

Majandus- ja taristuministri 9. veebruari 2016. a määruse nr 14 „Kauba ja teenuse hinna avaldamise nõuded“ muutmise eelnõu seletuskiri

1. Sissejuhatus

Määrus kehtestatakse tarbijakaitseseaduse § 7 lõike 8 alusel.

Määrusega „Kauba ja teenuse hinna avaldamise nõuded“ on Eesti õigusesse üle võetud Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 98/6/EÜ tarbijakaitsese kohta tarbijatele pakutavate toodete hindade avaldamisel (ELT L 80, 18.03.1998, lk 27-31)¹. Nimetatud direktiiviga on sätestatud tarbijatele pakutavate toodete müügihinna ja ühikuhinna avaldamise nõue, et parandada tarbijate informeeritust ja võimaldada hindade võrdlemist.

Direktiivi 98/6/EÜ muudeti 27. novembril 2019. a vastuvõetud Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiviga (EL) 2019/2161, millega täiendati direktiivi 98/6/EÜ artikliga 6a, mille kohaselt tuleb igas hinna avaldamise teates ära näidata varasem hind, milleks on vähemalt 30 päeva jooksul enne hinna alandamist ettevõtja kohaldatud madalaim hind.

Eelnõuga võetakse Eesti õigusesse üle direktiivis 98/6/EÜ tehtud muudatus ja sätestatakse kauba hinna alandamisest teavitamise nõuded, et tarbijal oleks võimalik paremini aru saada pakutavast hinnaeelisest ja teha teadlikumaid otsuseid. Määruse eelnõu on seotud Riigikogu menetluses oleva tarbijakaitseseaduse muutmise seaduse eelnõuga 424 SE. Nimetatud eelnõuga täiendatakse tarbijakaitseseaduse §-i 7 uue lõikega 6¹, millega kohustatakse kauplejat kauba hinna alandamise teates ära näitama ka kauba varasem hind. Täpsemad nõuded hinna alandamisest teavitamisele ja erinormid nähakse ette käesoleva määruse eelnõuga.

Määruse eelnõu ja seletuskirja koostas Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi ettevõtlus- ja tarbimiskeskonna tarbijakaitsese ja kaubanduse nõunik Kristina Jerjomina (telefoninumber 625 6420, e-posti aadress kristina.jerjomina@mkm.ee). Eelnõu juriidilise ekspertiisi tegi õigussakonna nõunik Anne-Ly Normak (anne-ly.normak@mkm.ee).

2. Eelnõu sisu ja võrdlev analüüs

Eelnõu koosneb kahest paragrahvist.

Eelnõu § 1 punktis 1 muudetakse eelnõu pealkirja vastavalt tarbijakaitseseaduse § 7 lõikes 8 sätestatud volitusnormile. Eelnõu pealkirja lisatakse pärast sõna „avaldamise“ sõnad „ja kauba hinna alandamisest teavitamise“.

Eelnõu § 1 punktis 2 täiendatakse määrust uue §-ga 5¹, milles sätestatakse nõuded kauba hinna alandamisest teavitamisele.

Paragrahvi 5¹ lõikes 1 reguleeritakse tarbijakaitseseaduse § 7 lõikes 6¹ nimetatud varasema hinna määratlemist. Hinna alandamisele eelnenud varasem hind on üldjuhul vähemalt 30 päeva jooksul enne hinna alandamist kaubale kohaldatud madalaim hind. Sättega võetakse üle direktiiviga (EL) 2019/2161 direktiivi 98/6/EÜ lisatud artikli 6a lõige 2.

¹ Kättesaadav veebis <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/?uri=CELEX%3A31998L0006&qid=1629182157784>

Direktiivi 98/6/EÜ artikkel 6a ei reguleeri allahindlusperioodi pikkust, vaid sätestab hinna alandamisel varasemast hinnast teavitamise nõude. Komisjon on direktiivi (EL) 2019/2161 ülevõtmise ekspertgrupis selgitanud, et direktiivi 98/6/EÜ artiklit 6a võib tõlgendada nii, et sellega hoitakse ära kauba hinna alandamised enne, kui kaup on olnud pakkumisel vähemalt 30 päeva. Kauba hinna alandamisel varasema hinna teavitamise nõude eesmärgiks on ka ära hoida kaupleja hindadega manipuleerimine. Näiteks 30-päevase perioodi jooksul tõstetakse lühikeseks ajaks kauba hinda, et seda seejärel jälle alandada ja teavitada suurest allahindlusest, lähtudes allahindlusele eelnenud lühikesest aja jooksul kohaldatud kõrgemast hinnast.

Komisjon on ka selgitanud, et „hinna alandamise“ all tuleb mõista kaupleja väidet, et ta on alandanud tema poolt pakutava ja müüdava kauba eest varem küsitud hinda. Tüüpiliselt tehakse seda uue alandatud hinna avaldamise ja eelmise hinna läbikriipsutusega või siis teavitades hinna alandamisest teatud protsendi võrra.

Hinnakujundus on vaba ning kauplejal on võimalik kujundada pakutavate kaupade hinda. Kui kaupleja teavitab hinna alandamisest, peab teave olema tõene ega tohi tarbijaid eksitada. Samuti peab olema tõene hinnaeelis, mida tarbijale lubatakse. Hind, millest allahindlust arvestatakse ja mida näidatakse varasema hinnana, peab olema hind, millega tarbijal oli võimalik samast müügikohast sama toodet osta enne hinna alandamist.

Lisatava sätte puhul ei peeta silmas madalaima hinna kestvust ning kauplejal ei ole põhimõtteliselt keelatud alandada kauba hinda 30 päeva jooksul mitu korda, kuid seejuures tuleb igakordsel hinna alandamisest teavitamisel esitada varasema hinnana alandamisele eelnenud 30 päeva jooksul kaubale kohaldatud madalaim hind. Esitatud varasem hind peab olema tegelikult kohaldatud hind ega tohi olla vaid turunduslik vahend allahindluse atraktiivsemaks muutmiseks. Hinnaalanduse ja varasema hinna vaheline seos on oluline, et tarbija saaks paremini aru talle pakutavast hinnaeelisest ja hinnaeelise lubamisega tarbijat ei eksitataks.

Kaupleja ei pea avaldama teavet selle kohta, kui pika aja jooksul ta varasemat hinda kohaldas, vaid tagama, et tema esitatud varasem hind on ka tegelikult viimase 30 päeva jooksul kaubale kohaldatud madalaim hind. Samal ajal peab kaupleja olema valmis ka tõendama avaldatud varasema hinna õigsust.

Direktiivi (EL) 2019/2161 ülevõtmise ekspertgrupis esitati Komisjonile küsimus seoses võimalusega erandi tegemiseks ja paari lühiajalise (1-2 päeva) kampaania lubamiseks (nt „must reede“, ostuöö jt), mis jääksid välja varasema hinna ehk siis 30 päeva jooksul kohaldatud madalaima hinna määratlemisest. Komisjon leidis, et direktiiv ei anna liikmesriigile õigust sellise erandi tegemiseks. Seega ka taoliste lühiajaliste kampaaniate ajal kaubale kohaldatud hinda tuleb arvesse võtta, kui konkreetse kauba suhtes kavandatakse järgmist hinna alandamist enne 30 päeva möödumist eelmisest kampaaniast. Seejuures viitas Komisjon Ühendkuningriigi ja Saksamaa tarbijaühenduste poolt läbiviidud uuringutele, mis näitasid, et „mustale reedele“ sarnaste lühiajaliste kampaaniate ajal pakutavat väga soodsat hinda kohaldatakse tegelikult ka väljaspool neid kampaaniaid. Ühendkuningriigi tarbijaühendus Which? viis 2019. aastal läbi uuringu², milles tuvastati, et „musta reede“ pakkumises olnud populaarsetest toodetest ligi 95% olid sama kaupleja puhul kättesaadavad odavamalt või sama hinnaga vähemalt üks kord kuue

² Veebis leitav [2] <https://www.which.co.uk/news/2019/11/95-of-products-in-black-friday-deals-are-cheaper-or-the-same-price-after-the-sales/>

kuu jooksul pärast „musta reedet“ ning 61% toodetest olid odavamad või sama hinnaga vähemalt ühel korral enne „musta reedet“.

Seega ei ole liikmesriigil võimalik teha erandit seoses lühiajaliste kampaaniatega. Kui kaupleja soovib pärast nn „musta reede“ sarnast lühiajalist kampaaniat teha samadele toodetele allahindlust varem kui 30 päeva möödumisel „musta reede“ kampaaniast, tuleb kauba varasema hinnana näidata madalaimat ehk siis „musta reede“ ajal kohaldatud hinda.

Paragrahvi 5¹ lõikes 2 nähakse ette erand uue kauba suhtes, mida kaupleja on pakkunud 30-st päevast lühema aja jooksul. Sättega rakendatakse direktiivi 98/6/EÜ lisatud artikli 6a lõikes 4 kehtestatud võimalust sätestada 30 päevast lühem ajavahemik toodete puhul, mis on olnud turul vähem kui 30 päeva. Euroopa Komisjon on selgitanud³, et tänu artikli 6a lõikes 4 sätestatud võimalusele saavad liikmesriigid lubada hinna alandamise teadete avaldamist ka uute kaupade kohta. Määrusesse lisatava sätte puhul ei peeta silmas hinna kestvust, kuid juhul, kui kaup on müügil olnud vähem kui seitse päeva, siis ei saa sellel siiski olla alandatud hinda. Määrusesse lisatav erand ei tähenda, et alla seitsme päeva müügil olnud kauba puhul võib allahindlusest teatada ilma varasemat võrdlushinda näitamata. Juhul, kui võrdlusperioodi (seitse päeva) ei ole olnud, siis ei saa ka varasemat hinda määratleda ja hinnaalandusest nõuetekohaselt teatada. Sellisel juhul on kauplejal siiski võimalik kaupa soodsamalt müüa, kuid kasutades muid turundusvõtteid, näiteks hinnavõrdlust konkurendiga. Selliseid võtteid hinnatakse ebaausate kauplemisvõtete regulatsiooni alusel.

Vähem kui 30 päeva pakkumisel olnud kauba hinna alandamisel on varasemaks hinnaks vähemalt 7 päeva jooksul enne hinna alandamist kaubale kohaldatud madalaim hind. Selle erandi alla kuuluvad uued kaubad, mida kaupleja ei ole varem pakkunud, näiteks uued suve- või talvahooaja kaubad. Kui aga kaupleja pakub neid kaupu ka järgmisel hooajal, siis ei ole enam tegemist uue kaubaga.

Paragrahvi 5¹ lõike 3 kohaselt ei kohaldata sama paragrahvi lõikeid 1 ja 2 kauba puhul, mis oma olemuse või töötlemistaseme tõttu vananevad või riknevad kiiresti ning muutuvad müügikõlbmatuks eeldatavalt enne 30 päeva möödumist arvates kauba pakkumisele panemisest. Kiiresti rikneva või vananeva kauba hinna alandamise teates võib varasema hinnana näidata alandamisele vahetult eelnenud hinda. Sättega rakendatakse direktiivi 98/6/EÜ lisatud artikli 6a lõikes 3 kehtestatud võimalust sätestada erinevad normid kauba jaoks, mis võib kiiresti rikneda või aeguda.

Kiiresti riknevad on üldjuhul lühikese säilivusajaga toit ja jook, värsked puuviljad jmt, mille puhul on vajalik hinna sagedasem alandamine, et oleks võimalik kaubad realiseerida enne nende säilivusaja lõppu. Kiiresti riknevale või vananevale kaubale viidatakse ka Euroopa Liidu direktiivis 2011/83 tarbija õiguste kohta seoses taganemisõiguse kasutamisega. Kummaski direktiivis ei ole täpselt määratletud mõistet „kaup, mis võib kiiresti rikneda või aeguda“. Euroopa Komisjon on selgitanud, et seda, kas kaup on kiiresti riknev või vananev, tuleb hinnata juhtumipõhiselt. Näiteks võivad teatud taimed olla kiiresti riknevad, kuid osad mitte. Seega tuleb kauplejal igal üksikul juhtumil eraldi hinnata, kas konkreetne kaup rikneb või aegub kiiresti ja muutub eeldatavalt enne 30 päeva möödumist müügikõlbmatuks. Kiiresti riknevaks või aeguvaks kaubaks ei ole hooajalised rõivad või jalatsid, mida soovitakse realiseerida hooaja lõpus.

³ Komisjoni teatis — Suunised Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 98/6/EÜ (tarbijakaitse kohta tarbijatele pakutavate toodete hindade avaldamisel) artikli 6a tõlgendamiseks ja kohaldamiseks (2021/C 526/02)

Paragrahvi 5¹ lõikes 4 sätestatakse, et kui ühe kampaania raames alandatakse kauba hinda ilma katkestuseta järk-järgult, on iga alandamise korral varasemaks hinnaks kaubale kohaldatud hind enne esimest alandamist. Sättega rakendatakse direktiivi 98/6/EÜ lisatud artikli 6a lõikes 5 kehtestatud võimalust sätestada, et kui hinda alandatakse järk-järgult, on varasemaks hinnaks alandamata hind, mis kehtis enne esimest hinna alandamist. Komisjon on selgitanud, et järk-järgulise hinnaalanduse puhul on varasem hind madalaim hind 30 päeva jooksul enne esimest hinna alandamise teadet ja see jääb varasemaks hinnaks kõigi sama kampaania hinna alandamise teadete puhul.

Kauba hinna järk-järgulise alandamise korral, kui sama allahindluskampaania kestab üle 30 päeva, ei muutu kauba alandatud hind tavahinnaks ehk „varasemaks hinnaks“ ja igakordsel hinna alandamisel näidatakse varasema hinnana kampaaniale eelnenud kauba alandamata hinda.

Näiteks enne allahindluskampaaniat on üle 30 päeva kohaldatud kaubale hinda 100 eurot. Kampaania alguses teavitatakse allahindlusest 40% ja sellele järgneb allahindlus 60%. Mõlemal juhul on kauba varasemaks hinnaks 100 eurot.

Kui aga kaup on olnud allahindluses üle 30 päeva ja uue kampaania raames teavitab kaupleja uuest allahindlusest, on kauba varasemaks hinnaks kampaaniale eelnenud 30 päeva jooksul kohaldatud madalaim hind ehk siis juba varem kohaldatud alandatud hind.

Paragrahvi 5¹ lõike 5 kohaselt ei võeta kauba hinna alandamisest teavitamisel varasema hinna määramisel arvesse kliendipakkumise hinda, kauba omaduste halvenemisest tingitud alandatud hinda ega kauba koguselise soodustusega seotud hinda. Selliseid hinna alandusi hinnatakse jätkuvalt ebaausate kauplemisvõtete regulatsiooni alusel.

Kliendipakkumisteks on näiteks sellised hinnaalandused, mida tarbijale tehakse personaalselt või erilistel puhkudel, nagu liitumine kliendilojaalsuse programmiga või tarbija sünnipäev. Siia alla ei kuulu aga need olukorrad, mil hinnaalandust esitletakse küll personaalse hinnaalandusena, kuid tegelikult pakutakse või reklaamitakse seda tarbijatele üldiselt. Sellisteks on näiteks olukorrad, mil pakutav sooduskood on kättesaadavaks kõigile füüsilist kauplust või veebipoodi külastavatele tarbijatele või näiteks kampaania „sel nädalavahetusel püsikliendile kõik -20 %“ juhul, kui kliendilojaalsuse programmi saavad kasutada paljud või enamik klientidest.

3. Eelnõu vastavus Euroopa Liidu õigusele

Eelnõuga võetakse üle direktiiviga (EL) 2019/2161 muudetud direktiivi 98/6/EÜ lisatud artikkel 6a. Eelnõus on kasutatud direktiivi 98/6/EÜ artikli 6a lõigetes 2-5 liikmesriigile antud võimalusi teatud erisuste tegemiseks.

4. Määruse mõjud

Eelnõuga kavandatavatel muudatustel ei ole mõju riigi julgeolekule ja välissuhtlusele, elu- ja looduskeskkonnale, regionaalarengule, riigiasutuste ja kohaliku omavalitsuse korraldusele, avaliku sektori kuludele ja tuludele ega sotsiaalset mõju. Muudatusel on väheoluline mõju majandusele.

Mõjutatud sihtgrupid on kauplejad ja tarbijad.

Mõju tarbijatele on kaudne. Selge ja õige teave hinnaeelise olemasolu kohta võimaldab tarbijal teha teadlikke otsuseid ja vältida majanduslikku kahju.

Kauplejatele ei ole otsest majanduslikku mõju, kui nad samade toodete osas ei tee mitmeid allahindluskampaaniaid 30 päeva jooksul. Kui erinevate allahindluskampaaniate vahele jääb vähem kui 30 päeva, peab kaupleja täiendavalt esitama kauba varasema hinna. Kavandatavate nõuete eesmärgiks on ära hoida hindadega manipuleerimine, s.o tegevus, mil kauba hinda tõstetakse lühikeseks perioodiks, et seejärel hinda alandada ja teavitada märkimisväärsest hinnaalandusest. Tehinguotsuse tegemisel on hind tarbija jaoks olulise tähtsusega. Kui kaup pakutakse pidevalt alandatud hindadega, siis kaob tarbijal taju tavahinnast ja tal ei ole võimalik aru saada, kas ta lubatud hinnaeelise ka saab. Samas hinnaeelise lubamisega avaldatakse tarbijale survet kauba ostmiseks. Võib eeldada, et eelnõus kavandatud muudatustega allahindluskampaaniate arv väheneb, mis omakorda võib teatud kauplejate käibeid vähendada. Samas ei ole keelatud muude turundusvõtete ja kampaaniate kasutamine (nt lõpumüük, hinnavõrdlused konkurendiga jmt). Muid turundusvõtteid hinnatakse ebaausate kauplemisvõtete regulatsiooni alusel.

5. Määruse rakendamisega seotud tegevused, eeldatavad kulud ja tulud

Eelnõuga kavandatavad määruse muudatused ei too kaasa täiendavaid tegevusi, kulusid ega tulusid.

6. Määruse jõustumine

Eelnõuga kavandatavad muudatused jõustuvad 28. mail 2022. aastal tulenevalt direktiivi (EL) 2019/2161 kohaldumisest sellest kuupäevast. Määruse eelnõu jõustumine on seotud ka tarbijakaitse seaduse muutmise seaduse eelnõu 424 SE jõustumisega, kuivõrd sellega laiendatakse tarbijakaitse seaduse § 7 lõikes 8 sisalduvat volitusnormi nõuete kehtestamiseks kauba hinna alandamisest teavitamise kohta.

7. Eelnõu kooskõlastamine, huvigruppide kaasamine ja avalik konsultatsioon

Eelnõu esitatakse kooskõlastamiseks eelnõude infosüsteemi EIS kaudu ning arvamuse avaldamiseks Justiitsministeeriumile, Rahandusministeeriumile, Maaeluministeeriumile, Kultuuriministeeriumile, MTÜ-le Eesti Tarbijakaitse Liit, MTÜ-le Tarbijate Koostöökoda, Eesti E-kaubanduse Liidule, Eesti Kaubandus-Tööstuskojale, Eesti Kaupmeeste Liidule, Eesti Pangaliidule, Eesti Väike- ja Keskmiste Ettevõtjate Assotsiatsioonile, Eesti Infotehnoloogia ja Telekommunikatsiooni Liidule, Eesti Kindlustusseltside Liidule, Eesti Liisingühingute Liidule, Finantsinspeksioonile ja Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Ametile.

Andres Sutt

Ettevõtlus- ja infotehnoloogiainminister

Ando Leppiman

Kantsler