



TARBIJAKAITSE JA
TEHNILISE JÄRELEVALVE
AMET

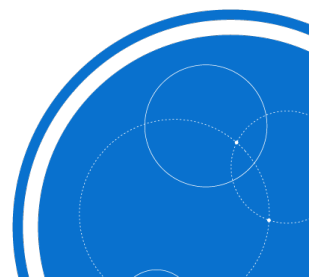


Hinna avaldamise juhend

Avaldatud: 04.05.2022

Sisukord

Sissejuhatus	3
1. Hinnateabe avaldamine	3
Kauba hinna avaldamine	4
Teenuse hinna avaldamine	5
2. Kaupade soodushinna avaldamine	6
Hinna alandamisest teavitamine	6
Üheaegsed sooduskampaaniad	9
Järk-järgulised sooduskampaaniad	9
Järjestikused sooduskampaaniad	10
Kliendipakkumised	11
Sooduskampaaniate plaanimine	12
Lõpumüük	13
Alkoholi ja tubaka soodusmüük	13



Sissejuhatus

Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Ametil (TTJA) on põhimääruse kohaselt õigus anda õigusaktidest tulenevate õiguste teostamiseks ja kohustuste täitmiseks juhiseid.

Käesoleva juhendi eesmärgiks on selgitada hinnateabe avaldamise nõudeid ning hõlbustada nende täitmist. Juhend on mõeldud jaekaubandusega tegelevatele ettevõtjatele, kes müüvad kaupu või teenuseid kauplustes, e-kauplustes ja internetipõhistes kauplemisskohtades ja sotsiaalmeediakeskkondades.

Alates 28. maist 2022 kehtivad uued hinna alandamisest teavitamise reeglid, mis kohalduvad üksnes kaupade müügiks pakkumisel. Teenuste hinna alandamisest teavitamisel tuleb lähtuda hinna avaldamise üldpõhimõtetest ehk heast kaubandustavast, arvestades, et müük toimuks tarbija suhtes ausalt ning kauplemissvõtted ei oleks eksitavad ega ebaausad.

Lisaks juhendile soovitame tutvuda [tarbijakaitseseadusega](#), seaduse [seletuskirjaga](#), kauba ja teenuse hinna avaldamise nõudeid reguleeriva [määrusega](#) ning Euroopa Komisjoni [suunistega](#) direktiivi 98/6/EÜ artikli 6a tõlgendamiseks ja kohaldamiseks.

1. Hinnateabe avaldamine

Hinnakujundus on osa vabast kaubandustegevusest, mis tähendab, et kauplejal on õigus otsustada, milliste hindadega ta tarbijatele kaupu või teenuseid müüb. Muu hulgas on kauplejal õigus otsustada, millised hinnad kehtivad uutele, kasutatud ja kahjustatud (pakendiga) kaupadele. Hinna avaldamise reeglid teenivad selguse huve ega piira kaupleja õigust määrata kaubale mis tahes hind.

Kaupleja peab arvestama, et kaupade ja teenuste müük peab toimuma head kaubandustava arvestades ning tarbija suhtes ausalt. Ebaausa kauplemissvõtte kasutamine on keelatud nii enne kui ka pärast tehingu tegemist, samuti tehingu tegemise ajal. Kauplemissvõtet peetakse eksitavaks, kui sellega esitatud teave on ebaõige või kui õige teabe esitusviis (tõenäoliselt) petab keskmist tarbijat, kes teeb selle mõjul tehinguotsuse, mida ta muidu ei oleks teinud.

Alati on **keelatud** järgmised hinnateabe avaldamisega seotud kauplemissvõtted:

- × Ostukutse mingi hinnaga, kui on põhjendatud kahtlus, et kaupleja ei suuda tagada kauba kättesaadavust selle hinnaga mõistliku aja jooksul.
- × Ostukutse mingi hinnaga ja seejärel muu kauba pakkumine.
- × Tõele mittevastav väide, et kaup on mingi hinnaga saadaval piiratud aja jooksul.

Kuna hinnateave on üheks olulisemaks kriteeriumiks, mille järgi tarbija kaupu ja teenuseid valib, siis on oluline, et hinnateabe avaldamine toimuks tarbija suhtes ausalt ning avaldatud teave hinna ja hinna alandamise kohta ei oleks eksitav. Hinna avaldamise nõuete rikkumine võib mõjutada väga paljude tarbijate majanduskäitumist, mille tulemusel võivad tarbijad teha tehinguotsuseid, mida nad muul juhul ei oleks teinud ja kannatada seeläbi majanduslikku kahju. Iga üksiku tarbija majanduslik kahju ei pruugi olla suur, kuid arvestades mõjutatud tarbijate võimalikku suurt arvu, võib õiguserikkumisest teenitav võimalik tulu olla märkimisväärne, samuti saadakse sellega ebaaus konkurentsieelis.

Kauba hinna avaldamine

Kauba pakkumisel tuleb tarbijale avaldada kauba hind. Kauba hind on oluline teave ostukutse puhul ning olulist teavet ei tohi varjata. Samuti ei või kauba hinna või hinnaeelise olemasolu kohta esitada ebaõiget teavet.

Hinnateave peab olema avaldatud kõigi müügikohas müügiks pakutavate kaupade kohta. **Müügikoht** on koht (näiteks kauplus või e-kauplus), kus kaupleja vahetult pakub ja müüb kaupa. **Kaup** on pakutav, müüdav või muul viisil turustatav asi, õigus ja digitaalne sisu.

Kauba hind peab olema avaldatud veebilehel, märgistatud kaubale või asetatud kauba vahetusse lähedusse. Hinnateave peab olema avaldatud kirjalikult selgelt loetaval viisil, sellise paigutuse ja kujundusega, et see oleks tarbijale kergesti märgatav ja loetav ning üheselt mõistetav. Vajadusel võib hinnateabe avaldamisel kasutada selgitavaid lisatahvreid, tabeleid jms.

Üldreeglina tuleb kaupade puhul avaldada tarbijale nii kauba müügi- kui ühikuhind.

Müügihind on hind, milles sisalduvad kõik kauba müügiga seonduvad maksud. Müügihinna eesmärgiks on teavitada tarbijat kauba eest tasumisele kuuluvast lõpphinnast. Kui kaupa müüakse eelpakendamata ehk koguse, mahu või mõõdu järgi, tuleb müügihind avaldada pärast kauba mõõtmist. Juhul kui kauba pakendile rakendub tagatisraha, tuleb avaldada ühikuhinnale lisaks ka pakendi tagatisraha suurus.

Alkoholsete jookide puhul tuleb lisaks müügihinnale avaldada alkoholse joogi liik ja nimi. Müügikohas kohapeal tarbimiseks mõeldud alkoholi puhul tuleb avaldada ka müügihinna eest saadava alkoholse joogi kogus.

Ühikuhinna eesmärgiks on anda tarbijale võimalus võrrelda kauba hinda pakendatud ja pakendamata kujul ning eri suurustes pakendites. Ühikuhind näitab kauba maksumust ühe mõõtühiku kaupa sõltuvalt kauba koguse mõõtmise viisist (g, kg, l, m, m², m³, rm, tm, tk).

Ühikuhinnana ei saa käsitada nt 100 grammi hinda - tegu oleks sel juhul hinnaga mingi koguse kohta, mitte (ühe) ühiku hinnaga.

Kui kaupa müüakse eelpakendamata ehk tarbijale sobiva koguse, mahu või mõõdu järgi, tuleb ühikuhind teha teatavaks enne kauba mõõtmist või kaalumist. Samuti tuleb ühikuhind teha selgelt teatavaks, kui kaup on eelpakendatud, aga iga pakend on erineva kaalu ja hinnaga, nt suitsusingitükkide puhul. Sel juhul on tarbijat eksitav, kui kuvatakse suurelt näiteks 100 g või 500 g hind ja väiksest ühe ühiku (kg) hind.

Ühikuhinda ei ole kohustust avaldada järgmiste kaupade puhul:

- kaubad, mille ühiku- ja müügihind langevad kokku;
- kaubad, mida pakutakse teenust osutades;
- antiikesemed ja kunstiteosed;
- enampakkumisel pakutavad kaubad;
- komplektina pakutaval ja müüdaval kaubal, mille müügi pakend sisaldab erinevaid esemeid;
- kaubal, mida pakutakse ja müüakse alandatud hinnaga põhjusel, et kaup on puudusega või selle minimaalne säilimistähtaeg “parim enne” on möödunud;
- ühesuguse mahu või kaaluga eelpakendatud kaubal, mida pakutakse ja müüakse kioski, müügi automaadi või tänavakaubanduse müügikoha kaudu;
- potis müüdavate värskete köögiviljade või maitserohelise puhul;
- šokolaadi- või martsipanikujukeseid, üllatusmunad, pulgakommid, suuvärskendajad ja nätsud;
- toiduks mittekasutatavad kaubad, mida müüakse ühe ühikuna ja mida ei ole võimalik jagada osadeks kauba kvaliteedi või omadusi muutmata või mille puhul pole nõutav kaalu, mahu või pikkuse avaldamine;
- eelpakendatud tööstuskaubad, mida müüakse ainult kaaluga alla 50g või mahuga alla 50ml.

Teenuse hinna avaldamine

Teenus on pakutav, osutatav või muul viisil turustatav hüve ja digitaalne teenus, mis ei ole kaup, või muu pakutav või tehtav sooritus. Teenuse pakkumisel tuleb tarbijale avaldada teenuse hind ehk lõpphind. Teenuse hind on oluline teave ostukutse puhul ning olulist teavet ei tohi varjata. Samuti ei või teenuse hinna, hinna arvutamise aluste või hinnaeelise olemasolu kohta esitada ebaõiget teavet.

Kui teenuse lõpphinda ei ole võimalik kindlaks määrata, tuleb avaldada teenuse hinna komponendid, tariifid või hinna arvutamise alused, et tarbijal oleks võimalik ise teenuse lõpphinda arvutada.

Teenuse **hinnakiri** peab olema avaldatud kaupleja veebilehel ja teenuse osutamise kohas või tegevuskohas. Kui teenuste suure arvu tõttu ei ole otstarbekas esitada hinnakirjas kõiki hindu, võib piirduda üldisemate hindade või nende arvutamise alustega. Sellisel juhul tuleb hinnakirjas viidata kohale, kus on kättesaadav hindade täielik loetelu.

Võimalusel peaks hinnakiri olema tarbijale nähtav ka väljaspool tegevuskohta. Toitlustusettevõtte puhul peab toitude ja jookide hinnakiri olema avaldatud peasissekäigu vahetus läheduses.

2. Kaupade soodushinna avaldamine

Kaupade soodushinna avaldamise regulatsiooni eesmärgiks on tagada, et tarbija saaks alati selge ja tõese teabe hinnaeelise olemasolu ja selle suuruse kohta. Reeglitega peavad arvestama nii kauplejad kui ka kaupade müüki vahendavad ettevõtjad. Kui kaupa pakutakse pidevalt alandatud hinnaga või kampaaniahinnaga, siis ei ole tarbijal võimalik aru saada, kas ta lubatud hinnaeelist üldse saab. Samuti tuleb arvestada, et hinnaalanduskampaaniad avaldavad tarbijatele survet kauba ostmiseks, kui teavitatakse suurest allahindlusest varasema hinnaga võrreldes.

Soodusmüügi reklaam ja tarbijatele edastatud ostukutsed peavad olema ausad ega tohi olla mõeldud üksnes tarbija (e-)poodi meelitamiseks.

Soodusmüügist teavitamisel on keelatud esitada valeandmeid kauba hinna, selle arvutamise aluste või hinnaeelise olemasolu kohta. Alati on soodusmüügist teavitamisel **keelatud**:

- × Kasutada sõna "**kõik**" eksitaval viisil. Näiteks: "kõik toolid -50%", kui tegelikult ühtegi tooli allahinnatud ei ole või alla on hinnatud ainult osa toole.
- × Kasutada sõna "**kogu**" eksitaval viisil. Näiteks: "kogu kaup -50%", kui tegelikult kogu kaubavalikut ei ole allahinnatud.
- × Reklaamida **suurt allahindlust** eksitaval viisil. Näiteks "sisustuskaubad -70%", kui soodusmüük puudutab ainult väikest osa müüdavatest sisustuskaupadest.
- × Reklaamida allahindluse **protsendilist vahemikku** eksitaval viisil: Näiteks: "voodid -30% kuni -70%", kui tegelikult ühtegi voodit -70% soodushinnaga allahinnatud ei ole.

Hinna alandamisest teavitamine

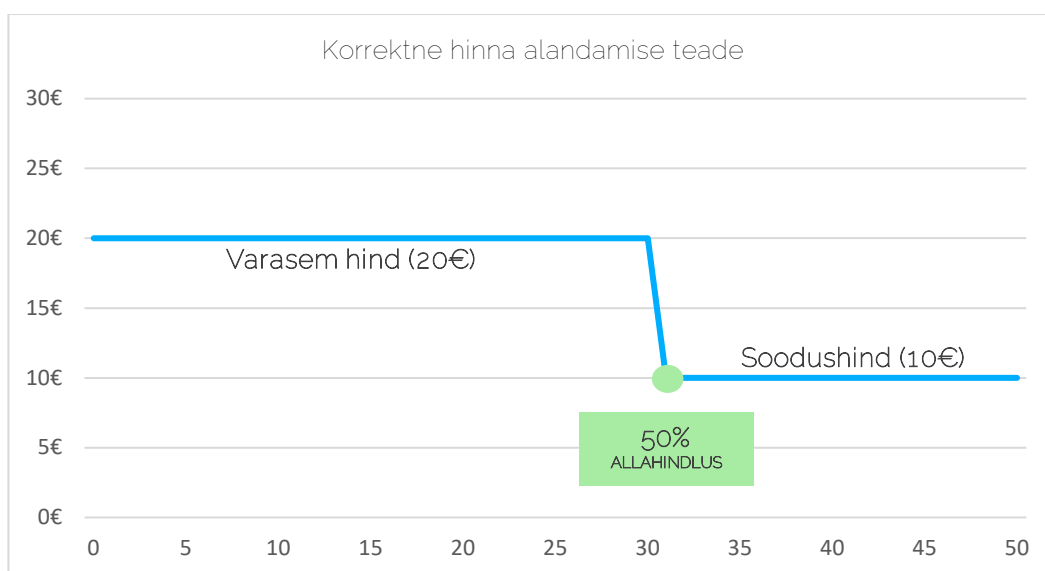
Hinna alandamise teade on lubatud üksnes siis, kui kaupleja on alandanud pakutava ja müüdava kauba eest varasemat ehk varem küsitud hinda. Kui kaupleja teavitab hinna alandamisest, peab esitatud teave oleme tõene ehk tõene peab olema nii varasem hind kui ka alandatud hind.

Hind, millest allahindlust arvestatakse ja mida näidatakse varasema hinnana, peab olema hind, millega tarbijal oli võimalik samast müügikohast sama toodet osta enne hinna alandamist. **Varasem hind on vähemalt 30 päeva jooksul enne hinna alandamist kaubale kohaldatud madalaim hind.**

Kui kaupleja müüb kaupu mitmes müügikohas, siis tuleb hinna alandamisest teavitamisel avaldada vähemalt 30 päeva madalaim hind konkreetses müügikohas. Näiteks, kui sooduskampaania kehtib kõikides sama keti poodides, tuleb igas kaupluses näidata ära, mis oli vähemalt 30 päeva madalaim hind konkreetses kaupluses. Kui sooduskampaania kehtib tavapoele lisaks ka e-poes, siis tuleb e-poes avaldatud soodushind arvutada lähtudes e-poe veebilehel avaldatud 30 päeva madalaimast hinnast, mitte tavapoe varasemast hinnast.

Varasema hinna avaldamisel tuleb tagada, et hinna alandamise teates avaldatud varasem hind oli ka viimase 30 päeva jooksul kaupleja poolt kaubale kohaldatud madalaim hind, isegi kui madalaim hind kehtis vaid ühe päeva. See tähendab, et hinna alandamisest teavitamisel ja soodushinna arvutamisel tuleb lähtuda varasemast hinnast ehk esitatav allahindlusprotsent tuleb arvutada viimase 30 päeva madalaimast hinnast. Soovi korral võib varasema hinna arvutamise aluseks võtta ka 30 päevast pikema perioodi, aga mitte lühema.

Varasema hinna ja alandatud hinna vaheline seos on oluline selleks, et tarbija saaks aru konkreetsetes müügikohas talle pakutavast hinnaeelisest ning hinnaeelise lubamisega tarbijat ei eksitataks. Seetõttu peab varasem hind olema kaupleja poolt selles müügikohas tegelikult kohaldatud hind ega tohi olla vaid turunduslik vahend allahindluse atraktiivsemaks muutmiseks. Vajadusel peab kaupleja olema valmis korrakaitseorganile (infosüsteemi logide, andmebaasi väljavõtete, ekraanitõmmiste vms abil) tõendama varasema ja alandatud hinna avaldamist ning kirjeldama hindade avaldamise ja soodustuste arvutamise põhimõtteid.

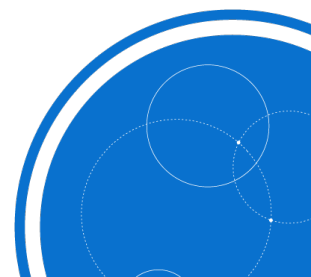


Selgitus:

Teavitus on korrektne, sest soodushind (10€) on 50% madalam varasemast hinnast (20€) ehk hinna alandamisele eelnend 30 päeva madalaimast hinnast. Soodushind kujuneb järgmise arvutuskäigu tulemusena: $20€ \times 0.5 \Rightarrow 10€$.

Kui kaup on olnud müügil vähem kui 30 päeva, siis tohib kauba hinna alandamisel lugeda varasemaks hinnaks **vähemalt 7 päeva jooksul** enne hinna alandamist kaubale kohaldatud madalaimat hinda. Sellisteks kaupadeks on näiteks:

- ✓ hooajakaubaga, mida kaupleja ei ole varem müügiks pakkunud;
- ✓ toote uue mudeliga, mis on äsja kaupleja müügivalikusse lisandunud.



Kui kaupleja hakkab pakkuma **sama kaupa uuesti**, siis sellised kaubad erandi alla ei kuulu. Näiteks:

- ✗ Hooajakaup, mida on kaupleja juba eelmisel hooajal müünud.
- ✗ Kaubad, mis on ajutiselt laost otsa saanud, mida laovarude täienemisel hakkab kaupleja uuesti pakkuma.

Kui kaupleja hakkab varasemalt müüdud kaupa **uuesti müüma**, kuid ei ole viimase 30 päeva jooksul antud kaupa müügiks pakkunud, siis võib varasema hinna kindlaksmääramisel valida pikema võrdlusperioodi, mille jooksul antud kaupa müüdi vähemalt 30 päeva jooksul. Oluline on, et kaupa müüdi võrdlusperioodi ajal vähemalt 30 päeva jooksul ning avaldatav varasem hind oli kogu võrdlusperioodi madalaim hind.

Kaup, mis **vananeb, rikneb või aegub kiiresti** ning muutub müügikõlbmatuks eeldatavalt enne 30 päeva möödumist kauba pakkumisele panemisest, võib hinna alandamise teates näidata varasema hinnana kauba esialgset alandamata müügihinda. Selliste kaupade puhul on põhjendatud hinna sagedasem alandamine, et oleks võimalik kaubad realiseerida enne nende säilivusaja lõppu. Sellisteks kaupadeks on näiteks:

- ✓ värsked toiduained;
- ✓ küpsetised ja soojaleti toidud;
- ✓ lühikese säilivusajaga joogid;
- ✓ teatud taimed.

Seda, kas toote näol on tegemist kiiresti vananeva, rikneva või aeguva tootega, tuleb hinnata juhtumipõhiselt. See tähendab, et kauplejal tuleb igal üksikul juhtumil eraldi hinnata, kas konkreetne kaup rikneb või aegub kiiresti ning muutub eeldatavalt enne 30 päeva möödumist müügikõlbmatuks. Kiiresti riknevad ja aeguvad kaubad **ei ole**:

- ✗ hooajakaubad, mida kaupleja soovib realiseerida hooaja lõpus, nt lumelabidad, rannatarbed;
- ✗ kaubad, millest kaupleja soovib lihtsalt kiiresti vabaneda.

Hinna alandamise teates tuleb välja tuua õige varasem hind ehk vähemalt viimase 30 päeva kauba madalaim hind. Muid hindu võrdluseks välja tooma ei pea. Näiteks ei pea teates näitama, mis on kauba tavaline müügihind või millise hinnaga oli kaup müügil eile. Soovides tuua välja muid hindu, peab lisaks soodushinnale olema märgatav esmalt viimase 30 päeva madalaim hind. Hinna alandamisest võib teavitada:

- ✓ Protsendina: "**-20%**".
- ✓ Konkreetse summana: "**10€ alla**".
- ✓ Varasema hinnaga: "**enne 100€ nüüd 50€**".
- ✓ Läbikriipsutatud varasema hinna ja soodushinnaga: "**~~100€~~ 50€**".

Hinna alandamisest teavitamisel ei pea hinnasildid olema kindla värvuse või suurusega. Samuti ei pea tingimata kasutama mõisteid "varasem hind" või "30 päeva madalaim hind". Soovi korral võib näiteks kasutada sõnu "tavahind", "hind enne" või märkida varasem hind läbikriipsutatult. Samuti võib soodustingimustel müügist teavitada hinda avaldamata, näiteks: "2 tooli 1 hinnaga", "osta 2 ja saad 3nda tasuta" või "ostes 30€ eest 2 põsepuna on 3. tasuta",

Üheaegsed sooduskampaniad

Üheaegselt võib korraldada erinevate toodetele või tootegruppidele **erinevaid sooduspakumisi**. Sellisel juhul tuleb selgelt ära näidata allahindluse suurus ning tootekategooriad, mida allahindlus puudutab. Näiteks:

- ✓ "Kõik laualambid -50%."
- ✓ "Talvekaupade lõpumüük -50%, kõik suvekaupad -10%."
- ✓ "Sinise täpiga kaup -20%, punase täpiga kaup -40%."

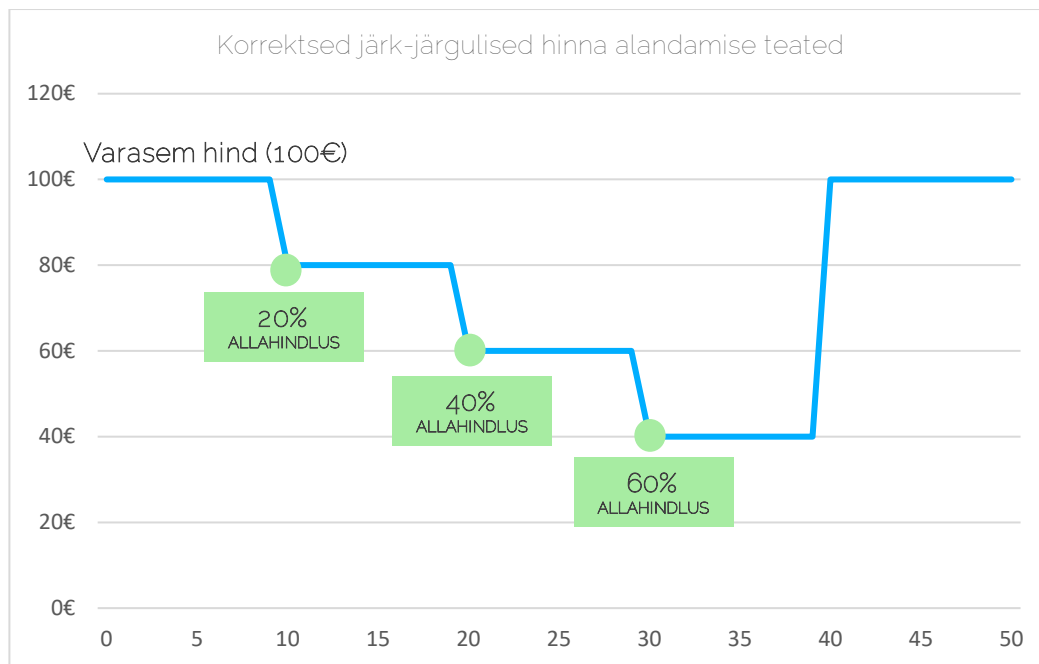
Kui sooduskampania(te)st anda teada üldsõnaliselt, näiteks ajalehes, internetis, reklaamplakatil või telereklaamis, siis ei pea teavituses kõikide kaupade varasemat hinda eraldi välja tooma. Küll aga tuleb varasem hind ära näidata müügikohas iga kauba kohta, mis on üldise allahindlusteatega hõlmatud. Seega, kui üldine teadaanne, silt või reklaam näitab, et kõik kaupad on näiteks -20%, siis tuleb kaupluses iga kauba kohta ära näidata vähemalt 30 päeva madalaim hind (uue kauba puhul vähemalt 7 päeva madalaim hind).

See aga ei tähenda iga kord kõikide kaupade hinnasiltide välja vahetamist. Juhul, kui kauba hind on olnud viimase 30 päeva jooksul muutumatu, siis ei ole vaja selle kauba hinnasilti vahetada ja varasem hind ongi see hind, mis on parasjagu hinnasildil. Kui kauba hinda on aga vahepeal tõstetud või tehtud muid allahindlusi, siis sellisel juhul tuleb hinnasilti kohandada, et ära näidata õige võrdlushind ehk viimase 30 päeva madalaim hind.

Nii üheaegselt korraldavate sooduskampaniate kui ka üldiste hinna alandamise teavituste puhul on oluline, et need oleksid selgelt arusaadavad ega oleks tarbijat eksitavad. See tähendab, et tarbija saaks aru, mis on sooduskampania tingimused, millistele toodetele allahindlus kehtib ning kui suur on allahindlusega kaasnev hinnaeelis võrreldes viimase 30 päeva jooksul kehtinud madalaima hinnaga.

Järk-järgulised sooduskampaniad

Kui kauba hinda alandatakse **ilma katkestusteta järk-järgult**, ei pea igal korral lähtuma viimase 30 päeva madalaimast hinnast. Ilma katkestusteta järk-järgult hinna alandamise korral võib märkida varasemaks hinnaks hinna, mis kehtis enne esimest hinna alandamist. Selleks tuleb lugeda 30 päeva madalaim hind enne esimest hinna alandamise teadet ja see võib jääda varasemaks hinnaks kõigi sama kampania raames hinna alandamise teadete puhul.



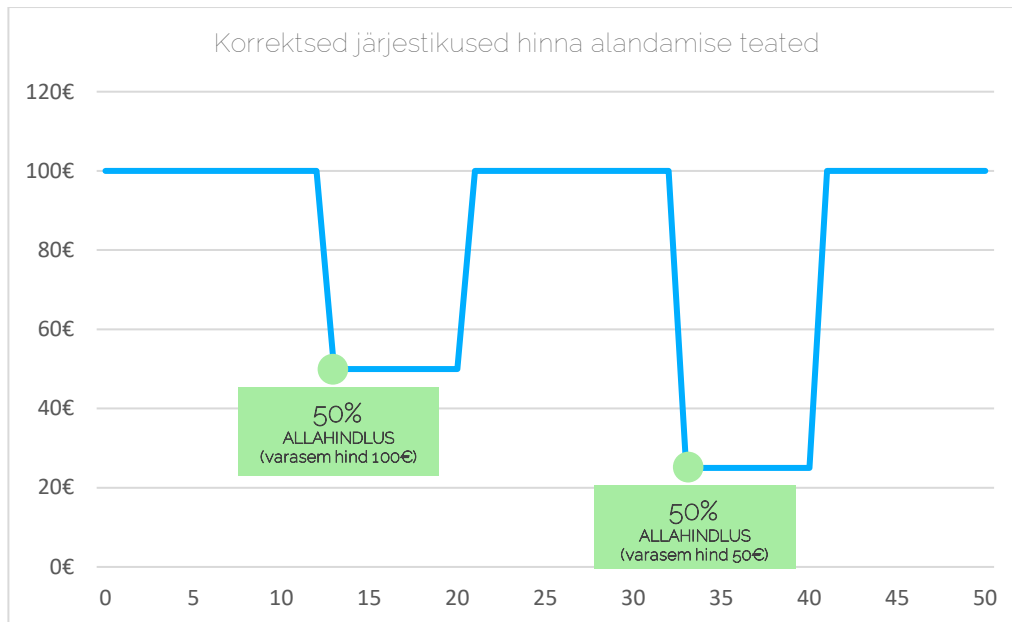
Selgitus:

Teavitus on korrektne, sest hinda on alandatud ilma katkestusteta järk-järgult ning kõik soodushinnad on arvatud varasemast hinnast (100€) ehk esimese hinna alandamise teate hetkel kehtinud 30 päeva madalaimast hinnast. Soodushindade arvutuskäik: esimene allahindlus: $100€ \times 0.2 \Rightarrow 80€$, teine allahindlus: $100€ \times 0.4 \Rightarrow 60€$, kolmas allahindlus $100€ \times 0.6 \Rightarrow 40€$.

Kui järk-järgulise allahindluse kampaania kestab üle 30 päeva, siis ei muutu alandatud hind varasemaks hinnaks. Sellisel juhul võib igas hinna alandamise teates näidata varasema hinnana kampaaniale eelnenud kauba alandamata hinda.

Järjestikused sooduskampaniad

Eeltoodu kehtib üksnes juhul, kui hinda alandatakse järk-järgult ilma katkestusteta ning hinna pideva alandamise käigus ei suurendata avaldatud varasemat hinda. Juhul kui 30 päeva jooksul korraldatakse **katkestustega mitmeid müügikampaniaid**, mille vahel tõstetakse hinda, siis on tegemist **järjestikuste sooduskampaniatega**. Sellisel juhul on iga järgneva allahindluse puhul varasemaks hinnaks viimase 30 päeva jooksul kehtinud madalaim hind, mitte enne esimest sooduskampaniat kehtinud varasem hind.



Selgitus:

Esimese hinna alandamise teate puhul on varasem hind 100€ ja soodushind sellest 50% madalam ehk $100€ \times 0.5 \Rightarrow 50€$. Teise hinna alandamise teate puhul on viimase 30 päeva madalaim hind 50€ ja soodushind sellest 50% madalam ehk $50€ \times 0.5 \Rightarrow 25€$.

Kliendipakkumised

Kauba hinna alandamisest teavitamisel ei võeta varasema hinna määratlemisel arvesse kliendipakkumiste hindu. Kliendipakkumiseks loetakse nii pikaajalisi kliendilojaalsusega seotud alandatud hindade kavu kui ka personaalseid hinnaalandusi.

Pikaajalised kliendilojaalsusega seotud alandatud hindade kavud on näiteks olukorrad, kus klient saab:

- ✓ kliendikaardiga kõikidelt kaupadelt püsisoodustust 5%.
- ✓ kliendikaardiga teatud kaupadelt pikaagest (näiteks pool aastat või aasta) soodustust 10€.
- ✓ soodustust kliendikaardile kogutud boonuspunktide eest.

Personaalse hinnaalandusega on tegemist varasematest ostudest sõltuva allahindluse või erilistel puhkudel tehtava personaalse allahindlusega. Näiteks:

- ✓ Teade "kliendikaardi omanikule sel nädalavahetusel kõik lambid -20%", kui kliendikaardi saamine ei ole kõigile või enamikele küllastajatele vabalt võimalik.
- ✓ Allahindlus sõltuvalt kliendi staatusest: "hind tavakliendile 3€", "hind püsikliendile 2€" ja "hind äriklendile 1€".
- ✓ Allahindlus sõltuvalt kliendikaardi olemasolust: "hind kliendikaardiga 3€", "hind hõbekaardiga 2€" ja "hind kuldkaardiga 1€",
- ✓ Allahindlus erilistel puhkudel (näiteks sünnipäeva või abiellumise puhul) tehtavad eripakkumised.
- ✓ Ühekordne pakkumine kliendilojaalsuse programmiga liitumisel.



- ✓ Kliendikaardi omanikule igal nädalal erinevatele kaupadele pakutav allahindlus selliselt, et allahinnatud kaubad on iga kliendi puhul personaalsed.
- ✓ Ostusumma pealt saadav allahindluskupong.
- ✓ Ostu hetkel kohaldatavad allahindlused, millest ei ole eelnevalt tarbijat teavitatud.

Personaalset hinnaalandust ei loeta kliendipakkumiseks siis, kui kaupleja pakub seda tegelikult tarbijatele üldiselt. Näiteks **ei loeta personaalseks hinnaalanduseks:**

- ✗ Sooduskampaaniat, mille käigus antakse igale kauplusesse sisenejale „Sooduskupong -20%“.
- ✗ E-kaupluse veebilehel teatatakse sooduskoodist, mida kõik külastajad kasutada saavad.
- ✗ Teadet „sel nädalavahetusel püsikliendile kõik -20%“, kui püsikliendiks saavad olla paljud või enamik klientidest.

Millistel juhtudel on tegemist personaalse hinnaalandusega ja millistel tingimustel tuleb lugeda, et soodustuse saamine on võimalik kõigile või enamikele klientidele, seda seadus ei sätesta. Selliseid juhtumeid tuleb hinnata juhtumpõhiselt, mistõttu soovime kahtluse korral pöörduda hinnangu saamiseks TTJA poole.

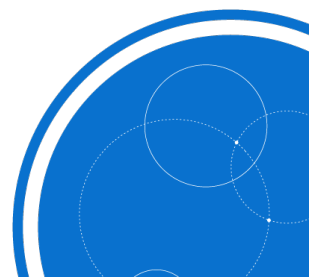
Sooduskampaaniate plaanimine

Sooduskampaania perioodi pikkust või maksimaalset ajalist kestust seadus ei sätesta ega piira. See tähendab, et hinnaalandus võib kesta ka üle 30 päeva, kuid sellisel juhul tuleb hinnata, kas tegemist on ausa kauplemisvõttega. Seda, kui kaua võib allahindlus kesta (ehk kas allahindlus ei kesta liiga kaua võrreldes täishinnaga müümise ajaga), tuleb hinnata igas olukorras eraldi lähtudes ebaausate kauplemisvõtete regulatsioonist.

Sooduskampaaniatest teavitamisel on keelatud reklaamid, millega kaupleja pakub kaupu soodushinnaga, kuid tegelikkuses ei ole suuteline reklaamitud ajavahemikul või kogustes kaupu müüma või suudab neid reklaamitud tingimustel müüa üksnes üksikutele tarbijatele.

Kaupade soodustingimustel müügi korraldamisel peab kaupleja oskama oma kaubandustegevust planeerida ning tagama kaupade olemasolu. Soodusmüügiks mõeldud kaupade tellimisel tuleb arvestada, et pakutava kauba kogus vastaks reklaami mahule ja levitamise ulatusele ning eeldatavale ostuhuvile.

Juhul kui pakutav kaup saab otsa sooduskampaania alguses, peaks kaupleja tegema kõik endast oleneva, et asendada reklaamitud kaup võrdväärse kaubaga või tarnima selle teise kaupleja käest mõistlikus ajavahemikus ja koguses.



Lõpumüük

Lõpumüügina võib tähistada müüki, mille eesmärgiks on vabaneda **eelmise hooaja kaubast** või võimalikult **suurest hulgast kaubast** enne müügikoha sulgemist. Lõpumüügiga on tegu, kui teavitatakse kogu müüdava kauba või kindlalt piiritletud kauba lõpumüügist. Kui lõpumüük kehtib üksnes teatud kaupadele, tuleb sellekohane info avaldada lõpumüügi teates. Näiteks:

- ✓ "Lõpumüük. Kõik kaubad -80%."
- ✓ "Talvesaabaste lõpumüük. Kõik hinnad -70%."

Keelatud on lõpumüügist teavitamisel teatada, et kaupleja kavatseb **kauplemise lõpetada** või **tegevuskohta vahetada**, kui tegelikult selline väide tõele ei vasta. Näiteks:

- ✗ "Kolimiseelne tühjendusmüük, kõik kaubad -50%", kui tegelikult pärast tühjendusmüüki kaupleja tegevuskohta ei vaheta.
- ✗ "Lõpumüük, kõik kaubad -50%", kui tegelikult pärast lõpumüüki kaupleja kauplemist ei lõpeta.

Alkoholi ja tubaka soodusmüük

Alkohoolse joogi müügihinda ei ole lubatud avaldada selliselt, et tarbijale on samaaegselt nähtavad alkohoolse joogi algne ja uus müügihind. See tähendab, et alkohoolsete jookide soodustingimustel müügi korral tohib tarbijale näidata samaaegselt üksnes alkohoolse joogi müügihinda, s.o kas 30 päeva madalaimat või soodushinda. Varasem hind koos uue soodushinnaga ei tohi hinnateate avaldamisel olla nähtav. Allahindlusprotsendi kuvamine keelatud ei ole.

Tubakatoote või tubakatootega seonduvate toodete puhul on lubatud näidata üksnes müügihinda. Korraga ei tohi olla näha varasem hind ja soodushind, samuti ei tohi kuvada allahindlusprotsenti.

Tubakatoodet ega tubakatootega seonduvat toodet ei tohi siduda soodustuse või hüvega. Kauba või teenuse müügil on keelatud tubakatoote või tubakatootega seonduva toote tasuta või sigarettide maksimaalsest võimalikust jaemüügihinnast oluliselt madalama hinnaga saamise võimaldamine, samuti saamine võidu, auhinna või muu hüvena. See tähendab, et mis tahes kauba müügil ei tohi saada tubakatooteid ega tubakatootega seonduvaid tooteid tasuta või odavamalt hinnaga. Samuti ei tohi tubakatoote või tubakatootega seonduva toote müügil saada mis tahes kaupa või teenust tasuta või tavapärasest hinnast odavamalt.