiüritustel jm.

Heade Kaubandustavade tunnusmärgiks on kleebis lausega JÄRGIME HÄID KAUBANDUSTAVASID.

Tunnusmärgi kasutamine on vabatahtlik.

Tunnusmärki saavad kasutada kõik kaubandusettevõtted, kes on liitunud Heade Kaubandustavade juhendiga elektroonilise vormi kaudu või on teatanud oma soovist Kaupmeeste Liidule kirjalikult ning tasuvad tunnusmärgi eest. Tunnusmärgi kleebise hinna aluseks on selle valmistamise kulud.

Koostööpartnerile on Heade Kaubandustavade kasutamine tasuline. Tasu suurus lepitakse igal konkreetsel juhul eraldi kokku.

Koostööürituse puhul peab Heade Kaubandustavade tunnusmärgi kasutamise õigust taotlev organisatsioon esitama Kaupmeeste Liidu juhatusele kirjaliku taotluse, milles on märgitud tunnusmärgi kasutamise aeg ja koht ning millele on alla kirjutanud organisatsiooni juht. Tunnusmärgi kasutamise õiguse andmise või sellest keeldumise kohta saadetakse kirjalik vastus.

Heade kaubandustavade tunnusmärgi omakasupüüdlük kasutamine ilma Heade Kaubandustavade juhendiga liitumiseta ja ilma Kaupmeeste Liidu juhatuse kirjaliku nõusolekuta on keelatud.

Kokkuvõte

Heade Kaubandustavade juhendis on antud võimalikult laiapõhjaline ülevaade erinevatest nõuetest, tavadest jmt kirjutamata reeglitest kaupmehe igapäevatoos suhtlemisel tarbijaga ja tarnijaga. Juhendi kirjutajad eeldavad, et antud juhendist on kaupmeestele kasu ning et nii ettevõtete suhtlemine tarbijatega kui ka ettevõtetevaheline suhtlemine muutub kaasaja ootustele vastavaks.

Juhendis sõnastatud põhimõtted loovad pinnase kaubandusettevõtete vahelisele üksteisemõistmisele, ausale ja vabale konkurentsile ning ärilise suhtlemise eetilisele ja kaubandussektori hea maine kujunemisele.

Vaatamata juhendis toodule tekib praktikas alati olukordi, milleks ei olda valmis ja leidub kaupmehi, kes ei ole teadlikud headest tavadest ega juhendist. Teiselt poolt aitavad juba liitunud ettevõtted olulisel määral propageerida häid tavasid kaubanduses.

Kasutatud kirjandus

1. A Traders Guide. The law Relating to the Supply of Goods and Services. Office of Fair Trade, UK, 2005.
2. Code of practice for Traders on price indications. Office of Fair Trade, UK, 2005.
3. Consumer Protection from Unfair Trading Regulations. Guidance, Office of Fair Trade, UK, 2007.
4. Eetikakoodeksite käsiraamat. Tartu Ülikooli eetikakekus, 2007.
<http://www.oef.org.ee/repository/Document/eetikakoodeksid2007.pdf>
5. Mereste, Uno. Majandusleksikon I. Eesti Entsüklopeediakirjastus.
6. Past, Aune. Mainekujundus ettevõtluses ja poliitikas. 2007.
7. The Customer Ombudsman's Guidelines. Kuluttaja. Suomi, 2003.
8. The supermarkets code of practice. 2004. Office of Fair Trade, UK.
9. TIRDZNICĪBAS LABAS KOMERCĀRĀBĪBAS PRAKSES KODEKSS Latvijas Tirgõtāju asociācijas, 2006.

Õigusaktide loetelu:

Kaubandustegevuse seadus
Konkurentsiseadus
Tarbijakaitseseadus
Toote ja teenuste ohutuse seadus
Võlaõigusseadus

Lisad

Lisa 1. Kaebuste käsitlemine

Avaldus puudusega kaubateenuse kohta

Nr. _____

/Täidab infolaua klienditeenindaja/

Kaupleja nimi

_____ */avalduse esitamise kuupäev/*

Avalduse esitaja:

Nimi: _____

Tel.: _____

Address: _____

E-post: _____

Ostetud kaup:

Kauba
nimetus: _____

Kaubakood: _____ Kauba hind: _____

Ostu kuupäev: _____

Ostudokumendi/arve/saatelehe number:

Puuduse kirjeldus:

Koos kaebusega üleantud kaup:

Avalduse esitaja soov:

Lisa 2.

KAUPADE SISSEOSTU TINGIMUSED

Käesolevad kaupade sisseostu tingimused on näitlikud ja sobitatavad tsiviilõigussuhetes kaubandustegevusega seotud juriidilistele isikutele kaupade sisseostulepingute (ehk VÕS tähenduses müügilepingute) sõlmimise eesmärgil läbirääkimistel kasutamiseks, aga ka lepingu lisana kasutamiseks või lepingutes tingimuste täpsustamisel viitamiseks.

Müüja, antud Heade Kaubandustavade juhendis TARNIJA (Müüja) ja sisseostja, antud juhendis KAUPLEJA (Ostja) vahelistes tarnetega seotud suhetes lähtutakse seadustest, teistest õigusaktidest, rahvusvahelistest kokkulepetest, headest kauplemistavadest.

Müüja tagab, et sisseostulepingu sõlmimise seisuga ning lepingu kehtivusaja jooksul on tema tootmis- ja äritegevus kooskõlas kõigi asjaomaste ja kohaldatavate seaduste ning määrustega, sealhulgas, kuid mitte üksnes, ühiskondlikult vastutustundliku kaubanduse põhimõtetega, mis põhinevad Rahvusvahelise Tööorganisatsiooni (ILO), ÜRO Inimõiguste deklaratsiooni ja ÜRO Lapse õiguste konventsiooni poolt aktsepteeritavatel põhiõigustel

1. Müüja tarnib hinnakirjas fikseeritud tooteid (edaspidi kaup/kaubad) Ostjale sisseostulepingus fikseeritud tähtajaga ja hindadega, kui pooled ei lepi kirjalikult eraldi kokku teist tarnetähtaega. Hinnakiri kooskõlastatakse Lepingu allakirjutamisel ja vormistatakse Lepingu lisana.

2. Ostja ostab ja müüb kaupu edasi oma nimel ning tegutseb sõltumatu kauplejana. Müüja müüb kauba Ostjale vastavalt kirjalikule (posti teel, faksi teel, elektroonilisel kujul) tellimusele. Ostjapoolses tellimuses peavad olema fikseeritud soovitud kaupade nimetused, kogused, soovitud üleandmise koht ja aeg.

2.1. Ostjale on kauba saamise aluseks Müüja poolt kinnitatud tellimus. Müüja kohustub saatma Ostjale kirjalikult (posti teel, faksiga, elektroonilisel kujul) tellimuses näidatud aadressile tellimusekinnituse sisseostulepingus fikseeritud tähtaja jooksul alates tellimuse saamisest Ostjalt. Tellimuse kinnituses fikseerib Müüja tarnitavate kaupade nimetused, kogused ja tarnetähtaja ning tellimuses fikseeritud tarne koha.

3. Tellimusi saavad esitada ainult Ostja poolt selleks volitatud isikud. Ostja volitatud isikute nimekiri on Lepingu lisa. Volitatud isikute nimekirja uuendamise eest vastutab Ostja.

4. Kaup toimetatakse kohale vastavalt sisseostulepingus fikseeritud tingimustele ja antakse Ostjale üle arve-saatelehe alusel. Pooled on kokku leppinud, et täiendaval kokkuleppel tarnitakse kaup konkreetse punkti Eesti piires, kusjuures kaupa üleandev isik ja vastuvõttev isik on eelnevalt kirjalikult kooskõlastatud ning Müüja poolt määratud üleandja on kohustatud kontrollima kaupa vastuvõtva isiku nime isikut tõendava dokumendi (ID-kaart/pass/juhiluba) alusel ja veenduma, et tarnitud kauba vastuvõtja on eelnevalt kokkulepitud isik, võtma saatedokumendile vastuvõtja allkirja ning isikut tõendava dokumendi numbr.

4.1. Kauba tarnimisel Ostja kauplustesse/lattu eeldatakse Müüja või transpordifirma poolt, et Ostja kaupluse/lao töötaja, kes võtab vastu kauba ja allkirjastab saatedokumendid, omab vastavaid volitusi.

5. Kaup peab vastama valmistajatehase poolt kinnitatud tingimustele, standarditele, olema pakendatud ja/või ladustatud kokkulepitud viisil, mis tagab kaupade säilimise hoolika transpordi korral ning võimaldab kaupa transportida sellisele kaubale ja kauba kogusele vastavat tavapärast transpordiviisi kasutades. Kaup peab olema varustatud kõigi Eesti Vabariigi kehtivates seadustes sätestatud dokumentidega, sertifikaatide ja garantiitingimustega. Sertifikaadid, tootekirjeldused, kasutusjuhendid, garantiitunnistused jmt. esitab Müüja sisseostulepingu allakirjutamisel koos koopiatega. Koopiad lisatakse lepingule lisana.

5.1. Müüja/transportija poolt üle antud kaubapartii koguselist ja kvaliteedilist vastavust kontrollib Ostja kauba vastuvõtmisel. Kauba vastuvõtmisel ilmnenud lahknevused saatedokumentides ja/või kooskõlastatud tellimuse vahel kauba nomenklatuuri, koguse ja/või kvaliteedi osas fikseeritakse kauba üleandmise-vastuvõtmise käigus Müüja/transpordifirma ja Ostja esindajate poolt koostatavas aktis, mis lisatakse allkirjastatud saatedokumentidele. Saatedokumentidele lisatakse märga akti koostamise kohta.

5.2. Pakendisese kauba koguse ja/või kvaliteedi kontrollimine toimub Ostja poolt teostatava müügi protsessi või Ostja kliendi poolt teostava edasimüügi käigus. Kui pakendisese kauba koguse ja kvaliteedi osas ilmnevad puudused, kohustub Ostja kauba müügi katkestama ja informeerima Müüjat nii suuliselt kui ka täiendavalt kirjalikult (faksi teel, posti teel tähitud kirjaga, elektronposti teel) 48 (neljakümne kaheksa) tunni jooksul ja kutsuma kohale Müüja esindaja.

Müüja on kohustatud 48 (neljakümne kaheksa) tunni jooksul pärast teate saamist teatama otsuse esindaja saabumisest suuliselt ja kinnitama seda kirjalikult eelpool kokkulepitud viisil või andma nõusoleku kauba lahtipakkimiseks ja akti vormistamiseks suuliselt ja kinnitama seda kirjalikult eelpool kokkulepitud viisil.

Akt tuleb Müüjale esitada hiljemalt 10 (kümne) päeva jooksul alates pakendisese ebakvaliteetsuse või koguselise puudujäägi avastamisest.

Kui Pooled ei saavuta kokkulepet ebakvaliteetse pakendisese kauba osas, kaasatakse kauba kontrollimisele ja akti koostamisele poolte poolt aktsepteeritud ekspert või erapooletud esindajad hiljemalt 5 päeva jooksul alates ebakvaliteetsuse või puudujäägi avastamise teate edastamisest.

5.3. Ostjal on õigus keelduda kokkulepetele ja/või üldtunnustatud kvaliteedinõuetele ja kasutamistingimustele mittevastava kauba vastuvõtmisest. Kvaliteeditingimused on määratletud toote vastavustunnistuses või toote sertifikaadis ja tootekirjelduses, mis on Müüja poolt lepingule lisatud.

5.4. Ostjal on õigus loobuda tellimusest või keelduda tarnitud kauba vastuvõtmisest, kui Müüja süül ei ole tellimus täidetud 3 päeva jooksul arvates Müüja poolt tellimuse kinnituses fikseeritud kauba üleandmise päevast.

6. Ostja on kohustatud:

6.1. Tasuma kauba eest vastavalt sisseostulepingus fikseeritud tähtaegadele. Kauba eest tasumisega viivitamisel maksab Ostja Müüja vastavasisulise nõude alusel viivist 0,1% maksmata summalt päevas, kui ei ole kokku lepitud teisiti.

6.2. Müüma kaupa kokkulepitud kaubamärgi all.

6.3. Teatama Müüjale kõigist kauba kohta esitatud pretensioonidest.

6.4. Teavitama Müüjat kirjalikult koostööprotsessi käigus tehtavatest muudatustest, reklaamikampaaniatest, puhkuste perioodidest ja äriühingu sisemistest ümberkorraldustest, mis võivad mõjutada Müüja ja Ostja vahelises sisseostulepingus kokkulepitud protseduuride täitmist.

7. Müüja on kohustatud:

7.1. Tarnimisega viivitamisel üle tellimuse kinnituses fikseeritud tarnetähtaja ja tellimuse kinnitusele mittevastava tarne osalt maksuma leppetrahvi viivist iga viivitatud päeva eest konkreetse tellimuse kogusummast vastavalt sisseostulepingus fikseeritud mahule, samuti katma kõik Ostja dokumentaalselt tõestatud kulud, mis on tekkinud kolmandate isikute ees seoses Müüja tarne hilinemisega või ebakvaliteetse kauba tarnimisega, vastavalt Ostja esitatud nõudele, kui Ostja on Müüjat eelnevalt tellimuse esitamisel informeerinud oma täiendavatest kokkulepetest ja kohustustest, mis tal on kolmandate isikute ees.

7.2. Kinni pidama sisseostulepingus kokkulepitud hindadest ja hilisematest kirjalikult kooskõlastatud muudetud hindadest.

7.2.1. Informeerima Ostjat kõikidest hinnakirja muudatustest ja kooskõlastama Ostjaga uued hinnad vähemalt 2 kuud enne nende kehtimahakkamist, kui ei ole kokku lepitud teisiti. Kõikide hinnakirja muudatuste kohta sõlmivad Pooled kirjaliku kokkuleppe, mis allkirjastatakse mõlema poole volitatud esindaja poolt.

7.3. Hüvitama kõik ilmnunud puudused kauba koguse, kvaliteedi, sortimendis jms osas Ostjale 10 kalendripäeva jooksul, kui ei ole kokku lepitud teisiti, alates vastava puuduse aktis fikseerimise päevast, rahaliselt või asendama defektse või puuduoleva kauba uue kaubaga omal kulul.

7.4. Pooltevahelise vastava kokkuleppe korral varustama Ostjat reklaammaterjalidega (kataloogid, reklaamlehed, voldikud, plakatid, kleebised) ja kaubanäidistega (stendidega) tasuta või kokkuleppehinnaga ning uuendama reklaammaterjale ja stende vastavalt toodangu või pakutava kauba muutumisele maksimaalselt 30 päeva jooksul alates muutuse toimumisest.

7.4.1. Varustama kauba edasimüügiks vajalike eestikeelsete juhendmaterjalidega.

7.5. Teavitama Ostjat kirjalikult koostööprotsessi käigus tehtavatest muudatustest, reklaamikampaaniatest, puhkuste perioodidest ja ettevõtte sisemistest ümberkorraldustest, mis võivad mõjutada Müüja ja Ostja vahelises sisseostulepingus kokkulepitud protseduuride täitmist.

8. Müüja ja Ostja ei avalda ega edasta kolmandatele isikutele *know-how*'d, kokkulepitud hindu ega ärisaladusi, mis on neile teatavaks saanud tänu omavahelisele koostööle.

9. Kõik muudatused ja täiendused sisseostulepingusse vormistatakse kirjalikult ja allkirjastatakse poolte volitusi omavate isikute poolt.

10. Vaidlused, mis tulenevad sisseostulepingust, lahendatakse läbirääkimiste teel. Kokkuleppe mittesaavutamisel on huvitatud poolel õigus pöörduda vaidluse lahendamiseks kohtusse või pooltevahelise kokkuleppe korral Eesti Kaubandus-Tööstuskoja Arbitraažikohtusse.

11. Sisseostuleping jõustub allakirjutamise momendist ja kehtib sisseostulepingus fikseeritud tähtjani. Sisseostuleping tühistab kõik Poolte vahel varem sõlmitud kokkulepped.

Vajadusel täpsustavad Pooled sisseostulepingu tingimusi ning muudatuste tegemisel allkirjastavad uued kokkulepped või sõlmivad uue sisseostulepingu. Täpsustatud tingimused ja muudatused on sisseostulepingu kohustuslikud lisad.

11.1. Sisseostulepingu Pooltel on õigus sisseostuleping lõpetada kahekuulise kirjaliku etteteatamisega teisele Poolele, kusjuures sisseostulepingust tulenevad rahalised kohustused ja garantiinõuded tuleb täita vastavalt kokkuleppele.

11.2. Kui Pooled ei täida sisseostulepingust tulenevaid kohustusi ja läbirääkimised ei anna soovitud tulemusi, on Pooltel õigus leping lõpetada 10-päevase etteteatamisega, kusjuures kõik eelnevad sisseostulepingust tulenevad kohustused kuuluvad Poolte poolt vaieldamatule täitmisele.

11.3. Kumbki sisseostulepingu Pool ei ole vastutav kohustuste täitmisega viivitamise eest ega mittetäitmisest kolme kuu jooksul, kui sisseostulepingu mittetäitmine või mittenõuetekohane täitmine on tingitud vääramatust jõust (*force majeure*), sealhulgas loodusõnnetused, tulekahjud, üleujutused, plahvatused, rahvarahutused, streigid, tööseisakud, poliitilised kriisid, sõjad Eesti Vabariigi territooriumil, embargod või muud põhjused, mis ei allu vastava Poole kontrollile. Pool, kes viitab vääramatu jõu asjaolule, on kohustatud sellest teisele Poolele kirjalikult teatama vähemalt 5 (viie) päeva jooksul nimetatud sündmusest teada saamise päevast arvates ning esitama teise poole nõudmisel asjakohase õiendi vääramatu jõu asjaolude kohta, mis on antud välja vääramatule jõule viitava poole tegevuskohajärgse kaubandus- ja tööstuskoja või muu asjakohase isiku poolt, keda pooled aktsepteerivad.

11.3.1. Kohustuste täitmine lükkub edasi maksimaalselt 3 (kolme) kuu võrra kuni vääramatust jõust tingitud asjaolude äralangemiseni või tagajärgede likvideerimiseni. Pool ei tohi arvestada vääramatu jõuga, kui ta ei ole saatnud teisele poolele kirjalikku teadet vääramatust jõust 5 (viie) kalendripäeva jooksul, kui ta sai teada vääramatu jõuna käsitletavast asjaolust ning teine pool ei ole kirjalikult 5 (viie) kalendripäeva jooksul aktsepteerinud vastavat teadet või ei ole Poolte vahel sõlmitud täiendavaid kokkuleppeid.

12. Sisseostulepingu täiendavateks lisadeks on hinnakirjad, tellimused, tellimusekinnitused, aktid, protokollid, täiendavad kokkulepped ja arve-saatelehed, sõlmitud muudatused, Ostja-poolne volitatud isikute nimekiri, kellel on õigus teha tellimusi Müüjale.

Ostja ja Müüja kontaktisikud, kes on vastutavad sisseostulepingust tekkinud probleemide lahendamise eest, on fikseeritud sisseostulepingus.

Ostja ja Müüja esindajad esitavad sisseostulepingu sõlmimisel, kui teine pool seda palub, dokumendid, mis tõendavad äriühingute õigusvõimet ja esindajate allkirjaõigsust (registrikaardi väljavõte, volikiri).

Lisa 3.

Alati keelatud eksitavad kauplemisvõtted (TARBIJAKAITSESEADUSE JA VÕLAÕIGUSSEADUSE MUUTMISE SEADUS):

1. kaupleja tõele mittevastav väide, et ta on käitumiskoodeksiga liitunud;
2. tõele mittevastav väide, et käitumiskoodeks on heaks kiidetud avalik-õigusliku või muu institutsiooni poolt;
3. usaldus-, kvaliteedi- või nendega võrdväärse märgi kasutamine ilma sellekohast luba omamata;
4. tõele mittevastav väide, et kaupleja, sealhulgas tema kauplemisvõtte, või tema poolt pakutav kaup või teenus on heaks kiidetud, kinnitatud või lubatud avalik-õigusliku või eraõigusliku institutsiooni poolt või sellise väite esitamine ilma heakskiiduks, kinnitamiseks või loa saamiseks vajalikele tingimustele vastamata;
5. ostukutse kauba või teenuse ostmiseks kindlaksmääratud hinnaga, kui kaupleja jätab seejuures avaldamata oma põhjendatud kahtluse, et ta ei ole suuteline neid kaupu või teenuseid või nendega võrdväärseid kaupu või teenuseid sellise hinnaga tarnimiseks pakkuma või korraldama nende tarnimist teise kaupleja poolt ajavahemikus ja kogustes, mis on mõistlikud seda kaupa või teenust, selle reklaamimise ulatust ja pakutud hinda arvestades (peibutusreklaam);
6. ostukutse esitamine kauba või teenuse ostmiseks kindlaksmääratud hinnaga ja seejärel reklaamitud kauba või teenuse näitamisest keeldumine või defektse näidise demonstreerimine või kõnealuse kauba või teenuse tellimuse vastuvõtmisest või mõistliku aja jooksul tarnimisest keeldumine teistsuguse kauba või teenuse müügi edendamise eesmärgil (peibutusmüük);
7. tõele mittevastav väide, et kaup või teenus on saadaval ainult väga piiratud aja jooksul või teatud tingimustel saadaval väga piiratud aja jooksul, et panna tarbija koheselt otsustama ja jätta ta ilma piisavast võimalusest või ajast teadliku valiku tegemiseks;
8. kaupleja kohustus osutada müügijärgset teenust tarbijale, kellega ta enne tehingu sõlmimist on suhelnud keeles, mis ei ole Eesti ametlik riigikeel, ning seejärel sellise teenuse kättesaadavaks tegemine ainult mõnes muus keeles, mille kasutamisest ei ole tarbijat enne tehingu sõlmimist teavitatud;
9. tõele mittevastav väide või muul moel tõele mittevastava mulje loomine, et kauba või teenuse müük on õiguspärane;
10. tarbijale õigusaktidega antud õiguste esitamine kaupleja pakkumise eripärana;
11. reklaamiga mitteseostatavate tekstide kasutamine meedias kauba või teenuse müügi edendamiseks, kui kaupleja on selle eest maksnud, kuid ei anna sellest tarbijale teada teksti sisu või selgelt äratuntava kujutise või heli kaudu (reklaamtekst). Säte ei mõjuta teleringhäälingut käsitleva Euroopa Ühenduste Nõukogu direktiivi 89/552/EMÜ – liikmesriikide teatavate teleringhäälingutegevust käsitlevate õigus- ja haldusnormide kooskõlastamise kohta (EÜT L 298, 17.10.1989, lk 23-30) – kohaldamist;
12. selgelt täpsustamata väide sellise riski olemuse ja ulatuse kohta, mis ohustab tarbija või tema perekonna turvalisust, kui tarbija kaupa või teenust ei osta;

13. teise tootja tootega sarnase toote müügi edendamine viisil, mis tahtlikult eksitab tarbijat, pannes ta uskuma, et toote on valmistanud nimetatud teine tootja;
14. müügiskeemi loomine, kasutamine ja arendamine, mille raames tarbija maksab võimaluse eest saada hüvitist tulenevalt peamiselt teiste tarbijate süsteemi kaasamisest, mitte kaupade või teenuste müügist või tarbimisest (püramiidmüügiskeem);
15. tõele mittevastav väide, et kaupleja kavatses kauplemise lõpetada või tegevuskohta vahetada;
16. väide, et kaup või teenus aitab õnnemängudes võita;
17. tõele mittevastav väide, et kaup või teenus ravib haigusi, talitlushäireid või väärandeid;
18. ebatäpsete andmete edastamine turutingimuste või kauba või teenuse turult leidmise võimaluste kohta, et mõjutada tarbijat kaupa või teenust omandama tavapärasest ebasoodsamatel tingimustel;
19. väide võistluse või auhinna lubamise kohta, ilma kirjeldatud auhindu või mõistlikke samaväärseid auhindu välja andmata;
20. kauba või teenuse kirjeldamine sõnadega „pree“, „tasuta“, „maksuta“ või muu samalaadse väljendiga, kui tarbija peab tasuma muude kulude kui pakumisele reageerimise ja kauba kättesaamise või kohaletoometamisega seotud vajalike kulude eest;
21. turundusmaterjalidesse arve või samalaadse maksmist puudutava dokumendi lisamine, mis jätab tarbijale vale mulje, et ta on turustatava kauba või teenuse juba tellinud;
22. tõele mittevastav väide või muul moel vale mulje loomine, et kaupleja ei tegutse oma majandus- või kutsetegevusega seotud eesmärgil või tõele mittevastavalt enda esitlemine tarbijana;
23. tõele mittevastava mulje loomine, et kauba või teenusega seotud müügijärgsed teenused on peale Eesti kättesaadavad ka teistes liikmesriikides.

Lisa 4.

Alati keelatud agressiivsed kauplemisvõtted (TARBIJAKAITSESEADUSE JA VÕLAÕIGUSSEADUSE MUUTMISE SEADUS):

1. mulje loomine, et tarbija ei saa enne lepingu sõlmimist lahkuda;
2. tarbija külastamine tema kodus, eirates tarbija palvet lahkuda või mitte tagasi tulla, välja arvatud lepingulise kohustuse täitmiseks õigusaktidega sätestatud tingimustel ja ulatuses;
3. järjekindlate ja soovimatute pakkumiste tegemine telefoni, faksi, e-posti või muu sidevahendi abil, välja arvatud lepingulise kohustuse täitmiseks õigusaktidega sätestatud tingimustel ja ulatuses. Säte ei mõjuta Euroopa Parlamendi ja Nõukogu direktiivi 97/7/EÜ tarbijate kaitse kohta sidevahendi abil sõlmitud lepingute korral (EÜT L 144, 4.06.1997, lk 19-27) artikli 10, Euroopa Parlamendi ja Nõukogu direktiivi 95/46/EÜ, üksikisikute kaitse kohta isikuandmete töötlemisel ja selliste andmete vaba liikumise kohta (EÜT L 281, 23.11.1995, lk 31-50) ja Euroopa Parlamendi ja Nõukogu direktiivi 2002/58/EÜ, milles käsitletakse isikuandmete töötlemist ja eraelu puutumatuse kaitset elektroonilise side sektoris (eraelu puutumatust ja elektroonilist sidet käsitlev direktiiv) (EÜT L 201, 31.07.2002, lk 37-47), kohaldamist;
4. kindlustuspoliisi alusel nõuet esitada soovivald tarbijalt selliste dokumentide nõudmine, mida nõude põhjendatuse seisukohast ei saa mõistlikkuse põhimõtte kohaselt lugeda asjakohasteks või järjepidev vastamata jätmise asjassepuutuvatele kirjadele, et panna tarbija loobuma oma lepingujärgsete õiguste kasutamisest;
5. reklaamis sisalduv lastele suunatud otsene pöördumine, millega neid kutsutakse üles ostma või veenma vanemaid või teisi täiskasvanuid neile reklaamitud kaupa või teenust ostma. Säte ei mõjuta teleringhäälingut käsitleva Euroopa Ühenduste Nõukogu direktiivi 89/552/EMÜ artikli 16 kohaldamist;
6. kohese või hilisema tasu nõudmine tarbijale kaupleja poolt kättetoimetatud kauba või osutatud teenuse eest, mida tarbija ei ole tellinud, või sellise kauba tagastamise või hoidmise nõudmine, välja arvatud juhul, kui kaup on Euroopa Parlamendi ja Nõukogu direktiivi 97/7/EÜ artikli 7 lõike 3 kohaselt tarnitud asenduskaup (tellimata kauba müük);
7. tarbijale antud sõnaselge teadaanne, et kauba või teenuse ostmata jätmise ohustab kaupleja tööd või sissetulekut;
8. tõele mittevastava mulje loomine, et tarbija on juba võitnud, võidab või pärast teatud tegevust võidab auhinna või saab muud samaväärset kasu, kui tegelikult auhind või muu samaväärne kasu puudub või kui auhinna või muu samaväärse kasu kättesaamine eeldab tarbijalt rahamaksmist või muud kulutusega seotud tegevust..