

Tarbijakaitseameti  
aastaraamat

2012

Tarbijakaitseamet tänab kõiki, kes andsid oma panuse aastaraamatu valmimisse. Eriline tänu Marika Merilaile, Katrin Talihärmile, Merle Kangurile ja Märt Otsale.

## Sisukord

Eessõna .....	4
Tarbijakaitseametist .....	7
Kogu aasta kestnud kampaania: pretensiooni esitamise õigus.....	11
Vastutustundliku laenamise argipäev .....	14
E-kaubanduse võlud ja valud .....	18
Turismiteenused: edulood ja tagasimineku.....	20
Sündmusterohke reklaamiaasta .....	24
Ettevalmistused elektrituru avanemiseks.....	27
Tarbijakaitseameti töö arvudes .....	31

## **Eessõna**

*2012. aasta kujunes Eesti majandusele pärast majandussurutisest väljumist mõõduka kasvu perioodiks – riigi sisemajanduse koguprodukt suurenes ligikaudu kolm protsenti. Kuigi sissetulekud kosusid, neelas palgakasvu esmatarbe- ja toidukaupade kallinemine. See tähendab aga, et tarbimiskeskkonnas märkimisväärset aktiveerumist ei toimunud. Püsis alalhoidlikkus, süvenesid ootused kvaliteedile ja kasvas teadlikkus tarbimist puudutavast õiguskeskkonnast. Oma panuse viimati nimetatud protsessi andis ka tarbijakaitseamet.*

*Kevadel korraldasime teavituskampaania pretensiooni esitamise õiguse rakendamisesest jaekaubanduses. Tegevuse ajendiks sai 2011. aasta lõpul toimunud kontrollaktsioon, mille tulemuste põhjal ei andnud ligi pool jaekauplejatest tarbijatele tõest informatsiooni. Teavituse ja sanktsioonide tulemusena õnnestus sügiseks eksimuste osakaal viia alla kümne protsendi. On oluline lisada, et sellises õnnestumises oli oma roll ettevõtjatelgi, kelle aktiivsuse ja valmisoleku abil levisid ameti edastatud info ja teabematerjalid nii jaekaubanduses töötavate teenindajate kui ka tarbijateni. Kokkuvõttes oli tegemist märkimisväärselt tõhusa ja kombineeritud turu korrastamise – turujärelevalve ja kommunikatsioonialase koostööga, kus üheaegselt pandi proovile kogu ameti koostöövõimekus usaldusvärsuse, ettevõtlikkuse ja tõhususe arendamisel.*

*Tulemusi aitas märkimisväärselt parandada ka 2011. aastal ellu kutsutud ja koostöös Eesti Kaubandus-Tööstuskojaga korraldatav koolitussari „Suunanäitaja“. Selle käigus toimus 2012. aastal viis ettevõtjatele mõeldud koolitust, mille peateemad olid just pretensiooni esitamise ja garantiiga seotud küsimused. Kokku osales koolitustel ligi 300 inimest.*

*Eelkirjeldatud positiivse kogemuse otsustasime võtta mudeliks ka oma sügiskampaania „Laena targalt!“ korraldamisel. Kampaania keskendus vastutustundliku laenamise põhimõttele ja sellega seotud tarbijaõigustele. Valdkonnas tegutsevate ettevõtete – tarbijakrediiti väljastavate finantsasutuste – elav ja osalt ka valuline tagasiside andis kinnitust tõstatatud teemade asjakohasusest. Kampaania langes ajaliselt kokku vastutustundlikku laenamist käsitleva seadusandluse täiendamise*

*ettevalmistusega ministeeriumites ning andis ühtlasi turule sisendi vältimaks jõuluperioodil hea tava ja eetika piire kompavate laenureklaamide tegemist.*

*Lisaks tööme sügisel koos Euroopa Komisjoni siinse esinduse ning kaubandus-tööstuskajaga avalikkuse ette idee isereguleeruvast tarbimiskeskonnast ja selle osalistest: vastutustundlikest kauplejatest ja teadlikest tarbijatest. Teemat käsitlesime novembris rahvusvahelisel tarbimiskeskonna arengu konverentsil „Mõjuvõimsad tarbijad ja vastutustundlikud ettevõtjad“.*

*Jõudsalt arenes ka koostöö Tartu ülikooli ja Tallinna ülikooliga. Osalesime strateegiate kujundamise protsessides finantskirjaoskuse, vastutustundliku ettevõtluse ja turismivaldkonnas ning andsime oma panuse tugevdamaks tarbijaharidust kooliõpetuse osana. Lisaks oleme andnud sisendeid paljudele seadusandlikele muudatustele koos rahandus-, justiits- ning majandus- ja kommunikatsiooniministeeriumiga. Hea meel on sellegi üle, et oleme kujunenud arvestatavaks partneriks kõigile tarbijakaitseameti tegevusse puutuvatele ettevõtlussektori esindusorganisatsioonidele. Amet on pidanud seni edukalt mitmeid kohtulahinguid ja mitmed loodetavasti sama edukad on veel ees.*

*2012. aastal uuenes märkimisväärselt tarbijakaitseameti juures tegutseva tarbijakaebuste komisjoni esimeeste koosseis: lisandusid kolm uut komisjoni esimeest ja väljateenitud puhkusele läks üks senistest esimeestest. Komisjon astub samme oma tegevuspõhimõtete ja praktika ühtlustamise suunas. Üha enam laieneb komisjonis menetletavate kaebuste teemade ring ja seda peaasjalikult keerulisemate vaidluste poole.*

*Negatiivse poole pealt suutis meid ja ka avalikkust taas üllatada turismisektor. Suvel teatas kaks reisivahendufirmat oma maksejõuetusest. Ametis toimunud menetluste käigus ilmnes lisaks omanike suutmatusele ettevõtteid edasi majandada tõsiasi, et firmad olid esitanud ebaõigeid andmeid oma müügitulemuste kohta. Seetõttu ei vastanud nende tagatised tegelikule vajadusele ning reisita jäänud tarbijad kannatasid olulist majanduslikku kahju.*

*Mõnevõrra tahtmatult pälvisime avalikkuse tähelepanu seoses elektrituru avanemise ettevalmistusprotsessiga. Selle tähelepanu laineharjal kujunes tarbijakaitseametist oluline kõneisik elektrituru avanemise temaatikas tervikuna. Oma spetsiifilisemas valdkonnas, milleks on eelkõige järelevalve*

*elektrimüüjate turundustegevuse ja lepingutingimuste üle, võib välja tuua tähtajaliste lepingute ennetähtaegse lõpetamise trahvi eduka vaidlustamise.*

*Meie tegevuse avalikkuses vähem kõneainet pakkunud pool oli 2011. aastal valminud strateegia elluviimine ameti sisemise tegevuse tõhustamise suunas. Muutsime turujärelevalve osakonna alla kuuluva kaubandustalituse piirkonnakeskseks, mis tõstis olulisele kohale meeskonnatöö. Töötasime välja teenistujate kompetentside hindamise mudeli ja tegime eelhindamise. Seeläbi paranes sarnaseid ülesandeid täitvate teenistujate töötulemuste hindamise objektiivsus.*

*Usun, et 2013. aastaks, mis töötab kujuneda üldnäitajatelt sarnaseks eelnevaga, on meie ettevalmistus, tuntus ja usaldusväärsus parem kui kunagi varem. See seab tarbijakaitseametile kõrgendatud nõudmised ja peame olema valmis kandma suuremat vastutust. Eesti tarbimiskeskonna üldine areng võiks 2013. aastal jätkuda tasakaalu ja kvaliteedi suunas. See eeldab aga nii tarbijate kui ka ettevõtjate tuntavaid jõupingutusi ning seda eelkõige organiseerumise ja juba olemasolevate organisatsioonide tugevdamise vallas.*

*Andres Sooniste,  
tarbijakaitseameti peadirektor*



## Tarbijakaitseametist

2012. aastal muutus mõneti tarbijakaitseameti töökorraldus. Eelkõige hõlmas ümberkorraldus kaubanduse järelevalvega tegelevat kaubandustalitust ning selle piirkondlikke üksusi. Lisaks jätkus töö kuni 2016. aastani paika pandud strateegiliste eesmärkide saavutamiseks ning koos heade partneritega korraldas amet esmakordselt Eestis rahvusvahelise tarbimiskeskonna arengu konverentsi.

Kaubandustalituse alla kuulus kuni 2012. aasta sügistalveni lisaks Tallinnale kümme regionaalset üksust: Haapsalu, Jõhvi, Kuressaare, Paide, Pärnu, Rakvere, Tartu, Viljandi, Võru ja Valga. Nendes keskustes tegi järelevalvet ja tegeles tarbijate nõustamisega enamasti üks inimene. Ümberkorralduse järel hakkas tööle neli suuremat piirkondlikku järelevalve- ja nõustamismeeskonda. Põhja-Eesti regiooni katva meeskonna keskuseks sai Tallinn, Kirde-Eesti regiooni keskuseks Jõhvi, Lõuna-Eestis Tartu ning Lääne-Eestis Pärnu.

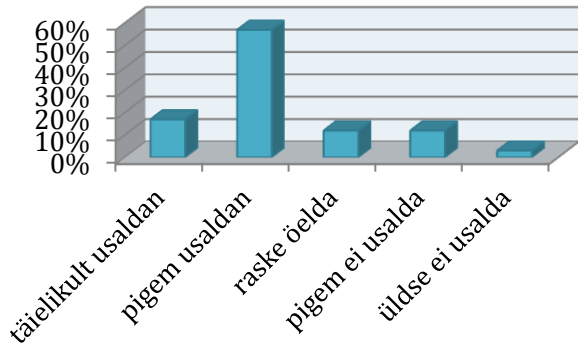
Lisaks alustas tarbijakaitseamet läbirääkimisi kohalike omavalitsustega, et luua teisteski Eesti maakonnakeskustes tarbijatele võimalus tulla vajadusel ameti esindaja vastuvõtule. Näiteks toimub sel moel tarbijate vastuvõtt alates novembrist kord kuus Rapla maavalitsuse ruumides.

2012. aastal jätkus töö tarbijakaitseameti strateegiliste eesmärkide täitmiseks. 2011. aastal valminud [strateegiadokumendi](#) järgi on ameti üks edutegur strateegiliste eesmärkide saavutamiseks organisatsioonilise võimekuse tõstmine. Möödunud aasta jooksul määratles amet organisatsioonilise võimekuse mõõtmiseks vajalikud võtmeindikaatorid. Tehti ka esimesed mõõtmised, hinnates töötajate kompetentsi ja pühendumist ning analüüsid ameti [kuvandit](#) ja [usaldusväärsust](#).

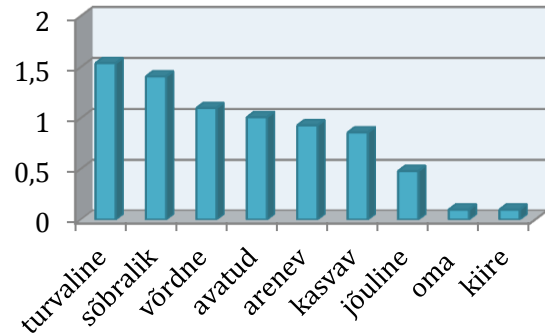
Viimati nimetatud kahe uuringu põhjal võib öelda, et ametit usaldas 2012. aastal enamik eestimaalastest (Joonis 1) ning ameti avalik kuvand oli positiivne. Kuvandis olid domineerivad omadused turvalisus, sõbralikkus, võrdsus ja avatus. Vähem seostasid Eesti elanikud tarbijakaitseametit selliste omadustega nagu jõuline, kiire, oma (Joonis 2).



**Joonis 1. Hinnangud tarbijakaitseameti usaldusväärsele juunis 2012.**  
Allikas: Turu-uuringute AS 2012



**Joonis 2. Tarbijakaitseameti avaliku imago dimensioonid.**  
Allikas: Past ja Partnerid 2012



Kolmandaks ametiülevalt oluliseks tegevuseks kujunes 2012. aastal rahvusvahelise tarbimiskeskonna arengu konverentsi korraldamine koos Euroopa Komisjoni Eesti esinduse ning kaubandus-tööstuskojaga. 21. novembril Tallinnas toimunud konverentsi „Mõjuvõimsad tarbijad ja vastutustundlikud ettevõtjad“ peateemad olid turu iseregulatsioon ning tarbijate-ettevõtjate huvikonfliktid. Esinejate seas oli poliitikakujundajaid, tarbijakaitsjaid, vabatahtlikke ja ettevõtjaid nii Eestist kui mujalt Euroopast.



**Tarbimiskeskonna arengu konverents Tallinnas 21. novembril 2012. Esiplaanil kaubandus-tööstuskoja peadirektor Mait Palts.**





**Tarbimiskeskonna arengu konverents Tallinnas 21. novembril 2012. Mikrofoniga tarbijakaitseameti peadirektor Andres Sooniste.**



**Tarbimiskeskonna arengu konverents Tallinnas 21. novembril 2012. Esiplaanil toiduliidu juhataja Sirje Potisepp (vasakul) ja kaupmeeste liidu tegevdirektor Marika Merilai.**

**Praeguse strateegiaperioodi aastateks 2012–2016 järgi on** tarbijakaitseameti teised edutegurid organisatsioonilise võimekuse kõrval tarbija õiguskindluse tagamine (sealhulgas turujärelevalve ja kaebuste menetlemine), tarbija õiguste kujundamises kaasärääkimine, tarbija ja ettevõtja teadlikkuse edendamine.

Pikemas perspektiivis võiks Eestis toimida turupõhine tarbijakaitse ehk turuosaliste eneseregulatsioon, mis põhineb vastutustundlikkusel ja teadlikkusel. Sellisele tarbimiskeskonnale on iseloomulikud teadlikud ja aktiivsed tarbijad, vabatahtlike tarbijaorganisatsioonide oluline roll ning ettevõtjate vastutustundlik käitumine. Ameti kui organisatsiooni pikem siht on strateegia põhjal tõusta ühiskonnas tunnustatud ja algatusvõimeliseks tarbimiskeskonna arengu, kvaliteedi ja käitumisreeglitiku kujundajaks ning olla nõutud partner sellelaadsetes algatustes.

Taolise rollini ning sealt edasi ka turupõhise tarbijakaitse kujundamiseni peaks ametit aitama tuginemine igapäevatoos strateegias määratud väärtustele, milleks on teotahtelisus, usaldusväarsus ja tõhusus.

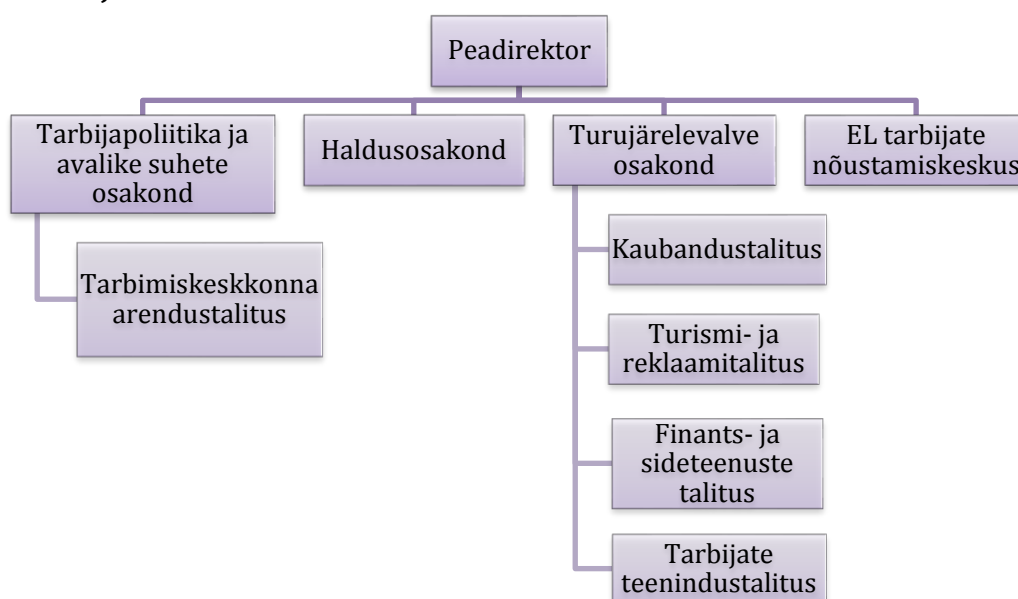
Ameti strateegias on määratletud peamiste järelevalvevaldkondade lähiaastate eesmärgid. Finants- ja sideteenuste valdkonnas on ametil lähiaastatel märkimisväärselt suur ülesanne ja väljakutse saavutada kõige keerulisemas ning kõige kiiremini arenevas teenuste sektoris oluliselt tarbijasõbralikum ja usaldusväärsem keskkond. Selleks on vaja teha aktiivselt ja süsteemselt järelevalvet, koostööd turuosalistega ning tõsta talituse jõudlust ja kompetentsi.

Turismi- ja reklaamialal lasub ametil lisaks tarbijakaitsealastele ülesannetele ka järelevalvekohustus turismiseaduse ja reklaamiseaduse täitmise üle ning see tähendab ka oluliselt mitmekesisemaid tööülesandeid. Strateegiaperioodil on aga esmatähtis tõsta turismisektori usaldusväarsust ettevõtjate seaduskuuleka käitumise suurendamise abil ning vähendada turuülest probleemi, tarbijaid eksitavate kauplemisvõtete lauskasutust. Nende sihtide saavutamisel on peamised vahendid efektiivne ja ennetav järelevalve, süsteemne kontroll ning tõhus koostöö turuosalistega.

Kaubanduses on põhiülesanne tõsta kauplemise usaldusväarsust. Selle saavutamisel on ameti hinnangul olulisemad märksõnad tooteohutuse tagamine, kaupade nõuetekohase märgistuse ja tarbijateabe andmise kontroll, koostöö erialaliitudega ning ettevõtjate koolitamine.

**Ameti struktuurist.** Lisaks neljast talitusest (kaubandustalitus, turismi- ja reklaamitalitus, finants- ja sideteenuste talitus, tarbijate teenindustalitus) koosnevale järelevalveosakonnale on tarbijakaitseametis haldusosakond ning tarbijapoliitika ja avalike suhete osakond, mille alla kuulub ka tarbijate ja ettevõtjate koolitamisega tegelev tarbimiskeskonna arendustalitus. Ameti juures tegutsevad veel tarbijakaebuste komisjon, mis lahendab kohtuvälise institutsioonina tarbijate ja ettevõtjate vahelisi vaidlusi, ning osaliselt Euroopa Komisjoni rahastatud Euroopa Liidu tarbija nõustamiskeskus, mis tegeleb ülepiiriliste vaidlustega.

Joonis 3. Tarbijakaitseameti struktuur

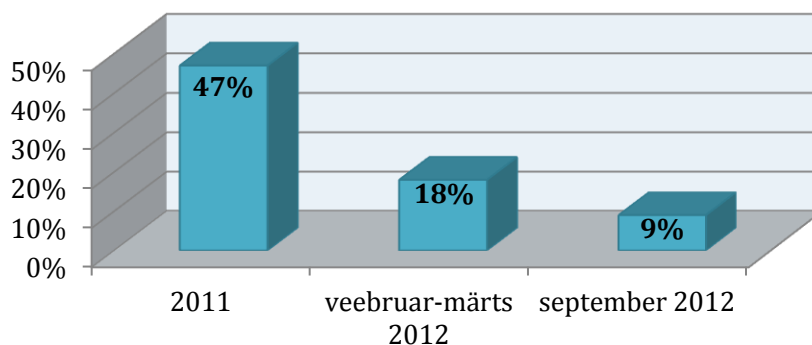


## Kogu aasta kestnud kampaania: pretensiooni esitamise õigus

Tarbijakaitseameti 2012. aasta esimene teavituskampaania keskendus tarbijate seaduslikule õigusele esitada kahe aasta jooksul pärast ostu sooritamist kauplejale pretensioon. Kuigi aktiivne kampaaniaperiood oli veebruaris-märtsis, kujunes sellest pea kogu ametit ja kogu aastat hõlmanud tegevus.

Ameti kaubandustalitus alustas olukorra kaardistamiseks kauplustes kontrolle juba 2011. aastal ning 2012. aasta jooksul toimus kaks järelaktsiooni. Peamine ülesanne oli uurida, millist infot tarbijad ostu sooritamise ajal müüjatelt pretensiooni esitamise võimaluste kohta saavad. Kokku tehti aasta jooksul selliseid kontrolle pea tuhandel korral. Rikkumiste osakaal (Joonis 4) näitas ajas selget kahanemistrendi, mistõttu võib samal ajal toimunud teavitustööd pidada tulemuslikuks.

**Joonis 4. Tuvastatud rikkumiste osakaal 2011–2012 pretensiooni esitamise kohta antava teabe kontrolliaktsioonides**



Lisaks tavapärasele laiemale avalikkusele suunatud teavitustegevustele, nagu tele- ja raadioreklaam, väliplakatid, veebireklaamid ja trükised, kasutas amet spetsiaalseid kanaleid ettevõtjate ning jaekaubanduses teenindajatena töötavate inimeste informeerimiseks. Suuremate ketipoodide esindajad, jalatsikaupmehed, elektroonika- ja kodumasinat müüjad said võimaluse osaleda ametis suletud uste taga toimunud aruteludel. Lisaks peeti tarbijaõiguste päeval 15. märtsil üheskoos avalik arutelu, mis leidis laia kõlapinna ka ajakirjanduses. Aruteludel kerkinud küsimuste alusel koostas amet ettevõtjatele juhendmaterjali ning teenindajate koolitamiseks mõeldud meelepea. Mõlemad dokumendid saadeti otsepostiga ligi 7000-le Eestis tegutsevale jaekauplejale. Pretensiooni esitamise õigusega seonduvat selgitati põhjalikumalt ka

tarbijakaitseameti ja kaubandus-tööstuskoja ühise koolitussarja „Suunanäitaja“ üritustel. Täissaalidele toimus kolm koolitust Tallinnas, üks koolitus Jõhvis ja üks Narvas.

Suur osa 2012. aastal tarbijakaitseametile tulnud pöördumistest oli seotud pretensiooni esitamise õigusega. Ainuüksi telefoninõustamisi oli sel teemal mullu võrreldes tunamullusega üle kahe korra rohkem, kokku 4444.



„Suunanäitaja“ koolitus Narvas 13. novembril 2012.



„Suunanäitaja“ koolitus Jõhvis 29. oktoobril 2012.

### *Eesti Kaupmeeste Liidu kommentaar*

*2012. aastal jätkus kaupmeeste liidu tihe koostöö tarbijakaitseametiga. Ühelt poolt võtsid liitu kuuluvate ettevõtjate esindajad aktiivselt osa tarbijakaebuste komisjoni tööst, teiselt poolt edastas liit oma liikmetele teavet ameti pretensiooni esitamise ja müügigarantii uuringute tulemustest, samuti mitmete uute nõuete kohta, näiteks tarbijakrediidi küsimustes. Oleme veendunud, et nii tarbijakaitseameti korraldatud kampaaniatel kui ka tarbija õiguste päeval ning meedia tähelepanul oli oluline mõju nii tarbijate kui ka kaupmeeste teadlikkuse tõstmisel.*

*Enamik tarbijate probleemidest saab lahenduse kaupluses. Tarbijakaebuste komisjon menetles eelmise aasta jooksul 259 kaebust. Kuigi kaebuste arv ei ole suur, arvestades ostude arvu sadades miljonites, oleme veendunud, et kaebuste lahendamise valdkonnas tuleb jätkuvalt nii tarbijaid-kauplejaid teavitada kui ka teha koostööd vaidluste lahendamise protsessi täiustamisel, sealhulgas leida võimalusi kaasata kompetentseid eksperte. Komisjoni*

*istungitele ei peaks jõudma kaebused ilmsete kulumisnäitajatega või valesti kasutatud kaupade kohta.*

*Jaekaupmeeste jaoks on oluline, et erimeelsused tarbijatega saaksid lahenduse. Siinjuures aitab juhendite kasutamine ning pretensioonide ennetamise ja nende lahendamise tegevuskava loomine lõppkokkuvõttes vältida asjatuid vaidlusi, kokku hoida nii aega kui ka raha, ning mis kõige olulisem, tagada kliendi rahulolu.*

*Marika Merilai,  
kaupmeeste liidu tegevdirektor*

## Vastutustundliku laenamise argipäev

2011. aasta suvel jõustus Eestis Euroopa Liidu tasandil paika pandud vastutustundliku laenamise põhimõtte, mis pani krediidiandjatele kohustuse veenduda enne lepingu sõlmimist tarbija krediidivõimelisuses ning anda talle teadliku otsuse tegemiseks piisavalt infot. 2012. aastat võib lugeda selle põhimõtte rakendumise proovikiviks.

Vastutustundliku laenamise põhimõtte järgimisel leidis amet järelevalve käigus puudusi ligi 30 finantsteenuse pakkuja puhul. Kitsaskohti ilmnas nii krediidivõime kontrollis kui ka tarbijate teavituses. Viimase puhul oli üks puudus Euroopa Liidu tarbijakrediidi standardinfo teabelehe vorminõuete eiramine ning teabelehe esitamine selliselt, et see ei täitnud oma eesmärki anda tarbijale võimalus enne otsuse tegemist erinevaid pakkumisi võrrelda. Nendest tähelepanekutest lähtuvalt oleks ameti hinnangul mõistlik tulevikus vastutustundliku laenamise põhimõtte juures sätestada konkreetsemad ajalised piirangud, millal teabelehte esitada, selgitada tarbija krediidivõimelisuse mõistet ning täpsustada, milline peaks krediidiandja roll selle kontrollimisel olema.

Seega näitas 2012. aasta, et võlaõigusseadusesse lisatud vastutustundliku laenamise põhimõtte sõnastus ja eelnõu seletuskiri võimaldavad praktikas krediidiandjatele esitatavaid nõudeid ka mõnevõrra erinevalt tõlgendada. Osaliselt ka seetõttu koostati justiits- ja rahandusministeeriumi eestvedamisel ja koostöös tarbijakaitseameti, majandus- ja kommunikatsiooniministeeriumi ning rahandusministeeriumiga võlaõigusseaduse täiendusettepanekud ning edastati edasiseks menetluseks valitsusele.

**Tabel 1. Vastutustundliku laenamisega seotud pöördumised 2011–2012**

Aasta	Selgitustaotlused	Kaebused	Telefoninõustamised
2011	181	18	328
2012	202	31	298

Tarbijakaitseamet püüdis omalt poolt vastutustundliku laenamise teemat tõstatada ka avalikkuses, korraldades selleks aasta teises pooles teavituskampaania „Laena targalt!“. Kampaania eesmärk oli selgitada



tarbijatele teadliku krediidiotsuse tegemise tähtsust ning tutvustada neile Euroopa Liidu tarbijakrediidi standardinfo teabelehte.

Kampaania algusperioodiks valmis ka ameti tellitud uuring „[Tarbijakrediit – lepingueelsete läbirääkimiste käigus antava info kaardistamine](#)“, mille käigus tegi uuringufirma Dive 30 tarbijakrediiti pakuvas ettevõttes 87 testostu. Selgus, et krediidiandjad on kõige nõrgemad tarbijatele info ja selgituste andmises. Sageli piirduvad nad lepingutingimustest rääkides vaid intressimäära ja kuumakse mainimisega. Õigusest 14 päeva jooksul tarbijakrediidilepingust taganeda, maksete viibimise korral kohalduvatest viivistest ning makseraskustesse sattumise tagajärgedest enamasti ei räägita.

Probleemistiku üle arutlemiseks kutsus amet kokku ettevõtjate ümarlauad, kus osalesid nii suurpangad, väike- ja kiirlaenuandjad kui ka järelmaksupakkujad. Suurem avalik arutelu, kuhu kaasati ka ajakirjanikud, toimus 14. novembril.



**Vastutustundliku laenamise temaline paneeldiskussioon Tallinnas 14. novembril 2012. Paneelis osalesid (vasakult) ajakirjanik Tõnis Oja, Swedbanki jaepanganduse juht Ulla Ilisson, Credit24 tegevjuht Rain Sepp, advokaat Kai Amos ja tarbijakaitseameti peadirektor Andres Sooniste.**



## **Eesti Pangaliidu kommentaar**

*Eesti Pangaliidu üks prioriteetne tegevusvaldkond on finantshariduse edendamine. 2012. aastal tegeles liit selles vallas riikliku finantskirjaoskuse programmi ettevalmistamise, pangaklientide finantsteadlikkuse tõstmise ja kooliõpilastele suunatud projektidega.*

*Praeguseks on heameel tõdeda, et finantskirjaoskuse olulisust on teadvustatud ka riiklikul tasandil. Mitmete partnerite koostöö tulemusel on käivitumas Eesti elanike finantskirjaoskuse edendamise programm aastateks 2013–2020, mille ettevalmistamisse pangaliit koos pankadega aktiivselt panustas.*

*Arukate otsuste tegemiseks on oluline juurdepääs vajalikule teabele. Hõlbustamaks pangateenuste kohta käiva info kättesaadavust ja võrreldavust valmisid 2011. aastal finantsinspeksiooni ja pangaliidu koostöös arvelduskontoga seotud teenuste, tähtajalise hoiuse ja krediitkaarditasude võrdlustabelid, 2012. aastal lisandusid neile aktsiatehingute ja tarbijalaenude võrdlustabelid. Tabelid on kättesaadavad tarbijaveebis [www.minuraha.ee](http://www.minuraha.ee), milles kuvatava teabe korrektsuse eest vastutavad andmeid edastavad pangad.*

*Pangaliidu põhifookus finantskirjaoskuse edendamisel on suunatud kooliõpilastele. Liit korraldas koos finantsinspeksiooni ja Tallinna börsiga koolides mullu seitse minu raha päeva, kus tutvustati rahaasjade korraldamist ja põhilisi finantsteenuseid ning rahaasjade korraldamise käsiraamatut „Finantsaabits“, mida õpetajad saavad koolitundides abimaterjalina kasutada. 2012. aastal sai raamat liidu toel ka venekeelse tõlke.*

*Möödunud aastal käivitus ka pangaliidu, haridus- ja teadusministeeriumi, Tallinna börsi ning finantsinspeksiooni koostööprojekt õpetajatele spetsiaalsete finantskirjaoskuse alaste metoodiliste tunnimaterjalide väljatöötamiseks. Selle projekti eesmärk on katta 14 ainet nii põhikoolis kui gümnaasiumis. Esimesi töölehti tutvustati aasta lõpus, kõik plaanitu peaks valmima 2013. aasta esimeses pooles.*

*Rahaplaneerimise hõlbustamiseks on olulisi samme astumas ka pangaliidu liikmespangad. Seda tõestab asjaolu, et 2012. aastal tulid pangandusteo*

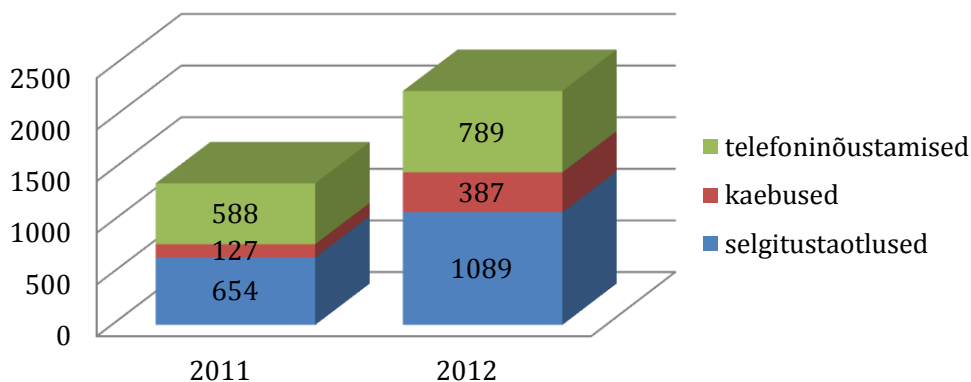
*konkursil nii žürii valiku kui ka publikuhääletuse tulemusel võitjaks just finantsplaneerimise lahendused.*

*Katrin Talihärm,  
pangaliidu tegevdirektor*

## E-kaubanduse võlud ja valud

2012. aasta teises pooles tõusis e-kaubandus ametisse laekuvate tarbijapöördumiste temaatikas esikolmikusse ja jäi sinna püsima. Kokku jõudis aasta jooksul tarbijakaitseametisse üle 1900 internetipoodlemisega seotud pöördumise. Kasv võrreldes 2011. aastaga oli 27 protsenti (Joonis 5). Selline tõus näitab, et tarbijad kasutavad e-kaubanduse võimalusi aina sagedamini – internetipoodlemise kasuks räägivad kiirus ja odavus, samuti ostuvõimaluste paljusus. Kahjuks annab internet kauplemiskanalina aga omakorda ebaausatele turuosalistele rohkem võimalusi ostjaid petta.

**Joonis 5. E-kaubandusega seotud pöördumiste arv 2011–2012**



Tarbijate pöördumised ametisse olid enamasti üsna samasisulised: tellimus oli tehtud, ettemaks tasutud, kuid kaupa lubatud kuupäeval ei tulnud. See oli peamine probleem nii Eesti-siseste kui ka ameti juures tegutsevale Euroopa Liidu tarbija nõustamiskeskusele laekunud piiriüleste kaebuste puhul. Lisaks päriti internetiostlemisel kehtivate tarbijaõiguste, näiteks tehingust taganemise võimaluste kohta. Kolmas tarbijapöördumistes korduvalt ette tulnud teema puudutas kupongiportaali kampaaniaid. Taoliste kampaaniate puhul tekitas probleeme see, et kampaania tellinud ettevõtjad ei suutnud alati täita kupongi alusel kaupa või teenust nõudnud tarbijate soove ega hiljem teenuse-kaubata jäänud klientidele raha tagastada.

E-kaubanduses tehtud järelevalve käigus ilmnenuid probleemidest tulid 2012. aastal esile ettevõtjate nõuetekohase registreeringu puudumine, müügingimuste avaldamatajätmine ning tingimuste sisuline vastuolu võlaõigusseadusega. Peamine tingimustes esinev puudus oli tarbija taganemisõigusega kaasneva postikulu hüvitamise küsimus. Nimelt peab kaupleja seaduse järgi kaubast loobunud tarbijale tagastama ka tellimuse

täitmisega kaasnenud postikulud. Paljud ettevõtjad ei ole sellest kohustusest teadlikud ning osa kaupmehi eirab nõuet teadlikult.

**Tabel 2. Järelevalvetulemused e-kaubanduses 2011–2012**

Aasta	Kontrollide	Rikkumisi	Rikkumiste osakaal
2011	264	199	75%
2012	324	183	56%

E-kaubandusele keskendus ka 2012. aasta juunis korraldatud üleeuroopaline järelevalveaktsioon Sweep Day. Täpsemalt olid vaatluse all digitooted ehk siis veebimängude, e-raamatute, muusikafailide ja muu taolise tellimistingimused. Tarbijakaitseamet vaatas kontrollide käigus üle kümme veebilehte ning avastas puudusi viiel. Veebilehtedel ei olnud kaupleja kontaktandmeid, maksetingimusi ega toodete lõpphinda, samuti vähendati müügingimustes kaupleja vastutust ja jäeti kirjeldamata taganemisõigusega seonduv.

### ***Eesti E-kaubanduse Liidu kommentaar***

*E-kaubandus on viimaste aastate üks kiiremini kasvavaid ärivaldkondi: majandustegevuse registri andmetel suurenes 2012. aastal võrreldes 2011. aastaga e-kaubanduse alal tegutsemiseks registreeringu võtnud firmade arv pea kaks korda 781 ettevõtteni.*

*See viitab sellele, et aina enam ettevõtteid leiab e-kaubanduses oma tegevusele uue kanali sihtgruppide ja tarbijateni jõudmiseks. Sellele on kindlasti kaasa aidanud ausate ja korrektselt tegutsevate e-poodide koondumine e-kaubanduse liitu, kes kontrollib tihedas ja hästi sujuvas koostöös tarbijakaitseametiga pidevalt oma liikmete tegevust.*

*Lisaks katkematule kontrollile annab e-kaubanduse liit välja ka turvalise ostukoha kvaliteedimärki, mis aitab tarbijatel eristada usaldusväärseid e-poode ebaausate kauplemisvõtete kasutajatest.*

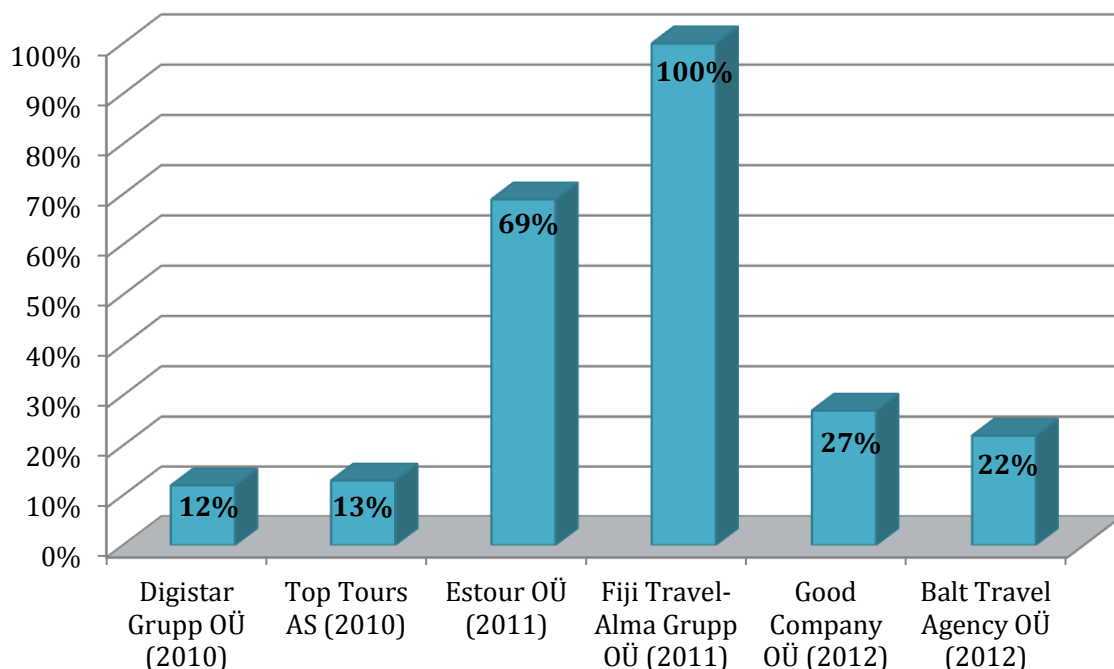
*Merle Kangur,  
e-kaubanduse liidu tegevjuht*

## Turismiteenused: edulood ja tagasiminekul

Turismivaldkonnas olid 2012. aastal domineerivad teemad pakettreise korraldavate ja vahendavate firmade tegevus ning lennureisijate õigused. Reisifirmade osas tuli eelkõige tagatisega seonduvalt tõdeda mõningast tagasiminekut. Aasta edulood olid seotud lennureisijate õiguste rakendamisega: ameti nõudmisel maksis kolm lennufirmat tarbijatele välja neile ette nähtud hüvitised.

Reisifirmade ebapiisava tagatise mõju said 2012. aastal kahjuks tunda ka Eesti tarbijad. Juunis teatas vaid kümnapäevase vahega oma maksejõuetusest kaks reisivahendajat: Good Company OÜ 18. juunil ja Balt Travel Agency OÜ 28. juunil. Mõlema puhul kattis tagatis alla 30 protsendi põhjendatud nõuete kogusummast. See on 2011. aastaga võrreldes oluline tagasimineku, sest toona said oma maksejõuetust tunnistanud reisifirmade kliendid tagasi ühel juhul pea 70 ja teisel juhul koguni 100 protsenti tasutud ettemaksudest (Joonis 6).

**Joonis 6. Aastatel 2010–2012 maksejõuetust tunnistanud reisifirmade tagatistest tarbijatele välja makstud summade osakaal esialgsest reisisast**



Kui maksejõuetustega seotud kaebused välja jätta, oli turismiteenustega seotud kaebusi 2012. aastal kokku 83. Neist pakettreisidega seotud kaebusi laekus tarbijakaitseametile 39.

Turismivaldkonna järelvalves oli tagatise vastavuse kontroll 2012. aastal prioriteet. Aasta jooksul avastas amet tagatisega seotud rikkumisi üle 60 korral. Probleemideks olid ebapiisav tagatis, tagatise peatne lõppemine, reise müük ilma kehtiva tagatiseta ning firma tegevusele mittevastavad tagatissummad. Näiteks sai neli ettevõtet ettekirjutuse, kuna nende tagatis oli omane reisivahendajatele või bussireiside korraldajale ehk siis minimaalselt 13 000 eurot. Tegelikult korraldasid firmad lende sisaldavaid paketteise, mille puhul on minimaalne tagatise nõue 32 000 eurot.

**Tabel 3. Järelevalvetulemused turismivaldkonnas 2012**

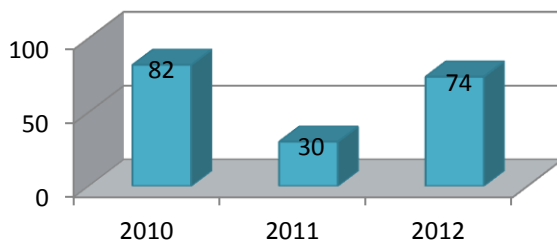
Teema	Märgukirjad ja tähelepanujuhtimised	Ettekirjutused	Väärteotsused	Trahvisumma (eurot)
<b>Puudused firma registreeringul</b>	42	0	0	0
<b>Tagatise aegumine ja aruande õigeaegselt esitamata jätmine</b>	54	37	0	0
<b>Ebapiisav tagatis</b>	18	1	19	29100
<b>Puudused turismiteenuste müügiks pakkumisel</b>	34	0	0	0
<b>Kokku</b>	148	38	19	29100

Reisifirmade tagatisega seonduv kerkis ka Euroopa Liidu tasandil ning algas mõttevahetus 1990. aastate alguses vastu võetud pakettreisidirektiivi muutmiseks. Kuigi tagatisega seonduvad probleemid polnud ainus ajend nende arutelude tekkeks, on siiski liidu tasandil täheldatud, et direktiivi praegused suunised võimaldavad riigiti väga erinevaid praktikaid. Näiteks puudub erinevalt Eestist Läti reisifirmadel kohustus katta tagatisega kõik reisijate ettemaksud. Kohustus on müük küll tagatisega katta, kuid vaid teatud protsendi ulatuses. Direktiivi muutmise plaani järgi peaks kogu

Euroopa Liidus olema siiski ühetaoline ja läbipaistev tagatise süsteem, mis kataks kõik reisijate ettemaksud igal ajahetkel täies ulatuses.

Turismivaldkonna teiseks peateemaks kujunesid 2012. aastal lennureisijate õigused. Kuigi aasta ei toonud kaasa ühtegi suurt katastroofi, kerkis ametisse jõudnud kaebuste arv 2010. aasta tasemele (Joonis 7), mil lennundusmaailma raputas tuhakriis. Tõusu põhjuseks võis olla nii tarbijate kasvanud teadlikkus oma õigustest kui ka majanduskriis. Viimane on ilmselt suurendanud tarbijate tundlikkust oma majandushuvide kaitsel, samuti võisid majanduslikult kitsad ajad negatiivselt mõjuda teenuste kvaliteedile. Sisult on lennureisijate õigusi puudutavad kaebused püsinud aasta-aastalt muutumatud: endiselt põhjustasid enam rahulolematust lendude hilinemised ja tühistamised ning pagasi kadumine.

**Joonis 7. Lennureisijate õigustega seotud kaebuste arv 2010–2012**



Valdkonna edulugudena võib nimetada tarbijate kasuks lahenenud kaebusi, mis puudutasid lennufirmadelt hüvitise taotlemist. Amet tegi kahele lennuvedajale ettekirjutused maksta kolmele reisijale välja õigustatult nõutud hüvitised. Esimesel juhul maksis lennufirma pärast ettekirjutuse saamist reisijale 500 eurot lennu pikaajalise hilinemise eest. Teisel juhul maksis lennufirma kahele reisijale 250 eurot põhjendamatu pardale mittelubamise eest. Lisaks tegi amet hoiatuse kolmandale lennufirmale, misjärel nõustus see ettevõtte maksma kuuele reisijale 400 euro suurust hüvitist. Osa sarnaseid kaebusi leidis tarbijate jaoks positiivse lahenduse ka ilma haldusmenetlust alustamata. Kokku maksid lennufirmad ameti poole pöördunud reisijatele 2012. aasta jooksul hüvitisena välja üle 4000 euro.

Euroopa Liidu tasandil tõi 2012. aasta fookusesse lennureisijate õiguste määruse muutmise temaatika. Muu hulgas soovitakse täpsustada lennuvedajaid hüvitise maksmisest vabastavat erakorraliste asjaolude mõistet ja võrdsustada lennu pikaajaline hilinemine lennu tühistamisega.



Praegu tegeleb määruse muutmise ettevalmistamisega Euroopa Komisjon ning kõige optimistlikuma plaani kohaselt jõustuvad uuendatud lennureisijate õigused 2014. aastal.

2012. aastal jõustunud turismivaldkonna õigusmuudatustest võib välja tuua Euroopa Liidu laevareisija õiguste määruse. See hakkas Eestis kehtima 18. detsembril, tagades laevareisijate parema kaitse eelkõige reise pikemate hilinemiste või tühistamiste korral. Lisaks pandi määrusega selgelt paika puuetega reisijate õigused ning ettevõtjate kohustused nende teenindamisel ja abistamisel.

## Sündmusterohke reklaamiaasta

2012. aasta märksõnad reklaamijärelevalves olid hasartmängud ja telekommunikatsioon. Hasartmängukorraldajatega pidas tarbijakaitseamet mitmeid vaidlusi reklaamiseaduse tõlgendamise üle ning telekommunikatsioonisektoris tuli ametil teha palju selgitustööd võrdleva reklaami nõuete ja sõna „tasuta“ kasutamise kohta.

Suurematest ja ka avalikkuse tähelepanu pälvinud sündmustest saab välja tuua ameti ja Eesti Loto vahelise kohtuvaidluse. Märtsis asus riigikohus sarnaselt tarbijakaitseametiga seisukohale, et teateid ennustatava *jackpot*'i suurusel tuleb lugeda hasartmängureklaamiks, mis on keelatud, ja seega peab Eesti Loto nende avaldamise lõpetama. Õige pea pärast riigikohtu otsust, alates 1. juunist, jõustus aga seadusemuudatus, mis laiendas oluliselt loterii reklaamimise võimalusi, lubades muu hulgas ka ennustatavast *jackpot*'ist teavitamist.

Kuigi vaidlus Eesti Lotoga sai kõige enam avalikkuse tähelepanu, ei olnud lotokorraldaja tegevus hasartmängureklaamis suurim murekoht. Kõige rohkem küsimusi tekitas hoopis kaughasartmängukorraldajate turundustegevus nende endi kodulehtedel asuvate reklaamide ja hasartmängudest informeerivate veebilehtede näol. Näiteks alustas tarbijakaitseamet menetlusi kolme sellise veebilehe suhtes. Kõigil neist oli avalikustatud mitmeid hasartmängureklaame ja tarbijatele suunatud üleskutseid liitumiseks ja mängimiseks. Lehekülgede omanikele selgitas amet, et kuna nende veebilehed ei ole ühegi konkreetse hasartmängukorraldaja kodulehed, pole neil lubatud avaldada ka mängureklaame. Seadus lubab neil eksponeerida vaid mängukorraldajate kaubamärke. Ühe veebilehe puhul oli lisaks vaja toonitada, et nende *rakeback*'i ehk internetikasiinode sisenemistasu osalise tagastamise teenuse reklaamimisel ei tohi olla tegemist kaudse hasartmängureklaamiga ning üleskutsed pokkeritubadega liitumiseks ja muud sellised laused tuleb nendest tekstidest kõrvaldada.

Sarnased probleemid tekkisid ka kaughasartmängukorraldajatega. Kuivõrd reklaamiseadus ei käsitle eraldi kaughasartmängukorraldajaid, jäid hasartmängureklaamile kehtestatud nõuded viimastele mõneti arusaamatuks. Nende hinnangul on seaduses vastuolulisi sätteid just seoses

kaughasartmängukorraldajate reklaamiga. Ettevõtjate ja Eesti Hasartmängude Korraldajate Liidu initsiatiivil hakati koostama kaughasartmängukorraldajate reklaamiga seonduvat juhendit, mille eesmärk on kujundada ühtsed seisukohad ja selge arusaamine neist.

Telekommunikatsioonisektorit iseloomustas 2012. aastal tihe konkurents ja seetõttu domineerisid sektoris tegutsevate ettevõtete turunduses nii-öelda ülemeelitamiskampaaniad. Mobiilse interneti kasutajate hulga kasv tõstis reklaamides olulisele kohale m-internetti puudutava info. Pakkumistes kordusid läbi aasta „piiramatult“, „tasuta“, „0 eurot“ ja muud taolised sõnad, mis osutusid teenuste täpsemaid tingimusi uurides sageli eksitavateks. Neid probleeme arutas amet koos ettevõtjatega ka ühise laua taga ning kinnitas aasta lõpus [juhendi ausate kaubandustavade järgimiseks telekommunikatsioonisektori reklaamides](#). Selle koostamisse andsid oma panuse EMT AS, Tele2 Eesti AS, Elisa Eesti AS, Elion Ettevõtted AS, Eesti Reklaamiagentuuride Liit ja reklaamiagentuur Division. Läbi reklaaminõukoja andsid juhendile oma heakskiidu ka Eesti Ringhäälingute Liidu, meediaagentuuride ja rahvusringhäälingu nõukogu esindajad.

Suurema vaidluse pidas amet telekommunikatsioonisektoris maha ettevõttega, kes ei olnud nõus veebruaris tehtud ettekirjutusega võtta maha kõnekaardi reklaamid. Tarbijakaitseameti hinnangul kasutas firma reklaamides mitmeid eksitavaid väiteid, näiteks „Võta kõnekaart ja saad 60 eurot“ või „Kõnekaardiga suhtled sõpradega piiramatult tasuta“. Tegelikuses ei saanud kõnekaardi ostja 60 eurot, vaid selle summa ulatuses boonust kõnede maksumuse tasaarvelduseks, ning sellegi tagamiseks tuli täita täiendavad tingimused. Teises reklaamlausel viidatud sõbrad olid tegelikuses üksnes teised sama kõnekaardi omanikud ehk tegemist oli juba eelnevalt määratud isikute ringi, mitte tarbija enda lisatavate sõbranumbritega. Puudusi leidis amet ka teistes kampaanias kasutatavates reklaamlausetes ning kokkuvõtvalt oli ameti hinnangul selle kampaania näol tegemist eksitava reklaami, võrdlevale reklaamile seatud nõuete rikkumise ning ebaausa ja eksitava kauplemisvõttega. Kuigi firma vaidlustas ettekirjutuse, jäi see novembris Tallinna halduskohtu otsusega jõusse. Aasta lõpus jätkus vaidlus apellatsioonmenetlusega Tallinna ringkonnakohtus.

Lisaks tõi lõppenud aasta ameti fookusesse probleemid lastele suunatud reklaamidega ja laste kasutamisega reklaamides. Põhiline rikkumine nendes valdkondades seisnes selles, et reklaamid sisaldasid lastele suunatud otsest või kaudset üleskutset kauba ostmiseks. Samas oli ka juhtumeid, kus lapsi oli kujutatud ohtlikus olukorras või suunatud teatud kaubamärke eelistama. Et sarnaseid rikkumisi edaspidi vältida, võiks ameti hinnangul koos ettevõtjatega lähiajal avada diskussiooni ühtsete lähtekohtade kujundamiseks ning reklaamiseaduse paremaks mõistmiseks. Diskussioon võiks pädida ühiselt soovitusliku juhendi koostamisega, nagu õnnestus lõppenud aastal teha telekommunikatsiooniettevõtetega.

**Tabel 4. Järelevalvetulemused reklaamivaldkonnas 2012**

Teema	Menetletud asjad	Tuvastatud rikkumised	Rikkumiste osakaal
<b>Põhinõuded</b>	66	18	27%
<b>Eksitav reklaam</b>	117	49	42%
<b>Võrdlev reklaam</b>	2	1	50%
<b>Lastele suunatud reklaam</b>	21	13	62%
<b>E-sigareti-, vesipiibu-, tubakareklaam</b>	18	6	33%
<b>Alkoholireklaam</b>	167	85	51%
<b>Finantsteenuste reklaam</b>	72	57	79%
<b>Hasartmängureklaam</b>	31	12	39%
<b>Pürotehnikareklaam</b>	7	1	14%
<b>Kaubanduslik loterii</b>	28	5	18%
<b>Kokku</b>	529	247	47%

**Tabel 5. Sanktsioonid reklaamivaldkonnas 2012**

Väärteootsused	Ettekirjutused	Märgukirjad	Trahvisumma (eurot)
7	4	262	2200

## Ettevalmistused elektrituru avanemiseks

Kuigi ettevalmistus ja teavitustöö elektrituru avanemiseks 2013. aasta alguses kuulus majandus- ja kommunikatsiooniministeeriumi ülesannete hulka, ootas avalikkus näpunäiteid ja hinnanguid ka tarbijakaitseametilt. Muudetud elektrituruseaduse järgi piirdub tarbijakaitseameti pädevus järelevalvega elektrimüüjate turundustegevuse ehk siis müügi ja reklaami ning tarbijatega sõlmitavate lepingute üle. Seetõttu sai amet aktiivselt tegutsema asuda alles sügisel, kui avalikustati esimesed avatud turu pakkumised.

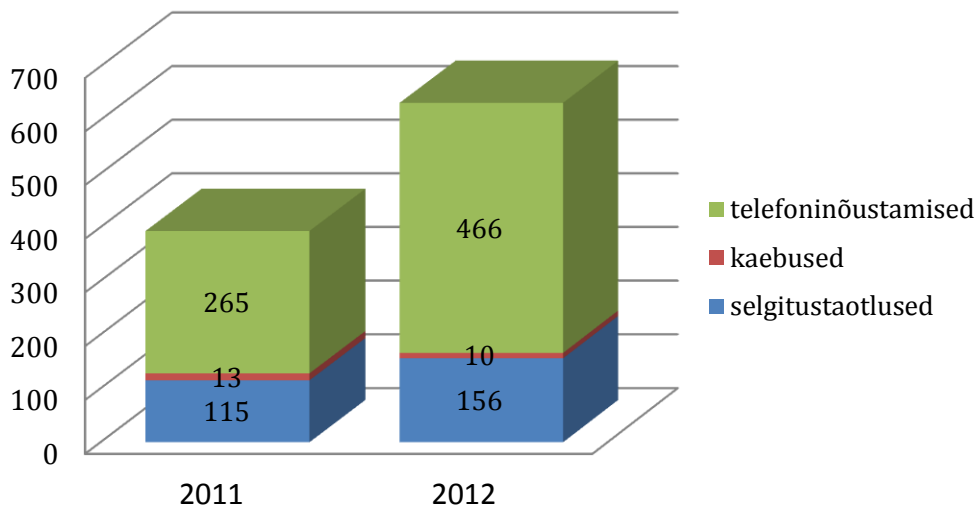
Enam tähelepanu pälvinud küsimusteks kujunesid tähtajaliste lepingute varasema lõpetamise korral tarbijatelt nõutavad leppetrahvid. Kuigi mitmete teiste sektorite puhul on tarbijatelt taolisi tasusid küsida tavapärane, osutus see elektrilepingute puhul võlaõigusseadusega vastuolus olevaks. Seda seisukohta väljendas ka justiitsministeerium. Tarbijakaitseamet andis seepeale oktoobris elektrimüüjatele teada, et kui tarbija ei ole lepingut rikkunud ja teavitab elektrimüüjat oma soovist lepingut lõpetada kuu aega ette, ei ole leppetrahvi, lepingu lõpetamise tasu ega muu kompensatsiooni küsimine õiguspärane. Elektrimüüjad seda seisukohta ei vaidlustanud ning muutsid lepingutingimusi.

Omaette teemana võib välja tuua ka elektrimüüjate müügivõtted. Kuna elektrimüük avatud turu tingimustes oli eestimaalastele uudne, tekitasid inimestes võõristust muude kaupade-teenuste turustamisel rutiinselt kasutatavad auhinnakampaaniad ning telefoni- ja internetimüük. Seetõttu selgitas amet korduvalt tarbijatele nii meedia abil kui ka majandus- ja kommunikatsiooniministeeriumi välja saadetud kampaaniatrükiste kaudu nende õigusi teenuse ostmisel erinevatest müügikanalitest ning hoiatas võimalike lõksude eest. Ka ettevõtjatele tuletati meedia vahendusel meelde, et elektrimüügil avatud turu olukorras ei tohi piirata tarbijate õigusi ning tarbijad peavad saama teha teadliku ja kaalutletud valiku. Nendest hoiatustest hoolimata oli siiski juhtumeid, kus tarbijatele avaldati lepingu sõlmimisel survet. Õnneks oli tegemist üksikjuhtumitega.

2012. aastal vaatas tarbijakaitseamet järelevalve korras üle nelja ettevõtte elektrimüügi tüüptingimused ning avastas rikkumisi kõigil juhtudel.

Elektrimüük avatud turul kujuneb tarbijakaitseameti jaoks oluliseks teemaks ilmselt ka edaspidi. Lõppenud aastal sõlmisid tarbijad, kes vähem ja kes rohkem kiirustades, oma esimesed lepingud. See, mida need reaalsuses kaasa toovad, selgub paljude jaoks aga alles arvete saabudes 2013. aastal. See võib kasvatada ametisse laekuvate päringute hulka ning nõuab taas avalikku selgitustööd, kuidas on võimalik avatud turu tingimustes müüjat vahetada ja mida lepingute sõlmimisel silmas pidada.

**Joonis 8. Pöördumiste arv seoses elektrimüügiga 2011-2012**



**Avatud elektrituru teemaline pressibriifing tarbijakaitseametis 6. novembril 2012. Kõneisikutena osalesid Ando Leppiman ja Rasmus Ruuda majandus- ja kommunikatsiooniministeriumist ning ameti peadirektor Andres Sooniste.**

## Konkurentsiameti kommentaar

*2012. aasta jääb meelde aastana, mil valmistuti elektrituru avanemiseks. On ju elekter teenus, milleta ei kujutaks elu tänapäeval kuidagi ette. Omajagu on elektris ka emotsiooni. Kuigi elektri eest tuleb maksta, on ta tundmuslikult alati midagi kindlat ja jäävat. Oleme harjunud, et meil on olemas nii arstiabi, võimalus haridust omandada, postiteenus kui ka politsei. Samasse kategooriasse kuulub ka elekter.*

*Oluline märksõna, millega elektrituru avanemine tarbijatele seostub, on märkimisväärne hinnatõus. Sõltuvalt tarbijast ei pruugi kulud isegi alati ülemäära suured olla. Näiteks kahetoaline korter, kus kasutatakse toiduvalmistamiseks gaasi, saab hakkama alla 100 kilovatt-tunni elektriga kuus ning arvele lisanduvad mõned eurod ei tähenda väga olulist kulude kasvu. Samas on elektriküttega eramuid, kus juba enne turu avanemist ulatus ühe kuu arve mitmesaja euron. Nii nagu elektrit tajutakse millegi püsivana, eelistatakse aga kindla pakkujana samamoodi meie suurimat energiaettevõtjat, keda küll vihatakse, kuid kellest loobuda ka ei taheta. Hea näide on kas või klientide lojaalsus turu avanemise eel: kuigi müüjat oli võimalik vahetada, jäi enamik tarbijaid siiski pikaajalisele harjumusele truuks.*

*Alates 2013. aastast tuleb uue turukorraldusega harjuda ning võtta teadmiseks, et tulevikus hakkab elektri hind muutuma sarnaselt bensiini hinnaga ning sõltub paljudest teguritest, nagu nafta maailmaturu hind ja naabrite otsus rajada või mitte rajada uus tuumaelektrijaam. Paralleeli võiks tõmmata juba üle kümne aasta taguse sideturu avanemisega. Ka siis olime harjunud tollaegse Eesti Telefoniga, kes küll pärast turu avanemist oma nime Elioniks muutis. Praegu on aga loomulik, et sideteenuseid valides võrdleme erinevaid teenusepakkujaid või kaalume, kas loobuda traditsioonilisest telefonist ja minna üle mobiilside kaudu levivale moodsale neljanda põlvkonna (4G) ühendusele. Kui sidesektoris on muutused olnud ülikiired, siis energeetikas ilmselt tehnika nii kiiresti ei arene ning juhtmevaba elektriülekanne on pigem ulme. Elektrivõrk jääb ka tulevikus alles, kuid müüjate vahel on konkurents ja tarbijal valikuvabadus.*

*Palju on küsitud, miks ei oleks võinud jätkata vanamoodi, harjumuspärase ja kindla monopoliga. Euroopa Liit on aga võtnud suuna äratada unest vanad, aastakümnete jooksul kindla turuga harjunud monopolid, eraldada elektrivõrgud kui loomulikud monopolid ja lasta elektritootjatel ja -müüjatel omavahel konkureerida. Tegemist on teatud mõttes uudse mõtlemise ja majandusliku suunaga, sest mitte kõik arenenud maailma riigid eesotsas USA-ga ei ole oma energeetikasektorit ümber kujundamas. Siiski on vaatamata*



*majanduslikule eksperimendile põhisuund vaieldamatult õige. Vaba konkurents ning efektiivsus ja innovatsioon on maailma edasiviivad jõud. Ilma nendeta ei oleks meil ei interneti ega nutitelefone, rääkimata muudest saavutustest, milleta tänapäeva elu ette ei kujutakski. Ilma garanteeritud turuosata ei jää elektritootjatel muud üle kui oma tootmist efektiivsemaks muuta. Et tihedas konkurentsipüsima jääda, peavad efektiivsust tõstma ja klienditeenindust arendama ka elektrimüüjad. Ja sellest on meil kõigil võita.*

*Märt Ots,  
konkurentsiameti peadirektor*

## Tarbijakaitseameti töö arvudes

**Tabel 6. Järelevalvetöö üldandmed 2001–2012**

Aasta	Kontrollide arv*	Ettekirjutused	Trahvide arv
2001	3476	56	867
2002	4155	113	926
2003	3794	173	916
2004	3930	112	822
2005	3839	206	751
2006	3798	144	698
2007	3837	89	518
2008	5018	108	862
2009	5030	67	981
2010**	7373	44	772
2011	5221	66	409
2012	4802	108	454

\* kontrollaktid ja õiendid

\*\* kontrollide arvu kasv seoses järelevalvega hindade kahes väeringus esitlemise üle eurole üleminekul

**Tabel 7. Pöördumiste üldandmed 2001–2012**

Aasta	Kõned infotelefonile	Kirjalikud järelepärimised	Kaebused
2001	7873	*	1570
2002	8788	*	1763
2003	10610	*	2022
2004	13110	*	2063
2005	13594	*	1891
2006	13882	1274	1904
2007	13726	2308	1633
2008	12808	3809	2164
2009	14038	5940	2037
2010	23551	5987	2870
2011	26096	7051	1785
2012	26639	7760	2192

\* andmed puuduvad

**Tabel 8. Pöördumiste temaatika. Kaebuste esikolmik 2012**

Teema	Kaebused
E-kaubandus	387
Jalatsid	326
Turismiteenus	284

**Tabel 9. Pöördumiste temaatika. Järelepärimiste esikolmik 2012**

Teema	Järelepärimised
E-kaubandus	1089
Turismiteenus	302
Telefoniteenus	289

**Tabel 10. Pöördumiste temaatika. Telefoninõustamiste esikolmik 2012**

Teema	Kõned
Pretensioon, garantii	4444
Jalatsid	1210
E-kaubandus	789

**Tabel 11. Pöördumiste temaatika. Vastuvõttude esikolmik 2012**

Teema	Vastuvõttud
Jalatsid	383
Telefonid ja muud sidevahendid	134
Pretensioon ja garantii	120

**Tabel 12. Tarbijakaebuste komisjon 2004–2012**

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Kaebuste arv</b>	111	310	263	205	209	263	197	225	259
<b>Istungite arv</b>	116	337	295	232	242	297	228	277	285
<b>Tööstuskaupa dega seotud kaebused</b>	90	266	159	161	157	187	131	173	171
<b>Teenustega seotud kaebused</b>	21	45	97	44	48	76	66	82	88
<b>Tarbijate kasuks tehtud otsuste arv</b>	73	170	174	115	136	140	106	154	154
<b>Tarbijate jaoks positiivsete otsuste osakaal</b>	66%	55%	66%	56%	65%	53%	54%	68%	59%
<b>Otsuseid mittetäitnud ettevõtete arv</b>	7	16	17	10	17	28	21	22	27
<b>Täitmata jäetud otsuste osakaal</b>	6%	5%	6%	5%	8%	11%	11%	10%	10%

**Tabel 13. Kontrollid ja rikkumised kaubanduses 2011–2012**

Valdkond	2011		2012	
	Kontrollid	Rikkumisi	Kontrollid	Rikkumisi
Alkoholsete jookide müüginõuded	633	10%	534	29%
Autoteenindustele esitatavad nõuded	163	7%	147	40%
Kroonihindade kõrval eurohindade avaldamine	1754	11%	0	0%
Hinna avaldamine vaateakendel	48	16%	41	0%
Hinnateabe vastavus müügisaalis ja kassas	1040	7%	550	22%
Hinnateave, sh soodustustest teavitamine	378	5%	307	12%
Isikukaitsevahendite märgistus ja ohutus	354	12%	263	38%
Jalatsite märgistus	176	9%	116	16%
Jookide mahu mõõtmine	27	22%	29	14%
Kange alkoholi maksumärk	487	0%	358	0%
Kemikaalide märgistus	493	23%	659	24%
Kodutehnika märgistus / teabega varustatus	94	6%	75	8%
Kosmeetikatoodete märgistus	341	31%	417	31%
Kütused ja määrdeained	210	16%	146	28%
Küünalde märgistus ja ohutus	269	18%	207	15%
Lastehooldustoodete märgistus ja ohutus	71	13%	60	23%
Lasterõivaste ohutus	165	30%	201	29%
Mahetoodete märgistus	64	6%	0	0%
Möötevahendite taatlus tööstuskaupade müügil	166	16%	74	30%
Mänguasjade märgistus ja ohutus	338	34%	335	34%
Pandipakend	278	6%	348	8%
Probleemtooted*	331	11%	151	8%
Pürotehniliste toodete märgistus	93	9%	54	11%
Rõivaste ja tekstiiltoodete märgistus	270	14%	268	26%
Suitsuandurite märgistus / teabega varustatus	59	0%	17	6%
Toidu kaalumine	56	9%	52	8%
Toiduvärvide märgistus	87	21%	68	16%
Toitlustusettevõtetes teabe esitamine	297	10%	285	9%
Toitlustusettevõtetes tubakaseaduse nõuete täitmine	94	1%	84	8%
Toote imitatsioon**	48	10%	49	6%
Tootenimetuse korrektsus toidukaupadel	357	10%	217	17%
Tubakatoodete müügiesend	104	4%	158	3%
Tubakatoodete pakendid ja hinna avaldamine	420	3%	374	1%
Tulemasinate märgistus ja ohutus	228	21%	156	23%

<b>Tööriistade märgistus / teabega varustatus</b>	161	11%	60	7%
<b>Vähendatud süütamisvõimega sigaretid</b>	40	0%	81	0%
<b>Väärismetalltoodete märgistus</b>	102	19%	99	26%
<b>Kokku</b>	10296	12%	7040	19%

\* tooted, mida käsitletakse pärast kasutamist ohtlike jäätmetena

\*\* välimuselt toiduga sarnanevad tooted

**Tabel 14. Testimised. Toidukaubad 2012**

Toode / test	Testide arv	Nõuetele mittevastavad tooted
<b>Alkoholisaldus jookides</b>	0	0
<b>Jookide mahumõõtmine</b>	29	4
<b>Süntetilised toiduvärvid</b>	8	3
<b>Muud toidukaubad</b>	4	0
<b>Kokku</b>	41	7

**Tabel 15. Testimised. Tööstuskaubad 2012**

Toode / test	Testide arv	Nõuetele mittevastavad tooted	Ohtlike tooteid
<b>Isikukaitsevahendid</b>	0	0	0
<b>DMFi sisaldus*</b>	9	3	3
<b>Kosmeetikatooted</b>	12	0	0
<b>Kütuse mahumõõtmine</b>	37	3	0
<b>Muud tööstuskaubad</b>	38	7	1
<b>Mänguasjad</b>	17	7	7
<b>Raskemetallide sisaldus</b>	11	6	6 (ohtlik keskkonnale)
<b>Väärismetalltooted</b>	17	12	0
<b>Kokku</b>	141	38	11 või 17

\* EL-is keelatud dimetüülfumaraadi sisalduse testimine

**Tabel 16. Testimised. Märgistuse loetavus 2012**

Tooted	Testide arv	Nõuetele mittevastavusi
<b>Toidukaubad</b>	14	14
<b>Tööstuskaubad</b>	12	12
<b>Kokku</b>	26	26

Välja andnud:

Tarbijakaitseamet 2013

Rahukohtu 2, 10130 Tallinn

Nõuandetelefon: 1330/ 6 201 707

E-post: [info@tarbijakaitseamet.ee](mailto:info@tarbijakaitseamet.ee)

Koduleht: [www.tarbijakaitseamet.ee](http://www.tarbijakaitseamet.ee)

Videokanal: [www.youtube.com/tarbijakaitseamet](http://www.youtube.com/tarbijakaitseamet)

Facebook: [www.facebook.com/tarbijakaitseamet](http://www.facebook.com/tarbijakaitseamet)