



NR 12 • 16. JUUNI 2010

EESTI KAUBANDUS-TÖÖSTUSKOJA HÄÄLEKANDJA, ASUTATUD 1925. AASTAL

## Kaubanduskoja Tenniseturniir



Eesti Kaubandus-Tööstuskoda korraldas 29. mail Pärnu Kesklinna Tenniseväljakutel juba 14. korda tenniseturniiri. Vaatamata sellele, et hommikul enne turniiri algust Pärnus kõvasti vihma sadas ja pilved ähvardasid ka hiljem, sai turniir täiesti kuiva ilmaga peetud. Nagu ka eelmisel aastal, osales 42 Koja liikmesettevõtte esindajast tenniseharrastajat, mitmed neist on turniiril osalenud alates esimesest Koja turniirist 1997. aastal ja eraldi äramärkimist väärib kindlasti kõige väärikama eaga Eesti Konjunktuuriinstituudi teaduri Leev Kuuma osalemine.

Võistlus viidi läbi „igamehe paarismängu“ süsteemis, paarid loositi kohapeal ning tugevusgruppid moodustati eelregistreerunud mängijate seniste tennisetulemuste põhjal Eesti Tenniseliidu eksperdi ja harrastusliigade korraldaja Toomas Kuuma poolt.

Turniiri võitjateks tulid Raivo Hellerma (Stora Enso Eesti AS) ja Kalle Pedak (Hedman Partners Attorneys-at-Law). Finaalkohtumises olid võitjad üle paarist Martin Villig (CSA Partners OÜ) ja Indrek Mihhels (SP Navitas). Martin Villig sai teise koha ka möödunud aastasel turniiril. Kolmanda koha saavutasid Pirkka-Marja Põldvere (Advokaadibüroo Aivar Pilv) ja Ahto Altjõe (Eurocon OÜ). Lohutusturniiri võit kuulus paarile Aso Koris (Aska Paber AS)/Veiko Laretei (AEK OÜ).

◀ Pilt võitjatest – Raivo Hellerma (vasakul) ja Kalle Pedak.

### TÄNA LEHES:

- ▶ Hindade näitamisest kroonides ja eurodes
- ▶ Uuele domeenikorrale üleminekust
- ▶ Ausa hinnastamise kokkuleppest
- ▶ Ühendkuningriigi turust Eesti ettevõtjale
- ▶ CE-märgisest
- ▶ Tagasisaade Ekspordi Akadeemia kevadseminaridele

Iga liige loeb! | [www.koda.ee](http://www.koda.ee)



#### Tenniseturniiri toetasid:

Silberauto, Estonian Air, Reval Hotels, Villa Wesset, Dermoshop, Firmakink, Tele2, Paulig, ööklubi Sugar, Taastusravikeskus Estonia, Saku ja toitlustusfirma Susanna.





**SIIM RAIE**  
Peadirektor

## Muutub rahaühik, mitte hinnad!

Euroopa Komisjon hindas Eesti eurovalmidust positiivselt, sama ütleb ka Euroopa Parlamendi raport. Euroala rahandusministrite hiljutine koosolek edastas sõnumi, et Eesti võetakse ühisraha liikmeks. Jäänud on veel saada kinnitus 17. juunil toimuvalt ELi riigi- ja valitsusjuhtide ülemkogult. Lõpliku otsuse Eesti euroga liitumise ning vahetuskursi kohta teevad rahandusministrid 13. juulil ning juba järgmisel päeval peaksid käivituma mündivermimismasinad, et 1. jaanuarini jäänud nappide kuude jooksul jõuaks Eesti kujundusega metallraha valmis.

**I**ga päev lähemale 13. juulile lisab kindlust, et ühisraha tuleb kasutusele ja seetõttu pole ka ettevõtjail enam aega omi ettevalmistusi kaugemasse tulevikku lükata. Tegelikult on valitsus lõplikku otsust ära ootamata juba teinud 1. juulist kõikidele kauplejatele kohustuslikuks näidata hindu tarbijatele kahes vääringus – kroonides ja eurodes. Vastavasisulise määruse teksti ja juhised leiame järgnevatelt lehekülgedelt.

Laiema avalikkuse suurimaks hirmuks nii Eestis kui ka varem euro kasutuselevõtnud riikides on olnud sellega kaasnev võimalik hinnatõus. Kaubanduskoda on selle hirmu taltutamiseks kutsunud ettevõtjaid üles rahavahetust hindade tõstmiseks mitte kasutama. Oleme selle jaoks välja töötanud ka ausa hinnastamise kokkuleppe, millega ettevõtjad saavad augusti lõpust liituda.

Juba selle idee välja hõikamine tõi kaasa arusaamatusi ning hulga küsimusi selle kohta, mis on ja mis ei ole aus või mis on ja mis ei ole majanduslikult põhjendatud hinnatõus. Meie üleskutse ja tegevuse eesmärk ei ole kindlasti hindade kül-

mutamine täna tasemel aastaks või soov sekkuda kaubanduse hinnakujundusprotsessidesse.


Meie eesmärk on ära hoida põhjendamatu hinnatõusu ehk hindade kasvu, mille põhjuseks on vaid rahaühiku muutus. Kui selleks põhjuseks on sisseostuhindade, tooraine, energia vms sisendhinna muutus, siis on loomulik, et see kajastub ka lõpphindades.

Meie teine eesmärk on anda ettevõtjatele võimalus teatada oma headest kavatsustest otse tarbijale – pannes sellekohase sildi või klepsu oma poe uksele. Siinkohal aga tulebki kohe öelda, et nii käitudes võtab ettevõtja lisaks moraalsele kohustusele (käituda nii nagu ta seda ütleb) ka legaalse kohustuse. Sest tarbijakaitse seaduse kohaselt on tarbijat eksitav reklaam või ebaaus kaubandusvõtte trahvitav.

Sanktsioone rakendatakse eelkõige juhul, kui tuvastatakse põhjendamatu hindade tõstmine euro kasutuselevõtmise käigus. Põhjendamatuks hindade tõstmiseks loetakse üldiselt olukorda, kui liituja ei suuda esitada ühtegi majanduslikku

põhjendust hinnatõusu suhtes või tunnistab, et on tõstnud hindu seoses euro kasutuselevõtmisega. Slovakkias on näiteks tuua üks spordiklubi, kes küll oli liitunud sarnase leppega, kuid saatis ikkagi oma klientidele must-valgel kirja, et seoses euro kasutuselevõtmisega tõstame teie paketi hinda. Sellisel puhul tuleb arvestada, et isiku nimi kustutatakse liitunute nimekirjast ning siis pole tal ka kokkuleppe logo kasutamise õigust. Sealjuures pole logo kasutusõiguse äravõtmise eelduseks nimekirjast kustutamine, vaid logo kasutusõiguse võib isikult ära võtta ka juba siis, kui ilmneb kokkuleppe rikkumine.

Üldiselt on sellised nii ettevõtjaid kui ka tarbijaid kaasavad kampaaniad erinevates riikides hinnatõusu ka suutnud ära hoida ning juhuste arv, kus on tulnud minna ettevõtjaid trahvima, on olnud üksikud. Enam on aga ettevalmistuse ja kasutuselevõtu käigus olnud probleeme ümardamise ja hindade kahes vääringus avaldamisega.

Ärgem siis unustagem, et krooni-euro kurss on ikka 15,6466 mitte 15 või 16! 

Euro kasutuselevõtuks aitab ette valmistada informatsioon, mille leiame internetist Eesti euroveebilt aadressil <http://euro.eesti.ee>. Sealsamas saab alates käesoleva aasta augustikuu lõpust ka ausa hinnastamise lepinguga liituda.

## Sisukord

### Juhtkiri

Muutub rahaühik, mitte hinnad! 3

### Seadusandlus

Hindade näitamine kroonides ja eurodes muutub kohustuslikuks 1. juulist 5

Hinna kahes väeringus avaldamise juhend 6

Uuele domeenikorrale üleminek toimub 5. juulil 2010 8

Kohalikule maksude seaduse eelnõu muudaks müügi maksu ja paadimaksu kehtetuks 9

Ausa hinnastamise kokkulepe 10

Euroopa Komisjoni küsimustikud 11

Koja gallup 11

### Euroopa uudised

Mis on CE-märgis? 12

### Välisministeerium

Paar mõtet Eesti ettevõtjale: UK 2010 14

### Juhtimisveerg

Kas naine võib olla teisele naisele hunt? 15

### Sotsiaalne ettevõtlus

Kui alkohol takistab töötagemist 16

### Innovatsiooniveerg

Advokaadibürood panid seljad kokku piraatluse ja võltskaupade vastases võitluses 17

### Ekspordi Akadeemia

Ekspordi Akadeemia seminaridel mõeldi, kuidas suurendada oma väärtuspakkumist ja mõista klienti 18

## Kalender

<b>16.–18. juuni</b>	<b>Ärireis Vladimiri oblastisse</b> Viive Raid • Tel: 604 0092 • E-post: viive@koda.ee
<b>17. juuni</b>	<b>Ekspordi Akadeemia seminar – „Kanal”</b> Kaubanduskojas (Toom-Kooli 17, Tallinn) Inglise keeles. Eva Maran • Tel: 604 0083 • E-post: eva@koda.ee
<b>18. juuni</b>	<b>Seminar ”Ida-Virumaa võimalused Venemaa logistika- ja tootmisettevõttele 2010”</b> Peterburis Margus Ilmjärv • Tel: 337 4950 • E-post: margus@koda.ee
<b>11.–12. august</b>	<b>Ekspordi Akadeemia õppevisiit Ida-Virumaale ja Tartusse</b> Eva Maran • Tel: 604 0083 • E-post: eva@koda.ee
<b>21.–27. august</b>	<b>Äriviit Hiinasse</b> Kristy Tättar • Tel: 604 0093 • E-post: kristy@koda.ee
<b>25. august</b>	<b>Ekspordi Akadeemia seminar tipp- ja keskkastmejuhtidele „Trendid”</b> Kaubanduskojas (Toom-Kooli 17, Tallinn) Eva Maran • Tel: 604 0083 • E-post: eva@koda.ee
<b>26. august</b>	<b>Ekspordi Akadeemia õppepäev Tallinnas</b> Kaubanduskojas (Toom-Kooli 17, Tallinn) Eva Maran • Tel: 604 0083 • E-post: eva@koda.ee
<b>28. august</b>	<b>Ärihooja 2010/2011 avamine</b> Annika Eesmaa • Tel: 604 0060 • E-post: annika@koda.ee
<b>20.–24. september</b>	<b>Äriviit Leedu Vabariiki</b> Kristy Tättar • Tel: 604 0093 • E-post: kristy@koda.ee



## Kaubanduskoda

Eesti Kaubandus-Tööstuskoda • Toom-Kooli 17, 10130 Tallinn  
Tel: 604 0060 • Faks: 604 0061 • E-post: koda@koda.ee • www.koda.ee

### Teenuste osakond

Tel: 604 0077 • konsultatsioon • päritolusertifikaadid • ATA-Carnet • tollikonsultatsioonid

Tel: 604 0080 • äridelegatsioonid • messid • kontaktpäevad

Tel: 604 0082 • koostööpakkumised

### Poliitikakujundamise- ja õigusosakond

Tel: 604 0060 • konsultatsioon • majanduspoliitiline tegevus

### Turundus- ja liikmesuhete osakond

Tel: 604 0089 • liikmeks astumine • Tel: 604 0086 • liikmesuhted

Tel: 604 0088 • avalikud suhted

Teataja toimetis • toimetaja Kadri Liimal • Tel: 604 0085 • E-post: kadri@koda.ee

### Raamatupidamine

Tel: 604 0067

### Kaubanduskoja Tartu esindus

Pikk tn 14, 51013 Tartu • Tel: 744 2196

### Kaubanduskoja Pärnu esindus

Ringi 35, 80010 Pärnu • Tel: 443 0989

### Kaubanduskoja Kuressaare esindus

Tallinna 16, 93811 Kuressaare • Tel: 452 4757

### Kaubanduskoja Jõhvi esindus

Pargi 27-203, 41537 Jõhvi • Tel: 337 4950



MAIK PALTS

Poliitikakujundamise- ja õigusosakonna juhataja

# Hindade näitamine kroonides ja eurodes muutub kohustuslikuks 1. juulist

Kui seni oli hindade näitamine tarbijale paralleelselt nii kroonides kui ka eurodes vabatahtlik (alates 2006 sügisest), siis 1. juulist 2010 kuni 30. juunini 2011 on see kohustuslik. Vastav määruse muudatus jõustus 7. juunil.

**K**uivõrd määruse eelnõust kirjutasime pikemalt juba Teatajas nr 10 (19. mai 2010. a), siis kordame üle vaid olulisema. Samuti leiame käesolevas Teatajas ka juhendi, mis hindade kahes väeringus avaldamise kohustust veelgi põhjalikumalt selgitab.

Määruse kohaselt on kaupleja kohustatud müügikohas trükitehniliselt või käsikirjas vormistatud hinnasiltidel ja hinnakirjades avaldama kauba ja teenuse müügihinna või teenuse müügihinna arvutamise aluseks olevad tariifid nii kroonides kui eurodes. Aluseks tuleb võtta kurs 15,6466 ning ümardada saadud eurohind ühe eurosendi täpsuseni. Müügikohaks on kaubandustegevuse seaduse tähenduses koht, kus kaupleja vahetult pakub ja müüb kaupa või

pakub ja osutab teenust. Hinna kahes väeringus avaldamine ei ole nõutav, kui müügikohas kasutatakse hindade avaldamiseks digitaalseid või elektroonilisi lahendusi, valgustabloosid või muid tehnilisi lahendusi.

Samuti ei nõuta hinna kahes väeringus avaldamist müügikataloogides või reklaamides. Siiski on soovitatav müügikataloogid, mis tehakse tarbijatele kättesaadavaks pärast 1. juulist 2010 ja mille alusel toimub kaupade pakkumine ja müük nii enne kui pärast euro käibele tuleku päeva, varustada lisalehega, kus näidatakse kõik kataloogis sisalduvad hinnad nii kroonides kui eurodes. Tegemist on soovitusel, kuid kindlasti aitab selle rakendamine kiirendada tarbijatel euroga kohaneda.

Hindade kahes väeringus avaldamise kohustus kehtib juhtudel, kui kaupa või teenust müüakse tarbijale (tarbija on füüsiline isik, kellele pakutakse või kes omandab või kasutab kaupa või teenust eesmärgil, mis ei seonu tema majandus- või kutsetegevusega), teistel juhtudel on see kindlasti soovituslik. Mistahes olukorras hindasid kahes väeringus aga näidatakse, siis ümberarvutuse kurs peaks olema siiski sama, millele ülal ka viitasime. Samuti tuleks lähtuda vähemalt ümardamisest ühe eurosendini. Eurodesse ümberarvestamisel ei ümardata ühe eurosendi täpsuseni müügihinna arvutamise aluseks olevaid ühikuhindu ja tariife, mis peaksid olema avaldatud suurema täpsusastmega, et välistada kauba või teenuse müügihinna olulist suurenemist. **■**

Hinna kahes väeringus avaldamise juhendi leiame Koja veebilehelt [www.koda.ee](http://www.koda.ee) ning lisaks euroveebist [www.euro.eesti.ee](http://www.euro.eesti.ee).



# Hinna kahes väeringus avaldamise juhend

Käesolev juhend on koostatud koostöös Tarbijakaitseametiga, Kaupmeeste Liidu ja Eesti Kaubandus-Tööstuskojaga. Juhendi eesmärk on anda kauplejatele juhiseid hindade kahes väeringus avaldamiseks kauba või teenuse pakkumisel tarbijatele. Juhend ei ole õiguslikult siduv dokument.

## HINNA AVALDAMISE PÕHIPRINTSIIP

Tarbijaid tuleb alati teavitada kauba või teenuse müügihinnast. Müügihind on kauba või teenuse eest tarbija tasutav lõpphind, mis sisaldab kõiki makse. Hind peab olema avaldatud viisil, et see oleks tarbijale üheselt arusaadav, kergesti märgatav ja selgelt loetav. Hinna avaldamise nõuded on kehtestatud majandus- ja kommunikatsiooniministri määrustega nr 76 (Kauba ja teenuse hinna avaldamise nõuded<sup>1)</sup>) ja nr 36 (Kahes väeringus hinna avaldamise kohustus, 1. juuni 2010. aasta).

## HINNAD KAHES VÄERINGUS

Alates 1. juulist 2010 kuni 30. juunini 2011 on kaupleja kohustatud avaldama tarbijale pakutava kauba või teenuse hinna nii kroonides kui eurodes. Kahes väeringus peab hinda näitama kauba või teenuse müügikohas trükitehniliselt või käsikirjas vormistatud hinnasiltidel või hinnakirjades. Ka e-kaubanduse korras kauba või teenuse pakkumisel peab hind olema kuvatud kahes väeringus või siis loodud tarbijale võimalus hinna lihtsaks ümberarvestamiseks kroonidest eurodesse ja vastupidi (näiteks hinnakalkulaator kaupleja veebilehel).

Kauba või teenuse müügikohas ei pea kahes väeringus avaldama:

- eelpakendatud kaupade ühikuhinda;
- tarbija tellimisel väljamõeldud kaubakoguse müügihinda;
- pakendi tagatisraha suurust.

Hinna kahes väeringus avaldamise kohustus ei laiene kaupade või teenuste pakkumisele müügikataloogide alusel ja seda põhjusel, et osad kataloogid võivad olla juba trükitud enne kohustuse kehtima hakkamist. Siiski tuleks tarbija võimalike probleemide vältimiseks arvestada uute kataloogide koostamisel hinna kahes väeringus avaldamise vajadusega, seda eriti nende müügikataloogide puhul, mille alusel saab tarbija tellimusi esitada ka pärast eurole ülemineku päeva. Kui kataloogid on juba koostatud ja trükitud enne 1. juulit 2010, kuid ei ole veel tarbijateni toimetatud, tuleks need varustada lisalehega, kus näidatakse kõik kataloogis sisalduvad hinnad nii kroonides kui eurodes.

Kahes väeringus ei pea hind olema trükitud erinevatele piletitele (ühistranspordi-, teatri-, kino-, muuseumi- või näitusepiletid, loteriipiletid), telefoni kõnekaartidele, kaupluste kinkekaartidele. Piletite müügikohas tuleb aga avaldada piletite müügihinnad nii kroonides kui eurodes.

Eritariifiga telefoninumbritele helistamisel kõne alguses antav teave teenuse maksumuse kohta võib piirduda tasu suuruse nimetamisega ühes väeringus.

Hinna kahes väeringus samaaegne avaldamine ei ole nõutav, kui hinna kuvamiseks müügikohas kasutatakse valgustabloosid või muid tehnilisi lahendusi, välja arvatud e-kaubanduse korras kauba või teenuse pakkumisel ja müügil.

Punktides 2.3 kuni 2.6 kirjeldatud juhtudel avaldatakse kuni eurole ülemineku päevani hind kroonides ja pärast seda eurodes.

Turu- ja tänavakaubanduse korraldajad, kes võimaldavad kauplejaks mitteolevatel füüsilistel isikutel kaubelda müügipilet alusel, peaksid neid teavitama hinna kahes väeringus avaldamise vajadusest ja hinna ümberarvestamise reeglitest.

Kauba või teenuse hinna avaldamisel reklaamides või muudes müügi-edendusmaterjalides on soovitatav avaldada hind mõlemas väeringus. Samuti tarbijatele edastatavatel arvetel ja ostutšekkidel on soovitatav näidata tarbija poolt tasumisele kuuluv summa nii kroonides kui eurodes.

Kuni euro käibeletuleku päevani on tehingute aluseks Eesti kroonides

avaldatud hind ja hinnal eurodes on vaid informatiivne tähendus. Euro käibeletuleku päevast on tehingute aluseks eurodes avaldatud hind ja hinnal kroonides informatiivne tähendus.

## HINDADE ÜMBERARVESTAMISEKS KINDLAD REEGLID

Kroonides avaldatud hindade ümberarvestamine eurodesse ja pärast euro käibeletuleku päeva eurodes avaldatud hindade ümberarvestamine kroonidesse toimub euro- ja krooniühiku vahelise ümberarvestuskursi alusel, mis määratakse Euroopa Liidu Nõukogu poolt. Kuni ümberarvestuskursi määramiseni toimub kauba ja teenuse hinna ümberarvestamine kroonidest eurodesse hinna jagamise kaudu Eesti krooni ja euro vahelise suhtega 15,6466, mis on Eesti Panga ametlik vahetuskurs.

Kauba või teenuse eurodes avaldatud hind peab vastama tulemusele, mis saadakse kroonides avaldatud hinna jagamisel arvuga 15,6466. Pärast eurole üleminekut eurodes väljendatud hinna ümberarvestamiseks kroonidesse korrutatakse eurodes avaldatud hind arvuga 15,6466. Vahetuskursi ümardamine hinna ümberarvestamisel ei ole lubatud.

Hinna kroonidest eurodesse ümberarvestamise valem on järgmine: hind eurodes võrdub hind Eesti kroonides jagatud 15,6466.

Valemi järgi ümberarvestatud hind ümardatakse ühe sendi täpsuseni kolmanda komakoha järgi. Kui kolmas koht pärast koma on 5 või suurem number, ümardatakse teisel kohal olev number ühe võrra ülespoole.

Ümardamine ühe eurosendi täpsuseni on vajalik kauba või teenuse müügihinna puhul ja muude summade puhul, mida makstakse või arvestatakse. Müügihinna arutamise aluseks olevate tariifide või ühikuhindade ümardamine ühe eurosendi täpsuseni ei ole nõutav, kui selleks puudub praktiline vajadus. Suurema täpsusastmega, näiteks kolm või neli kohta pärast koma, võib näidata summalt väikseid tariife ja hindu (nt kõneminutihinnad ja kõnealusustasud) või siis selliste kaupade ühikuhindu, mida on võimalik osta vaid suuremates kogustes (nt mootorikütuse liitri hind). Tariifide ja ühikuhindade ümberarvestamisel tuleb lähtuda põhimõttest, et uue vääringu kasutuselevõtt ei mõjutaks tarbijalepingute järjepidevust ega suurendaks teenuse või kauba müügihinna. Eurodesse ümberarvestatud tariifid ja ühikuhinnad avaldatakse sellise täpsusastmega, mis tagab eelnimetatud põhimõtte rakendamise.

## HINDADE KAHES VÄÄRINGUS AVALDAMINE

### Jaekauplused

Kahes vääringus avaldatud hinna puhul tuleb vähemalt ühes vääringus hinnale lisada vääringu tähis. Enne üleminekut eurole võib kroonides avaldatud hind olla ainult arvulise suurusena, eurodes avaldatud hinnale peab järgnema vääringu tähis. Vääringu tähis võib olla ka mõlema hinnanumbri taga. Oluline

on, et tarbija avaldatud hindadest üheselt aru saaks.

Kahes vääringus ei pea avaldama eelpakendatud (so tootja poolt pakendatud) kauba ühikuhinda. Ühikuhind võib olla avaldatud kroonides kuni eurole üleminekuni. Pärast seda avaldatakse ühikuhind eurodes. Ühelt vääringult teisele ülemineku perioodil tuleb jälgida, et ühes müügikohas pakutavate samaliigiliste kaupade (nt jäätised, kohukesed, joogipiimid jne) ühikuhinnad oleks avaldatud ühesuguses vääringus. Kauba ühikuhinna võib avaldada ka kahes vääringus tingimusel, et teave hinnasildil on nähtav, loetav ja tarbijale arusaadav. Kahe kuu jooksul pärast eurole üleminekut peaksid ühikuhinnad olema avaldatud eurodes.

Lahtiselt müüdava eelpakendamata kauba puhul tuleb kahes vääringus avaldada kauba ühikuhind. Kaupleja poolt pakendatud või tarbija tellimuseel välja mõõdetud koguse müügihind avaldatakse enne eurole üleminekut kroonides ja pärast üleminekut eurodes.

Tootja poolt erineva kogusega välja kaalutud ja müügihinnaga varustatud kauba puhul võib kauba müügihind olla märgitud ühes vääringus, kuid müügihinna arutamise aluseks olev ühikuhind peab kauba müügikohas olema avaldatud kahes vääringus.

Tagatisrahaga koormatud pakendis kauba puhul näidatakse kahes vääringus ainult kaubaühiku hind. Kaubaühiku hinnale lisatav pakendi tagatisraha suurus näidatakse kuni eurole üleminekuni kroonides ja pärast seda eurodes.

Kui hind on märgitud kaubale, kauba pakendile või kauba külge kinnitatud etiketile (nt jalasid, rõivad, raamatud jne) võib müügikohas oleva riivli, leti või kaubaaluse vahetusse lähedusse panna seal asuvate kaupade hindade loetelu, kus vastav hind on näidatud nii kroonides kui eurodes.

Allahindluste puhul näidatakse kahes vääringus vaid viimane allahindlust sisaldav hind, millega kaupa või teenust pakutakse.

Tubakatoodete pakendil oleval maksumärgil võib maksimaalne jae-müügihind olla ühes vääringus, kas kroonides või eurodes. Tubakatoodete müügikohas oleval hinnasildil peab hind olema avaldatud kahes vääringus.

### E-kaubandus

E-kaubandus on kauba või teenuse pakkumine ja müük internetis ilma osapoolte üheaegse kohalolekuta. E-kaubanduse korras kaupleja müügikohaks on tema veebileht. E-kaupleja veebilehel peab vähemalt kaupa või teenust tutvustaval väljal kuvatav hind olema näidatud nii kroonides kui eurodes.

Kui kauba või teenuse kirjelduse juures ei ole hinna samaaegne kuvamine kahes vääringus võimalik, võib kahes vääringus hinnad avaldada eraldi hinnakirjas või lisada veebilehele hinnakalkulaatori, mille abil tarbija saab lihtsalt teostada ümberarvestusi kroonidest eurodesse ja vastupidi.

Kaupleja võib oma veebilehele lisada Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi veebilehel kuvatava eurokalkulaatori (samast saab ka vastava programmi koodi) või mõne teise sarnase kalkulaatori.

Kahes vääringus on soovitatav kuvada ka ostukorvi valitud kaupade eest tarbija tasutav lõppsumma.

### Mootorikütuse tanklad

Tanklates kuvatakse hinna elektrooniliselt ja selliselt hinna samaaegne kuvamine kahes vääringus ei ole nõutav. Tanklates on soovitatav kasutada hinnatabeleid, kus oleks näidatud mootorikütuse liitri hinnad teatud vahemikus nii kroonides kui eurodes. Hinnatabelid peaksid asuma tarbijale nähtavas kohas, kas tankuril, makseautomaadil või teenindusjaama sissepääsu juures.

### Pangad ja kindlustus

Pangakontorites ja internetipangas peavad pangateenuste üldistes hinnakirjades sisalduvad hinnad olema avaldatud kahes vääringus. Sama nõue kehtib ka kindlustusandjate poolt avaldatud üldistele hinnakirjadele.

Internetipangas või kindlustusandjaga interneti kaudu sooritatud konkreetsete tehingutega seonduvad summad ei pea olema kuvatud kahes vääringus. Ettevõtja veebilehele, kus on võimalik tehinguid sõlmida, või sama ettevõtja üldisele veebilehele peab olema lisatud hinnakalkulaator, mille abil tarbija saab lihtsalt teha ümberarvestusi kroonidest eurodesse ja vastupidi.

Kontoväljavõtetele ja krediitkaardi väljavõtetele (nii paberandjal kui internetis) ei pea teatud perioodi kontoliikumised ja selle perioodi liikumiste lõppsaldo olema avaldatud kahes vääringus. Kuni eurole ülemineku päevani võivad need summad olla avaldatud vaid kroonides ja pärast seda eurodes.

Sularahaautomaadis (ATM) kuvatav ja paberandjal väljastatav kontojääk ei pea olema avaldatud kahes vääringus. Kuni eurole ülemineku päevani võib see olla avaldatud vaid kroonides ja pärast seda eurodes. Maksekorraldustel ja muudel tehingudokumentidel, sõltumata tehingu tegemiseks kasutatavast kanalist (ATM, internetipank, pangakontor) ei pea summad olema avaldatud kahes vääringus. **T**

Koos näidetega juhend on leitav Kaubanduskoja veebilehel <http://www.koda.ee/?id=47652>.





MART KÄGU

Poliitikakujundamise- ja õigusosakonna jurist

# Uuele domeenikorrale üleminek toimub 5. juulil 2010

Eesti Interneti SA (edaspidi EIS) teatas, et uuele domeenikorrale üleminek toimub alates 5. juulist 2010. Nimetatud kuupäevast võtab EIS EENetilt .ee-lõpulist domeeninimede haldamise üle ning vastavate domeeninimede registreerimine hakkab käima uute reeglite alusel.

Uue korra järgi saavad Eesti domeeni registreerida nii juriidilised ja füüsilised kui ka välismaised isikud ning ühel isikul on võimalik registreerida enda nimele piiramatu arv domeeninimesid. Uutele domeenireeglitele üleminek hõlmab ka kõiki vanade reeglite järgi registreeritud .ee domeene.

EISI ülesanneteks seoses Eesti maatunnusega domeeninimedega on vastavate domeeninimede haldamine, registreerimise korraldamine, Eesti maatunnusega domeeninimede reeglite ja tasude kehtestamine ning domeeninimede infosüsteemide ja registrite pidamine ning nende kättesaadavuse, usaldusväarsuse ja turvalisuse tagamine.

## Mida toob kaasa uus kord peale selle, et EIS võtab EENetilt .ee tippdomeeni haldamise üle?

Uue korra kohaselt saavad juriidiliste isikute kõrval ka füüsilised isikud võimaluse registreerida .ee domeeninimesid. Välisriikide isikutel, asutustel ja organisatsioonidel on domeeninime registreerimine võimalik, kui nad domeeninime registreeringuga seotud küsimustes on Eestis esindatud. Sealjuures võivad kõik isikud registreerida enda nimele piiramatu arvu domeeninimesid.

Domeeninimede registreerimine ise hakkab toimuma kahetasemeliselt, see tähendab, et registreerijate teenindamine on EISI poolt delegeeritud registripidajatele, kelleks hakkavad olema eelkõige internetiteenuse ja serveri majutusteenuse pakkujad. Samas võivad volitatud registripidajaks saada kõik, kes vastavad EISI kehtestatud registripidaja ja nõuetele. Akrediteeritud registripidajate nimekirja avaldatakse EISI kodulehel (<http://eestiinternet.ee>). Seega on tulevikus registripidajaid palju ja registreerijatel on vaba valik, kelle juures domeen registreerida. Et erinevate registripidajate andmed domeenide kohta ei satuks vastuollu, edastatakse kõik domeenitaotlused registripidajate poolt kesksesse EISI registrisse.

## Domeeninimede uuel registreerimisel kehtib põhimõte „kes ees, see mees“

See tähendab, et domeeninimesid registreeritakse vastavate taotluste EISile laekumise ajalises järjekorras. EIS teostab domeeni registreerimisel üksnes informatiivse- ja/või tehnilise iseloomuga toiminguid. EIS ei kontrolli mitte ühelgi juhul, kas domeeni registreerimise või registreeritud domeeni mis tahes laadi kasutamisega rikutakse kol-

mandate isikute õigusi, sh intellektuaalsest omandist tulenevaid õigusi. Küll aga kohustub registreerija iga taotluse esitamisel hoiduma teiste isikute seaduslikult kaitstud õiguste rikkumisest ning vastutab teiste isikute õiguste rikkumise eest nende isikute ees.

## Domeeninimedele kehtestatakse regulatiivne tasu

EISI ja registripidaja vaheline teenustasu on fikseeritud. Registreerijalt küsitav teenustasu ei ole fikseeritud, see määratakse registripidajate poolt turukonkurentsi tingimustes. Domeeninime kasutusõigus antakse üheks aastaks (keh-tiva korra järgi on see tähtajatu) ja seda pikendatakse vastava taotluse ning tasu maksmise alusel. Registreeringu pikendamine on võimalik alates 9 kuu möödumisest vastava domeeninime registreerimisperioodi algusest arvates.

## Vanade reeglite järgi registreeritud .ee domeenidele kehtib alates 5. juulist 6-kuuline üleminekuperiood

Oluline on kindlasti see, et uutele domeenireeglitele üleminek hõlmab ka kõiki vanade reeglite järgi registreeritud .ee domeene. Nendele

Uue korra kohaselt saavad juriidiliste isikute kõrval ka füüsilised isikud võimaluse registreerida .ee-lõpulisi domeeninimesid. Välisriikide isikutel, asutustel ja organisatsioonidel on domeeninime registreerimine võimalik, kui nad domeeninime registreeringuga seotud küsimustes on Eestis esindatud. Sealjuures võivad kõik isikud registreerida enda nimele piiramatu arvu domeeninimesid.



kehtib alates 5. juulist 6-kuuline üleminekuperiood, mille jooksul domeenide registreerijad peavad endale registripidaja valima ja registripidaja juures domeeni registreeringut uuendama (sõlmima lepingu registripidajaga). Kui seda ei tehta üleminekuperioodi kestel, siis muutub vastav domeeninimi domeenireeglistikus ette nähtud korras vabaks ja seda võivad enda nimele registreerida kõik, kes seda soovivad. Iseenesest kasutab EIS kõiki tema käsutuses olevaid võimalusi domeeni kasutajate teavitamiseks ja ümberregistreerimise vajadusest teavitamiseks, kuid sellegi poolest võib iga domeeninime kasutaja pöörduda ka näiteks ise oma internetiteenuse või serveri majutusteenuse pakkuja poole, et täpsustada registreeringu uuendamise ja registripidajaga seotud asjaolusid.

#### Vaidused domeeninimede üle lahendatakse Domeenivaidluste Vahekohtus

Kui domeeninime osas peaks tekkinud vaidlus, mida asjaosalised läbirääkimiste teel ei suuda lahendada, tuleb arvestada järgmist: kõik domeeninime registreerimise ja kasutamise seotud õigusvaidlused registreerija(te) ja kolmanda isiku vahel lahendatakse Domeenivaidluste Vahekohtus vastavalt selle reeglendile ja Eesti õigusaktidele. Kõik EISi, registripidaja ja registreerija vahelised õigusvaidlused lahendatakse kokkuleppe mittesaa-vutamisel Harju Maakohtus (Tallinnas) Eesti õigusaktide alusel. **T**

Täiendavat infot ja uute domeenireeglitega saab tutvuda EIS kodulehel, mis asub aadressil <http://eestiinternet.ee>.

# Kohalike maksude seaduse eelnõu muudaks müügitaksu ja paadimaksu kehtetuks

## MAIT PALTS

Politiikakujundamise- ja õigusosakonna juhataja

**J**uuni esimestel päevadel esitati Riigikogu menetlusse kohalike maksude seaduse muudatuste eelnõu, mille sisu on väga lühike – muuta kohalike maksude seaduses kehtetuks need sätted (§ 5 lõiked 3 ja 4 ning §-d 8 ja 9), mis võimaldavad kohaliku omavalitsuse volikogul määrata müügitaksu ja paadimaksu.

Kuna juba põhiseaduse § 113 ütleb, et maksude kehtestamise aluseks saab olla üksnes seadus (nt kohalike maksude seadus) ning sama täiendab ka § 157, mille kohaselt on kohalikul omavalitsusel seaduse alusel õigus kehtestada ja koguda makse ning panna peale koormisi, siis kaob muudatuste jõustumise korral paratamatult ka kohalike omavalitsuste õigus vastavaid makse määrata ja koguda. Ehk kehtib põhimõte: maksud kehtestatakse seadusega ning kui seadusest tuleneva alus ära langeb, ei saa enam kehtida ka õigusakt, mis selle alusel varem võis kehtida. Eelnõu kohaselt on muudatuste jõustumise (viidatud maksuliikide kadumise) ajaks 1. jaanuar 2011.

Arvestades Tallinnas rakendunud müügitaksu ja paadimaksu õigus-selgust on muudatused meiegi hinnangul põhjendatud. Veel enne

kõnealuse eelnõu avaldamist esitasime ka omapoolsed ettepanekud Rahandusministeeriumile kohalike maksude seaduse muutmiseks. Tõsi, tegemist ei olnud niivõrd radikaalsete ettepanekutega, kuid tuginedes ministeeriumi enda poolt tuvastatud ja Kaubanduskojale kinnitatud vastuolule kohalike maksude seaduse ja EL aktsiisidirektiividega, oleks meie arvates tulnud nii või naa seadust muuta. Seda, et müügitaksu kehtestamine Tallinnas ei ole kooskõlas hea valitsemistava ega õigusselguse printsiibiga ning, et aktsiisikaupade maksustamine on vastuolus direktiividega, on ministeerium lisaks meile saadetud kirjas märgitule kinnitanud hiljemgi, vastates juuni alguses Kaupmeeste Liidu esitatud pöördumisele.

On ilmne, et kohalike maksude seaduse muutmise ja ühe maksuliigi kaotamine seadusest mõjutaks müügitaksu rakendavate kohalike omavalitsuste tulubaasi, kuid kindel on seegi, et kasu õigusruumi selgusele ja Eesti majandusele tervikuna on sellest olulisemad. Ei ole ju võimalik jätkata senisel viisil, kui vastuolud seaduste ja meilegi rakendamiseks kohustuslike direktiivide vahel on nii ilmsed.

Oma viimati esitatud pöördumises Rahandusministeeriumi poole rõhutasime sedagi, et lisaks konkreetselt müügitaksu puudutavatele muudatustele, mis müügitaksu ja EL õiguse vastuolu tõttu vajavad viivitamatut lahendamist, tuleks meie hinnangul üle vaadata ka kogu kohalike maksude kehtestamisega seotud regulatsioon ning kohalike maksude sobivus Eesti maksukeskkonda. Juba mõned aastad tagasi leidis läbi praktika kinnitust see, et mootorsõidukimaksu kehtestamine tõi rohkem kulutusi kui kasu, kuid jätkuvalt on sellise maksu kehtestamise võimalus seaduses. Samuti ei oleks paha analüüsida näiteks lõbustusmaksu või loomapidamismaksu kokkuvõtvust üldise maksu ja õiguspoliitika. Praegune olukord, kus 226 erinevat omavalitsusüksust võivad teoreetiliselt kehtestada igaüks kaheksa erinevat kohalikku maksu, nagu lubab kohalike maksude seadus, ei pruugi olla Eesti suurusarvestades põhjendatud ja vajaks ilmselt korrastamist tervikuna. **T**

Kohalike maksude seaduse muutmise eelnõuga on kõigil huvitatutel võimalus tutvuda Riigikogu veebilehel.

## MAIT PALTS

Politiikakujundamise- ja õigusosakonna juhataja

# Ausa hinnastamise kokkulepe

**N**ausa hinnastamise või *fair pricing* vabatahtlikud kokkulepped on käinud pea kõigi viimastes etappides eurotsooniga liitunud riikide puhul ülemineku protsessi juurde. Just sellise järelduse võis teha mahuka infokogumise tulemusena. Konsulteerides teiste riikide spetsialistidega hindasid kõik kokkulepet oluliseks ning soovitasid ka Eestis koostada vabatahtlikul liitumisel põhinev kokkulepe.

Seda arvestades oleme ausa hinnastamise kokkuleppe koostamist vedanud ning selle eesmärgi kajastatakse ka käesoleva Teataja juhtkirjas.

Kokkuleppe tekst on tänaseks peaaegu valmis – puuduvad veel vaid mõned pisemad detailid nagu kokkuleppega liitumist väljendav logo ja selle tekst. Viimane peaks sündima koos üldise euroteavituse protsessiga, mille eestvedajaks on Rahandusministeerium. Kõik see aga ei tähenda, et juba praegu ei oleks põhjust kokkuleppega tutvuda ning otsustada, kas sellega liituda või mitte.

Kokkuleppe tekst on valminud mitmete asjatundjate panusena. Tasa-kaaluka ja kvaliteetse tulemuse saavutamiseks on kaasatud Eesti Turismifirmade Liit, Tarbijakaitseamet, Eesti Väike- ja Keskmiste Ettevõtjate Assotsiatsioon, Eesti Kaupmeeste Liit, Eesti Tööandjate Keskliit, Eesti Kindlustusseltside Liit, Eesti Pangaliit, Eesti Hotellide

ja Restoranide Liit ning ka Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium ja Rahandusministeerium. Koostajate eesmärk on, et kokkuleppega liitumine oleks võimalik laiemale ringile mitte ainult jae-kauplejatele nagu see on olnud mõnes teises euroga liitunud riigis.

Seega võivad liituda kõik ühel või teisel viisil kaup ja teenuseid pakuvad isikud, sh nii jae- kui hulgi-müügi-ettevõtted, tootmisettevõtted ja kasvõi kohalikud omavalitsused ning kohalike omavalitsuste ja riigiasutustega ettevõtted. Liituda peavad saama kõik, kes seda soovivad.

Liitumisega seotud informatsiooni puhul saab keskseks kohaks euroveeb – <http://euro.eesti.ee>. Eesti Pank ja Rahandusministeerium viivad selles veebikeskkonnas hetkel muudatusi läbi, kuid peatselt koonduv kogu ausa hinnastamise kokkulepet puudutav informatsioon sinna. Samal veebilehel saab näha kokkuleppega liitunud isikute nimekirja ning vajadusel ka esitada kaebusi kokkuleppe rikkumise kohta.

Järgnevalt toome ära kokkuleppe teksti hetkeversiooni, millest puuduvad veel mõned väiksemad detailid.

Et olla liitumise hetkel valmis, võib juba praegu kokkuleppe kohta küsimusi esitada, millelele omaltpoolt vastata püüame. Küsimustest ja vastustest koostame ülevaate, mis avaldatakse juba eelmainitud euroveebis.

## AUSA HINNASTAMISE KOKKULEPE (versioon I)

### Kokkuleppe eesmärk ja üldsätted

Ausa hinnastamise kokkuleppe (edaspidi *Kokkulepe*) eesmärk on ära hoida Eestis põhjendamatu kaupade ja teenuste hindade tõstmine Euroopa Liidu ühise raha (edaspidi euro) kasutuselevõtmise käigus. Selle eesmärgi täitmisel on keskse tähendusega kaupade ja teenuste hinnakujunduses euro kasutuselevõtmise protsessi ära kasutamise vältimine. Kokkuleppega liitumine toimub vabatahtlikkuse alusel, kuid Kokkuleppe allkirjastamisel muutub Kokkuleppes sätestatu liitujale kohustuslikuks.

Kokkuleppega liituja mõistab ja lähtub oma tegevuses sellest, et:

- kaupade ja teenuste pakkumisel peavad tehingu osapoolte vahelised suhted põhinema vastastikusel aususel, lugupidamisel ja usaldusel;
- hea usu ja mõistlikkuse põhimõtte järgimine aitab kaasa ausale ja vabale konkurentsile ning hea maine hoidmisele;
- edukas euro kasutuselevõtmine aitab kaasa Eesti majanduse ja konkurentsivõime kasvule.

### Kokkuleppega liituja:

- tagab oma kaupade ja teenuste ausa hinnakujunduse ja kohustub mitte ära kasutama euro kasutuselevõtmist enda poolt pakutavate kaupade ja teenuste hinna tõstmiseks;
- käitub ja tegutseb oma parima äranägemise järgi, et ära hoida

ka oma koostööpartnerite poolt euro kasutuselevõtmise protsessi ära kasutamist hindade kujundamisel;

- näitab kaupade ja teenuste pakkumisel hindu selgelt ja üheselt mõistetavalt;
- teavitab oma töötajaid euro kasutuselevõtmisega seonduvalt ja tagab, et vastavad isikud oleksid oma tööülesannete ulatuses teadlikud nii euro kasutuselevõtmisega seonduvate nõuete ja juhenditega kui ka kompetentsed vajadusel neid nõudeid ja juhenditest tulenevat selgitama klientidele;
- hoolitseb selle eest, et kaupade ja teenuste pakkumisega seonduvalt oleks eurot puudutav asjakohane informatsioon hõlpsasti kättesaadav tema töötajate vahendusel.

### Kokkuleppega liitujal on õigus:

- kasutada oma kaupade ja teenuste pakkumisel ja pakkumise kohas Kokkuleppega liitumist väljendavat logo tekstiga „...“; mille kasutusõigus antakse Kokkuleppega liitumisel tasuta.

### Kokkuleppega liituja on teadlik, et:

- logo kasutamiseks deklareeritakse avalikkusele Kokkuleppega liitumist ja Kokkuleppes sätestatu järgimise kohustuse võtmist;
- Kokkuleppega liitumisel eeldatakse selle järgimist kuni hindade kahes vääringus kohustusliku esitamise perioodi lõpuni;
- Kokkuleppega liitujatest koostatakse avalik nimekirja koos kontaktandmetega. **IT**

**KOIDU MÖLDERSON**  
Poliitikakujundamise- ja  
õigusosakonna jurist

## Euroopa Komisjoni küsimustikud

**E**uroopa Komisjon alustas avalike konsultatsioonidega mitme direktiivi ülevaatamiseks. Tähelepanu on sel korral suunatud üldise tooteohutuse direktiivile ning lisaks toodete turustamise ühise raamistiku seadmise eesmärgil vaadata üle direktiivid, mis käsitlevad elektri- ja elektroonikaseadmeid, lifte, surveseadmeid, mõõtevahendeid, lõhkematerjale, pürotehnilisi tooteid ja plahvatusohtlikus keskkonnas kasutatavaid seadmeid.

**Tooteohutuse direktiivi ülevaatamisel pööratakse tähelepanu erakorralistele meetmetele, mis kujutavad endast võimalust keelata mõne toote turustamine kuni üheks aastaks tingituna toote ohtlikkusest.**

Tooteohutuse direktiivi ülevaatamisel pööratakse muuhulgas tähelepanu toote nn erakorralistele meetmetele, mis lühidalt kujutavad endast võimalust keelata mõne toote turustamine kuni üheks aastaks tingituna toote ohtlikkusest tarbijale. Taolist toote turustamise keeldu ei rakendata küll sageli, kuid seda tehakse eelneva hoiatamiseta ja nõnda ongi küsimustikus uuritud, kas taolised erakorralised meetmed on õigustatud või ettevõtjatele liialt koormavad.

Samuti on küsimustikus tõstatatud teemad turujärelevalve efektiivsuse kohta. Viimaste kümnendite jooksul on tarbijatele suunatud turul mitmed tootmised

viidud Euroopa Liidust välja ja sellega on tarneahelead pikenenud ja keerulisemaks muutunud ning turustamine toimub rohkem kui ühte liikmesriiki. Seetõttu tugineb turg järjest enam järelevalveasutuste võimekusele kontrollida tooteid enne nende lubamist Euroopa turule. Kuna aga järelevalveasutused enamjaolt tegutsevad vaid siseriiklikult, siis toimub toodete ning erinevate riikide ettevõtete järelevalve ebaühtlaselt. Ka internetis müüdava kauba järelevalve on jäänud tahaplaanile ning kaubad, mis on turul muidu keelatud, on ikkagi saada internetipoodides. Sellest ka küsimus, kas internetis müüdavate kaupade puhul peaks rakendama täiendavaid regulatsioone nii ettevõtjatele kui ka järelevalveasutustele.

2008. aastal võeti vastu Euroopa Parlamendi ja Nõukogu otsus, mis puudutas toodete turustamise ühise raamistiku seadmist. Otsusega pandi alus edaspidiseks direktiivide ülevaatamiseks, põhiküsimustega: millistele tingimustele toodete turustamine peab vastama, kes turustusahelas on importija ja kes levitaja ning millal muutub turustaja ise tootjaks? Kolmandatest riikidest Euroopa Liitu toodud tooted peavad vastama kõigile ühendusesisestele nõuetele ning läbi peavad olema viidud asjakohased kontrollid. CE-märgise kasutamise tootel peaks tagama kindluse, et toode vastab kõigile asjakohastele nõuetele ning tagab tootja vastutuse.

Nimetatud Euroopa Parlamendi ja Nõukogu otsusest tulenevalt ongi seatud hetkel eesmärk vaadata üle direktiivid, mis käsitlevad elektri- ja elektroonikaseadmeid, lifte, surveseadmeid, mõõtevahendeid, lõhkematerjale, pürotehnilisi tooteid ja plahvatusohtlikus keskkonnas kasutatavaid seadmeid. Komisjoni küsimustikes on muuhulgas tuntuks huvi halduskoormuse suuruse ja selle vähendamise võimalikkuse kohta, tooteohutuse puhul vastutuse jagamisest erinevate tarneahele lülid vahel, tootjate-importijate-levitajate erikohtlemise teema, sõltuvalt nende asukohariigist ja sealsetest järelevalvenõuetest. **T**

Küsimustikule, mis käsitleb elektri- ja elektroonikaseadmeid, lifte, surveseadmeid, mõõtevahendeid, lõhkematerjale, pürotehnilisi tooteid ja plahvatusohtlikus keskkonnas kasutatavaid seadmeid, saab vastata Euroopa Komisjoni veebilehel:  
[http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemlongdetail.cfm?item\\_id=4289&lang=en](http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemlongdetail.cfm?item_id=4289&lang=en).

Üldise tooteohutuse direktiivi küsimustikule saab vastata Komisjoni kodulehel:  
[http://ec.europa.eu/consurers/safety/prod\\_legis/GPSD\\_consultation/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consurers/safety/prod_legis/GPSD_consultation/index_en.htm).

## Koja gallup

Täname kõiki ja palume oma liikmetel ka edaspidi meie küsitlustele Kaubanduskoja veebilehel aktiivselt vastata. Teie vastuste põhjal saame kujundada oma arvamused ja ettepanekud, mille edastame seadusandjale. Teie arvamusest sõltub palju!

Kas peate põhjendatuks, et ühte ja sama seadusest tulenevat nõuet võivad samaaegselt kontrollida erinevad asutused?



- Jah, sest üks institutsioon ei jõua igale poole – 13%
- Jah, sest kontrollijate kompetents on erinev – 13%
- Ei, sest nii võib kahe isiku poolt kontrollida samaaegselt samu asju – 56%
- Kohalikul omavalitsusel ei peaks olema õigust kontrollida üldiseid küsimusi – 18%
- Ei oska öelda – 0%

(Vastajaid 11)



**Euroopa Komisjoni  
ettevõtluse ja tööstuse  
peadirektoraat**  
B-1049 Brüssel, Belgia  
Faks: +322 299 0831  
E-post: [entr-reg-approach-  
for-free-circ@ec.europa.eu](mailto:entr-reg-approach-for-free-circ@ec.europa.eu)

## Mis on CE-märgis?

CE-märgis on põhiline indikaator, mis näitab, et toode vastab ELi õigusaktides sätestatud nõuetele, ning teeb võimalikuks toodete vaba liikumise Euroopa turul.

**K**ui tootja lisab tootele CE-märgise, deklareerib ta oma ainuvastutusel, et toode vastab kõigile õigusaktide nõuetele, mis on vajalikud CE-märgise saamiseks, tagades seeläbi, et toodet võib müüa kogu Euroopa Majanduspiirkonnas (EMP – 27 ELi liikmesriiki ning EFTA riigid Island, Norra ja Liechtenstein) ja lisaks Türgis. See kehtib ka kolmandates riikides valmistatud toodete kohta, mida müüakse EMPs ja Türgis.

Kõigil toodetel ei pea aga CE-märgist olema. See on nõutav ainult nendel tootekategooriatel, millele CE-märgis on vastavate direktiividega ette nähtud. CE-märgis ei näita, et toode on valmistatud EMPs, vaid üksnes annab teada, et toodet hinnati enne turule toomist ning see vastab müüdavatele kaupadele kehtestatud juriidilistele nõuetele (nt ühtsed ohutusstandardid). Varustades toodet CE-märgisega kinnitab tootja, et see vastab kõigile asjakohaste direktiividega kehtestatud põhinõuetele (nt terisekaitse- ja ohutusnõuded) või – kui direktiivid seda ette näevad – on saanud teavitatud vastavushindamisasutuse heakskiidu.

Vastavushindamise läbiviimine, tehnilise dokumentatsiooni koostamine, EÜ vastavusdeklaratsiooni väljaandmine ja CE-märgise tootele kinnitamine kuuluvad tootja kohustuste hulka. Toodete edasimüüjad peavad kontrollima nii CE-

märgise kui ka vajaliku lisadokumentatsiooni olemasolu. Kui toode imporditakse kolmandast riigist, peab importija kontrollima, et väljaspool ELi asuv tootja on astunud vajalikke samme CE-märgise saamiseks ja tal on olemas vastav dokumentatsioon.

Kirjeldame allpool kuut vajalikku sammu CE-märgise saamiseks. Nende järgimine aitab teil saavutada oma toodete nõuetelevastavuse ning avab teile tee Euroopa turule.

### 1. SAMM – selgitage välja, millised direktiivid ja ühtlustatud standardid toote kohta kehtivad

CE-märgist vajavaid tootekategooriaid kirjeldatakse enam kui 20 direktiivis. Põhinõuded, millele tooted peavad vastama (nt ohutus), on ELi tasandil ühtlustatud ning kõnealustes direktiivides üldjoontes kirja pandud. Ühtlustatud Euroopa standardid sisaldavad viiteid rakendatavatele direktiividele ning kirjeldavad põhinõudeid üksikasjalikult ja tehnilises keeles.

### 2. SAMM – kontrollige tootespetsiifilisi nõudeid

Teie ülesandeks on kontrollida, kas teie toode vastab asjakohaste ELi õigusaktidega kehtestatud põhinõuetele. Toote täielik vastavus ühtlustatud standarditele annab tootele vastavuseelduse asjakohastele põhinõuetele. Ühtlustatud standardite kasutamine on endiselt

vabatahtlik. Põhinõuete täitmiseks võib valida ka mõne muu viisi.

### 3. SAMM – selgitage välja, kas teavitatud asutus nõuab sõltumatut vastavushindamist

Iga teie toodet puudutav direktiiv määratleb, kas CE-märgise saamine eeldab volitatud kolmanda isiku (teavitatud asutuse) osalemist vastavushindamise protsessis. See ei ole kõigi toodete puhul kohustuslik, seega on oluline kontrollida, kas teavitatud asutuse osalemine on üldse nõutav. Teavitatud asutustele annavad volituse riigi ametiasutused. Komisjoni on nendest asutustest ametlikult teavitatud ja nad on loetletud NANDO (*New Approach Notified and Designated Organisations* – uue lähenemisviisi alusel teavitatud ja määratud organisatsioonid) andmebaasis.

### 3. SAMM – katsetage toodet ja kontrollige selle vastavust

Tootja ülesandeks on toodet katsetada ja kontrollida selle vastavust ELi õigusaktidele (vastavushindamismenetlus). Menetluse üheks osaks on riskide hindamine. Asjakohaste ühtlustatud Euroopa standardite rakendamine aitab teil täita direktiividega kehtestatud põhilisi juriidilisi nõudeid.

### 5. SAMM – koostage nõutav tehniline dokumentatsioon ja hoidke see käepärast

Et hinnata toote vastavust asjakohastele nõuetele ning samuti riskide

hindamise jaoks, peab tootja koostama direktiivide alusel nõutavad tehnilised dokumendid. Need tehnilised dokumendid tuleb esitada ametiasutuste nõudmisel koos EÜ vastavusdeklaratsiooniga.

### 6. SAMM – CE-märgise kinnitamine oma tootele ja EÜ vastavusdeklaratsioon

CE-märgise peab kinnitama tootele tootja või tema volitatud esindaja EMPs või Türgis. Märgis tuleb kinnitada vastavalt õigusaktides ettenähtud formaadile nähtavalt, loetavalt ja kustutamatuks tootele, toote pakendile või selle andmelehel. Kui tootmise kontrollifaasis osales mõni teavitatud asutus, tuleb CE-märgisele lisada selle asutuse tunnusnumber. Tootja kohuseks on koostada ja allkirjastada EÜ vastavusdeklaratsioon, mis tõendab, et toode vastab nõuetele. Ongi kõik! Teie CE-märgisega toode on turule laskmiseks valmis. **T**

Lisateavet normatiivsete juhiste ja CE-märgise kohta leiab veebiaadressilt [www.ec.europa.eu/enterprise/policies/single-market-goods/regulatory-policies-common-rules-for-products/index\\_en.htm](http://www.ec.europa.eu/enterprise/policies/single-market-goods/regulatory-policies-common-rules-for-products/index_en.htm).

[www.ec.europa.eu/CEmarking](http://www.ec.europa.eu/CEmarking).

NANDO andmebaas, kust leiab teavitatud vastavushindamisasutused: [www.ec.europa.eu/enterprise/newapproach/nando](http://www.ec.europa.eu/enterprise/newapproach/nando).

## Euroopa Komisjon: keskkonnamõjud peaksid kajastuma maksusüsteemides

Euroopa Komisjon avaldas koos ÜRO keskkonnaprogrammiga aruande, milles rõhutatakse vajadust korraldada ümber piiratud loodusvarade kasutamine ning esitatakse teaduslikult põhjendatud prioriteetid ülemaailmseks keskkonnakaitseks.

Aruandes tõdetakse, et jõukus ja inimeste mõju keskkonnale suurenevad käsikäes ning vastupidiselt laialt levinud arvamusele ei tähenda rikkus väiksemat ökoloogilist jalajälge. Ehkki rikkuse suurenedes saab keskkonnamõjusid paremini kontrollida, toob jõukuse kasv endaga kaasa sootuks keerukamate, näiteks energiakasutuse ja kasvuhoonegaaside heitega seotud probleemide süvenemise.

Aruandes soovitatakse lisaks maksusüsteemide ajakohastamisele rakendada ka stiimuleid keskkonnahoidlike põllumajandustavade edendamiseks ja fossiilkütuste tarbimise vähendamiseks.

## Euroopa Komisjon soovib parandada reitinguagentuuride järelevalvet

Euroopa Komisjon esitas 2. juunil ettepaneku reitinguagentuure käsitlevate eeskirjade muutmiseks viisil, mis aitaks tulevikus ennetada finantskriise ja tugevdada finantsüsteemi. Samas algatati avalik

arutelu äriühingu üldjuhtimise reformimiseks finantseerimisasutustes.

Reitinguagentuuride puhul on komisjonil kaks peamist eesmärki: tagada Euroopa tasandil tõhus ja tsentraliseeritud järelevalve ning suurem läbipaistvus, et kõigil reitinguagentuuridel oleks juurdepääs samale teabele. Muudatused parandaksid reitinguagentuuride kontrolli, suurendaksid nende omavahelist konkurentsi ning tõhustaksid investitorite kaitset.

Kavandatud muudatuste kohaselt antakse uuele Euroopa järelevalveasutusele ainuõigus teostada järelevalvet ELis registreeritud reitinguagentuuride üle. See hõlmab ka tuntud reitinguagentuuride (nt Fitch, Moody's ning Standard & Poor's) Euroopa tütarettevõtteid.

Pärast arutelu eelseisval Euroopa Ülemkogul esitab komisjon kõik ettepanekud koos arvamustega pangakriiside lahendamise fondide kohta G20 tippkohtumisel.

## Euroopa Komisjon tegi ettepaneku pangakriiside lahendamise fondide loomiseks

Euroopa Komisjon tegi ettepaneku, et Euroopa Liit looks pangakriiside lahendamise fondide võrgustiku, mis aitaks finantskriiside ajal suurendada pangandussektori vastupanuvõimet ja vältida vajadust kasutada maksumaksjate vahendeid.

Fondid oleksid osa laiemast raamistikust, mille eesmärk on vältida

finantskriise ja tugevdada finantsüsteemi.

Komisjoni hinnangul peaksid liikmesriigid ühiste eeskirjade alusel looma fondid, millesse pangad teeksid sissemakseid. Fonde ei kasutataks pankade abistamiseks või päästmiseks, vaid ainult tagamaks, et pangakriise lahendatakse nõuetekohaselt ja et need ei destabiliseeri finantssüsteemi.

Komisjon ei kavatses praeguses etapis üksikasjalikult kindlaks määrata, kuidas pangakriiside lahendamise fondid peavad toimima ja kui suured need peavad olema.

Komisjon esitab oma seisukohad ELi rahandusministritele ja riigipeadele ning ka G20 kohtumisel juunis.

## Eestlased osalesid edukalt Euroopa ettevõtlusauhinna konkursil

25. mail autasustati Brüsselis konkursi „Euroopa ettevõtlusauhind 2010“ parimate videote autoreid, kelle hulgas oli ka eestlasi.

Kategoorias „Ettevõtlus: tee tulevikku“ sai kolmanda koha eestlanna Sandra Vaheri video „Free Apples“ eest. 25-aastaste ja nooremate eriauhinna võitis Uku Jõgi video eest „UKU“.

Auhindu anti kolmes kategoorias: „Ettevõtlus: tee tulevikku“, „Ettevõtlus – uus elustiil“ ning „Ettevõtlus – proovikivid ja tasu“. Lisaks said kolm autorit eriauhinna, mis oli mõeldud 25-aastastele ja noorematele.

Konkursi eesmärk oli julgustada filmisõpru panema proovile oma loo-

vust ja oskusi ettevõtlust käsitleva lühivideo tegemisel. Videos paluti kujutada ettevõtluse olemust ja julgustada inimesi ettevõtjateks saama ning samas rõhutada, et ettevõtja karjäär on rahuldustpakkuv.

## Euroopa Komisjon soovib ELi ja USA koostöös kaitsta eraelu puutumatust

Euroopa Komisjon võttis 26. mail vastu eelnõu, et alustada läbirääkimisi lepingu, mis käsitleb isikuandmete kaitset terrorismi või kuritegevuse vastases võitluses tehtava koostöö korral, sõlmimiseks Euroopa Liidu ja Ameerika Ühendriikide vahel.

Lepingu eesmärk on tagada isikuandmete kõrgetasemeline kaitse juhtudel, kui näiteks reisijaid käsitlevaid andmeid ja finantsteavet edastatakse kriminaalasjades tehtava Atlandi-ülese koostöö raames. Lepinguga tugevdatakse kodanike õigust oma isikuandmetega tutvuda, neid parandada või need kustutada. Samuti annab leping ELi kodanikele õiguse kasutada USAs õiguskaitsevahendeid, kui nende andmeid on töödeldud õigusvastaselt.

Nii EL kui ka Ameerika Ühendriigid soovivad tagada isikuandmete ja eraelu puutumatuse kaitse, kuid nende lähenemisviisid andmekaitsele on erinevad. Komisjoni ettepaneku eesmärk on need probleemid kindlaks teha ja lahendada. Läbirääkimised saavad alata pärast seda, kui nõukogu on komisjoni läbirääkimisvolitused heaks kiitnud.

**PAUL ELBERG***Eesti Vabariigi Saatkond  
Londonis asejübt*

Kui antud loost on tärganud huvi, palun saatke e-kiri: paul.elberg@mfa.ee. Uuriksime siis juba täpsemalt, millega saame kasu tuua. Pakuksime Ühendkuningriigis oma toote müügist huvitujatele ka seminari.

## Paar mõtet Eesti ettevõtjale: UK 2010

Ühendkuningriigi (UK) turgu Eesti ettevõtjale populariseerides asendus lähteküsimus kahe riigi numbritega kõrvutamisesest paratamatult pigem küsimusega, kas ja kuidas mõistame UKd, mismoodi võidaks UKs näha meid? Lähtun mõttest, et ettevõtjaid, kellele UK tõenäoliselt ekspordituruna sobiks, on Eestis palju, vaja on aga võimalusi rohkem testida.

Olen enam kui kümneaastase majandusministeeriumi väliskaubanduspoliitikatöö jooksul ettevõtjate muresid kuulates palju kokku puutunud n-ö „meie traditsiooniliste turgude” teemadega – suuri probleeme on olnud kauba toimetamisega idaturule, ka on juhtunud, et „põhjatu” turu jaoks pole meie ettevõtjal vastavaid kaubakoguseid. Piltlikult öeldes – kui eestlane on lahkelt hea hinnaga pakkumas mõnituhast kasti korralikku kaupa, siis venelane tahaks mõned sajad autotäied, hiinlane sooviks iga kuu vähemalt laevatäie. Mida aga küsiks Briti partner, kelle kodumaa kaubanduspoliitika väljatöötajate lemmikteemaks on kaubandusvabaduse mõtte levitamine maailmas?

UK arenenud turg oskab nõuda kvaliteeti. Ollakse kindlasti enesekesksed, spetsialiseerunud, ent tipp-tasemel turu jäigematest niššidest võib hetkega jõuda välja ka sama tootegrupi tavalisest veidi teistmoodi põnevate lahenduste pakkumiseni – tihed konkurents soosib tegijate paljusust. UK turg on küll uudishimulik, aga paremini reageeritakse aktiivsele pakujale. Soovitaks UK erinevaid müügivõimalusi uurida eelkõige neil, kel huvi panus-

tada just oma toote või teenuse kvaliteeti ning uudsusesse, mitte niivõrd kogusesse. Eriti mõttekas on UK turgu testida neil, kelle tootest õhkub ostja jaoks sportlikkust ning inspiratsiooni.

Inspiratsiooni pakuksin UK tarbija puhul lausa esimeseks märksõnaks. Edu tuleb panustades sellele, mida inglased ise hindavad ning mida ka teised rahvad nende juures võluvaks peavad. Oluline on paindlikult reageeriva hinna eest pakkuda spetsialiseeritud toodet. Toon näite. Inglise kalduvusele looduses vaba aja veetmist tõsiselt võtta rajaneb suur kaubandussektor – äritänaval, mida mööda igapäevaselt töölekoju liigun, on vähemalt sama palju matkariiete-tarvete poode kui toidupoode. Ent kvaliteetsed spordikaubad on üllatuslikult sageli läbi müüdnud kiiremini kui oma Eestikogemuse põhjal olen eeldanud. Väikese spetsialiseeritud partiina müüki tulnud kaubast on lihtne ilma jääda. Sarnaste asjade heal tasemel tootmisega tegeletakse ka Eestis. Miks mitte ei võiks Eesti toode olla ühes nendest omavahel samas tootegrupis konkureerivatest poodidest? Hea spordikaup on nõutud ja ostajana pean selle kättesaamiseks vaeva nägema. Ja kui on nõudlust

ilma piisava pakkumiseta, siis mõistagi osatakse küsida ka hinda. Viimati juhtus minuga selline asi jooksjatele spetsialiseeritud poes – hiljem ostma minnes tuli maksta rohkem.

Inglastest on sageli kuvand kui viisakatest jahedatest tegelastest, kellega on raske jutule saada. Vastab tõele – eriti, kui suhestuda eestlasliku ettevaatlikkusega, on võimalik jõuda meeldiva võõramaalase tasemeni. Ent oma olemuselt on kohalik tarbija ja ärireeses südamest uudishimulikud, reageeritakse haartsemalt kui teadaolev kuvand oletada lubab.

Kuidas avada seda hasartset poolt? Esimeseks avajaks UKs on kahtlemata sport. Parimaks reklaamiks mõnele meie tootele oleks sinse turu- ja muruperemehi kasvõi ettevõtete vaheliseski jalgpallimängus võita. Ent teades, kuidas meil võitmisega tegelikult lood on, tuleb aduda, et isiklikul tasandil ei pea hea kontakti nimel tingimata võimatut tegema.

Mõtlemisaineks on pakkuda Eesti ragbimeeskonna lugu. Peale Londoni satelliitlinnakese Tonbridge klubile kaotatud mängu tuli juba sealsamas

vastata küsimustele Eesti majandusliku tugevuse kohta, eriti IT-teemal – selles kenas maakohas elavad tehnikaärirehed olid teinud eeltööd. Sain kutseid Lõuna-Inglimaal paiknevate äridega tutvuma minna. Siiralt kahetsen, et meie poistega polnud kaasas meie ettevõtjaid. Kohalik klubi nautis publikurekordit, suhelda soovijaid oli kordades rohkem kui eestlasi, ise pidin andma intervjuu ka kohaletulnud BBC Southile. Sellisel määral inglaste avastamisrõõmu ei ole suutnud esile tuua ükski teine minu nähtud üritus. Sport on parim äridiplomaatia. Soovitan hakkajamatele Koja liikmetele uurida EASist Heiki Pandi käest järele – see võib ära tasuda. Heikilt on lisaks ragbile võimalik saada infot näiteks veel ehitusmaterjalide ning IT-teemadel. UK suunal EASi lahket nõu küsides on aga oluline teada, et EAS esindajaks UKs on Tiina-Maria Väravas, kellega kõik äridiplomaatiasse puutuva läbi arutame.

Seega tookski esile inspiratsiooni, spordi, uudsuse – britist äripartner võib tunduda ehk isegi pisut nagu UK maailmatähelepanust ärahellitatuna, ent kui mõtlema hakata, siis ehk ka meie naudiksime hea meelega sedasama: toodete valikut, kau-



banduse mitmekesisust, meie poolt Eestis tehtavatele põnevatele üritustele ise kohale tulevaid kontakte... Aeg-ajalt on kaasmaalased mulle pihtinud, et meie puhul jääks asi justkui Eesti väiksuse taha. Tahaks seda kummutada ühe oma inglise sõbra väitega: „Nii nagu teie olete meie kõrval väikesed, nii oleme ka meie Ameerika Ühendriikide kõrval.“ Kaalus allajäämine ei pea takistama konkureerimist. Pigem on inglase vaimus poolehoid väiksemale, kes visa ja tubli. Seda mõtet illustreerib inglaste suhtumine oma kosmose tööstusse, mida kindlasti koges ka maikuus UKs viibinud Eesti elektroonika ja IT-ettevõtjate delegatsioon – kui väiksem on osavam ja teeb odavamalt, sest temal ju pole kasutada suure tegija ressursse, siis võib saada tegelikult äriliselt parema lahenduse. Vähema raha eest otstarbekamalt lahendatud ülesanne võib tuua klientide hulka ka need, kelle kategoorias konkureerida on võimatu. Kindlasti siinkohal soovitus tehnoloogiafirmadele uurida võimalusi UKs oma tooteliiniga kanda kinnitada. Lisaks mainitud kosmose tööstuse külastusele 2010. aasta mais Invent Baltics'i ja EASI organiseerimisel on julgustust pakkunud ka 2009. aasta maikuus saatkonas testitud elektroonikavastuvõtu formaat. Sarnastele üritustele on eelnendud ca 6-kuuline eeltöö.

Põnevaid mõtteid on veel. Näiteks olid viimati meeldivaks üllatuseks seosed paari ettevõtte ning meilegi tuntud Chelsea aiandusnäituse vahel. Kontaktide loomise rubriigis võiks aiandus olla spordi järel lausa eraldi teemaks. UK partnerite tausta uurides tuleb tõsiselt võtta nende kodulehtedel esinevat infot nende võimalike ühiskondlike projektide kohta – äri juurde käib oma kogukonna nõrgemate eest seismine. Ent teemasid ongi palju ja selle artikli formaat piiratud. **T**



**TAIVO PAJU**  
Juhtimisajakirja Director  
peatoimetaja

## Kas naine võib olla teisele naisele hunt?

Kuristik, mis valitseb naiste ja meeste palkade vahel Eestis, on kummaliselt sügav küll. Ehkki ka siin paistab kehtivat vana tõde, et uppuja päästmine on tema enda asi.

**F**ilmirežissöör Margaret Hefernan, kuulus naisküsimumuste asjatundja, tõdeb, et tema loengutes küsivad naised ikka ja jälle: „Miks on nii, et mu kõige vastikum ülemus on alati naisülemus?“ Tema enda kogemus kinnitab sama: 30 aastat tagasi oli ta algaja taustmaterjali koguja prestiižikas BBC uudisteprogrammis. Ta oli taibukas ning jõudis tihti töö enne tähtaega valmis. Vabanenud aega kasutas ta selleks, et õppida toimetama filmimuusikat.

Kui naisülemus nägi kord Margareti filmimuusikaga tegelemas, ütles ta: „Kuna sul niikuinii tööd ei ole, siis mine ja too mu riided keemilisest äral!“ Ning surus kviitungi Margaretile pihku. See ajab siamaani naise vihaseks ning küsib endalt, kuidas saab olla nii, et teine naine solvas ja alandas teda, selle asemel, et toetada ja aidata kaasa ta arengule?

Ta vastab ise: üks põhjus on pärit ajaloo. Naisi on sajandite vältel kasvatatud ikka nõnda, et nad konkureerisid just meeste tähelepanu nimel. Jane Austenist alates ja „Aruka blondiiniga“ lõpetades. Tööle minnes kandub see mõtteviis automaatselt sinna üle.

See mõtteviis algab väikestest asjadest. Kirjanik ja lektor Gail Evans kirjutab, kuidas tema kolleegid naeruvääristasid kord ühte noort naist, sest too ei osanud sobilikult riietuda. Gailil oli kaks võimalust: kas põlastajate kampa astuda või teha nägu, et see kõik ei puutu temasse. Ta valis kolmanda tee: kutsus selle noore naise välja ning selgitas talle probleemi. See ei olnud kahtlemata lihtne vestlus, aga tegelikult oli see ainus viis seda inimest aidata.

Muidugi on oma tõde ka lektor Sally Helgesenil, kes arvab, et naised reageerivad üle, õigustades oma kiratsevat karjääri just naisülemuste halva käitumisega. Kusjuures meesülemustele annavad naised samal ajal igasuguse halva käitumise hoobilt andeks. Oma tõde on ka selles, et kui tahad juhtimise alal – mis on endiselt meeste maailm – üldse läbi lüüa, peadki sa naisena tublim ja printsiipsaalem olema.

Aga ikkagi tundub, et üksteise teadlikku toetamist kasutatakse naiste karjääri edendamiseks liialt vähe. Kas iga naine ikka võib täna öelda, et on aidanud naiskolleegil mõnda jama ära hoida või vähemalt selle eest hoiatanud? Või peabki iga naine ainult iseenda eest seisma? **T**



LAURA AABEN  
Heateo Sihtasutus

# Kui alkohol takistab töö tegemist

Marko juhib Eesti jaemüügi ettevõtet, mis annab tööd 55 inimesele. Suur osa töötajatest on püsinud ettevõttes selle loomisest saati, mistõttu on kollektiiv väga kokkuhoidev ning valitseb sõbralik õhkkond.

**A**lgusaegadest saati on firmas töötanud ka Jaanus – osakonnajuhataja, keda Marko tunneb juba kooliajast. Jaanus on alati armastanud seltskonda ja meelelahutust ning tihti peale on just tema firmapidude hing. Nii Marko kui ka teised kolleegid teavad, et lisaks seltskonnale armastab Jaanus ka viinavõtmist – sõbralik kollektiiv võtab iseenesest mõistetavana, et reede on Jaanuse „pohmellipäev” ning sekretär teab, esmaspäeva hommikul ei tee miski muu osakonnajuhataja tuju paremaks kui üks külm klaas peaparandust teda tööle jõudes laual ootamas.

Viimase poole aasta jooksul on aga Marko märganud, et aina enam eelistab Jaanus tööd teha kodus, võtta palgata puhkusepäevi ning kipub viimasel minutil edasi lükkama ärikohutusi. Põhjuseks toob ta välja oma abieluprobleemid ning sellest tulevad unehäired ja stressi.

On teisipäeva hommik ja Jaanus saabub ärikohtumisele räsitud ja „lõhnavana”. Nii Marko kui ka äripartneritele ei jää märkamatuks tema „pehme keel”. Vaatamata Jaanuse koosolekuruumist väljasaatmisele ja Marko pingutustele jätta firmast usaldusväärne mulje, jääb äritehing sõlmimata. Marko kutsub Jaanuse tõsiselt vestlusele – selline olukord ei tohi enam korduda. Jaanus van-

nub käsi südamele, et hoiab oma eraelu tööst eemal ja võtab end käsile. Nädalakese tundub, et asjad on paranenud, kuid siis hakkavad taas korduma „pohmellivines” tööpäevad, mis nüüd tõmbavad ka juba teiste kolleegide murelikku tähelepanu. Jaanus on tubli spetsialist ja hea osakonnajuhataja, kes tunneb firmat läbi ja lõhki. Tema vallandamine oleks firmale suur kaotus. Marko küsib kolleegidelt nõu – mida teha?

## Sõltlane töökollektiivis

Statistika järgi peaksid sarnased olukorrad olema tuttavad paljudele tööandjatele – pohmellivines töötajaid on meie kollektiivides olnud läbi aegade, nii liinitöölise kui juhtivtöötajate seas. Pole ka ime, sest Eestis esineb enam kui igal kümnendal täiskasvanul alkoholi kuritarvitamist. Seega Marko 55-liikmelises kollektiivis võib alkoholiprobleemi esineda rohkem kui viiel töötajal. Ja kui neil mitte, siis suure tõenäosusega nende lähedastel.

Vaadates ringi oma töökollektiivis saame hinnata, milline on minu ja mu kolleegide hoiak alkoholi suhtes. Kas pohmellivines töö tegemine ja sellega teiste ees lõõpimine on aktsepteeritud käitumine? Kas kujutame ette firmapidu või suvepäevi ilma alkoholita?

On keeruline hinnata, millist mõju avaldasid Jaanuse alkoholiprobleemi kujunemisele asjaolud, et sekretär igal esmaspäeval tema lauale pead parandava õlleklaasi aetas või töökaaslaste ja Marko aktsepteeriv suhtumine Jaanuse „pohmellireedesse”. Teame vaid seda, et alkoholismi kujunemisel mängivad rolli nii pärikkud tegurid kui sotsiaalsed faktorid – alkoholi tarvitavad sõbrad, ühiskondlik heakskiit alkoholi tarvitamiseks või keerulised probleemid isiklikus elus võivad olla hoopis olulisemad kui pärikkus.

Pole kindlat reeglit, mis ütleks kui tihti ja kui palju peab jooma, et olla alkoholik. Küll aga viitavad probleemidele alkoholiga järgmised ilmingud:

- hommikune pits, et rahustada närve või võidelda pohmelusega;
- sageli esinevad pikad, mõnest päevast kuni kuuajased joomaperioodid;
- üksinda joomine;
- joomine kurbuse või viha leevendamiseks;
- probleemid töö, halvenenud suhted lähedastega;
- enam ei toituta korralikult ega hoolitseta oma välimuse eest;
- juuakse sageli mälukaotuseni.

Kerkib küsimus – kas meil on kollektiivis kedagi, kelle juures olen neid ilminguid märganud? Või hoopis iseenda juures?

## Kriitiline küsimus – kas ja kuidas aidata?

Kindlasti tasub välja selgitada probleemi tõsidus ning inimesega vestelda. Võib selguda, et üks tõsine jutuajamine on just see, mis aitab alkoholi liigtarvitajal mõista oma probleemi tõsidust ning motiveerib käitumist muutma. Võib aga juhtuda, et tegu on töötajaga, kellel on välja kujunenud sõltuvus. Sellisel juhul karmidest sõnadest enamasti ei piisa, kuna reeglina pole inimene siis enam võimeline oma käitumist tahtejõuga kontrollima – välja on kujunenud krooniline ja eluaegne haigus, mille kontrollimiseks vajab inimene professionaalset ravi. Küll aga ei ole olukord lootusetu – kui töötaja tunnistab oma probleemi ja suudab tõestada, et ta on realselt valmis selle lahendamisele pühendumise ning pöörduma mõne raviasutuse poole, saab tööandja olla talle toeks ning võimaldada vajalikud puhke- või haiguspäevad. Küll aga jääb tööandja otsustada, mil moel saab töötaja end oma usaldusväärsuse taastada. Ei tasu unustada, et vahest on meil kõigil vaja vaid ühte lisavõimalust, mis meid taas püsti aitab ja kohutavast allakäigutrepist päästab.

Marko võtab ühendust Jaanuse abikaasa Anneliga, et tuua selgust olukorda. Anneli kinnitab Jaanuse

tõsiseid alkoholiprobleeme, millest tuleneb ka nende abielukriis. Kolmekesi istutakse laua taha ja esitatakse Jaanusele ultimaatum – ta peab tegema läbi põhjaliku raviprogrammi ja liituma AA-koosolekutega või vastasel juhul kaotab oma naise ja töökoha. Mõtlemis-aega ja „aga“-sid nad Jaanusele ei anna – ta peab otsustama kohe. Jaanus on segaduses, tunneb end solvatuna ja ägestub, kuid Anneli ja Marko ei anna järele – nad mõtleavad seda tõsiselt. Jaanus murdub ja tunnistab, et ta ei suuda enam oma alkoholitarbimist kontrollida ning võib-olla tõesti on aeg midagi ette võtta. Marko võimaldab Jaanusel võtta kolm kuud haiguslehte.

Seni on Jaanusel läinud hästi – ta tegi läbi raviprogrammi, käib igal nädalal AA-koosolekutel ning on viimased kuus kuud olnud alkoholita. Tasapisi naaseb ta tööle ja taastab oma kolleegide, äripartnerite ning perekonna usaldust. **T**

#### Raviprogramm sõltlastele

Alates 2010. aastast on Avatud Eesti Fondi ja Heateo Sihtasutuse toel avatud uus alkoholi- ja narkosõltuvuse rehabilitatsioonikeskus RE-HAB COMMUNITY, mis pakub Baltikumis unikaalset 42-päevast kinnist rehabilitatsiooniprogrammi. Hetkel pakutakse teenust vene keeles ja alates sügisest ka eesti keeles. Keskus mahutab korraga 12 inimest. Tagatud on privaatsus.

**Kontakt:** 5622 6634 (Ülle)

**Lisainfo alkoholismi teemal:**

[www.alkoinfo.ee](http://www.alkoinfo.ee)

# Advokaadibürood panid seljad kokku piraatluse ja võltskaupade vastases võitluses

**CAPIE.U eesmärk on pakkuda intellektuaalomandi õiguste valdajatele liikmesriigi advokaadibüroo abiga teavet avastatud illegaalsetest kaupadest, nende transporditeekonnast ning anda ühtsete tegutsemispõhimõtete ja fikseeritud hindadega õigusabi õigusi rikkuvate toodete leviku võimalikult kiireks ja efektiivseks peatamiseks.**

**A**dvokaadibüroo Luiga Mody Hääl Borenius teatab, et on üks intellektuaalomandi õigusi rikkuvate kaupade ja piraatluse vastaseks võitlemiseks äsjaloodud organisatsiooni CAPIE.U asutaja-test ning ühenduse Eesti esindaja.

CAPIE.U (*Coalition Against Piracy*) geograafiline tegutsemisala katab lisaks Euroopa Liidu riikidele ka Norrat ja Šveitsi ning koondab endasse 23 advokaadibürood. Organisatsiooni eesmärk on pakkuda intellektuaalomandi õiguste valdajatele liikmesriigi advokaadibüroo abiga teavet avastatud illegaalsetest kaupadest, nende transporditeekonnast ning anda ühtsete tegutsemispõhimõtete ja fikseeritud hindadega õigusabi õigusi rikkuvate toodete leviku võimalikult kiireks ja efektiivseks peatamiseks. Organisatsiooni kuuluvate advokaadibüroode ja tolliametite koostöö tulemusena valmib andmebaas, kus õiguste valdajad saavad jooksvalt infot neid puudutavate õigusrikkumiste ja raken-datavate meetmete ning iga juhtumi hetkeseisu kohta.

CAPIE.U loomine on ajendatud õigustrikkuvate kaupade suurest levikust. 2008. aastal avastati Euroopa Liidu sadamates 50 000 illegaalset kaubasaadetist, mis sisaldasid umbes 180 miljonit võlt-

situd toodet koguväärtusega 15 miljardit eurot, mis on võrreldes 2007. aasta sama näitajaga peaaegu ligi 125% kõrgem. Maksu- ja Tolliamet avastas 2009. aastal 151 000 intellektuaalseid õigusi rikkuvat eset (võrdluseks 2008. a 95 000). Peamiselt olid avastatud tooted riided, jalatsid, aga ka lõhnaõlid. Vastavalt Statistikaameti andmetele registreeriti 2009. aastak Eestis kolm piraatkoopiaga kauplemise kuritegu ning kaheksa piraatkoopia valmistamisega seotud kuritegu.

Advokaadibüroo Luiga Mody Hääl Borenius vandeadvokaat Kairi Kurisoo, kes tegutseb organisatsiooni Eesti esindajana, märkis, et CAPIE.U näol on õiguste omanikele loodud ühe lokaalse kontaktisiku kaudu juurdepääs intellektuaalomandi õiguste rikkumisega seotud õigusabile 29 riigis. Lisaks võimalusele tasuta ööpäevaringselt läbi *online*-andmebaasi jälgida konkreetset ettevõtet puudutavate juhtumite, olulisemate dokumentide ja raportite kohta käivat informatsiooni, on liikmesriikide vahel välja töötatud ühised tegutsemise ja tasustamise reeglid ning teenuste fikseeritud hinnad, mis tagavad kliendile kiire teeninduse ja juriidilise toe tema õigusi rikkuvate kaupade leviku tõkestamisel. **T**

Rohkem lisateavet CAPIE.U olemuse ja toimimispõhimõtete kohta leiab veebi-aadressilt [www.capie.eu](http://www.capie.eu).





**PETER GORNISCHEFF**  
Teenuste direktor

# Ekspordi Akadeemia seminaridel mõeldi, kuidas suurendada oma väärtuspakkumist ja mõista klienti



**E**kspordi Akadeemia (EA) 2010 hooaja teine seminar 26. ja 27. mail keskendus väärtuspakkumisele kui ühele osale ettevõtte terviklikus ärimudelil. Kahel seminaripäeval said enam kui 50 ettevõtte tipp- ja keskastmejuhid parema teadmise, kuidas teha oma ettevõtte väärtuspakkumine klientidele müüdavamaks.

J. Margus Klaar (brändinguagentuuri Brand Manual asutaja ja partner) rääkis, mida tähendab bränd ja bränding. Bränd kujuneb ettevõtte tegude, mitte endast rääkimise põhjal. Klaari sõnul tuleb teha teiste jaoks midagi olulist – siis sinust räägitakse ja sa jääd meelde. See millega meelde jääd, ongi sinu bränd. „Tähtis on identiteedi kujundamine. Selge eesmärk, väärtused ja põhimõtted, firmastiil ning rutiinid suurendavad ettevõtte võimalusi olla edukas,” ütles Klaar. Kommunikatsioonibüroo Jugaste, Liiva ja Seimann tegevjuhi Karin Vene ettekanne vastas küsimusele: „Kuidas pakkuda kõrge lisandväärtusega teenust?” Vene sõnul tuleb esmalt panna end „kliendi kingadesse”, et välja selgitada, mis neid huvitab, millised on nende hoiakud ning kaardistades nii olulise. Vene peab oluliseks initsiatiivi võtmist klien-

diga suhtlemisel, olles järjekindel, hinnates tulemusi, jagades infot ja n-ö koolitades klienti.

Ecoprinti juhatuse esimehe Juhan Peedimaa ettekanne „Väikese jalajäljega trükikoda” keskendus rohelise trükise lool. Ecoprint on oma mõttemaailma, suhtumise ja teostusega üks parimaid eeskujusid Eesti ettevõttele. Ettekande sõnum oli, et jätkusuutlik ökoloogiline mõtteviis on kasumlik äriperspektiivis, annab ärivõimalusi, kuid on ka vähendanud tegevuse kulusid. Rohelise turunduse agentuuri Green Green asutaja Sven Puusepp rääkis, kuidas saab rohelist mõtteviisi tegevuses rakendada. Ainult jätkusuutlikkusest rääkimisest ei piisa, vaid tuleb ka tegudes ja käitumises seda tõestada. Osalejate sõnul olid seminarid sisutihedad, paljude praktiliste näidetega, kiideti esinejaid ning moderaatoreid. Seminarid nimetati ka terveks turunduskursuseks ühe päevaga.

## EA sõnum Eesti eksportööridele oma väärtuspakkumise parendamiseks

Kliendid ei taha tooteid ega teenuseid, nad vajavad lahendusi oma probleemidele. Olge pigem lahenduse

pakkuja, mitte toote või teenuse müüja. Sinu vajadus müüa ei pane veel kedagi ostma. Brändingu juures on kõige tähtsam, et ettevõtte personal usuks sellesse jäägult, mistõttu suurem osa eelarvest peaks kuluma sisekommunikatsioonile. Konkurentidest natuke parem olemisest on olulisem eristumine.

Hooaja kolmanda seminari (2. ja 3. juuni) teema oli „Kliendid”. Maaja Vadi (Tartu Ülikooli Majandusteaduskonna Ettevõtetemajanduse instituudi juhataja) tödes, et klientidest aru saada, on vaatlus tihti peale efektiivsem turu-uuringutest. Turu-uuringud aktsepteerivad vaid kitsast meetodite valikut. Vaatluse juures on olulised väga konkreetsed kriteeriumid ja protokollitud tulemused. Kitsas vaatenurk (turunduslik) jätab sageli arvestamata detailid, millega juhtimisvaatenurk arvestab. Kui sa tunned kultuuri ja saad aru, mida kultuur tähendab, siis on väga väikeste vahenditega võimalik äri teha. Küsimus on selles, kuidas mõista, et kellelgi on vajadused, mida saame rahuldada ja mille põhjal luua äri. Ühe riigi sügava sisekultuuri mõistmiseks on väga oluline vaadata n-ö „sealt poolt”.

Tsiteerides Sir Arvi Parbot (Eesti päritolu Austraalia tööstur) rõhutas Maaja Vadi, et juht peab oma töös vähemalt tund aega iga päev kullutama mõtlemiseks. Ei ole tähtis kas hommikul või õhtul. Päev läbi inimestega koos olles toimub eelkõige reageeriv mõtlemine. Tuleb leida ka jõudeaega, et ajus saaksid tekkida uued pildid.

Margus Renne (Rakvere Lihakombinaadi ekspordijuht) rääkis oma kogemustest ekspordimisest. Mille põhjal aru saada kuhu, kuidas ja mida müüa? Selleks on vaja teha tootepõhine kaardistamine – käies poodides, pildistades, kirjutades hindasid üles jne. Teiseks on vaja teha kliendipõhine kaardistamine – turul olevad ketid, keti positsioon, piirkond, logistika, tootesortiment. Kõike ei saa Eestist kohapealt juhtida. Kultuurilised eripärad tuleb ikkagi ära kaardistada.

Agu Uudelepp (Meta Advisory Group'i üks asutajatest) rääkis, et kliendid tajuvad maailma sümbolite kaudu. Sümbolid on iseseisva tähenduseta, ajas ja ruumis muutuvad, kannavad päris- ja kõrvaltähendust. Et kliendid sümbolitest aru saaks, tuleb lähtuda põhimõttest, et mida rohkem paneme oma

mõtteid sõnadesse, seda suurem on tõenäosus, et meist ei saada aru. Mida rohkem kaasame teisi meeli, seda suurem on tõenäosus, et suudame inimesi teistest kultuuridest kaasa mõtlema panna. Eelkõige on tähtis tajuda, millise stereotüübi alla kliendid meid liigitavad. Kas lõunapoolsem Põhjamaa või Ida-Euroopa? Mõttele, mis on sinu klientide stereotüübid, mõtle mida ära kasutada, mille eest end hoida ja mida üritada ümber lükata.

### EA soovitusel eksportööridele klientide mõistmisel

Võtke endale igapäevaselt rahu-likku mõtlemisaega, et pühendada oma tegevuse sügavamatele teemadele. Ära mõtle ise stereotüüpsest, aga arvesta sellega, et sinust mõeldakse stereotüüpsest. Mõttele, milliste stereotüüpidega kliendid sind näevad. Infot edastades lähtu kliendi kultuuriruumist, mitte sellest, mida sina talle öelda tahad. Turu-uuringutest olulisem on JÄLGIMINE. Jälgi oma kliente, nende toimetusi, muresid ja rõõme. Tulevikust olevikku vaatavad juhid on edukamad, sest nende tegevus juhindub konkreetsetest sammudest soovitud tulevikuolukorra saavutamiseks. **T**

Ekspordi Akadeemia korraldamist kaasrahastab Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse Teadmiste ja oskuste arenguprogrammi raames Euroopa Sotsiaalfond.

Tutvuge ka EA sügisseminaride ja visiitide kavaga. Lisaks korraldame veel augustis õppevisiidi Ida-Virumaale ja Tartusse ning õppepäeva Tallinnas. Täiendav info Ekspordi Akadeemia kohta Koja veebilehel [www.koda.ee](http://www.koda.ee).

Info ja registreerimine:  
**EVA MARAN**  
Tel: 604 0083  
E-post: [eva@koda.ee](mailto:eva@koda.ee)



## Ekspordi Akadeemia SÜGISSEMINARID 2010



## EKSPORDI AKADEEMIA

### SEMINARID TIPPUJUHTIDELE

#### TRENDID (25. august)

Sa kulutad 12% oma ajast ehk 1 tunni igast 8-tunnisest tööpäevast mõeldes TULEVIKULE. Miks mitte kasutada seda tundi konstruktiivselt? Lektorid: Peaesineja on Magnus Lindkvist (The Trendspotter), lisaks esinevad Jakob Saks ja Juhan Bernadt. Maksumus: 1599 krooni (hind sisaldab käibemaksu).

#### KLIENDISUHTED (15. september)

Kuidas luua tõeliselt väärtuslikke ja tõhusaid kliendisuheteid nii nagu kliendid seda tahavad? Lektorid: Peaesineja on Magnus Westerberg, lisaks esinevad Jakob Saks ja Juhan Bernadt. Maksumus: 1599 krooni (hind sisaldab käibemaksu).

#### VÕTMETEGEVUSED (6. oktoober)

Konkurentsieelis ei ole kunagi eraldiseisev asi või omadus, vaid ta tuleneb alati mingite tegevuste paremini tegemisest. Milliste tegevustega on mõtet ise tegeleda, millised on mõtet väljast sisse osta? Lektorid: LeeAnne Haworth, Liina Kippasto (Baltika Grupp), Raul Järve (Swedbank), Jakob Saks, Juhan Bernadt. Maksumus: 1299 krooni (hind sisaldab käibemaksu).

#### VÕTMERESSURSID (27. oktoober)

Väga sageli on peale füüsilise, intellektuaalse, inim- ning finantsressursside üheks tähtsamaks ressursiks ettevõtte MAINE. Tony Apéria on selle ala üks tippspetsialiste maailmas. Lektorid: Peaesineja Tony Apéria, lisaks esinevad Jakob Saks, Juhan Bernadt. Maksumus: 1599 krooni (hind sisaldab käibemaksu).

#### PARTNERID (17. november)

Tänapäeval on praktiliselt võimatu ühtegi äri teha isoleeritult. Partneritel võib olla teie ärimudelil oluline roll – nad võivad teostada võtmetegevusi teie eest või siis panustada võtmeressurssidesse. Lektorid: Erik M. Bush, Toomas Kuuda, Olt Lumi ja Andreas Kaju (Meta Advisory Group), Jakob Saks, Juhan Bernadt. Maksumus: 1299 krooni (hind sisaldab käibemaksu).

#### TULUD JA KULUD (8. detsember)

Kulude osas on üks tähtsamaid teemasid tänases majandusolukorras kulude vähendamine. Kuidas optimeerida oma protsesse ja väärtusahelat, et minimeerida kulusid? Lektorid: Jaan Uustalu (Wahlquist Verkstader), Raidla Lejins & Norcoux esindaja, Jakob Saks, Juhan Bernadt, Siim Raie. Maksumus: 1299 krooni (hind sisaldab käibemaksu).

#### Info ja registreerimine:

**EVA MARAN**  
Tel: 604 0083 · E-post: [eva@koda.ee](mailto:eva@koda.ee)  
[www.koda.ee](http://www.koda.ee)

Ekspordi Akadeemia korraldamist kaasrahastab Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse Teadmiste ja oskuste arenguprogrammi raames Euroopa Sotsiaalfond.



### SEMINARID KESKASTMEJUHTIDELE

#### TRENDID (25. august)

Seminar toimub koos tippjuhtidega. Sa kulutad 12% oma ajast ehk 1 tunni igast 8-tunnisest tööpäevast mõeldes TULEVIKULE. Miks mitte kasutada seda tundi konstruktiivselt? Lektorid: Peaesineja on Magnus Lindkvist (The Trendspotter), lisaks esinevad Jakob Saks ja Juhan Bernadt. Maksumus: 1599 krooni (hind sisaldab käibemaksu).

#### KLIENDISUHTED (16. september)

Kliendisuhete arendamine. Kuidas kliente leida, kuidas neid hoida, kuidas tösta käivet ühe kliendi lõikes? Lektorid: Kristi Liiva (Swedbank), Laurent Descharrereux (Complus Consulting), Ahto Reinaru (AutomatWeb), Jakob Saks, Juhan Bernadt. Maksumus: 1299 krooni (hind sisaldab käibemaksu).

#### VÕTMETEGEVUSED (7. oktoober)

Konkurentsieelis ei ole kunagi eraldiseisev asi või omadus, vaid ta tuleneb alati mingite tegevuste paremini tegemisest. Lektorid: Maltias Mustonen (Swedbank), Jakob Saks, Juhan Bernadt. Maksumus: 1299 krooni (hind sisaldab käibemaksu).

#### VÕTMERESSURSID (27. oktoober)

Seminar toimub koos tippjuhtidega. Väga sageli on peale füüsilise, intellektuaalse, inim- ning finantsressursside üheks tähtsamaks ressursiks ettevõtte MAINE. Tony Apéria on selle ala üks tippspetsialiste maailmas. Lektorid: Peaesineja Tony Apéria, lisaks esinevad Jakob Saks, Juhan Bernadt. Maksumus: 1599 krooni (hind sisaldab käibemaksu).

#### PARTNERID (18. november)

Kuidas koostööd arendada, kuidas olla võrgustikus oluline osapool, kuidas võrgustikke toita? Kuidas toimivad erinevad võrgustike vormid, näiteks klastrid? Mis on oluline ühe klasteri rajamise ja selles osalemise juures? Lektorid: Erik M. Bush, Toomas Kuuda, Mait Palts, Jakob Saks, Juhan Bernadt. Maksumus: 1299 krooni (hind sisaldab käibemaksu).

#### TULUD JA KULUD (8. detsember)

Seminar toimub koos tippjuhtidega. Kulude osas on üks tähtsamaid teemasid tänases majandusolukorras kulude vähendamine. Kuidas optimeerida oma protsesse ja väärtusahelat, et minimeerida kulusid? Lektorid: Jaan Uustalu (Wahlquist Verkstader), Raidla Lejins & Norcoux esindaja, Jakob Saks, Juhan Bernadt, Siim Raie. Maksumus: 1299 krooni (hind sisaldab käibemaksu).

### ÕPPEVISIIDID TIPP- JA KESKASTMEJUHTIDELE

#### Õppevisiit Soome · 23.–24. september

Õppevisiidi eesmärk on uurida ja süveneda sellesse, kuidas Soome ettevõtted on jõudnud praegusele eksporditasemele. Mida teeb riik selle heaks ja kuidas toimub era- ning avaliku sektori koostöö?

#### Õppevisiit Rootsi · 25.–26. november

Jätkusuutlikkus laiemas mõistes on muutunud arenenud riikides üha tugevamaks trendiks. Täna on jätkusuutlikkus, roheline mõtteviis ja õiglane kaubandus (fair trade) eristav konkurentsifaktor, mis pikemas perspektiivis on nõutud faktor, et üleüldse turudel tegutseda saaks. Sellepärast külastame Rootsi ettevõtteid, kes on jätkusuutlikku mõtteviisi edukalt rakendanud ja rahvusvaheliselt edu saavutanud.



## Sügisel ärivisiidile Leedu Vabariiki!

20.-24. septembrini käesoleval aastal on Eesti Kaubandus-Tööstuskojal koostöös Eesti Saatkonnaga Vilniuses ning Vilniuse ja Klaipeda kaubanduskodadega plaanis korraldada ärivisiit Leedu Vabariiki. Ettevõtetal, asutustel ja organisatsioonidel, kellel on huvi Leedu turu vastu ning kes soovivad sõlmida kontakte sealsete potentsiaalsete koostööpartneritega, palutakse juba varakult meile oma soovidest teada anda, et saaksime programmi koostamisel Teie huvide ja soovidega arvestada. Ootame Teie ettepanekuid!

### Lisainfo:

**KRISTY TÄTTAR**

Tel: 604 0093 • E-post: kristy@koda.ee



## Ärivisiit Hiinasse

21.-27. augustil

21.-27. augustini toimub ärivisiit Hiinasse. Visiidi käigus külastatakse kahte suuremat Hiina linna: Chongqingi ja Shanghaid. Mõlemas linnas on programmis piirkonda tutvustav seminar, millele järgnevad konkreetselt igale Eesti firmale korraldatud kontaktkohtumised vastavalt firma profiilile ja huvidel Hiinas. Lisaks külastame mõningaid ettevõtteid ja äriorganisatsioone ning EXPO linnas Shanghais oleme ühe päeva varunud ka maailmanäitusega tutvumiseks.

Visiidi paketi hind on 30 000 – 35 000 krooni. Hind sõltub osalejate lõplikust arvust ja sisaldab: viisa vormistamist, lennupileteid Tallinn-Shanghai-Chongqing-Shanghai-Tallinn, kaks ööbimist Chongqingis, neli ööd Shanghais, äriseminaride, kontaktkohtumiste ja firmakülastuste korraldamist, EXPO piletit.

### Lisainfo:

**KRISTY TÄTTAR**

Tel: 604 0093 • E-post: kristy@koda.ee

### Seminar

## „Ida-Virumaa võimalused Venemaa logistika- ja tootmisettevõttele 2010”

18. juunil Peterburis

SA Ida-Virumaa Tööstusalade Arendus, Kaubanduskoda, Narva Linnavalitsus, Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus ja Eesti Peakonsulaat Peterburis korraldavad 18. juunil, kell 9.30-14.00 Peterburis, Eesti Peakonsulaadi ruumides (aadressil Bolshaja Monetnaja 14) investeerimisseminari.

### Päevakord:

- Kogunemine, tervituskohv
- Sissejuhatus, seminari fookus  
(Teet Kuusmik, SA Ida-Virumaa Tööstusalade Arendus juhatuse liige)
- Eesti ettevõtlusliima ja makromajanduslikud näitajad, üleminek eurole  
(Margus Ilmjärv, Eesti Kaubandus-Tööstuskoja Jõhvi esinduse juhataja)
- Eesti kui EL riigi tugimeetmed ettevõtjale, välisinvectorile  
(Toomas Kästik, EASI esindaja Peterburis)
- Ida-Virumaa tööstusalade võimalused – maa, infrastruktuur, tööjõud jne  
(Vadim Orlov, SA Ida-Virumaa Tööstusalade Arendus juhatuse liige)
- Kohaliku omavalitsuse tugimeetmed investoritele ja investeringute vahendajatele  
(Tarmo Tammiste, Narva linnaapea)
- Investoritele suunatud tugiteenused – finantseerimine, ettevõtete ost-müük  
(Illar Kaasik, Investment Agency OÜ)
- Tootmiskinnisvara „Brown-field” Ida-Virumaal  
(Tamara Nikolaeva, AS Arco Vara esindaja)
- Narva – atraktiivne linn investoritele  
(Mihail Stalnuhin, Narva Linnavalikogu esimees)
- Investeerimisvõimalused Ida-Virumaal – koostööettepanekud Ida-Viru ettevõtete poolt
- Kohv, suupisted, infovahetus, läbirääkimised

### Seminari sihtgrupid:

- tööstuskinnisvara omanikud ning Vene investeringutest huvitatud Virumaa ettevõtjad;
- Loode-Venemaa (Peterburi) ettevõtlus-tugiorganisatsioonide esindajad ja konsultatsiooniettevõtteid (valdkond: tööstus, logistika, tööstuskinnisvara), finantsinstitutsioonide esindajad, investeringute vahendajad, potentsiaalsed investorid.

Osalemistasu on Kaubanduskoja liikmetele 4000 krooni, mitteliikmetele 5000 krooni (hinnale lisandub käibemaks). Hinnas sisaldub: transport Jõhvi-Peterburi-Jõhvi, majutus, osalemine seminaril koos võimalusega presen- teerida oma koostööettepanekuid. Hind ei sisalda viisat.

### Lisainfo ja registreerimine:

**MARGUS ILMJÄRV** • Tel: 337 4950 • E-post: margus@koda.ee



## Koostööpakkumised:

- Rumeenia kõrgkvaliteetsete tulekindlate ehitusmaterjalide (betoon, tsement, telliskivid, mono-liit jms) tootja ja edasimüüja otsib importijaid/edasimüüjaid oma toodetele.  
**Kood 2010-05-31-046**
- Horvaatia videomängude tarkvaraarendaja otsib oma toodetele vahendajat ja pakuvad alltöövõtulepingut erinevate mängukonsoolide arendamisel. **Kood 2010-27-05-036**
- Saksa ettevõtte otsib esindajat erinevatele toodetele reo- ja olmevee puhastussüsteemide valdkonnas. **Kood 2010-05-31-018**
- Leedu kauba- ja transpordijärelevalvele ning kontrollteenustele (dokumentatsioon, turvalisus, kauba pakkimine, laadimine, puhtus) spetsialiseerunud ettevõtte otsib alltöövõtjaid.  
**Kood 2010-05-26-028**
- Austria tööriistade ja tarvikute hulgemüüja otsib edasimüüjat.  
**Kood 2010-05-25-041**
- Taani lehtmetsa töötlemisega tegelev ettevõtte otsib alltöövõtjaid. **Kood 2010-05-25-033**
- Saksa firma, mis tegeleb Euroopa kliinikute kohta käiva andmebaasiteenusega, pakub end infokanaliks meditsiini- ja hooldusasutustele.  
**Kood 2010-05-25-029**
- Itaalia voolugeneraatorite ja seadmete tootja otsib oma toodetele vahendajat.  
**Kood 2010-05-19-021**
- Prantsuse konveier robotika ja tehnoarajatiste hooldusega tegelev ettevõtte otsib alltöövõtjat konveierite ja seonduvate elementide paigaldamiseks. **Kood 2010-06-04-009**
- Belgia juveeljalal tegelev ettevõtte otsib alltöövõtjaid hõbeehete valmistamisel (sulatamine, vormimine, viimistlemine).  
**Kood 2010-06-07-001**
- Austria investor, kel kogemusi teaduslike uurimuste, meditsiini ja biotehnoloogia alal otsib uusi alustavaid ettevõtteid, kellesse investeerida ja/või osutada teenuseid projektikoordineerimise allhankijana. **Kood 2010-05-27-019**
- Poola alumiiniumi, roostevaba terase tööstusliku pulbervärvimise, laserlõikuse ja keevitamise teenuseid pakkuv firma otsib allhanke võimalusi.  
**Kood 2010-05-20-036**
- Vene probiootikumide ja kosmeetikavahendite tootja otsib edasimüüjat ning ühisettevõtluse võimalusi. **Kood 2010-05-12-017**
- Norra ettevõtte otsib partnerit, kes pakuks konteinerite teenuseid Saksamaal ja Põhjamades.  
**Kood 2010-06-07-002**



**Täpsem info:**  
**ANNIKA METSALA**

Tel: 604 0091 • E-post: annika.metsala@koda.ee

## Riigihanketeated:

### EUROOPA KOMISJON

- Digitaalse objekti identifitseerijate ja üksiku autori identifitseerijate hange teenuste võimaldamiseks seoses andmete kvaliteedi hindamise, päritolu ja juurdepääsuga. Tähtaeg dokumentidega tutvumiseks 31.08.2010, tähtaeg pakkumise esitamiseks 07.08.2010.  
**Kood 3237**

### EESTI

- Vee- ja kanalisatsioonitorustike ning -rajatiste ehitustööd Harjumaal. Tähtaeg dokumentidega tutvumiseks 23.07.2010, tähtaeg pakkumise esitamiseks 26.07.2010. **Kood 3238**
- Puidutöötlemise seadmete hange. Tähtaeg dokumentidega tutvumiseks 27.07.2010, tähtaeg pakkumise esitamiseks 02.08.2010. **Kood 3239**
- Buldooseri hange. Tähtaeg dokumentidega tutvumiseks 19.07.2010. **Kood 3240**
- Naftareostuse tagajärjel määratud lindude puhastamise ja hooldamise varustuse hange. Tähtaeg dokumentidega tutvumiseks 25.06.2010, tähtaeg pakkumise esitamiseks 28.06.2010. **Kood 3241**
- Süstalde ja süstlanõelte hange. Tähtaeg dokumentidega tutvumiseks 30.06.2010, tähtaeg pakkumise esitamiseks 01.07.2010. **Kood 3242**

- Hoonete heakorrateenuste hange Tallinnas. Tähtaeg dokumentidega tutvumiseks 29.06.2010, tähtaeg pakkumise esitamiseks 30.06.2010. **Kood 3243**
- Esitlustehnika hange. Tähtaeg 13.07.2010.  
**Kood 3244**
- Eelteade. Muusikariistade ja õppeinventari hange. **Kood 3245**
- Koolimööbli ja aknakatete hange koolile. Tähtaeg 13.07.2010. **Kood 3246**

### SAKSAMAA

- Tuuleelektriseadmete hange. Tähtaeg pakkumise esitamiseks 02.07.2010. **Kood 3247**
- Personalitarkvara hange. Tähtaeg pakkumise esitamiseks 28.06.2010. **Kood 3248**
- Terasest surveanumate hange. Tähtaeg pakkumise esitamiseks 18.06.2010. **Kood 3249**
- Nisu- ja rukkijahu hange. Tähtaeg dokumentidega tutvumiseks 04.11.2010, tähtaeg pakkumise esitamiseks 11.11.2010. **Kood 3250**
- Riililisüsteemide hange. Tähtaeg dokumentidega tutvumiseks 18.06.2010, tähtaeg pakkumise esitamiseks 07.07.2010. **Kood 3251**
- Päästeautode hange. Tähtaeg dokumentidega tutvumiseks 21.06.2010, tähtaeg pakkumise esitamiseks 19.07.2010. **Kood 3252**

- Puitgraanulite ja -hakkedite hange. Tähtaeg pakkumise esitamiseks 03.08.2010. **Kood 3253**
- Kirjutuslaudade jm mööbli hange. Tähtaeg dokumentidega tutvumiseks 05.07.2010, tähtaeg pakkumise esitamiseks 22.07.2010. **Kood 3254**

### SOOME

- Traktorite hange. Tähtaeg pakkumise esitamiseks 02.08.2010. **Kood 3255**
- Eelteade. Ehitustööde hange (Mikkelis). **Kood 3256**
- Ehitustööde hange (Helsingis). Tähtaeg pakkumise esitamiseks 30.07.2010. **Kood 3257**
- Ehitustööde hange (Helsingis). Tähtaeg pakkumise esitamiseks 30.07.2010. **Kood 3258**
- Ehitustööde hange (Tampere). Tähtaeg pakkumise esitamiseks 04.08.2010. **Kood 3259**

### GRUUSIA

- Vormirõivaste hange. Tähtaeg pakkumise esitamiseks 16.06.2010. **Kood 3260**



**Täpsem info:**  
**LEA AASAMAA**

Tel: 604 0090 • E-post: lea@koda.ee

Tallinn ja Harjumaa	ADVOKAADIBÜROO GLIKMAN & PARTNERID OÜ	www.blslawfirm.com	686 0000	Advokaatide ja advokaadibüroo tegevus.
	BALTI EHITUSPLOKK OÜ	www.balti-kivi.ee	621 2025	Betoonist seinaplokkide tootmine.
	BIOLEON OÜ		5343 1565	Spetsialiseerimata hulgikaubandus (puit ja loomasöödalised).
	BPW CONSULTING OÜ	www.bpart.ee	618 1774	Programmeerimine. Arvutialased konsultatsioonid.
	ELECTROAIR OÜ	www.electroair.ru	5858 5030	Elektrotehniliste ja muundurisüsteemide tootmine.
	ENABLE OÜ	www.enable.ee	646 3466	Auditorteenuste osutamine. Koolituste läbiviimine, finantskonsultatsioon.
	EURONURK AGENCY OÜ	www.euronurk.ee	625 0000	Laevade agenteerimine.
	KINNISVARAARENDAJATE KESKUS OÜ	www.arendaja.ee	501 1806	Projektijuhtimiseenuse osutamine kinnisvaraarendajatele. Investeeringute juhtimine ja kinnisvara investeeringute toodete müük klientidele.
	METEXCOM OÜ	www.metexcom.com	712 0040	Tsingitud ja värvitud lehtmetsali ost-müük.
	PELLONE OÜ		501 3116	Turba ja turbatoodete hulgimüük. Kalatoodete hulgimüük.
Viljandimaa	FORECO HOMES AND HOUSES AS	www.foreco.eu	433 6203	Kokkupandavate puitehitiste (saunad, suvilad, majad) ja nende elementide tootmine.

## Liikmelt liikmele:

### CSC TELECOM TM / TOP CONNECT OÜ

Ettevõtte CSC Telecom on asutatud aastal 1995 Kanadas eesmärgiga pakkuda oma klientidele neid eelseid, mida pakuvad kaasaegsed telekommunikatsioonitehnoloogiad. Oma tegevust Baltimaades alustas CSC Telecom aastal 1998 Eestist, kus ta käesoleval ajal on üks liidritest fikstelefoniside turul. CSC Telecom pakub telekommunikatsiooni teenuseid kasutades uuemaid tehnoloogia saavutusi telekommunikatsiooni valdkonnas. Lisaks sideteenustele pakutakse kompleksset teenindust: alates kliendi individuaalsete vajaduste analüüsist ja konsultatsioonidest kuni telekommunikatsiooni võrkude projekteerimiseni ja süsteemide integreerimiseni. Teenus kujutab endast vahendusjaama ja CSC Telecomi telekommunikatsioonivõrgu vahel kõrgkvaliteedi kõne- ja andmeside teenusest järgmistel suundadel: riigisisesed, rahvusvahelised telefonivõrgud. Arvestus on tehtud lähtudes järgmistest põhisuundadest: Läti, Leedu, Soome, Rootsi, Norra, Saksamaa, Inglismaa, Venemaa, Prantsusmaa, USA, Hiina, ja Taani. Kaubanduskoja liikmetele pakutavate soodustariifidega saate tutvuda Kaubanduskoja kodulehel [www.koda.ee](http://www.koda.ee) ▷ Teenused ▷ Koostööpakkumised ja info ▷ Liikmelt liikmele.

#### Lisainfo:

Kaupo Haukanõmm

CSC Telecom tm / Top Connect OÜ Eesti müügidirektor

Tel: 616 6574, 508 7229

E-post: [Kaupo.Haukanomm@csc.ee](mailto:Kaupo.Haukanomm@csc.ee)

[www.csc.ee](http://www.csc.ee)

#### Lisainfo:

**KADRI LIIMAL**

Tel: 523 6146 • E-post: [kadri@koda.ee](mailto:kadri@koda.ee)

## Kaubanduskoda õnnitleb: Mercedes-Benz 20 aastat Eestis

6. juunil täitus kaks aastakümnet päevast, mil esmakordselt anti Eesti ettevõttele ametlik õigus teenindada üht maailma hinnatuimat eliitbrändi. Stuttgartis allkirjutatud leping Mercedes-Benz AG autoriseeritud esinduse loomise kohta Tallinnas pani aluse tänaseks ühe vanima ja suurima Baltikumi autodisaini ettevõtte sisulisele loomisele. Firmanimi – AS Silberauto – kinnitati 1992. aasta jaanuaris ning alates 1995. aastast on ettevõtte ka Mercedes-Benz brändi peaesindaja Eestis ja Leedus. Tänapäevaks on Silberauto markidevalikusse lisandunud veelgi hinnatud brände ning ettevõtte teenindustevõrk katab Eesti ja Leedu suuremaid linnu.

Silberauto ettevõtete grupp on Eesti kapitalil põhinev eraettevõtte, mille käive ulatus enne majanduslangust üle 5 miljardi kroonini ning autoturu madalseisus on siiski suudetud säilitada üle miljardilise käibemaht. Silberauto Eesti AS nime alla koondatud esindustevõrku kuulub Eestis 10 ja Leedus 3 esindust ning konservatiivse finantsmajanduse poolest tuntud ettevõtte on oma esinduste väljaarendamiseks investeerinud enam kui 700 miljonit krooni. Eesti edukate ettevõtete seas on AS Silberautol 2006. aasta parima hulgikaubandusettevõtte tiitel ning jaekaubandusettevõtete kolmas koht 2008. aastal. Lisaks maailmabrändide esindamisele panustab Silberauto ka Eestimaisesse tootmisse ja ekspordi – kolmest tütar-ettevõttest kaks tegeleb autode ümberehituse ja metalldetailide tootmisega. Majandus-, finants- ja maksedistsipliini osas on AS Silberautole omistatud Krediidinfo kõrgeim AA-reiting ning 2008 aastal andis Silberauto grupp Eesti Vabariigile maksutulu kokku üle poole miljardi krooni (sh käibemaks ja sotsiaalmaks). Silberauto grupp annab tööd ca 500 inimesele, kellest lausa 38% on ettevõttes töötanud kauem kui 7 aastat.

# SILBERAUTO

## Uus kompaktne Crossover. Mitsubishi ASX. Varsti kohal.

Mitsubishi mudelivalikusse on lisandumas uus pilkupüüdev crossover. Outlanderi väikevennaks kutsutud sõiduk võlub oma innovatiivsusega - avar salong, kvaliteetne helisüsteem ja esmaklassiline turvavarustus. Loomulikult parim juhitavus ja sõidumugavus, uued säästlikud mootorid ning valikus ka nelikvedu.

Esimesed autod jõuavad Eesti turule juba augustis ning hinnad algavad vaid 239 900.-kroonist.



UUS MITSUBISHI

**ASX**



## Viimaste laoautode superhinnad algavad:

Colt	Lancer	Outlander	Grandis	L200	Pajero
149 000.-	199 000.-	349 000.-	329 000.-	299 000.-	499 000.-

Vaata laoautode pakkumisi [www.mitsubishi.ee](http://www.mitsubishi.ee)

Kampania kehtib kuni 31. 07. 2010

Mitsubishi mudelite keskmine CO<sub>2</sub>-emissioon 130-280 g/km ja keskmine kütusekulu 5,5-10,6 l/100 km

Mitsubishi Motorsi autoriseeritud esindused Eestis · TALLINN · Peterburi tee 50a, tel 605 6950 · TARTU · Ringtee 61, tel 730 0795 · JÕHVI · Jaama 42a, tel 611 9733 · PÄRNU · Riia mnt. 231a, tel 445 1990 · KURESSAARE · Tallinna 82b, tel 453 1428 · VILJANDI · Pargi 3b, tel 435 4902 · RAKVERE · Haljala tee 1, tel 660 0152 ·

[www.mitsubishi.ee](http://www.mitsubishi.ee)

SILBERAUTO



**SUURIMAD ETTEVÕTLUSKONKURSID ON ALANUD!**



**ETTEVÕTLUSE AUHIND 2010**  
**KONKURENTSIVÕIME EDETABEL 2010**  
**2010**

**OSALE KONKURSSIDEL JA  
VÕRDLE ENNAST TEISTEGA!**



ankeedid ja osalemistingimused:

**WWW.KONKURENTS.EE**