

## Arvamuse avaldamine keeleseaduse ja ühistranspordiseaduse muutmise seaduse eelnõu kohta

Lugupeetud Tõnis Lukas!

Eesti Kaubandus-Tööstuskoda (edaspidi: Kaubanduskoda) tänab Haridus- ja Teadusministeeriumit võimaluse eest avaldada arvamust keeleseaduse ja ühistranspordiseaduse muutmise seaduse eelnõu kohta, mis puudutab muu hulgas võõrkeelsete kaubamärkide, audioreklaami, digiplatvormi kaudu töötavate isikute ja taksojuhtide keelenõudeid.

Kaubanduskoda teeb ettepaneku peatada eelnõu menetlus, sest lahendamist vajavad probleemid ei ole seletuskirjas piisavalt selgelt välja toodud ning vastuseta on küsimus, miks on probleemide lahendamiseks valitud just eelnõus sisalduvad muudatused. Meie hinnangul on paljude muudatuste näol tegemist ka ülereguleerimisega. Lisaks näeme puudujääke mõjuanalüüsis ning muid olulisi rikkumisi seoses hea õigusloome põhimõtetega. Arusaamatu on ka see, miks toimub eelnõu menetlemine kiireloomulisena. Järgnevalt selgitame oma seisukohti lähemalt.

### I Üldised kommentaarid

#### 1. Lahendamist vajav probleem ei ole piisavalt selge

Kaubanduskodale jääb ebaselgeks, milliseid probleeme soovitakse eelnõuga lahendada. Isegi kui osade muudatuste puhul on probleem arusaadav, siis ei ole selge, milline on selle probleemi ulatus. Seletuskirjas on mõnes kohas viidatud, et Keeleametile on laekunud kaebuseid, kuid samas ei ole välja toodud kaebuste ega Keeleameti ettekirjutuste arvu viimaste aastate lõikes. Ilma probleemi suurust tuvastamata ei ole mõistlik esimese sammuna asuda seadust muutma.

#### **Kaubanduskoja ettepanek:**

**Palume ministeeriumil konkreetselt välja tuua, mitu kaebust on viimastel aastatel esitatud eelnõuga muudetavate sätete osas ning mitu rikkumist on Keeleamet nende sätete osas tuvastanud. Lisaks palume muu info abil täiendada lahendamist vajavat probleemi.**

#### 2. Eelnõule ei ole eelnenud väljatöötamiskavatsust

Üldreeglina peab igale seaduseelnõule eelnema väljatöötamiskavatsus. See on meie hinnangul väga oluline etapp õigusloome protsessis, sest väljatöötamiskavatsuses tuleb välja tuua lahendamist vajav probleem ja sihtrühm, plaanitavate muudatuste eesmärk,

ESTONIAN CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY / ЭСТОНСКАЯ ТОРГОВО - ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА  
TOOM-KOOLI 17, 10130 TALLINN / REG NO 80004733 / TEL: +372 604 0060 / KODA@KODA.EE / WWW.KODA.EE / [WWW.ENTERPRISE-EUROPE.EE](http://WWW.ENTERPRISE-EUROPE.EE)



probleemi võimalikud lahendused ja nende võrdlus ning eelistatud lahendus, samuti esmane mõjuanalüüs. Vabariigi Valitsuse määruse „Hea õigusloome ja normitehnika eeskiri“ § 1 lg 2 kohaselt ei ole väljatöötamiskavatsus nõutav üksnes erandlikel juhtudel, näiteks siis, kui eelnõu menetlus on põhjendatult kiireloomuline.

Seletuskirja (lk 1-2) kohaselt ei ole eelnõule koostatud väljatöötamiskavatsust, kuna eelnõu on oma sisu arvestades põhjendatult kiireloomuline. Ministeerium on kiireloomulisust põhjendanud ühiskonnas toimunud arengutega ning suure survega avaliku ruumi võõrkeelestumisele. Selline põhjendus on väga üldine ning seletuskirjast puuduvad ka sisulisemad argumendid ja põhjendused, mis õigustavad väljatöötamiskavatsuse koostamata jätmist. Kuna ministeerium ei ole kiireloomulisust põhjendanud, siis on väljatöötamiskavatsuse koostamata jätmine vastuolus hea õigusloome ja normitehnika eeskirjaga.

**Kaubanduskoja ettepanek:**

**Palume ministeeriumil järgida hea õigusloome ja normitehnika eeskirja ning koostada seaduseelnõu väljatöötamiskavatsus. Seejärel tuleb uuesti hinnata, kas eelnõud on vaja koostada ning kui on vaja, siis millise sisuga.**

**3. Jääb ebaselgeks, miks on probleemi lahendamiseks valitud just eelnõus sisalduvad lahendused**

Eelnõud lugedes jääb ebaselgeks, miks on probleemi lahendamiseks valitud just eelnõus sisalduvad lahendused. Näiteks ei selgu seletuskirjast, miks ei piisa probleemi lahendamiseks teadlikkuse suurendamisest, tõhusamast järelevalvest, tasuta eestikeelsete koolituste suuremast pakkumisest või muudest meetmetest. Kui eelnõu koostajad oleksid järginud hea õigusloome ja normitehnika eeskirja, siis oleks selline analüüs pidanud sisalduma juba väljatöötamiskavatsuses.

**Kaubanduskoja ettepanek:**

**Tuua välja, milliste meetmete abil on võimalik eelnõus kirjeldatud probleeme lahendada ning mis on iga lahenduse tugevused ja nõrkused. Seejärel põhjendada, milline lahendus on kõige efektiivsem probleemi lahendamiseks. Selline analüüs on vajalik, sest õigusaktide muutmine peab olema viimane, mitte esimene meede ühiskonnas tekkinud probleemi lahendamiseks.**

**4. Ebamõistlikult lühike tähtaeg tagasiside andmiseks**

Haridus- ja Teadusministeerium andis huvigruppidele eelnõu kohta arvamuse avaldamiseks viis tööpäeva. Kuna eelnõus on üle kümne muudatuse ja suurem osa muudatustest ei ole tehnilist laadi, ning tegemist ei ole eelnõuga, mis lahendab ootamatult esile kerkinud probleemi, siis on viie tööpäevane tähtaeg ebamõistlikult lühike. See jätab mulje, et tegemist on näilise kaasamisega, mille eesmärk ei ole saada huvigruppidele sisulist tagasisidet. Juhime tähelepanu ka sellele, et viie tööpäevane tähtaeg on vastuolus hea kaasamise tavaga, mille punkti 4.6. kohaselt tuleb kaasatavatele võimaldada piisavalt aega tagasiside andmiseks. Meie hinnangul oleks ministeerium pidanud huvigruppidele andma arvamuse avaldamiseks vähemalt kaks nädalat.

### **Kaubanduskoja ettepanek:**

**Palume ministriumil edaspidi järgida hea kaasamise tava ning anda huvigruppidele piisavalt aega tagasiside andmiseks.**

### **5. Mõjuanalüüs on pealiskaudne**

Kaubanduskoda näeb mitmeid puuduseid seletuskirjas sisalduvas mõjuanalüüsis. Mõned näited:

- Seletuskirjas ei ole toodud välja, et platvormi kaudu teenust osutavate töötajate ja taksojuhtide keelenõuetega seotud muudatused võivad vähendada inimeste arvu, kes pakuvad teatud teenust. Seetõttu võib omakorda väheneda teenuste kättesaadavus ning suureneda teenuse hind. Lisaks võib muudatuste tulemusena väheneda tarbijate rahulolu teenusega. See võib juhtuda, kui pikenevad teenuse ooteajad.
- Muudatuste tulemusena võivad suurenda sotsiaalvaldkonna kulud, kui Eesti elav välismaalane ei omanda eesti keelt piisavalt kiiresti ja kaotab muudatuse tagajärjel oma sissetuleku. Näiteks võivad muudatused vähendada Ukraina sõjapõgenike võimalusi teenida Eestis sissetulekut.
- Seletuskirjas ei ole välja toodud ka seda, kui paljud taksojuhid või platvormi kaudu teenust pakuvad töötajad peavad oma keelenõuet parandama, et neil oleks edaspidi võimalik teenuse pakkumisega jätkata.
- Samuti on vastuseta küsimus, kas Eestis on piisavalt eesti keele koolitajaid, et eelnevalt nimetatud sihtrühm omandaks eelnõu jõustumise ajaks nõutaval tasemel eesti keele oskuse.

### **Kaubanduskoja ettepanek:**

**Mõjuanalüüsi tuleb oluliselt täiendada.**

## **II Detailsemad kommentaarid**

### **6. Kaubamärgi kasutamise seotud keelenõue (eelnõu § 1 p 4)**

Eelnõu § 1 p 4 on sõnastatud järgmiselt:

*„4) paragrahvi 16 lõige 3 muudetakse ja sõnastatakse järgmiselt:*

*„(3) Kaubamärgi kasutamisel isiku tegevuskoha tähisena või välireklaamis tuleb kaubamärgi võõrkeelne osa, mis sisaldab olulist teavet tegevuskoha, pakutava kauba või teenuse kohta, esitada ka eestikeelsena. Eestikeelne tekst peab olema sama hästi nähtav kui võõrkeelne tekst ja paiknema võõrkeelsega samas vaateväljas.“*

Kaubanduskojale jääb ebaselgeks, millist probleemi lahendatakse plaanitava seadusemuudatusega, et võõrkeelsetes kaubamärkides sisalduv oluline teave tegevuskoha, pakutava kauba või teenuse kohta peab paiknema võõrkeelsega samas vaateväljas ning peab olema sama hästi nähtav kui võõrkeelne teave. Seletuskirjas ei ole probleemi olemust välja toodud.

Meie hinnangul on plaanitava muudatuse näol tegemist ülereguleerimisega. Me ei näe vajadust, et riik peaks seadusemuudatusega ettevõtjatele appi tulema, et ettevõtjate eestikeelsed kliendid saaksid võõrkeelsetest kaubamärkidest paremini aru. Juhime tähelepanu sellele, et kui ettevõtja kasutab võõrkeelset teksti, millest ei pruugi paljud



tarbijad aru saada, siis selle tulemusena väheneb ka nõudlus tema kaupade või teenuste järele. Seega on ettevõtjatel huvi kasutada selliseid kaubamärke, millest tarbijad saavad aru. Reeglina on kaubamärgis sisalduv võõrkeelne tekst tarbijatele ka teada ning ei tekita arusaamatusi. Palume seletuskirjas välja tuua, mitu kaebust on Keeleamet viimaste aastate lõikes saanud tarbijatelt seoses sellega, et nad ei saa aru kaubamärgis sisalduvast võõrkeelsest tekstist. Meie hinnangul puudub praktiline vajadus tõlkida eesti keelde näiteks hoonel asuv võõrkeelse tekstiga kaubamärk, mis sisaldab sõnu hotel, cafe, bank, market, spa jne. Selliste sõnade tõlkimine ei anna tarbijale lisaväärtust, kuid toob ettevõtjatele kaasa täiendavaid kulusid.

Seletuskirjast puudub ka sisuline mõjuanalüüs. Näiteks ei ole välja toodud, kui suured kulud kaasnevad muudatusega. Seletuskirjas (lk 14) on üksnes kirjas, et muudatus toob tõenäoliselt ettevõtjale täiendava kulu, kuid kulu suurust ei ole hinnatud. Meie hinnangul kaasneb muudatusega ettevõtjate jaoks kulu, mis ulatub miljonitesse eurodesse.

Lisaks jääb ebaselgeks, miks jäetakse eelnõuga keeleseadusest välja põhimõte, et eestikeelne tekst ei tohi kahjustada kaubamärgi eristusvõimet. Kas edaspidi on eeldus, et kaubamärgi eristusvõime ei ole oluline ja võib olla kahjustatud juhul, kui see on vajalik eestikeelse teksti esile toomiseks? Täpsustuse väljajätmise põhjendus ja tagajärjed ei selgu ka seletuskirjast. Oleme sellele muudatusele kategooriliselt vastu.

Plaanitava muudatuse jõustumisel võib tekkida ka arusaamatusi selles osas, mida tähendab viidatud sättes sisalduv väljend „sama hästi nähtav“. Tegemist on subjektiivse mõistega ning näeme, et sellest väljendist arusaamine võib osutuda keeruliseks, tuua kaasa mitmeid küsimusi ja erinevaid tõlgendusi ning ka vaidluseid. Seetõttu on äärmiselt oluline, et vähemalt seletuskirjas oleks see väljend võimalikult selgesti lahti kirjutatud.

#### **Kaubanduskoja ettepanek:**

**Kuna plaanitava muudatuse järele puudub praktiline vajadus, siis teeme ettepaneku jätta § 1 p 4 eelnõust välja.**

#### **7. Avalikkusele suunatud audioreklaam (eelnõu § 1 p 5)**

Eelnõu § 1 p 5 on sätestatud järgmiselt:

*„5) paragrahvi 16 täiendatakse lõikega 6 järgmises sõnastuses:*

*(6) Avalikkusele suunatud audioreklaam on eestikeelne. Eestikeelsele audioreklaamile võib järgneda audioreklaam võõrkeeles, kusjuures võõrkeelse audioreklaami osakaal ei tohi ületada 20 protsenti audioreklaami esitamise kogumahust.“*

Kuna hetkel ei ole keeleseaduses reguleeritud avalikkusele suunatud audioreklaami keelenõudeid, siis toetame põhimõtet, et keeleseadust võiks selles osas täiendada. Meie hinnangul on mõistlik lisada seadusesse põhimõte, et avalikkusele suunatud audioreklaam on eestikeelne ning eestikeelsele audioreklaamile võib järgneda audioreklaam võõrkeeles. Selline muudatus tagab, et audioreklaam on alati ka eesti keeles ja sealjuures eesti keeles esimesena. Samas kuna Keeleamet tõlgendab keeleseadust juba täna selliselt, siis ei ole sellise muudatuse tegemine keeleseaduses hädavajalik.

Samas ei toeta me eelnõus sisalduvat nõuet, et võõrkeelse audioreklaami osakaal ei tohi ületada 20 protsenti audioreklaami esitamise kogumahust.



- Esiteks ei ole selge, millist probleemi selle muudatusega lahendada soovitakse ja miks on vastava probleemi lahendamiseks valitud just antud lahendus. Seletuskirjas (lk 4) on toodud välja, et Keeleametile laekunud kaebustest võib järeldada, et kaubanduskeskuses viibides jääb tihti mulje, et eestikeelset reklaami polegi. Seda näiteks juhul, kui inimene viibib keskuses lühikest aega, mille jooksul kuuleb ta ainult võõrkeelset reklaami, sest võõrkeelse reklaami plokid on pikad. Samas ei selgu seletuskirjast, kui palju kaebuseid on tarbijad esitanud ning mitme kaubanduskeskuse osas. Mõne üksikjuhtumi lahendamiseks ei ole mõistlik lisada seadusesse täiendavaid nõudeid. Samuti ei peaks seaduse muutmine toimuma üksnes tarbijate esmamulje põhjal, vaid muudatuse tegemiseks peab olema põhjalikum analüüs.
- Teiseks juhime tähelepanu sellele, et plaanitav muudatus ei pruugi kaotada olukorda, kus tarbija kuuleb kaubanduskeskuses võõrkeelset teavet. Eelnõu seab nõudeid üksnes avalikkusele suunatud audioreklaamile, aga muu teabe edastamisele piiranguid ei tule. Seega võib ka edaspidi kaubanduskeskuse siseradiost tulla võõrkeelne info näiteks parkimiskorralduse, alkoholimüügi lõpu kohta või ka COVID-19-ga seotud info.
- Kolmandaks juhime tähelepanu sellele, et plaanitav nõue ei arvesta piirkondlike eripäradega, näiteks Ida-Virumaal on suur venekeelsete elanike osakaal või Tallinna sadamas, lennujaamas või ka laiemalt Tallinna kesklinnas suur turistide osakaal, kelle hulgas on palju inglise ja soome keele rääkijaid. Muudatuse jõustumine tähendab seda, et ettevõtjatel ei ole sisuliselt võimalik eesti keelt mitteoskavatele inimestele edastada infot neile arusaadavas keeles. Kui ettevõtja tahaks edaspidi avaldada infot näiteks inglise ja soome keeles, siis tuleks enne seda avaldada infot kaheksa korda eesti keeles. Sellisel juhul ei pruugi turist temale suunatud infot enne kaubanduspinnalt lahkumist kätte saada.
- Neljandaks tekitab segadust, et mida tähendab 20 protsenti audioreklaami esitamise kogumahust. Kas selle all on silmas peetud audioreklaami kestust või audioreklaami kordusi/arvu?

### **Kaubanduskoja ettepanek:**

**Kui eelnõu koostajad peavad hädavajalikuks kehtestada keeleseaduses nõuded avalikkusele suunatud audioreklaamile, siis teeme ettepaneku muuta eelnõu § 1 p 5 sõnastust ja sõnastada see järgmiselt:**

***„5) paragrahvi 16 täiendatakse lõikega 6 järgmises sõnastuses:***

***(6) Avalikkusele suunatud audioreklaam on eestikeelne. Eestikeelsele audioreklaamile võib järgneda audioreklaam võõrkeeles.“***

### **8. Digiplatvormi kaudu töötavate töötajate keelenõue (eelnõu § 1 p 6)**

Eelnõu § 1 p 6 on sätestatud järgmiselt:

***„6) paragrahvi 23 lõige 2 muudetakse ja sõnastatakse järgmiselt:***

***(2) Äriühingu, mittetulundusühingu ja sihtasutuse töötajale ning füüsilisest isikust ettevõtjale ja tema töötajale, digiplatvormi kaudu töötavale töötajale, samuti seadusest tuleneva kohustusliku liikmesusega mittetulundusühingu juhatuse liikmele kehtestatakse eesti keele oskuse nõuded, kui see on õigustatud avalikes huvides.“***





Seletuskirjast ei selgu, kui paljudele tarbijatele valmistab praegune olukord muret. Seletuskirjas (lk 5) on mainitud, et Keeleametile laekunud kaebused annavad tunnistust sellest, et digiplatvorm, mis vahendab teavet kauba või teenuse tellija ning pakkuja vahel, ei aita alati leida lahendust teenuse tellija ning eesti keelt mitteoskava kulleri või taksojuhi vahel teenusega seotud arusaamatustele, olgu siis tegemist õige sihtkoha leidmise, aadressi või kellaaja täpsustamise või mõne muu teenusega seotud asjaoluga. Samas ei ole seletuskirjas välja toodud, kui palju on selliseid kaebuseid tehtud. Seega on probleemi ulatus teadmata.

Isegi kui probleem on olemas, siis jääb ebaselgeks, miks on eelnõu koostajad valinud probleemile just eelnõus sisalduva lahenduse. Näiteks on teadmata, milliseid muid alternatiive kaaluti. Kaubanduskoja hinnangul on võimalik sama eesmärki saavutada ka muul viisil. Näiteks võiks kaaluda lahendust, kus platvormile on soovituslik või kohustuslik välja tuua, mis keeles on platvormi kaudu töötav töötaja võimeline suhtlema klientidega. Näiteks kui tarbija soovib suhelda üksnes eesti keeles, siis oleks tal võimalik valida eesti keelt oskav toidukuller või taksojuht. Kui tarbija on nõus ka inglisekeelse teenusega, siis ta saab valida eesti ja inglise keele. Selline lahendus tagab, et tarbija saab suhelda just selles keeles, milles ta ise soovib.

Meie hinnangul on põhjendatud kehtestada digiplatvormi kaudu töötavale töötajale mõnevõrra teistsugused nõuded, sest platvormi vahendusel on teenuse osutamine võimalik ka ilma täiendava suhtluseta töötaja ja kliendi vahel. Näiteks platvormi vahendusel tellitud takso puhul ei ole üldreeglina vajalik suhtlus kliendi ja taksojuhi vahel. Ja kui erandolukordades tekib suhtlemise vajadus ning inimesed ei saa üksteisest aru, siis on võimalik kasutada tehnilisi abivahendeid, näiteks Google'i tõlke abi.

Lisaks juhime tähelepanu mitmele puudusele mõjuanalüüsis.

- Esiteks me ei nõustu, et muudatuse mõjul igal juhul paraneb digiteenuse vahendusel pakutava teenuse kvaliteet. Kui muudatuse tulemusena väheneb teenust pakkuvate inimeste arv, siis selle tulemusena võib pikeneda teenuse ooteaeg. Näiteks klient võib senise 5 minuti asemel oodata taksot 20 minutit. Seega võib muudatus hoopis vähendada teenuse kvaliteeti. Lisaks sellele on risk, et tõuseb teenuse hind, kui teenuseosutajate arv väheneb, kuid nõudlus teenuse järele jääb praegusele tasemele. On ka oht, et teatud piirkondades katkeb üldse teenuse osutamine, kui ei leidu piisavalt nõuetele vastavaid töötajaid. Seega kokkuvõttes ei pruugi muudatusel olla tarbijate jaoks positiivset mõju.
- Teiseks puuduvad seletuskirjas konkreetsed või ka hinnangulised numbrid selle kohta, kui paljusid digiplatvormi kaudu teenust pakkuvaid isikuid plaanitav muudatus mõjutab.
- Kolmandaks ei ole eelnõus arvestatud sellega, et muudatuse tulemusena võib väheneda Eestis elavate võõrkeelsete inimeste sissetulek ja seeläbi suureneda sotsiaalkulud. Näiteks võib muudatus vähendada Ukraina sõjapõgenike võimalusi teenida tulu.

### **Kaubanduskoja ettepanek:**

**Jätta eelnõust välja § 1 p 6. Vajadusel otsida probleemile muid lahendusi, mis riivavad vähemal määral tarbijate, platvormi kaudu tööd tegevate isikute ja**



**platvormide õiguseid. Näiteks võiks üheks lahenduseks olla see, et tarbijal on teenust tellides õigus valida, kas ta soovib teenust saada üksnes eesti keeles või ta on nõus teenust saada ka mõnes muus keeles.**

### **9. Eesti keele oskuse tõendamise nõude kehtestamine teenindajakaardi taotlejale ja omajale (eelnõu § 2)**

Eelnõu §-ga 2 muudetakse ühistranspordiseadust selliselt, et taksoveo teenindajakaardi taotleja ning omaja peab oskama eesti keelt vähemalt B1-tasemel ning esitama vastava tõendi teenindajakaardi andjale.

Kaubanduskoda ei pea hädavajalikuks ühistranspordiseaduse muutmist mitmel põhjusel.

- Esiteks jääb ebaselgeks probleemi ulatus. Seletuskirjas ei ole välja toodud, kui palju kaebusi on tarbijad Keeleametile esitanud või mitmele taksojuhile on Keeleamet teinud ettekirjutuse. Seega ei ole teada, kas probleem puudutab näiteks 10 protsenti, 50 protsenti või 90 protsenti teenindajakaardi omajatest. Seletuskirjas ei ole välja toodud isegi seda, kui palju on Eestis hetkel teenindajakaardi omajaid.
- Ilma probleemi ulatust teadmata on keeruline hinnata, kas eelnõus sisalduv lahendus on kõige mõistlikum. Lisaks on teadmata, kas ja milliseid muid alternatiive kaalusid eelnõu koostajad probleemi lahendamiseks. Meie hinnangul tuleb kindlasti analüüsida alternatiive, millega kaasneks erinevatele sihtgruppidele vähem koormavam mõju kui eelnõus sisalduvate muudatustega. Ühte võimalikku lahendust kirjeldasime eelmises punktis.
- Kolmandaks on seletuskirjas väga pealiskaudselt hinnatud muudatusega kaasnevaid mõjusid. Näiteks ei ole seletuskirjas välja toodud mõjutatud sihtgrupi suurust. Lisaks ei ole korrektselt hinnatud muudatuse mõju, sh teenuse kvaliteedile, kättesaadavusele ja hinnale. Puudub ka hinnang sellele, kas muudatused võivad suurendada sotsiaalkaitsekulusid või kas eelnõus ettenähtud aja jooksul on võimalik taksojuhtidel oma keeleoskust nõutava tasemeni viia.

#### **Kaubanduskoja ettepanek:**

**Kuna ühistranspordiseaduse muudatused ei ole kooskõlas hea õigusloome põhimõtetega, siis palume need sätted eelnõust välja jätta.**

**Kokkuvõtteks, Kaubanduskoja hinnangul on eelnõu ja seletuskiri koostatud kiirustades ning seetõttu on nii eelnõus kui ka seletuskirjas mitmeid olulisi puudusi ja eelnõud ei ole võimalik kiirkorras edasi menetleda. Kui eelnõu koostajad soovivad teatud probleeme õigusaktidega lahendada, siis tuleks esimese sammuna teha kindlaks probleemi ulatus, analüüsida erinevaid võimalikke lahendusi ja nende mõjusid ning alles seejärel asuda eelnõud koostama, kui analüüs näitab, et eelnõu koostamine on parim lahendus.**

**Lisaks toome välja, et meie hinnangul on Haridus- ja Teadusministeeriumil oma valitsemisalas keeleseadusest oluliselt suuremaid ja kiireloomulisemaid**



EESTI  
KAUBANDUS-  
TÖÖSTUSKODA

**väljakutseid, millega tuleks tegelda. Näiteks saatsime Teile 24. oktoobril kirja nr 4/214, kus tõime välja mitmeid olulisi haridusvaldkonna probleeme, näiteks põhija keskkhariduse ebaühtlane kvaliteet, gümnaasiumite ja kutseõppeasutuste koostöö ei ole piisav, kaasava hariduse elluviimiseks ei ole piisavalt ressursse.**

Lugupidamisega

/allkirjastatud digitaalselt/

Mait Palts

Eesti Kaubandus-Tööstuskoja peadirektor

Koostanud: Marko Udras [marko.udras@koda.ee](mailto:marko.udras@koda.ee) 6040070