

TARTU ÜLIKOOL

Euroopa kolledž

Magistritöö

Martin Simmermann

Tarbija õiguste direktiivi nõuete järgimine Eesti e-kaubandusettevõtjate poolt ja selle tähendus Euroopa Liidu ühtse siseturu arengu jaoks

Juhendaja: Karin Sein, dr iur

Tartu 2015

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite seisukohad, ning kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

.....
/ töö autori allkiri /

Kaitsmine toimub 28-29. mail 2015. aastal Lossi 36 auditooriumis 103.

Retsensent: Eero Mikenberg, PhD

LÜHIKOKKUVÕTE

25. oktoobril 2011. a vastu Euroopa Parlamendi ja Nõukogu direktiiv 2011/83/EL tarbija õiguste kohta, millega ühtlustati liikmesriikide tarbija õiguste regulatsioon väljaspool ärruume sõlmitavate lepingute ja sidevahendi abil sõlmitavate lepingute valdkonnas. Eesti õiguses viidi direktiivi rakendamiseks vajalikud muudatused sisse võlaõigusseadusesse ja tarbijakaitseadusesse ning need jõustusid 13. juunil 2014. a. Käesoleva magistr töö eesmärgiks on hinnata tarbija õiguste direktiivi rakendumist Eestis ehk analüüsida, kuidas järgivad tarbija õiguste direktiivi nõudeid Eesti e-kaubandusettevõtjad ning millist tähendust omab antud direktiiv Euroopa Liidu ühtse siseturu arengule tervikuna.

Püstitatud eesmärkide saavutamiseks viidi magistr töö e-kaubanduse turgu puudutav kvantitatiivne uuring, et saada ülevaade Eesti e-kaubandusettevõtjatest ning hinnata, kas ja millises ulatuses vastab turul tegutsevate äriühingute tegevus tarbija õiguste direktiivis sätestatud nõuetele.

Kokkuvõtvalt nähtus uuringust, et üksnes 2% e-kauplustest olid oma tegevuse ehk veebilehed ja tüüptingimused seadusega kooskõlla viinud. 98% valimisse kuulunud e-kauplustest kohustuslikele nõuetele ei vastanud või vastasid üksnes osaliselt.

Magistr töö raames läbiviidud uuring näitas, et olgugi, et formaalselt on e-kaubanduse ja sellega seotud tarbija õiguste valdkond harmoniseeritud ehk neofunktsionalistlik ülekandefekt on antud valdkonda jõudnud, ei ole Euroopa Liidu seadusandja poolt seatud eesmäärke veel Eestis saavutatud. Tarbija õiguste direktiivi sätteid on Eesti õigusesse küll nõuetekohaselt üle võetud, kuid praktikas neid ei järgita. Asjaolu, et Eesti e-kauplejad ei täida tarbija õiguste direktiivi, on tekitanud olukorra, kus praktikas ei ole tarbijakaitse tase Euroopa Liidus ühtne ehk ühtse siseturu eesmärk ei ole kokkuvõttes realiseerunud. Ühtlustatud on küll osad tarbija õiguste valdkonnad, kuid see ei ole veel taganud ühtse Euroopa Liidu siseturu toimimist.

SISUKORD

1. TARBIJA ÕIGUSTE DIREKTIIVI TÄHTSUS EUROOPA LIIDU SISETURU JA TARBIJA ÕIGUSTE ARENGUS.....	8
1.1. Euroopa integratsiooni neofunktsionalistlik käsitlus	8
1.2. Euroopa Liidu siseturu ja tarbija õiguste kujunemine	10
1.3. Tarbija õiguste direktiivi tähtsus Euroopa Liidu siseturu kujunemisel	13
2. TARBIJA ÕIGUSTE DIREKTIIVI ÜLE VÕTMINE JA RAKENDUMINE EESTIS	16
2.1. Tarbija õiguste direktiivi sisu ja üle võtmine Eesti õigusesse	16
2.2. Tarbija õiguste direktiivi rakendumise uuringu sisu	18
2.3. Uuringu läbiviimine ja meetoodika.....	20
3. TARBIJA ÕIGUSTE DIREKTIIVI RAKENDUMISE UURINGU TULEMUSED ...	24
3.1. Tarbija lepingueelne teavitamine	24
3.1.1. Ettevõtja isik ja kontaktandmed.....	24
3.1.2. Meeldetuletus õiguskaitsevahendite olemasolu kohta.....	26
3.1.3. Andmed kohtuvälise vaidlusi lahendava organi poole pöördumise kohta	28
3.2. Täiendav teave arvutivõrgu abil sõlmitavate lepingute puhul.....	29
3.2.1. Teave maksevahendite ja kättetoimetamise piirangute kohta.....	29
3.2.2. "Tellimus koos maksekohustusega"	30
3.3. Taganemisõigus.....	31
3.3.1. Taganemisõigusega seonduv lepingueelne teave	32
3.3.2. Tarbija õigus lepingust taganeda	36
3.3.3. Poolte kohustused lepingust taganemisel	39
4. TARBIJA ÕIGUSTE DIREKTIIVI RAKENDUMISE UURINGU KOKKUVÕTE, JÄRELDUSED JA ETTEPANEKUD.....	44
4.1. Uuringu tulemuste kokkuvõte	44
4.2. Järeldused	46
4.3. Ettepanekud.....	48
KOKKUVÕTE	51
KASUTATUD ALLIKATE LOETELU	53
Summary.....	64
LISAD	67
Lisa 1: Ülevaade magistritöö uuringu käigus analüüsitud küsimustest ja tulemustest.....	67
Lisa 2: Ülevaade magistritöö raames analüüsitud äriühingutest.	74

SISSEJUHATUS

Euroopa Liidu ühtne turg ehk siseturg on Euroopa Liidu majanduspiirkonnast koosnev sisepiirideta ala, mille ulatuses on tagatud nii kaupade, teenuste kui ka isikute vaba liikumine.¹ Siseturg koosneb 12 valdkonnast², millest Eesti jaoks on kõige prioriteetsem digitaalse siseturu areng.^{3,4} Digitaalse siseturu kõige olulisemaks osaks on elektrooniline kaubandus ehk kaupade või teenuste müügiks pakkumine ja müük Internetis.⁵

Hoolimata Euroopa Liidu ühtse siseturu arengust ja eelistest, on digitaalne siseturg ja sellel toimuv elektrooniline kauplemine, oma täieliku potentsiaali saavutamisest veel väga kaugel.⁶ Kui 2012. aastal ostis Interneti vahendusel kaupu ja teenuseid kokku 54% liikmesriikide tarbijatest, siis piiriülese e-kaubanduse osakaal oli samal ajal üksnes 14%.⁷ Selline jätkuv riigisisese ja piiriülese e-kaubanduse erinevus on peamiseks ajendiks, miks Euroopa Komisjon on soovinud siseturuga seonduvaid valdkondi harmoniseerida. Nimelt, alates digitaalse siseturu kujunemisest, on Euroopa Liidu eesmärgiks olnud selle tõrgeteta toimimine ja liikmesriikides regulatsioonide ühtlustamine. Teiste seas on Euroopa Komisjoni eesmärgiks olnud liikmesriikide tarbijakaitse tasemete ühtlustamine ning sellega seotud regulatsiooni harmoniseerimine.

Alates 2005. aastast on enamus tarbijakaitse direktiive sätestatud maksimumharmoniseerimise põhimõttest lähtuvalt ehk nende sisu on olnud täies ulatuses

¹ Euroopa Liidu toimimise lepingu konsolideeritud versioon, artikkel 26 (2). ELT C 83/1 30.03.2010.

² Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Single Market Act. Twelve levers to boost growth and strengthen confidence. "Working together to create new growth". COM(2011) 206 final, 13.04.2011, lk 4,

³ Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. Eesti infoühiskonna arengukava 2020, lk 23. Arvutivõrgus: http://www.riso.ee/sites/default/files/elfinder/article_files/infoyhiskonna_arengukava_2020_f.pdf, 12.05.2015.

⁴ Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. Eesti peab oluliseks Euroopa Liidu digitaalse siseturu arendamist. Arvutivõrgus: <https://www.mkm.ee/et/uudised/eesti-peab-oluliseks-euroopa-liidu-digitaalse-siseturu-arendamist>, 08.04.2015.

⁵ Kaubandustegevuse seadus. RT I, 12.07.2014, 59 ... RT I 2004, 12, 78, § 2 punkt 7.

⁶ Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Majandus ja Sotsiaalkomiteele ja Regioonide Komiteele. Ühtne raamistik usalduse loomiseks digitaalse ühtse turu vastu seoses e-kaubanduse ja internetipõhiste teenustega. COM(2011) 942 final, Brüssel, 11.1.2012, lk 2. Arvutivõrgus: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0942:FIN:ET:PDF>, 12.05.2015.

⁷ Eurostat. Information society statistics – households and individuals. Arvutivõrgus: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Information_society_statistics_-_households_and_individuals, 08.04.2015.

liikmesriikidele ülevõtmiseks kohustuslik. Integratsiooniteoreetiliselt on tegemist olnud neofunktsionalistliku ülekandefektiga ehk ühe siseturu valdkonna harmoniseerimine on tekitanud regulatsioonide ühtlustamise vajaduse ka teistes, sellega seotud valdkondades. Euroopa Liidu siseturu ja tarbijakaitsealase regulatsiooni harmoniseerimise jätkuna võeti 25. oktoobril 2011. a vastu Euroopa Parlamendi ja Nõukogu direktiiv 2011/83/EL tarbija õiguste kohta⁸, millega ühtlustati liikmesriikide tarbija õiguste regulatsioon väljaspool ärruume sõlmitavate lepingute ja sidevahendi abil sõlmitavate lepingute valdkonnas. Eesti õiguses viidi direktiivi rakendamiseks vajalikud muudatused sisse võlaõigusseadusesse ja tarbijakaitseadusesse ning need jõustusid 13. juunil 2014. a.

Käesoleva magistr töö eesmärgiks on hinnata tarbija õiguste direktiivi rakendumist Eestis ehk analüüsida, kuidas järgivad tarbija õiguste direktiivi nõudeid Eesti e-kaubandusettevõtjad ning millist tähendust omab antud direktiiv Euroopa Liidu ühtse siseturu arengule tervikuna. Püstitatud eesmärkide saavutamiseks viidi magistr töö e-kaubanduse turgu puudutav kvantitatiivne uuring, et saada ülevaade Eesti e-kaubandusettevõtjatest ning hinnata, kas ja millises ulatuses vastab turul tegutsevate äriühingute tegevus tarbija õiguste direktiivis sätestatud nõuetele. Uuringu hüpoteesiks oli, et Eesti e-kaupluste tegevus ei ole täielikult seadusega kooskõlas ning tarbija õiguste direktiivi rakendumine on olnud Eestis puudulik.

Ülesehituslikult on magistr töö jaotatud neljaks osaks. Esimeses peatükis antakse ülevaade Euroopa Liidu siseturu ja sellega seotud tarbija õiguste kujunemisest, läbi neofunktsionalistliku käsitlemise. Eraldi alapunktina käsitletakse tarbija õiguste direktiivi tähtsust Euroopa Liidu siseturu kujunemisel. Teises peatükis kirjeldatakse tarbija õiguste direktiivi ülevõtmist Eesti õigusesse. Antud peatüki antakse ka ülevaade tarbija õiguste direktiivi sisust ning kirjeldatakse magistr töö uuringut, selle läbiviimist ning kasutatud meetodikat. Töö kolmas peatükk on käesoleva magistr töö keskne osa, käsitledes tarbija õiguste direktiivi uuringu tulemusi ja sellega seonduvaid statistilisi analüüse. Magistr töö

⁸ Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 2011/83/EL 25. oktoober 2011, tarbija õiguste kohta, millega muudetakse nõukogu direktiivi 93/13/EMÜ ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 1999/44/EÜ ja millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu direktiiv 85/577/EMÜ ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 97/7/EÜ – L 304/64, 22.11.2011. Käesolevas töös on antud direktiivile viitamisel kasutatud nimetust: tarbija õiguste direktiiv.

neljandas ehk viimases osas esitatakse kokkuvõtte uuringu tulemustest ja nendega seotud järeldustest. Samuti sisalduvad antud peatükis autori poolsed ettepanekud.

Tulenevalt asjaolust, et magistritöö peamiseks eesmärgiks on kvantitatiivse uuringu läbiviimine, on töös keskendutud eelkõige uuringu raames kogutud andmetele ehk e-kaupluste tüüptingimustele. Lisaks on peamiste allikatena kasutatud tarbija õiguste direktiivi ning selle sisu tõlgendavaid Euroopa Liidu ja riigisiseseid seletuskirju.

Magistritöös kasutatud materjalidele viitamisel on kasutatud joonealuse viitamise süsteemi. Esmakordselt allikale viitamisel on toodud joone all ära terviklik viide. Teistkordsel viitamisel samale allikale kasutatakse lühendatud viidete süsteemi, kus näidatakse joone all ära allika autor ning viidatav lehekülg või punkt allikast. Samal põhimõttel on joonealuses viites lühendatult esitatud ka õigusaktide ning õigusnormide viited. Kõik magistritöös kasutatud allikad on kättesaadavad viidatud allikate loetelust.

1. TARBIJA ÕIGUSTE DIREKTIIVI TÄHTSUS EUROOPA LIIDU SISETURU JA TARBIJA ÕIGUSTE ARENGUS

1.1. Euroopa integratsiooni neofunktsionalistlik käsitlus

Analüüsimaks tarbija õiguste direktiivi tähtsust Euroopa Liidu siseturu ja tarbija õiguste arengus, tuleb esmalt vaadelda Euroopa Liidu ja selle *aquis* senist arengut. Kuna Euroopa Liidu ja selle õiguse areng on ajalooliselt olnud väga tihedasti seotud Euroopa integratsiooniga, on oluline analüüsida esmalt integratsiooni protsessi tervikuna ning seejärel selle seost tarbija õiguste arenguga.

Definitsioonina tähendab Euroopa integratsioon Euroopa Liidu liikmesriikide suveräänsuse ülekannet Euroopa organisatsioonidele ning siseriiklike, majanduslike ja ühiskondlike süsteemide ühendamist Euroopa üldsüsteemi.⁹ Integratsiooni mõiste avaldus esimest korda Euroopa Majandusühenduse lepingu sissejuhatavas osas, kus räägitakse "Euroopa rahvaste üha tihedamast liitumisest"¹⁰ ning Euroopa Liidu lepingu sissejuhatavas osas, kus väljendati otsustavust "tõsta Euroopa Ühenduste loomisega alguse saanud Euroopa integratsiooniprotsess uuele tasandile"^{11,12} Hoolimata integratsiooni mõiste olulisusest ja tähtsusest Euroopa Liidu kujunemisloos, puudub ühtne metateoreetiline käsitlus, mis seletaks ammendavalt Euroopa integratsiooni protsesse ja sellega seonduvaid arenguid.¹³

Ajalooliselt on Euroopa riikide vahelisi suhteid konseptualiseeritud läbi nelja baasteooria: realismi, idealismi, föderalismi ja vastastikkuse sõltuvuse teooria.¹⁴ Tänapäeval kasutatakse nimetatud baasteooriate edasiarendusi, mis on üldistatuna jagatavad kaheks:

⁹ E. Pabsch. Euroopa Integratsioon. Tartu Ülikooli Kirjastus. Tartu, 1999, lk 43.

¹⁰ Euroopa Ühenduse asutamisleping. Rooma 25.03.1957, viimati parandatud Liitumislepinguga 2003. a. Konsolideeritud versioon, 01.05.2004, lk 1.

¹¹ Aluslepingute konsolideeritud versioonid. Põhiõiguste harta. Euroopa Liit, 2010, lk 15. Arvutivõrgus: http://europa.eu/eu-law/decision-making/treaties/pdf/consolidated_versions_of_the_treaty_on_european_union_2012/consolidated_versions_of_the_treaty_on_european_union_2012_et.pdf, 12.04.2015.

¹² E. Pabsch. *Ibid*, lk 43.

¹³ D. Phinnemore, L. McGowan. A Dictionary of the European Union. The Europa Publications EU Information Series. 6th edition. Routledge, Cownwall, 2013, lk 300.

¹⁴ V. Veebel. Euroopa poliitilise integratsiooni perspektiivid ja mõju Eestile. Euroopa kolledži loengud. Vihik nr 6. Tartu 2000, lk 8.

valitsustevahelised ja riikide ülesed teoreetilised käsitlused. Valitsustevaheline teooria pärineb rahvusvaheliste suhetest ning selle kohaselt on liikmesriigid need, kes otsustavad ja määravad integratsiooni sisu ja kiiruse. See eeldab riiklike parlamentide ülimuslikkust integratsiooniprotsessis ja aluslepingute koostamisel ning omistab väiksemat tähtsust riigiülestele institutsioonidele ehk Euroopa Komisjonile, Euroopa Parlamendile ja Euroopa Kohtule. Riikide ülene teoreetiline käsitlus rõhutab aga riigiülestele institutsioonide ja huvitatud osapoolte tähtsust integratsiooni protsessis ja selle süvenemisel. Selle käsitluse kohaselt on Euroopa Liidu otsused ja neid langetavad institutsioonid rahvusriikidega võrreldes ülimuslikud ning oma tegevuses iseseisvad.¹⁵

Riikide ülestest integratsiooniteooriatest kõige mõjukamaks¹⁶ ja Euroopa integratsiooni sünonüümiks¹⁷ peetakse neofunktsionalismi.¹⁸ Tegemist on kontseptsiooniga, mille juured on David Mitrany 1943. aastal sõnastatud funktsionalistlikus teoorias¹⁹ ning Jean Monnet pragmaatilises strateegias Schumani plaani loomisel^{20,21}. Nende põhjal on kujunenud neofunktsionalistlik paradigma, mis on defineeritav kaheastmelisena. Esiteks, integratsioon, kui suuremate poliitiliste üksuste vabatahtlik loomine. Teiseks, integratsioon protsessina, milles rahvuslike poliitikate osalisi veendakse kandma oma lojaalsus, ootused ja tegevused üle uuele võimukeskusele.²² Neofunktsionalismi sisuks on käsitlus, mille kohaselt tekib keskne rahvusriikide ülene ühendus, mis näeb riikide vahelist majandusliku koostöö süvenemist ja uutesse valdkondadesse laienemist enda eelisena, mistõttu on sellise ühenduse tegevus suunatud valitsuste vahelise koostöö suurendamisele ja võimalikult paljudesse valdkondadesse laienemisele.²³

¹⁵ D. Phinnemore, L. McGowan. *Op. cit.*, lk 433.

¹⁶ M. Eilstrup-Sangiovanni. *Debates on European Integration*. Palgarve Macmillan. New York, 2006, lk 101.

¹⁷ N. Nugent. W. E. Paterson. *Theories of European Integration*. Macmillan Press. London, 2000, lk 50.

¹⁸ T. Tiilikainen. T. Palosaari. *Integraation teooria*. Helsinki University Press. Helsinki, 2007, lk 41.

¹⁹ Täpsemalt sõnastati antud teooria David Mitrany teoses "Working peace systems", milles seati riigiülesed institutsioonid maailmapoliitika keskmesse.

²⁰ Antud plaani loomine viis lõpuks Euroopa Sõe- ja Terasühenduse loomiseni.

²¹ M. Brückel. Ernst B. Haas Euroopa integratsioonist. Riigikogu toimetised 30, 2014. Arvutivõrgus: <http://www.riigikogu.ee/rito/index.php?id=16224>, 06.05.2015.

²² V. Veebel. *Op. cit.*, lk 9.

²³ T. Tiilikainen. T. Palosaari. *Op. cit.*, 41.

Neofunktsionalismi keskne tees on, et integratsioon ühes sektoris viib koostöö ja lõimumiseni ka teistes sellega seotud valdkondades. Seda keskset liikuma panevat jõudu nimetatakse ülekandeeffektiks ehk *spillover* mehhanismiks.²⁴

Definitsiooni kohaselt on *spillover* protsess, milles konkreetse eesmärgiga tegevus tekitab olukorra, kus algselt seatud eesmärki saab saavutada üksnes täiendavate meetmete kasutuselevõttuga.²⁵ Ülekandeeffekti teoreetiline sisu seisneb selles, et kui madala poliitika alad on integreeritud ja on loodud riigiülene koordinaatsiooni struktuur, siis teatud majandussektorite integreerimisel tekib vajadus ühendada ka nendega piirnevad majandussektorid²⁶, mis tekitab omakorda hiljem vajaduse ka riikide majanduste ja poliitikate integreerimiseks.²⁷ Seetõttu moodustab neofunktsionalistliku integratsiooni nii majanduslik, poliitiline kui ka kultiveeritud *spillover*.²⁸ Majandusliku ehk funktsionaalse ülekandeeffekti kohaselt on mõned majanduse sektorid üksteisest nii sõltuvad, et neid ei saa vaadata isolatsioonis ning katsed ühendada teatud majandusvaldkonnad viivad probleemideni, mida saab lahendada ainult järgmiste tegevuste ja valdkondade ühendamiseega.²⁹

Seega, neofunktsionalistlik käsitlus lähtub eeldusest, et siseturu ja e-kaubanduse sektori integreerimine, tekitab koostöö ja lõimumise vajaduse ka sellega seotud valdkondades, muuhulgas ka tarbija õiguste valdkonnas. Tarbija õiguste regulatsiooni harmoniseerimine tekitab aga omakorda vajaduse sellega seonduvate valdkondade harmoniseerimiseks.

1.2. Euroopa Liidu siseturu ja tarbija õiguste kujunemine

Kui neofunktsionalism esimest korda integratsiooniteooriana sõnastati, oli Euroopa Sõe- ja Tehaseühendus juba "üle kandunud" 1957. aastal Rooma lepinguga loodud Euroopa Majandusühenduseks ja Aatomienergiaühenduseks. Ühenduste loomise tulemusena hakkas kujunema ühine kaubandus- ja põllumajanduspoliitika³⁰, loodi tolliliit ehk kaotati

²⁴ M. Brückel. *Ibid.*

²⁵ N. Nugent. W. E. Paterson. *Op. cit.*, lk 60.

²⁶ M. Brückel. *Ibid.*

²⁷ T. Tiilikainen. T. Palosaari. *Op. cit.*, 41.

²⁸ M. Eilstrup-Sangiovanni. *Op. cit.*, 94.

²⁹ M. Brückel. *Ibid.*

³⁰ *Ibid.*

tollimaksud ning moodustus ühisturg³¹. 1987. aastal vastu võetud Ühtse Euroopa Aktiga viidi Euroopa ühisturu kujunemine lõpuni ja 1993. aastal vastu võetud Maastrichti lepinguga³² loodi ühtne majandus- ja rahandusliit. 1997. aasta Amsterdami leping³³ integreeris Schengeni *aquis'* Euroopa Liidu õiguskorda ning 2009. aasta Lissaboni lepinguga³⁴ muudeti Euroopa Liidu otsustusprotsess ja sellega kaasnev integratsioon veelgi kiiremaks ja tõhusamaks. Neofunktsionalistliku käsitluse kohaselt on selline Euroopa Liidu ja siseturu areng saanud võimalikuks üksnes tänu ülekandefektidele. Nimelt, esialgne sõe ja terase tootmise ühendamine tekitas regulatsioonivajaduse sellega kaasnevate valdkondades ehk transpordi ja energeetika sektorites. See tekitas funktsionaalse surve omakorda nende valdkondade regulatsiooniks ja vajaduse ühtse regulatsiooni välja kujundamiseks. Dekaadide pikkuse integratsiooni, ülekandefektide ja korduvate aluslepingute muutmise tulemusena on ühisest sõe- ja teraseturust saanud käesolevaks hetkeks Euroopa Liidu siseturug, mille ulatuses on tagatud nii kaupade, teenuste kui ka isikute vaba liikumine,³⁵ kehtivad ühtsed konkurentsireeglid ja ettevõtete asutamisvabadus. Majanduslikest huvidest ja vabakaubandusest on saanud Euroopa Liidu vundament, millele tugineb liikmesriikide koostöö ka kõikides teistes valdkondades.³⁶

Neofunktsionalistliku integratsiooniteooria kohaselt on Euroopa Liidu ja selle siseturu kujunemine toimunud seitsme etapilise protsessina³⁷, millest keskseim ongi liikmesriikide majandussektorite ühtlustamine ja seeläbi toimuv integratsioon. Euroopa Liidu ja selle ühtse turu üheks olulisemaks kaubanduspoliitiliseks põhimõtteks on igasuguste piirangute kaotamine ühisturu siseselt³⁸. Selle saavutamiseks on lihtsustatud

³¹ M. Cini, N. P-S. Borrigan. *European Union Politics. The European Community: From 1945 to 1985.* Oxford University Press. Mishawaka, 2013, lk 27.

³² Aluslepingute konsolideeritud versioonid. Põhiõiguste harta. Euroopa Liit, 2010, lk 15. Arvutivõrgus: http://europa.eu/eu-law/decision-making/treaties/pdf/consolidated_versions_of_the_treaty_on_european_union_2012/consolidated_versions_of_the_treaty_on_european_union_2012_et.pdf, 12.04.2015.

³³ Amsterdami leping, millega muudetakse Euroopa Liidu lepingut, Euroopa Ühenduse asutamislepinguid ja teatavaid nendega seotud akte. 340/C, 10.11.1997.

³⁴ Lissaboni leping, millega muudetakse Euroopa Liidu lepingut ja Euroopa Ühenduse asutamislepingut. 2007/C – ELT L 306/01, 17.12.2007.

³⁵ Täpsemalt tuleneb antud õigus Euroopa Liidu toimimise lepingu artiklist 26 (2).

³⁶ P. Palk. *Euroopa ühendamise lugu.* Kirjastus Argo. Tallinn, 2003, lk 182-183.

³⁷ N. Nugent. W. E. Paterson. *Op. cit.*, lk 51-52.

³⁸ P. Palk. *Op. cit.*, lk 184.

ja harmoniseeritud liidus kehtivaid nõudeid, et nii tarbijad kui ka ettevõtjad saaksid kasutada kõiki võimalusi, mida ühtne turg oma 28 liikmesriigiga pakub.

Kui analüüsida tarbija õiguste tähtsust siseturu kujunemisel, siis ajalooliselt on olnud tegemist sekundaarse ehk integratsiooniprotsessi üksnes toetava valdkonnaga. Ühenduse loomisel valitses arusaam, et avatud turg ja efektiivne konkurents suudab ise läbi enesereguatsiooni tarbijate huve kaitsta, mistõttu leiti, et puudub vajadus kunstlike piirangute ja regulatsiooni kehtestamiseks.³⁹ Sellest tulenevalt ei sätestatud 1957. aasta Euroopa Majandusühenduse asutamislepingus Ühenduse ametliku poliitikana tarbijakaitse valdkonda puudutavate küsimuste reguleerimist.⁴⁰ Esimest korda konstitueeriti tarbija kaitse printsiibid Euroopa Majandusühenduse tarbijaharta põhimõttena 1975. aastal, kui võeti vastu EMÜ tarbijakaitse- ja informatsioonipoliitika tegevuskava. Tulenevalt aga asjaolust, et EMÜ asutamislepingus jäi Ühenduse tarbijakaitsealane pädevus endiselt fikseerimata, puudus Ühendusel tarbijakaitsealane õigusloome pädevus.⁴¹

Esimest korda tunnistas tarbijate kaitse vajadust Euroopa Liidu poliitilise eesmärgina Euroopa Kohus, 1979. aastal, *Cassis de Dijon* kohtuasjas⁴², millest tulenevalt sätestati 1986. aastal vastu võetud Ühtse Euroopa aktis Ühenduse tasemel kõrgetasemeline kaitseabinõude rakendamine tarbijakaitse alal. Iseseisvaks ja autonoomseks Euroopa Liidu poliitikasfääriks sai tarbijapoliitika 1992. aastal, kui Maastrichti lepingus sätestati tarbijakaitse alusprintsiibid ning tarbijakaitse põhimõtted seoti ühtse siseturu arengutega. 2009. aastal jõustunud Lissaboni lepinguga sätestati Euroopa Liidu eripädevus tarbijakaitse eesmärkide saavutamisel, millest tulenevalt on Ühenduse pädevuses aidata kaasa siseturu väljakujunemisele ning rakendada tarbijakaitse eesmärkidel Ühenduse õiguse ühtlustamist. Sisuliselt on tarbijakaitse ja tarbijakaitsealase taseme reguleerimine

³⁹ K. Cseres. *Competition Law and Consumer Protection*. Kluwer Law International. Bedfordshire, 2005, lk 193.

⁴⁰ Asutamislepingu artikkel 2 seadis üksnes Ühenduse eesmärgiks edendada elustandardi kiiret tõusu ning artikliga 68 lõikega C määratleti ettevõtja domineeriva positsiooni kuritarvituseks "tootmise, turgude või tehnilise arengu piiramise tarbijate kahjuks".

⁴¹ M. Kingisepp. *Tarbijakaitseõigus Euroopa Liidus ja Eestis*. Läte: Tallinn, 2011, lk 65.

⁴² Euroopa Kohtu otsus 20.02.1979 kohtuasjas C-120/78 *Rewe-Zentrale AG v Bundesmonopolverwaltung für Branntwein* EKL 1979 649.

muutumas Ühenduse eksklusiivseks kompetentsiks⁴³, millest tulenevalt on liikmesriikide pädevus Euroopa Liidu õigusest erinevate tarbijakaitsealaste õigusnormide rakendamiseks muutumas aina väiksemaks.

Seega, kui Euroopa Majandusühenduse ja ühisturu loomisel puudus veel vajadus ühtse tarbijaõiguste regulatsiooni kehtestamiseks, siis üle poole sajandi kestnud integratsiooni ja ülekandefektide tulemusena on tarbija õigustest saanud Ühenduse ainukompetents ning liikmesriikide pädevuseks on sisuliselt üksnes Euroopa Liidu tarbijakaitsealase regulatsiooni rakendamine.

1.3. Tarbija õiguste direktiivi tähtsus Euroopa Liidu siseturu kujunemisel

Kui vaadelda kitsamalt Euroopa Liidu tarbijakaitse valdkonna ajaloolist arengut, siis selle alguseks võib pidada 1995. aastat, kui Euroopa Komisjoni juurde loodi tervishoiu ja tarbijakaitse peadirektoraat. See tegeleb kõigi Euroopa Liidu tarbijakaitse valdkonna küsimustega ning vastutab tarbijapoliitika teostamise ja selleks vajalike õigusaktide väljatöötamise eest. Oma olemuselt toimub tarbijakaitsealane Euroopa Liidu õiguse ühtlustamine kahel viisil: positiivse ja negatiivse harmoniseerimisena. Positiivse harmoniseerimine tähendab Euroopa Liidu horisontaalse ja vertikaalse regulatsiooni ülevõtmist liikmesriikide poolt. Negatiivne harmoniseerimine tähendab olukorda, kus liikmesriigile keelatakse (Euroopa Kohtu poolt⁴⁴) nende siseriikliku õiguse sätete kasutamine, mis takistavad või piiravad Euroopa aluslepingus sätestatud eesmärkide, sh. Ühenduse ühtse siseturu toimimist.⁴⁵

Kui Euroopa Liidu seadustekogu mahuks on enam kui 170 000 lehekülge⁴⁶, siis Euroopa Liidu tarbijakaitset puudutav *acquis* koosneb üle 20 direktiivist. Kui alguses lähtusid direktiivid miinimumharmoniseerimise põhimõttest ehk liikmesriigid võisid direktiivide ülevõtmisel minna sellest kaugemale ja kehtestada direktiivi nõuetest rangemaid või täpsemaid nõudeid, siis alates 2005. aastast lähtuvad tarbijakaitse direktiivid pigem

⁴³ M. Kingisepp. *Op. cit.*, lk 67.

⁴⁴ Senises Euroopa Liidu õiguspraktikas on negatiivse harmoniseerimise mootoriks olnud Euroopa Kohus.

⁴⁵ M. Kingisepp. *Op. cit.*, lk 69-70.

⁴⁶ U. Lõhmus. Kuidas liikmesriigi kohtusüsteem tagab Euroopa Liidu õiguse tõhusa toime? – *Juridica*, 2007, III, lk 143.

maksimumharmoniseerimise põhimõttest. Euroopa Komisjoni hinnangul tuleneb see vajadusest aidata kaasa siseturu tõrgeteta toimimisele ja ühtlustada liikmesriikide tarbijakaitse taset, muutes tarbijate õigused siseturul selgemaks⁴⁷, seda nii ettevõtjatele kui ka tarbijatele.

Kui vaadata, kuidas selline seisukoht on kujunenud, siis 2003. aastal avaldas Euroopa Komisjon tegevuskava⁴⁸, millega sätestati eesmärk parandada Euroopa lepinguõiguse kvaliteeti ja ühtsust. See nägi ette ühtse tugiraamistiku loomise Euroopa lepinguõiguse ühtlustamiseks ning muu hulgas hõlmasid tugiraamistiku põhimõtted ka erinevaid tarbijalepinguid. 2005. aastal avaldas Euroopa Komisjon õiguskeskkonna lihtsustamise strateegia programmi⁴⁹, mis seadis tarbijakaitse alal eesmärgiks *aquis'* ratsionaliseerimise ja lihtsustamise eesmärgiga vabaneda võimalikest vastuoludest ja siseturutõketest. 2007. aastal avaldas Euroopa Komisjon Rohelise raamatu ühenduse tarbijaõigustiku läbivaatamise kohta, mille eesmärgiks oli saavutada tegelik tarbijate siseturg. Sisuliselt tähendas see tarbijakaitse alase regulatsiooni täielikku ühtlustamist⁵⁰ ning neofunktsionalistliku ülekandefekti jõudmist tarbijakaitse valdkonda. Sellest lähtuvalt tegi Euroopa Komisjon 2008. aastal ettepaneku kehtestada kogu Euroopa Liidus ühtsed tarbijaõigused, mis lihtsustaksid ostude tegemist nii tavakaubandusvõrgust kui ka Internetist. Selle saavutamiseks koondati kaks seni kehtinud direktiivi⁵¹, eesmärgiga suurendada tarbija usaldust ja vähendada bürokraatiat.⁵² Komisjoni ettepanekust lähtuvalt võtsid Euroopa Nõukogu ja Euroopa Parlament 22. novembril 2011. aastal vastu direktiivi 2011/83/EL tarbija õiguste kohta⁵³, millega kehtestati ühtne regulatsioon kauglepingute ja väljaspool ärruume sõlmitavate lepingute suhtes.⁵⁴ Direktiivi eesmärgiks oli luua ühtne liikmesriikide ülene kaugmüügi ja väljaspool ärruume

⁴⁷ *Ibid*, lk 70.

⁴⁸ Communication from the Commission to the European Parliament and the Council: A More Coherent European Contract Law – An Action Plan, COM (2003) 68 final.

⁴⁹ Euroopa Ühenduse Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ja regioonide komiteele. Ühenduse Lissaboni kava rakendamine: õiguskeskkonna lihtsustamise strateegia Brüssel 25.10.2005 KOM (2005) 535 lõplik.

⁵⁰ M. Kingisepp. *Op. cit*, lk 73-76.

⁵¹ Direktiivid, mis käsitlesid kauglepinguid ja koduuksemüüki.

⁵² M. Kingisepp. *Op. cit*, lk 76.

⁵³ Tarbija õiguste direktiiv, *Op cit*.

⁵⁴ *Ibid*, preambuli punkt 2.

sõlmitavate lepingute regulatsioon Euroopa Liidus. Direktiiv lähtus maksimumharmoniseerimise printsiibist ehk liikmesriigid ei tohtinud säilitada ega vastu võtta direktiiviga vastuolus olevaid sätteid ning kõik varasemad valdkonda puudutavad direktiivid, mis lähtusid minimaalse ühtlustamise printsiibist, tunnistati kehtetuks⁵⁵.⁵⁶ Tarbija õiguste direktiivi peamiseks eesmärgiks oli saavutada Euroopa Liidus kõrge tarbijakaitse tase, aidata kaasa siseturu arengule ja toimimisele ning ühtlustada tarbijate ja kauplejate vahel sõlmitavate lepingute regulatsioonid.⁵⁷

⁵⁵ Nõukogu 20.12.1985 direktiiv 85/577/EMÜ tarbija kaitsmise kohta väljaspool ärruume sõlmitud lepingute korral. EÜT L 372, 31.12.1985 ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 97/7/EÜ tarbijate kaitse kohta sidevahendi abil sõlmitud lepingute korral. EÜT L 144, 4.06.1997.

⁵⁶ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitse seaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskiri. Arvutivõrgus: <http://www.riigikogu.ee/?op=ems&page=eelnou&eid=92103f72-2ac3-4f7f-8446-419ec63bf4db&>, 08.04.2015.

⁵⁷ DG Justice Guidance Document concerning Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council, lk 4. Arvutivõrgus: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/crd_guidance_en.pdf, 13.01.2015.

2. TARBIIJA ÕIGUSTE DIREKTIIVI ÜLE VÕTMINE JA RAKENDUMINE EESTIS

2.1. Tarbija õiguste direktiivi sisu ja üle võtmine Eesti õigusesse

Tarbija õiguste direktiiviga pandi kõikidele liikmesriikidele kohustus võtta vastu ja avaldada direktiivi jõustumiseks vajalikud õigusnormid hiljemalt 13. detsembriks 2013. a ning hakata siseriiklikult vastavaid sätteid kohaldama alates 13. juunist 2014. a⁵⁸. Olgugi, et kokku hilines vajalike normide vastu võtmisega 17 liikmesriiki⁵⁹, on käesolevaks hetkeks kõik riigid vajalikud siseriiklikud seadusemuudatused teinud ning direktiivis sätestatud regulatsioon kehtib kõikides liikmesriikides ehk kogu Euroopa Liidu siseturul.

Eestis otsustati direktiivi vastu võtmiseks vajalikud rakendussätted lisada võlaõigusseadusesse ja tarbijakaitseseadusesse ning vastav eelnõu⁶⁰ edastati Justiitsministeeriumi poolt osapooltele kooskõlastamiseks 3. juulil 2013. a⁶¹. Menetluse käigus esitati kokku 37 täiendust, millest täielikult arvestati 18 ja osaliselt 12 märkust/täiendust.⁶² 15. oktoobril 2013. a võttis Riigikogu eelnõu menetlusse ning seadusena võeti tarbija õiguste direktiivi rakendussätted vastu 12. detsembril 2013. a. Kuna õigusriigis saavad täitmiseks olla kohustuslikud üksnes avaldatud õigusaktid⁶³, saadeti 16. detsembril 2013. a seadus välja kuulutamiseks Vabariigi Presidendile ning see avaldati Riigi Teatajas 31. detsembril 2013. a.

Kui analüüsida tarbija õiguste direktiivi sisu ja kehtestatud regulatsiooni mõju Eesti õigusele, siis direktiivi 35 artikli üle võtmiseks muudeti kokku 145 riigisisest

⁵⁸ Tarbija õiguste direktiiv. *Ibid*, artikkel 28 (1).

⁵⁹ I. Zamarian. Ettekanne "Consumer Rights Directive 2011/83/EU". Brüssel, 16.09.2014. Ettekanne autori valduses.

⁶⁰ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseseaduse muutmise seaduse eelnõu. Arvutivõrgus: <http://www.riigikogu.ee/?op=ems&page=eelnou&eid=92103f72-2ac3-4f7f-8446-419ec63bf4db&>, 08.04.2015.

⁶¹ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseseaduse muutmise seaduse eelnõu kooskõlastamiseks esitamine. Justiitsministeerium, nr 8-1/13-6483, 02.07.2013. Arvutivõrgus: <https://eelnoud.valitsus.ee/main/mount/docList/0b6a2130-2180-4195-8112-e1c6158e4200>, 08.04.2015.

⁶² Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskirja lisa 3. Kooskõlastamiskäigustehtudmärkustegaarvestamisevõimitearvestamisetabel. Kättesaadav: <http://www.riigikogu.ee/?op=ems&page=eelnou&eid=92103f72-2ac3-4f7f-8446-419ec63bf4db&>, 08.04.2015.

⁶³ M. Mikiver. Õiguslikult siduvad standardid. Kaasreguleerimise õiguslikke probleeme. – *Juridica*, 2010, IX, lk 664.

õigusnormi⁶⁴. Lisaks normitehnilistele muudatustele, mõjutasid seadusemuudatused ka võlaõigusseaduse süsteemi ja põhimõtteid.⁶⁵ Kõige olulisema muudatusena suurenes direktiiviga ettevõtja kohustus anda tarbijale enne lepingu sõlmimist teavet ostetava kauba või teenuse kohta. Selleks sätestati detailne loetelu teabest, mida ettevõtja on kohustatud enne lepingu sõlmimist tarbijale esitama.

Direktiivi ülevõtmisega muudeti ka tarbija lepingust taganemise regulatsiooni. Kuigi tarbija taganemisõiguse kasutamise tähtaeg ning sisu jäi võrreldes varasemalt Eestis kehtinud regulatsiooniga samaks, nähti direktiivis ette ettevõtjatele kasutamiseks taganemisavalduse tüüpvorm ning taganemise näidisjuhendi. Nende eesmärgiks oli lihtsustada nii tarbija kui ettevõtja olukorda taganemisõiguse kasutamisel, et ettevõtja ei peaks ise tarbijale esitatava teabe sõnastusele tähelepanu pöörama ning tarbija võiks olla veendunud, et ettevõtjalt saadav teave on kvaliteetne ning vastab ettenähtud nõuetele.⁶⁶

Taganemisõigusega seonduvalt ühtlustas direktiiv ka taganemise võlasuhtest tulenevaid kohustusi. Direktiivis sätestati tähtajad, mille jooksul peavad pooled taganemise võlasuhtest tulenevad kohustused täitma ning kes ja mis ulatuses peab kandma taganemisest tekkinud kulud ja kahju. Ühtlasi sätestati, et kui ettevõtja pole täitnud oma lepingueelset teavitamiskohustust, mis puudutab tarbija kohustust tasuda täiendavaid kulusid, ei ole tarbija nende kuludega seotud. Samuti sätestati, et kui ettevõtja pole tarbijat teavitanud taganemisõigusest, ei või ta nõuda tarbija taganemisel asja väärtuse vähenemise hüvitamist.⁶⁷

Tasakaalustamaks poolte vahelisi kohustusi, muudeti direktiiviga oluliselt soodsamaks ka ettevõtjate olukorda. Nimelt laienes direktiiviga nende kaupade ja teenuste ring, mille

⁶⁴ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskirja lisa 1. Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL ning võlaõigusseaduse ja tarbijakaitse seaduse muutmise seaduse eelnõu sätete vastavustabel. Arvutivõrgus: <http://www.riigikogu.ee/?op=ems&page=eelnou&eid=92103f72-2ac3-4f7f-8446-419ec63bf4db&>, 08.04.2015.

⁶⁵ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskirja lisa 3. Kooskõlastamise käigus tehtud märkustega arvestamise või mitteamvestamise tabel, lk 6. Arvutivõrgus: <http://www.riigikogu.ee/?op=ems&page=eelnou&eid=92103f72-2ac3-4f7f-8446-419ec63bf4db&>, 08.04.2015.

⁶⁶ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitse seaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskiri. *Op. cit.*, lk 1.

⁶⁷ *Ibid.*

osas tarbija 14-päevast taganemisõigust kasutada ei saa. Samuti anti direktiiviga ettevõtjatele õigus nõude tarbijalt kauba tagastamise kulude kandmist.⁶⁸

2.2. Tarbija õiguste direktiivi rakendumise uuringu sisu

Juba enne tarbija õiguste direktiivi Eesti õigusesse vastu võtmist on erialakirjanduses juhitud tähelepanu, et Eesti e-kaupluste veebilehtedes ja tüüpitingimustes sisaldub klausleid, mis on lubamatud ning oma sisult vastuolus Euroopa Liidu seadusandlusega⁶⁹. Samuti on Riigi Tarbijakaitseamet e-kaupluste üle järelevalvet teostava ametiasutusena juhtinud korduvalt tähelepanu, et Eesti e-kaubanduse turul tegutseb arvukalt ettevõtteid, kelle müügingimused on puudulikud⁷⁰ või kehtiva õigusega vastuolus⁷¹. Koheselt pärast tarbija õiguste direktiivi üle võtmist viis Tarbijakaitseamet läbi uuringu, mille raames kontrolliti Eesti e-kaupluste tegevust ja nende vastavust uuele regulatsioonile. Uuringu tulemustest nähtus, et üksnes 4% ettevõtete tegevusest oli seadusega kooskõlas ehk 96% ettevõtetest rikkusid oma seadusest tulenevaid kohustusi.⁷² Hoolimata rikkumiste suurest ulatusest käsitles Tarbijakaitseamet tulemusi pigem indikatiivsetena⁷³ ja 2015. aasta tööplaani sisendina.

Kuna tarbija õiguste direktiivi näol on tegemist siiani kõige olulisema tarbija õiguseid harmoniseeriva Euroopa Liidu õigusaktiga, kehtestas Euroopa Komisjon 6 kuulise mitteametliku ülemineku tähtaja⁷⁴, et ettevõtjad jõuaksid viia oma tegevuse ja veebilehed uue regulatsiooniga vastavusse. Käesolevaks hetkeks on ülemineku periood lõppenud ehk

⁶⁸ *Ibid.*

⁶⁹ K. Sein. Kes peab posti- või Interneti-müügi lepingust taganemisel kandma esialgsed postikulud? Euroopa Kohtu otsus asjas *Handelsgesellschaft Heinrich Heine GmbH vs. Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V.* – Juridica 2010, X, lk 800.

⁷⁰ Tarbijakaitseameti aastaraamat 2012 Arvutivõrgus: <http://tarbijakaitseamet.ee/et/ametist/aastaraamatud>, 08.04.2015.

⁷¹ Tarbijakaitseameti aastaraamat 2013. Arvutivõrgus: <http://tarbijakaitseamet.ee/et/ametist/aastaraamatud>, 08.04.2015.

⁷² A. Sooniste. Ettekanne "Tarbijakaitseameti e-kaubanduse uuring 2014". Tallinn, 03.11.2014. Ettekanne autori valduses.

⁷³ Nimelt keskendus Tarbijakaitseamet pigem tarbija õiguste direktiivi artiklist 26 tulenevalt uute nõuetega seonduvale teavitusele. Tarbijakaitseamet korraldas 2014. aasta novembris kampaania "Osta targalt! Ka e-poest!", mille raames juhiti tähelepanu e-kaubanduse raames kaupade müümisele ning sellega seotud tarbija õigustele. Tarbijakaitseameti 08.12.2014 pressiteade "Lõppes e-kaubanduse teemaline teavituskampaania". Arvutivõrgus: <http://tarbijakaitseamet.ee/et/node/5142>, 01.03.2015.

⁷⁴ I. Zamarian. *Op. cit.*

alates 13. detsembrist 2014. a on kõikidel Euroopa Liidu, sh Eesti e-kaubandusettevõtjatel kohustus järgida tarbija õiguste direktiivi alusel kehtestatud siseriiklikke regulatsioone.

Hindamaks tarbija õiguste direktiivi rakendumist Eestis, viidi magistritöö raames läbi uuring, mille eesmärgiks oli analüüsida, kuidas järgivad Eesti e-kauplejad tarbija õiguste direktiivi ülevõtmiseks kehtestatud siseriiklikke norme. Täpsemalt oli uuringu eesmärgiks selgitada välja, kuidas vastavad Eesti e-kaupluste veebilehed ja tüüptingimused tarbija õiguste direktiivi ja võlaõigusseaduse kohustuslikele nõuetele. Uuringu põhihüpoteesiks oli, et Eestis e-kaupluste veebilehed ei ole täielikult kooskõlas tarbija õiguste direktiivi ülevõtmiseks kehtestatud võlaõigusseaduse sätetega.

Uuringu läbiviimisega seondult on oluline selgitada, et tegemist ei olnud kvalitatiivse uuringuga ehk selle eesmärgiks ei olnud analüüsida ettevõtjate suhtumist uude regulatsiooni või nende käitumise ja kaubandustegevuse võimalikke ajendeid, põhjuseid ega motiive. Samuti ei olnud uuringu eesmärgiks analüüsida tarbija õiguste direktiivi ja selle üle võtmiseks muudetud võlaõigusseaduse sätete proportsionaalsust⁷⁵ või efektiivsust⁷⁶. Uuringu läbiviimisel lähtuti üksnes eeldusest, et tarbija õiguste direktiiviga kehtestatud ja võlaõigusseaduses sätestatud kaugmüügilepingute regulatsioon on imperatiivne⁷⁷ ning kõikidele ettevõtetele järgimiseks kohustuslik.

Magistritöö uuringu läbiviimine koosnes viiest etapist. Esmalt, kaardistati üldkogum ehk kõik Eestis registreeritud ja Eesti turule suunatud e-kauplused. Teiseks, moodustati kogutud andmete põhjal valim. Kolmandaks, määratleti uurimisküsimused ehk valiti välja õigusnormid, mida uuringu käigus kontrollida. Neljandaks, analüüsiti valimisse kuulunud äriühingute veebilehti lähtuvalt püstitatud uurimisküsimustest. Ning viiendaks, koguti kokku kõik saadud andmed ning analüüsiti neid vastavalt püstitatud uurimisküsimustele.

⁷⁵ Ehk sobilikud soovitava eesmärgi saavutamiseks. C. Ginter, R. Narits. ESM asutamislepingu põhiseaduslikkus kui demokraatliku protsessi defitsiidi küsimus. – *Juridica* 2012, V, lk 355.

⁷⁶ S. Kaugia. Õigusnormide kohast eri kultuuriruumides. – Riigikogu toimetised, 2011, XXIV. Arvutivõrgus: <http://www.riigikogu.ee/rito/index.php?id=11925>, 08.04.2015.

⁷⁷ Võlaõigusseadus. – RT I 2001, 81, 487 ... RT I, 11.04.2014, 13, § 62.

2.3.Uuringu läbiviimine ja meetoodika

Uuringu ettevalmistamisel tuli esmalt kindlaks teha üldkogum ehk uurimisobjektide hulk⁷⁸ ning määratleda uuritavate e-kaupluste tunnused. Uuringus lähtuti eeldusest, et selleks, et e-kauplus oleks käsitletav "Eestis tegutseva e-kauplusena", peab see vastama kahele tingimusele. Esiteks, e-kaupluse omanik ehk veebilehe haldaja peab olema registreeritud Eesti äriregistris. Teiseks, ettevõtte peab otsima potentsiaalseid kliente Eestist või olema oma tegevuse suunanud Eestisse. Ehk Eesti tarbijatel peab olema võimalus e-kaupluse veebilehega tutvuda ning veebilehel peab sisalduma sõnaselged tahteavaldused asuda Eesti tarbijatega kaubanduslikesse suhetesse.

Üldkogumi määratlemisega seonduvalt on oluline märkida, et Interneti vahendusel suurtes kogustes kaupu ja teenuseid müüvad füüsilised isikud võivad samuti olla käsitletavad VÕS § 1 lõike 6 mõttes ettevõtjatena. Arvestades selliste kauplejate tähtsust ja osakaalu Eesti e-kaubanduse turul⁷⁹ oluks ka mõeldav nende võrra üldkogumi suurendamine. Siiski lähtuti üldkogumi koostamisel Maksu- ja Tolliameti seisukohast⁸⁰, mille kohaselt kõikidel ettevõtluse raames kaupu ja teenuseid müüvatel isikutel on kohustus registreerida oma tegevus seaduses sätestatud korras. Seega ei arvestatud üldkogumisse e-kaubandusega tegelevaid füüsilisi isikuid, vaid üldkogumi moodustasid üksnes Internetis kaupu ja teenuseid müüvad äriühingud⁸¹ ja füüsilist isikust ettevõtjad⁸² ehk VÕS § 1 lõike 6 mõttes ettevõtjatest ehk infoühiskonna teenuse vahendajatest⁸³.

Pärast uuritavate subjektide karakteristikute defineerimist tuli määratleda üldkogumi suurus. Kuna e-kaubandusega tegelevatel ettevõtetel ei ole majandustegevuse registris registreerimise kohustust, puudub Eestis ametlik statistika ja ülevaade e-kaubandusega tegelevate ettevõtete koguarvust. Sektori suuruse määratlemisel lähtus autor Eesti E-

⁷⁸ L.-M. Tooding. Andmeanalüüs sotsiaalteadustes. Tartu Ülikooli kirjastus. Tartu, 1999, lk 16.

⁷⁹ Eesti E-kaubanduse Liit. E-kaubanduse varimajandusele pidurid peale. Arvutivõrgus: <http://e-kaubanduseliit.ee/e-kaubanduse-varimajandusele-pidurid-peale/>, 08.04.2015.

⁸⁰ Maksu- ja Tolliamet. Pressiteade "Internetis kaupade müümisest saadud tulu maksustamine". Arvutivõrgus: <http://www.emta.ee/index.php?id=36299>, 08.04.2015.

⁸¹ Äriseadustiku § 2 lõike 1 mõttes.

⁸² Äriseadustiku § 3 lõike 1 mõttes.

⁸³ Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 2000/31/EÜ infoühiskonna teenuste teatavate õiguslike aspektide, eriti elektroonilise kaubanduse kohta siseturul (elektroonilise kaubanduse direktiiv) mõttes. EÜT L, 17/7/2000.

kaubanduse Liidu⁸⁴, Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi⁸⁵, Tarbijakaitseameti⁸⁶, ja AS-i Swedbank⁸⁷ andmetest, mille kohaselt on Eestis hinnanguliselt 2 000 e-kaubandusettevõtjat. Antud ettevõtetest ülevaate saamiseks koostati äriregistri, päringute ja avalike andmebaaside põhjal statistiline lihttabel⁸⁸, mis sisaldas andmeid 1 834 Eestis tegutseva e-kaubanduse ettevõtte kohta.

Üldkogumit esindava osa ehk valimi moodustamisel lähtuti D. Bartholomew üldkogumi statistika metoodikast ehk valimisse lisati kõik päringute tulemusena tuvastatud e-kaubandusega tegelevad ettevõtted. See võimaldas lihttabeli koostamisel kasutada kõikse statistika põhimõtet, et valimi ja üldkogumi erinevused oleksid võimalikult väikesed⁸⁹ ning et kogutud andmete ja tulemuste esindatavus oleks võimalikult suurel määral garanteeritud⁹⁰. Selleks, et saada ülevaadet ettevõtete suurusest ja finantsnäitajatest, võeti aluseks elektroonilise Äriregistri andmebaas, mille abil analüüsiti kõigi 1 834 ettevõtte 2013. aasta majandusaasta aruanded. See võimaldas saada tervikliku ülevaate Eesti e-kaubanduse sektorist ehk andmeid äriühingute suuruse, asutamise, käibe, kasumi ja tegevusvaldkondade kohta. Läbiviidud analüüsist nähtus, et keskmine e-kaubandusega tegeleva äriühingu vanus on 9 aastat ja 5 kuud ning 67,5% ettevõtetest on registreeritud osatühinguna ning 29,5% aktsiaseltsina. E-kaubandusega tegeleva ettevõtte käive on keskmiselt 106 771 eurot, seejuures 2013. aastal olid oma tegevusega kasumlikud üksnes 48,4% ettevõtetest.

Otsustamaks, milliste ettevõtjate puhul kontrollida ka nende veebilehti, koostati kogutud andmete põhjal eraldi valim. Valimi koostamisel lähtuti varasematest kõige suuremast

⁸⁴ MTÜ Eesti E-kaubanduse Liit. Eesti e-kaubandus arvudes. Arvutivõrgus: <http://e-kaubanduseliit.ee/eesti-e-kaubandus-arvudes/>, 13.05.2015.

⁸⁵ Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi hinnangut küsis autor mitteametliku teabenõude esitamise vormis.

⁸⁶ Tarbijakaitseameti hinnangut küsis autor mitteametliku teabenõude esitamise vormis.

⁸⁷ R. Üksvärav. Ettekanne 2015. aasta Eesti E-kaubanduse aastakonverentsil, "E-kaubandus- kus ja kuidas hakkavad tarbijad tegelikult ostma", 29.04.2015.

⁸⁸ A. Aarma, V. Vensel. Statistika teooria põhikursus. 2 trükk. Tallinna Tehnikaülikool Majandusteaduskond. Kirjastus KÜLIM. Tallinn, 2005, lk 23.

⁸⁹ L. M. Tooding. *Op. cit.*, lk 17.

⁹⁰ U. Flick. *An Introduction to Qualitative Research*. SAGE Publications. London, 1998, lk 41.

Eesti e-kaubanduse uuringutest⁹¹ ning võeti aluseks ettevõtete suurus ehk töötajate arv. Nende põhjal jaotati ettevõtted neljaks, vastavalt üldkogumis tuvastatud osakaalule: 88% mikroettevõtted⁹², 8% väikeettevõtted⁹³, 2% keskmise suurusega ettevõtted⁹⁴ ning 1% suureettevõtted⁹⁵. Antud suhtearvud olid ka aluseks valimi koostamisel.

Kuna magistritöö uuringu näol oli tegemist kvantitatiivse uuringuga, oli valimi koostamisel kõige olulisem, et valim sisaldaks piisaval hulgal elemente⁹⁶, et saadav tulemus oleks representatiivne ning karakteristikuid hiljem usaldusväärsetl üle kantavad üldkogumile. Valimi suuruse ehk uurimisobjektide arvu määramisel võttis autor aluseks Tarbijakaitseameti poolt 2014. aastal teostatud e-kaubanduse uuringu⁹⁷, mille käigus kontrolliti kokku 200 e-kauplust. Parema representatiivse saavutamiseks ning uuringu välise kehtivuse suurendamiseks kontrollitavate ettevõtete arvu suurendati ehk valimisse lisati kokku 324 ettevõtet, mis moodustas 17,7% kõikidest tuvastatud ettevõtetest. Eeltoodust tulenevalt koosnes valim 298 mikroettevõttest, 28 väikeettevõttest, 6 keskmise suurusega ettevõttest ning 5 suureettevõttest. Ülevaade analüüsitud ettevõtetest ja veebilehtedest on toodud magistritöö lisas 1.

Uurimisküsimuste moodustamisel ja analüüsitava tarbija õiguste direktiivi ja nendele vastavad võlaõigusseaduse sätete valimisel lähtuti Euroopa Komisjoni hinnangust⁹⁸, sätete sisust, eesmärgist ning nende kvantitatiivsest mõõdetavusest. Kokku valiti välja 20 tarbija õiguste direktiivi ja nendele vastavat võlaõigusseaduse sätet, mis seondusid üldistatult kolme valdkonnaga: tarbija lepingueelne teavitamine, arvutivõrgu abil sõlmitavate lepingute regulatsioon ning tarbija lepingust taganemise õigus.

⁹¹ Lõpparuanne. E-äri ja e-kaubanduse kasutamine Eestis ja kasutamise laiendamise võimalused. Riigikantselei, 2013. Arvutivõrgus: https://www.mkm.ee/sites/default/files/lopparuanne_-_e-ari_ja_e-kaubandus_1_6_avalik_2013.pdf, 10.04.2015.

⁹² Ehk 0-9 töötajaga ettevõtted. Mikroettevõtetena käsitleti ka füüsilisest isikust ettevõtjaid.

⁹³ Ehk 10-49 töötajaga ettevõtted.

⁹⁴ Ehk 50-99 töötajaga ettevõtted.

⁹⁵ Ehk 100 või rohkem töötajaga ettevõtted.

⁹⁶ S. Roomets. Statistika algkursus. Rebellis. Tallinn, 2003, lk 11.

⁹⁷ Tarbijakaitseameti aastaraamat 2014, lk 21. Arvutivõrgus: <http://tarbijakaitseamet.ee/et/ametist/aastaraamatud>, 08.05.2015.

⁹⁸ Euroopa Komisjon korraldab 2015. aastal liikmesriikides uuringu seoses tarbija õiguste direktiivi rakendamisega. Olgugi, et lõplikud küsimused ei ole veel liikmesriikide poolt valitud, kasutati magistritöö uuringu läbiviimisel soovitusi, mida Euroopa Komisjon on liikmesriikidele edastanud. Komisjoni seisukohtadega seotud materjalid autori valduses.

Kontrollimaks sätete rakendumist, koostati uuringu läbiviimiseks 20 uurimisküsimust, mida operatsionaliseeriti ehk kohandati vastavalt tarbija õiguste direktiivi ja nendele vastavate võlaõigusseaduse sätete sisule. Ülevaade uuritud andmetest ehk analüüsitud sätetest ja püstitatud uurimisküsimustest on toodud magistritöö lisas 2.

Andmete kogumisel ehk e-kaupluste veebilehtede kontrolli läbiviimisel oli eesmärgiks koguda andmed nii objektiivselt kui võimalik ning välistada uurija mõju uuringu tulemustele. Uuringu läbiviimisel oli kõige olulisem, et saadavad tulemused oleksid usaldusväärsed, et vajadusel oleks võimalik saadud tulemusi hilisemalt kontrollida. Samuti oli oluline, et tulemused oleksid väliselt kehtivad ehk saadud tulemusi oleks võimalik hiljem üldistada üldkogumile. Objektiivsuse suurendamise eesmärgil koguti kõik andmed magistritöö autori poolt isiklikult ning kolmandaid isikuid uuringu läbiviimisesse ei kaasatud. Samuti ei kasutatud eelnevate uuringute raames kogutud andmeid. Kõik ettevõtted ja veebilehed olid valitud valimisse juhuslikult ja erapooletult.

Uuring toimus ajavahemikul 6. veebruarist kuni 10. märtsini 2015. a ning kokku kontrolliti 324 e-kauplust. Metoodiliselt koosnes veebilehtede kontroll kolmest etapist. Esmalt vaadeldi e-kaupluse veebilehe avalehte ja kõiki asjasse puutuvaid alalehti. Seejärel tehti läbi ostuprotsess ehk sisestati tellimus, seda aga lõplikult kinnitamata. Viimasena analüüsiti e-kaupluse tüüptingimusi, nende sõnastust ja kohaldatavust tarbijaga sõlmitud lepingule. Andmete kogumine toimus süstemaatiliselt, vastavalt eelnevalt koostatud valimile ja püstitatud uurimisküsimustele. Saadud tulemused fikseeriti Google Forms tarkvara abil, et uuringu läbiviimine oleks võimalikult avatud ning andmete kogumise protsess hilisemalt kontrollitav. Kogutud andmeid koondati lihttabelina Microsoft Exceli programmi, mille abil teostati andmete analüüs, interpreteerimine ja uurimistulemuste formuleerimine.

3. TARBIJA ÕIGUSTE DIREKTIIVI RAKENDUMISE UURINGU TULEMUSED

3.1. Tarbija lepingueelne teavitamine

Tarbija lepingueelse teavitamise regulatsiooni eesmärgiks on tagada tarbija põhjalik informeeritus sõlmitavast lepingust ja selle esemest, pidades silmas, et tulenevalt lepingu sõlmimisest sidevahendi abil, puudub tarbijal eelnev võimalus lepingu esemega reaalselt tutvuda. Kuna lepingueelse teavitamise regulatsioon on tarbija õiguste direktiivis maksimumharmoniseeriv ja ettevõtetele järgimiseks kohustuslik, on regulatsiooni eesmärgiks, et kõikidel Euroopa Liidu tarbijatel oleks võimalik saada ettevõtjalt ühesuguse teabe, mis võimaldaks ettevõtjate pakkumisi võrrelda, isegi, kui ettevõtja ja tarbijad asuvad erinevates liikmesriikides.⁹⁹ Just suurem pakkumiste piiriülene võrdlemine ning sellekohaste ostuotsuste lihtsam langetamine ongi tarbija õiguste direktiivi üheks kõige olulisemaks eesmärgiks.

Tarbija lepingueelset teavitamist kaugmüügi ehk sidevahendi abil sõlmitavate lepingute korral reguleerib Eesti õiguses VÕS § 54, mis vastab tarbija õiguste direktiivi artiklile 6. Antud regulatsioon sätestab ettevõtjale lepingueelse teabe andmise kohustuse, loetledes ammendavalt need asjaolud, mis tuleb tarbijale enne lepingu siduvaks muutumist teatavaks teha. Sealjuures tuleb vastavad andmed edastada tarbijale selgelt ja arusaadavalt ehk viisil, mis tagab tarbijale võimaluse nendest andmetest aru saada.¹⁰⁰ Tarbija õiguste direktiivi lepingueelse teavitamise regulatsioon võeti võlaõigusseadusesse üle 22 erineva sättega¹⁰¹. Magistritöö uuringu käigus kontrolliti kokku kaheksat lepingueelse teavitamisega seonduvat sätet, millest kõige olulisemad on ettevõtja isiku, õiguskaitsevahendite ning kohtuvälise vaidlusi lahendava organi kohta antavat teavet reguleerivat sätet.

3.1.1. Ettevõtja isik ja kontaktandmed

VÕS § 54 lõike 1 punktiga 1 võeti üle tarbijaõiguste direktiivi artikli 6 lõike 1 punkt B, mille kohaselt peab ettevõtja esitama tarbijale enne lepingu sõlmimist andmed, mis võimaldavad tuvastada ettevõtja isiku. Seega, kui ettevõtja näol on tegemist juriidilise

⁹⁹ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskiri. *Op. cit.*, lk 34.

¹⁰⁰ *Ibid.*

¹⁰¹ Vastav loetelu sisaldub VÕS § 54 lõikes 1.

isikuga, tuleb tarbijale esitada ettevõtte ärinimi, mille alusel on võimalik ettevõtja isikut kõige paremini tuvastada.¹⁰² Äriseadustiku § 7 lõike 1 kohaselt loetakse ärinimeks äriregistrisse kantud nime, mille all ettevõtja tegutseb.

Läbiviidud uuringust nähtus, et 95% kauplejatest oli ettevõtja isikut ehk ärinime puudutava informatsiooni esitanud nõuetekohaselt. 5% ettevõtetest olid sellekohast kohustust rikkunud, kuid enamasti polnud rikkumised tahtlikud, pigem oli tegemist "ettevõtja isiku" mõiste ebaõige tõlgendamisega. Näiteks loeti ettevõtte ärinimeks veebilehe domeeniaadressi¹⁰³ või (registreerimata) kaubamärki¹⁰⁴. Samuti oli ärinime asemel nimetatud ettevõtet kaupluseks¹⁰⁵, salongiks¹⁰⁶, kauplus-salongiks¹⁰⁷, butiigiks¹⁰⁸ või e-poeks¹⁰⁹. Veebilehti, kus ettevõtja isiku kohta üldse igasugune info puudus, oli alla 1%¹¹⁰.

Lisaks eeltoodule võeti Eesti õigusesse¹¹¹ üle ka tarbija õiguste direktiivi artikli 6 lõike 1 punkt C, mille kohaselt peab ettevõtja esitama tarbijale oma tegevuskoha aadressi ja olemasolu korral telefoni- ja faksinumbri ning e-posti aadressi. Sellekohane teave on vajalik, et tarbija saaks ettevõtjaga kiiresti ühendust võtta ja temaga tõhusalt suhelda.¹¹² Antud regulatsioonist tulenevalt peaksid ettevõtjad esitama veebilehel vähemalt need kaugsidevahendid, mida nad kasutavad oma turustustegevuses.¹¹³ Kuna e-kaubandusega

¹⁰² *Ibid.*

¹⁰³ Näiteks domeeninimi "naturalestonia.com". NATEST OÜ e-kaupluse veebileht. Arvutivõrgus: <http://www.naturalestonia.com/pages/contact-us#> 02.02.2015.

¹⁰⁴ Näiteks kaubamärk "FUTU print". Arvutivõrgus: <http://futuprint.ee/content/4-info> 02.02.2015.

¹⁰⁵ Surfar OÜ e-kaupluse veebileht, alaleht "Reedest". Arvutivõrgus: <https://reede.ee/reedest>, 02.02.2015.

¹⁰⁶ FIE Ülar Kaasi e-kaupluse veebileht, alaleht "Kontakt". Arvutivõrgus: <http://www.pruutpaar.ee/?id=34>, 01.04.2015.

¹⁰⁷ Kaiminerva OÜ e-kaupluse veebileht, alaleht "Kontakt". Arvutivõrgus: <http://www.minerva.ee/Kontakt>, 01.04.2015.

¹⁰⁸ Ivitar OÜ e-kaupluse veebileht, alaleht "Kontakt". Arvutivõrgus: <http://www.lissandra.com/kontakt>, 01.04.2015.

¹⁰⁹ Enlekon OÜ e-kaupluse veebileht, alaleht "Kontakt". Arvutivõrgus: <http://elberd.ee/kontakt/>, 01.03.2015.

¹¹⁰ Marotte OÜ e-kaupluse veebileht, alaleht "Kontakt". Arvutivõrgus: <http://www.bundyländ.ee/kontakt>, 02.02.2015.

¹¹¹ Võlaõigusseaduse § 54 lõike 1 punktiga 2.

¹¹² Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskiri. *Op. cit.*, lk 34.

¹¹³ DG Justice Guidance Document concerning Directive 2011/83/EU. *Op. cit.*, lk 23.

tegelevad ettevõtjad on käsitletavad veebiettevõtjatena¹¹⁴, peaks e-kaupluse koduleheküljel olema tarbijale esitatud vähemalt ettevõtte e-posti aadress¹¹⁵.

Uuringust nähtus, et elektronpost ongi sidevahendiks, mida e-kauplused kõige enam kasutavad ning mille kohta ka 94% ettevõtjatest nõuetekohaselt teabe avaldasid. (Mobiil)telefoni number oli avaldatud 92,2% ettevõtjatest, asukoha aadress 87,4% ja faksinumber 8,7% ettevõtjatest. Selline kõrge õiguskäitlus on põhjendatav asjaoluga, et sidevahendid ongi ettevõtja jaoks peamised vahendid, mille abil tarbijaid ostueelselt nõustada. Seega, oma majandustegevuse edukuse eesmärgil on ettevõtjad ise huvitatud kohustuslike sidevahendite pakkumisest ning täiendavate side- ja suhtluskanalite võimaldamisest¹¹⁶.

Sidevahendeid puudutava teabe esitamise regulatsiooni rikkus kokku üksnes 1,5% ettevõtetest. Enemasti oli olukordadega, kus tarbijale olid võimaldatud ettevõtjaga ühenduse saamist üksnes läbi veebilehe kontaktvormi¹¹⁷ või veebilehel puudusid üldse sidevahendeid puudutav teave¹¹⁸.

3.1.2. Meeldetuletus õiguskaitsevahendite olemasolu kohta

VÕS § 54 lõike 1 punktiga 18 võeti üle tarbija õiguste direktiivi artikli 6 lõike 1 punkt L, mille kohaselt peab ettevõtja esitama tarbijale meeldetuletuse, et tarbija saab lepingu eseme lepingutingimuste mittevastavuse korral tugineda seaduses sätestatud õiguskaitsevahenditele ning et müüja vastutab vähemalt kahe aasta jooksul alates toote tarnimisest kõikide ilmnevate mittevastavuste eest.¹¹⁹ Seejuures on oluline, et esitatud

¹¹⁴ E-kaubanduse direktiivi 2000/31/EÜ kohaldatakse nende suhtes, kes pakuvad infoühiskonna teenuseid, mis on määratletud Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 98/34/EÜ artikli 1 lõikes 2 kui "vahemaa tagant elektroonilisel teel ja teenusesaaja isikliku taotluse alusel ning tavaliselt tasu eest osutatavad teenused".

¹¹⁵ E-kaubanduse direktiivi 2000/31/EÜ artikkel 5 lõike 1 punkt C sätestab, et teenuse saajale muudetakse kättesaadavaks üksikasjad teenuseosutaja kohta, sealhulgas tema elektronposti aadress, mis võimaldavad temaga kiiresti ühendust võtta ning suhelda otse ja asjalikult.

¹¹⁶ Näiteks pakutakse veebilehel tarbijareaalajas nõustamist ja kaubaga seotud küsimuste esitamist. Samuti on tavapärase pöördumiste esitamine läbi erinevate sotsiaalmeedia kanalite.

¹¹⁷ Näiteks Bundy OÜ e-kaupluse veebilehe kontaktleht. Arvutivõrgus: <http://www.bundyland.ee/kontakt>, 02.02.2015.

¹¹⁸ Näiteks Exomedex OÜ e-kaupluse veebileht, alaleht "Kontakt". Arvutivõrgus: <http://www.naturalestonia.com/pages/contact-us#>, 02.02.2015.

¹¹⁹ DG Justice Guidance Document concerning Directive 2011/83/EU. *Op. cit.*, lk 27-28.

teabe puhul ei piisa üksnes teavitusest, et tarbija saab kasutada õiguskaitsevahendeid vaid õiguskaitsevahendid peavad olema ettevõtja poolt ka loetletud^{120, 121}.

Uuringust nähtus, et üksnes 27% e-kaupluste tüüptingimustest sisaldas nõuetekohast viidet õiguskaitsevahenditele ehk 73% ettevõtetest olid teabe esitamise kohustust rikkunud. Hoolimata rikkumiste suurest osakaalust, oli selline tulemus ennustatav, sest juba 2014. aastal Euroopa Komisjoni poolt läbiviidud uuringust¹²² nähtus, et 64,1% Euroopa Liidu ja 65% Eesti e-kauplejatest rikuvad õiguskaitssevahendeid puudutava teabe esitamisel oma seadusest tulenevaid kohustusi.

Kui analüüsida magistritöö uuringu käigus tuvastatud rikkumiste sisu, siis peamiselt seisnesid rikkumised asjaolus, et e-kaupluse lepingutingimustes puudus viide õiguskaitsevahenditele¹²³, õiguskaitsevahendite loetelule või oli sellekohane loetelu toodud puudulikult¹²⁴. Samuti oli ebaõigesti sisustatud õiguskaitsevahendite kasutamist puudutavad sätted, seejuures kõige sagedasemaks olid juhtumid, kus üritati ajaliselt piirata õiguskaitsevahendite kasutamist (6 kuuga¹²⁵ või 1 aastaga¹²⁶), viidati üksnes tootjapoolse garantii olemasolule¹²⁷ või välistada täielikult igasuguse ettevõtja poolne vastutus.

Hoolimata rikkumistest on siiski oluline, et isegi kui kaupleja tarbijat õiguskaitsevahendite olemasolust ei teavita või ei ole teavitus täielikult seadusega

¹²⁰ Näiteks peaks olema viidatud tarbija õigusele nõuda täitmist, alandada hinda, nõuda kahju hüvitamist või leping üles öelda.

¹²¹ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskiri. *Op. cit.*, lk 37.

¹²² European Commission. Sweep 2014 on (commercial) guarantees. Kontrolli tulemused on autori valduses (ei ole veel ametlikult avaldatud).

¹²³ Näiteks Pacta Tarkvara OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.ehted24.ee/V7/kuidas-tellida-topmenu-19>, 02.02.2015.

¹²⁴ Näiteks Hareko OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mis sätestavad: "Tootja ja Müüja kannavad Ostja ees maksimaalset kohustust välja vahetada defektsed tooted." Arvutivõrgus: <http://www.jetica.eu/shop/index.htm?est>, 02.02.2015.

¹²⁵ Näiteks MTEch OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mis sätestavad: "Kõigile meie toodetele kehtib vähemalt 6 kuune garantii." Arvutivõrgus: <http://tehnikanurk.eu/et/info/ostuinfo>, 02.02.2015.

¹²⁶ Näiteks Minu Kodu 24 OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mis sätestavad: "Minu Kodu 24 OÜ vastutab kaupade nõuetele mittevastavuse ja puuduste eest, mis ilmnevad 1 aasta jooksul alates kaupade Teile üleandmisest." Arvutivõrgus: <http://www.kodu24.ee/tingimused>, 02.02.2015.

¹²⁷ Näiteks Instele OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mis sätestavad: "Toodetele kehtib tootjapoolne garantii." Arvutivõrgus: <http://www.instele.ee/customercare.asp>, 13.02.2015.

kooskõlas, ei välista see tarbija seadusest tulenevat õigust õiguskaitsevahendite kasutamisele.

3.1.3. Andmed kohtuvälise vaidlusi lahendava organi poole pöördumise kohta

VÕS § 54 lõike 1 punktiga 22 võeti üle tarbija õiguste direktiivi artikli 6 lõike 1 punkt T, mille kohaselt peab ettevõtja esitama tarbijale andmed tarbija võimaluste kohta pöörduda kohtuvälise kaebusi ja vaidlusi lahendava organi poole ning pöördumise tingimused. Käesoleval hetkel¹²⁸ on Eestis selliseks kohtuväliseks tarbija ja kaupleja vahelisi kaebusi lahendavaks organiks Tarbijakaitseameti juures tegutsev tarbijakaebuste komisjon¹²⁹. Seega peaks e-kaupluse tüüptingimustes või veebilehel sisalduma viide tarbijakaebuste komisjonile koos selgitusega, et komisjoni pädevuses on lahendada tarbija ja kaupleja vahel sõlmitud lepingust tulenevaid vaidlusi, mida pooled ei ole suutnud lahendada kokkuleppe teel ning mille väärtuseks on vähemalt 20 eurot¹³⁰. Samuti peaks tüüptingimustes sisalduma, et kaebuse läbivaatamine komisjonis on pooltele tasuta¹³¹.¹³²

Uuringu tulemustest nähtus, et üksnes 18% kontrollitud tüüptingimustest sisaldasid nõuetekohast viidet tarbijavaidluste komisjonile, koos komisjoni pöördumise tingimuste ja korraga. 82% tüüptingimustest nõutavat viidet ei sisaldanud või oli vastav tingimus sisustatud ebaõigesti¹³³, eksitavalt¹³⁴ või puudulikult¹³⁵. Näiteks oli tarbijakaebuste komisjonile viitamise asemel kasutatud üldist lepinguliste vaidluste lahendamise korra

¹²⁸ Direktiiv 2013/11/EL tarbijavaidluste kohtuvälise lahendamise kohta sätestab, et liikmesriigid peavad looma 9. juuliks 2015. a tarbija vaidluste kohtuvälise lahendamise struktuuri, et liikmesriigis asutatud kauplejaga seotud vaidlused saaks suunata vaidluste kohtuvälise lahendamise üksusele, kes pakub sõltumatuid, erapooletuid, läbipaistvaid, tõhusaid, kiireid ja õiglasi kohtuvälise lahendamise menetlusi.

¹²⁹ Tarbijakaitseadus, § 22 lõige 2.

¹³⁰ *Ibid.*

¹³¹ *Ibid.*, § 25 lõige 1.

¹³² Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskiri. *Op. cit.*, lk 37.

¹³³ Näiteks on Herver OÜ e-kaupluse tüüptingimustes sätestatud järgnevalt: "Tarbijal on õigus pöörduda oma õiguste kaitseks Tarbijakaitseametisse". Arvutivõrgus: <http://www.manguasjamaailm.ee/ostuinfo>, 13.05.2015.

¹³⁴ Näiteks Coffer OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mis sätestavad: "Kui Lepingust tulenevaid vaidlusi ei õnnestu lahendada poolte läbirääkimistega, on nii Kliendil kui e-Riietepood.ee-l õigus pöörduda oma õiguste kaitseks Tarbijakaitseametisse." Arvutivõrgus: <http://e-riietepood.ee/content/1-muugitingimused>, 15.01.2015.

¹³⁵ Näiteks PortalInvest OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mis sätestavad: "Kui Klient ja E-pood ei jõua omavahel kokkuleppele, siis on Kliendil õigus pöörduda Tarbijakaebuste komisjoni poole." Arvutivõrgus: <http://netikink.eu/content/3-kasutustingimused>, 14.04.2015.

sõnastust¹³⁶, millele oli sageli lisatud täiendav selgitus, et oma õiguste kaitseks on tarbijal õigus pöörduda kohtusse¹³⁷, maakohtusse¹³⁸ või linnakohtusse¹³⁹. Olgugi, et kasutatavad sõnastused ei olnud sageli otseselt vastuolus kehtiva õigusega, ei saa neid ka käsitleda siiski VÕS § 54 lõike 1 punktis 22 sätestatud teavituskohustuse täitmisena.

3.2. Täiendav teave arvutivõrgu abil sõlmitavate lepingute puhul

Tarbijaõiguste direktiivi artikkel 8 sätestab kauglepingute kohustuslikud vorminõuded, mis lisati Eesti õiguses võlaõigusseaduse 2. peatüki 5. jakku. Sellega võeti antud osa tarbija õiguste direktiivist Eesti õigusesse üle laiemalt ehk antud regulatsioon kohaldub kõikidele Interneti vahendusel sõlmitud lepingutele¹⁴⁰. Selle eesmärgiks on tagada tarbija parem kaitse kõikide Interneti vahendusel sõlmitavate lepingute korral.¹⁴¹

Tarbija õiguste direktiivi artikli 8 lõige 2 sätestab lepingueelse teavituse erinõuetena põhiomadused, koguhinna, lepingu kestvuse ja selle lõpetamise tingimused ning lepingu minimaalse kestvuse.¹⁴² Magistritöö uuringu raames analüüsiti maksevahendite ja kauba/teenuse kättetoimetamise piiranguid ning seda, kuidas on e-kaupluste veebilehtedel tähistatud tellimuse edastamise nupp või muu sellesarnane funktsioon.

3.2.1. Teave maksevahendite ja kättetoimetamise piirangute kohta

VÕS § 62² lõikega 1 võeti üle tarbija õiguste direktiivi artikkel 8 lõige 3, mis sätestab, et arvutivõrgu abil sõlmitud lepingute puhul on ettevõtjal kohustus teha hiljemalt tellimisprotsessi alguses selgelt ja loetavalt tarbijale teatavaks kättetoimetamise piirangud ja vastuvõetavad maksevahendid.

¹³⁶ Näiteks Itipood.ee OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt: "tekkivad erimeelsused püütakse lahendada lepingupoolte vaheliste läbirääkimiste teel ning kokkuleppe mittesaavutamisel lahendatakse vaidlus vastavalt Eesti Vabariigi seadusandlusele". Arvutivõrgus: <http://www.itipood.ee/tingimused>, 01.04.2015.

¹³⁷ Näiteks on selliselt sätestatud A-Orhideed OÜ e-kaupluse tüüptingimustes. Arvutivõrgus: http://www.orhideed.eu/about_us, 01.04.2015.

¹³⁸ Näiteks on selliselt sätestatud MP Kaubandus OÜ e-kaupluse tüüptingimustes. Arvutivõrgus: <http://www.kaekellad.ee/tingimused-ja-reeglid/>, 01.03.2015.

¹³⁹ Näiteks on selliselt sätestatud Modastro OÜ e-kaupluse tüüptingimustes. Arvutivõrgus: <http://www.modastro.ee/abi/ostutingimused/>, 01.04.2015.

¹⁴⁰ Näiteks kohaldatakse antud regulatsiooni ka olukorras, kus tarbijale on pakkumine tehtud väljaspool äriruume, kuid leping on sõlmitud Interneti vahendusel.

¹⁴¹ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitse seaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskiri. *Op. cit*, lk 50.

¹⁴² DG Justice Guidance Document concerning Directive 2011/83/EU. *Op. cit*, lk 31.

Kättetoimetamise piirangute näol on tegemist olukorraga, kus e-kaupluse poolt pakutava kauba või teenuse tarbijale kättetoimetamine ei ole väljaspool teatud piirkonda võimalik või see on võimalik üksnes täiendava tasu eest. Samuti tuleb teavitada tarbijat maksevahenditest, mille kasutamine on ettevõtjale vastuvõetav^{143, 144}.

Läbiviidud uuringust nähtus, et kauba kättetoimetamise ja maksevahenditega seotud info edastamisel kasutavad e-kaubandusettevõtjad posti- ja makseteenuse osutaja poolt esitatavat teavet, juhendmaterjale, logosid või tingimusi. Tulenevalt asjaolust, et kauba kättetoimetamise ja maksevahenditega seonduvalt e-kauplustes sisulised piirangud puudusid, ei olnud e-kaupluse veebilehtedel teatatud, et "kättetoimetamise või maksevahendite piirangud puuduvad". Selline teave oleks aga tellimisprotsessi alguses pidanud ilmselt olema. Samas, kuna antud tingimuste puudumine sisuliselt õiguslikke tagajärgi endaga kaasa ei toonud, puudus ka otsene vajadus antud sätte detailsemaks analüüsiks.

3.2.2. "Tellimus koos maksekohustusega"

VÕS § 62² lõikega 2 võeti üle tarbijaõiguste direktiivi artikli 8 lõike 2 teine alalõik, mille kohaselt peab ettevõtja tagama, et tarbija kinnitaks tellimust esitades sõnaselgelt asjaolu, et tellimus tähendab kohustust maksta. Kui tellimuse edastamine eeldab nupule vajutamist või sellesarnast funktsiooni, tuleb nupp või sellesarnane funktsioon tähistada hästi loetavalt ainult sõnadega "tellimus koos maksekohustusega" või mõne muu samasuguse ühemõttelise sõnastusega, mis näitab, et tellimuse esitamine toob kaasa kohustuse maksta. Antud normis on üheselt sätestatud, et kui ettevõtja antud sättes sisalduvat kohustust ei täida, siis ei ole tarbija lepingu ega tellimusega seotud.

Kirjeldatud regulatsiooni eesmärgiks on tagada, et Interneti teel sõlmitud lepingute puhul saaks tarbija selgelt kindlaks teha, millisel hetkel võtab ta endale kohustuse ettevõttele maksta.¹⁴⁵ Euroopa Komisjon on selgitanud, et lubatav on kasutada selliseid väljendeid nagu "osta kohe", "maksa kohe" või "kinnita ost". Seevastu väljendid "registreeri", "kinnita" või "telli kohe" ei ole nõuetekohased.¹⁴⁶ Sarnasele seisukohale on asunud ka

¹⁴³ Tegemist on olukorraga, kui e-kaupluse veebilehel on võimalik maksta üksnes näiteks krediitkaardiga.

¹⁴⁴ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskiri. *Op. cit.*, lk 51.

¹⁴⁵ Tarbija õiguste direktiiv. *Op. cit.*, põhjenduspunkt 39.

¹⁴⁶ DG Justice Guidance Document concerning Directive 2011/83/EU. *Op. cit.*, lk 32.

Saksamaa kohtupraktika, selgitades, et tellimuse edastamise nupu või sellesarnane funktsiooni sõnastamisel ei ole lubatud kasutada väljendeid "kinnita tellimus"¹⁴⁷, "telli ja osta"¹⁴⁸, "saada tellimus"¹⁴⁹, "registreeri nüüd"¹⁵⁰ või "proovi kohe tasuta"^{151, 152}

Läbiviidud uuringust nähtus, et üksnes 2% Eesti e-kaupluste veebilehtedest sisaldas nõuetekohase tähistusega tellimuse edastamise nuppu ning 98% ettevõtjatest olid selle tähistanud ebaõigesti või vastuolus seadusega. Kokku oli kasutanud 57 erinevat sõnastust, millest enamlevinumad olid "Kinnita tellimus"¹⁵³ "Esita tellimus"¹⁵⁴, "Vormista tellimus"¹⁵⁵, "Saada"¹⁵⁶, "Edasi"¹⁵⁷, "Tellin"¹⁵⁸, "Telli"¹⁵⁹. Eeltoodust tulenevalt järeldub, et suur osa Eesti e-kauplustega sõlmitud lepingutest on tegelikult tühised, st tarbija ei ole võlaõigusseaduse kohaselt nende tellimustega seotud.

3.3. Taganemisõigus

Sidevahendi abil sõlmitavatele lepingutele on iseloomulik, et tarbija ja ettevõtja ei viibi lepingu sõlmimise kohas ning tarbijal puudub võimalus kaupu ja teenuseid enne lepingu sõlmimist füüsiliselt hinnata ja proovida.¹⁶⁰ Sellest tulenevalt on tarbija õiguste direktiivi

¹⁴⁷Saksa keelse vastena: *Bestellungbestätigen*.

¹⁴⁸Saksa keelse vastena: *Bestellen und kaufen*.

¹⁴⁹Saksa keelse vastena: *Bestellungabschicken*.

¹⁵⁰Saksa keelse vastena: *jetztanmelden*.

¹⁵¹Saksa keelse vastena: *jetztkostenlostesten*.

¹⁵² J. Holzapfel. "Consumer Rights Directive. Experience with the CRD Implementation in Germany". Brüssel, 19.03.2015. Ettekanne autori valduses.

¹⁵³ Näiteks tellimuse edastamise nupp selliselt sõnastatud MyLook OÜ e-kaupluses. Arvutivõrgus: www.mylook.ee, 10.05.2014.

¹⁵⁴ Näiteks tellimuse edastamise nupp selliselt sõnastatud Skailer OÜ e-kaupluses. Arvutivõrgus: www.bioshop.ee, 10.05.2014.

¹⁵⁵ Näiteks tellimuse edastamise nupp selliselt sõnastatud Ennustus OÜ e-kaupluses. Arvutivõrgus: www.olimp.ee, 10.05.2014.

¹⁵⁶ Näiteks tellimuse edastamise nupp selliselt sõnastatud HRK Style OÜ e-kaupluses. Arvutivõrgus: www.siilike.eu, 10.05.2014.

¹⁵⁷ Näiteks tellimuse edastamise nupp selliselt sõnastatud Gamexe OÜ e-kaupluses. Arvutivõrgus: www.superpood.ee, 10.05.2014.

¹⁵⁸ Näiteks tellimuse edastamise nupp selliselt sõnastatud Tempos OÜ e-kaupluses. Arvutivõrgus: www.model.ee, 10.05.2014.

¹⁵⁹ Näiteks tellimuse edastamise nupp selliselt sõnastatud SL Systems OÜ e-kaupluses. Arvutivõrgus: www.kidsbuild.eu, 10.05.2014.

¹⁶⁰ M. Kingisepp. *Op. cit*, lk 122-123.

kaugmüügi regulatsioonis ettenähtud tarbija õigus, sidevahendi abil sõlmitud lepingust taganeda. Taganemisõiguse eesmärgiks on anda tarbijale võimalus veenduda asja või teenuse vastavuses lepingutingimustele ehk anda tarbijale nn järelemõtlemiseaeg. Kui varasemalt oli Euroopa Liidu õiguse kohaselt tarbijal õigus kauglepingust taganeda vähemalt 7 tööpäeva jooksul¹⁶¹, siis tarbija õiguste direktiivi artikli 9 lõike 1 kohaselt võib tarbija lepingust taganeda põhjust avaldamata 14 päeva jooksul. Põhjus, miks taganemistähtaja pikkust sooviti reguleerida kõikides liikmesriikides ühiselt ehk maksimumharmoniseeriva direktiiviga seisnes asjaolus, et taganemistähtaja pikkuse varieerumine liikmesriigiti põhjustaks Euroopa Liidu siseturul õiguslikku ebakindlust ja põhjendamatu eeskirjade järgimise kulusid.¹⁶²

Eesti õiguses oli juba enne tarbija õiguste direktiivi rakendamist tarbijal õigus sidevahendi abil sõlmitud lepingust 14 kalendripäeva jooksul taganeda. Sellest tulenevalt võis eeldada, et taganemisõiguse olemasolu, pikkus ja tingimused on e-kaupluste veebilehtedel nõuetekohaselt sätestatud.

3.3.1. Taganemisõigusega seonduv lepingueelne teave

Tarbija õiguste direktiivi artikkel 6 sätestab kauglepingute sõlmimisega seotud teavitamisnõuded ehk ettevõtja kohustuse esitada tarbijale teavet kauglepingust taganemise õiguse kohta. Antud sätestest tuleneb, et enne tarbija sidumist kauglepingu või vastava pakkumisega on ettevõtja kohustatud esitama tarbijale selgel ja arusaadaval viisil taganemisõiguse kasutamise tingimused, tähtaja ja korra¹⁶³. Samuti peab olema esitatud teave selle kohta, et lepingust taganemise korral peab tarbija katma kauba tagastamise kulud¹⁶⁴ ning osutatud teenusega seotud mõistlikud kulud¹⁶⁵. Lisaks juhtudel, kui taganemisõigust ei ole ette nähtud¹⁶⁶, peab olema esitatud teave taganemisõiguse puudumise kohta või selgitatud, millistel asjaoludel tarbija oma taganemisõiguse

¹⁶¹ Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 97/7/EÜ tarbijate kaitse kohta sidevahendi abil sõlmitud lepingute korral. EÜT L 144, .06.1997.

¹⁶² Tarbija õiguste direktiiv. *Op. cit.*, preambuli punkt 40.

¹⁶³ Tarbija õiguste direktiiv. *Op. cit.*, artikli 6 lõike 1 punkt h.

¹⁶⁴ Tarbija õiguste direktiiv. *Op. cit.*, artikli 6 lõike 1 punkt i.

¹⁶⁵ Tarbija õiguste direktiiv. *Op. cit.*, artikli 6 lõike 1 punkt j.

¹⁶⁶ Tarbija õiguste direktiivi artikli 16 sätestatud eeldustest tulenevalt.

kaotab¹⁶⁷. Magistritöö uuringus analüüsiti, kas, kuidas ja millises ulatuses on ettevõtjad järginud oma taganemisõigusega seotud lepingueelse teabe esitamise kohustust.

VÕS § 54 lõike 1 ja tarbija õiguste direktiivi artikli 6 lõike 1 kohaselt tuleb taganemisõigusega seonduv lepingueelne teave esitada tarbijale selgel ja arusaadaval viisil. VÕS § 54 lõike 3 ja tarbija õiguste direktiivi artikli 6 lõike 4 alusel võib taganemisõigust puudutava teabe esitamisel kasutada VÕS § 54 lõikes 4¹⁶⁸ ehk tarbija õiguste direktiivi I lisa A osas sätestatud taganemisõiguse näidisjuhendit.

Tarbija õigus lepingust põhjust avaldamata taganeda on üks olulisemaid õigusi, mis tarbijal on siis, kui tegemist on sidevahendi abil sõlmitud lepinguga. Selleks, et tarbijal oleks võimalik taganemisõigust kasutada, peab ta aga esmalt vastava õiguse olemasolust teadlik olema. Taganemisõiguse näidisjuhendi eesmärk ongi tarbijaid sellisest võimalusest teavitada.¹⁶⁹ Olgugi, et selle kasutamine ei ole ettevõtjatele kohustuslik¹⁷⁰, on see väga soovitatav, sest tegemist on lihtsaima ja kindlama viisiga, kuidas kohustuslikku taganemisõigusega seonduvat teavet veebilehel esitada¹⁷¹.

Hoolimata taganemisõiguse näidisjuhendi rakendamise lihtsusest, nähtus uuringust, et praktikas kasutab seda üksnes 1% ettevõtjatest, lisades selle veebilehele lingina¹⁷² või alla laetava dokumendina¹⁷³. 99% ettevõtjatest on sõnastanud taganemisõigust puudutavad sätted e-kaupluse tüüptingimustesse, taganemisõigust käsitlevale alalehele¹⁷⁴ või on jätnud taganemisõigust puudutava teabe üldse avaldamata.

¹⁶⁷ Tarbija õiguste direktiiv. *Op. cit*, artikli 6 lõike k.

¹⁶⁸ Antud sätte näol on tegemist volitusnormiga, mille alusel on Eesti õiguses sidevahendi abil sõlmitud lepingust taganemise avalduse näidisjuhend kehtestatud justiitsministeeriumi 17.12.2013 määrusega nr 41 Sidevahendi abil sõlmitud lepingust ja väljaspool äriruume sõlmitud lepingust taganemise avalduse tüüpvormi ja taganemise näidisjuhendi kehtestamine.

¹⁶⁹ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskiri. *Op. cit*, lk 17.

¹⁷⁰ DG Justice Guidance Document concerning Directive 2011/83/EU. *Op. cit*, lk 39.

¹⁷¹ Seejuures on aga oluline, et teave taganemisõiguse kohta loetakse tarbijale taganemise näidisjuhendis esitatuks üksnes juhul, kui ettevõtja on juhendi nõuetekohaselt täitnud. Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskiri. *Op. cit*, lk 38.

¹⁷² Näiteks Catalogue Shop OÜ e-kaupluse veebileht. Arvutivõrgus: <http://www.bonprix.ee/Ostu-m%C3%BC%C3%BCgilepingu+%C3%BCldtingimused/id/128/>, 10.05.2014.

¹⁷³ Näiteks SanLab OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://patareid.ee/est/customer-service#answer2>, 10.05.2015.

¹⁷⁴ Näiteks GlamWear OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://glamwear.eu/tagastamine/>, 10.05.2015.

Kui taganemisõiguse näidisjuhendi kasutamine on ettevõtjale vabatahtlik, siis VÕS § 54 lg 1 punktiga 13 võeti Eesti õigusesse üle tarbija õiguste direktiivi artikli 6 lõike 1 punkt H, millega sätestati ettevõtja kohustus esitada tarbijale taganemisteate näidisvorm ehk taganemisõiguse tüüpvorm¹⁷⁵. Tegemist on lepingust taganemise avalduse vormiga, mille eesmärgiks on lihtsustada nii ettevõtja kui ka tarbija olukorda sidevahendi abil sõlmitud lepingust taganemisel. Tüüpvorm muudab ettevõtja teavitamiskohustuse hõlpsamini täidetavaks, sest ettevõtja ei pea ise vormi sõnastusele või kujundamisele tähelepanu pöörama. Samuti tagab tüüpvormi kasutamine tarbijale, et ettevõtjalt saadud teave on kvaliteetne ning vastab kõikidele seaduses sätestatud nõuetele.¹⁷⁶

Taganemisõiguse tüüpvormiga seonduvalt on poolte jaoks aga kõige olulisem, et kui ettevõtja ei ole taganemisõiguse tüüpvormi tarbijale esitanud, rikub ettevõtja oma teabe esitamise kohustust, mistõttu lõpeb taganemistähtaeg VÕS § 56 lõike 1⁶ ja tarbija õiguste direktiivi artikli 10 lõike 1 kohaselt alles 12 kuu möödumisel. Sellest tulenevalt peaks taganemisõiguse tüüpvormi avaldamine olema ettevõtja jaoks üheks olulisemaks prioriteediks e-kaupluse veebilehe ja tüüptingimuste koostamisel. Seda põhjusel, et just taganemisõiguse tüüpvormi avaldamisest või avaldamata jätmisest sõltub tarbija taganemisõiguse tähtaeg ja selle kasutamise tingimused.

Hoolimata eeltoodust nähtus uuringust, et nõuetekohase taganemisõiguse tüüpvormi on veebilehel lisanud ainult 6% ettevõtjatest. 6% ettevõtjatest oli tüüpvormi küll avaldanud, kuid selle sisu ei olnud vastavuses kehtestatud regulatsiooniga ning 88% ettevõtjatest oli tüüpvormi täies ulatuses avaldamata jätnud.

Veebilehtedel, mis olid seadusega kooskõlas, oli tüüpvorm avaldatud e-kaupluse koduleheküljel veebipõhise vormina¹⁷⁷ või lingina tüüptingimustesse¹⁷⁸. Seejuures aga sageli eksiti VÕS § 56 lõikest 2⁴ ehk tarbija õiguste direktiivi artikli 11 lõikest 3 tuleneva

¹⁷⁵ Eesti õiguses on taganemisõiguse tüüpvorm sätestatud VÕS § 56 lg 2³ sätestatud volitusnormi alusel kehtestatud justiitsministri 17.12.2014 vastu võetud määrusega nr 41 "Sidevahendi abil sõlmitud lepingust ja väljaspool äriruume sõlmitud lepingust taganemise avalduse tüüpvormi ja taganemise näidisjuhendi kehtestamine".

¹⁷⁶ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskiri. *Op. cit.*, lk 1.

¹⁷⁷ Antista AS-i e-kaupluse veebileht, alaleht "Euronicsi Klienditeeninduskeskus". Arvutivõrgus: <http://www.euronics.ee/klienditeenindus?type=13>, 13.02.2015.

¹⁷⁸ Näiteks Eesti turul tegutseva Otto GmbH & Co KG e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.otto.ee/Tellimistingimused/id/41/>, 13.02.2015.

kohustuse vastu, mis sätestab, et kui tarbija kasutab taganemisavalduse edastamiseks ettevõtja veebilehte, on ettevõtja kohustatud saatma tarbijale viivitamata püsival andmekandjal kinnituse taganemisavalduse kättesaamise kohta. Uuringust nähtus, et paljudel juhtudel tarbijale sellekohast kinnitust ei saadetud või ei olnud kinnitus edastatud püsival andmekandjal.¹⁷⁹

Samuti oli veebipõhiste taganemisavalduse vormide probleemiks nende sisu. Nimelt, sageli sooviti vormides koguda tarbijalt rohkem teavet, kui on taganemisavalduse tüüpvormis tegelikult ette nähtud. Näiteks soovisid ettevõtjad saada teada infot taganemise põhjuste või kauba tagastamise viisi kohta¹⁸⁰, muutes sageli vastavad väljad tarbijale täitmiseks kohustuslikuks. Täiendav veebipõhine vorm võib olla küll taganemisteade näidisvormist erinev, kui aga ettevõtja soovib kasutada näidisvormist erinevat veebipõhist vormi ja koguda tarbijalt rohkem teavet, peaksid täiendavad küsimused olema esitatud eraldi ehk tarbijal peaks olema võimalik saata vorm ilma lisaküsimustele vastamata.¹⁸¹ Seega, isegi kui ettevõtja võimaldab taganemisavalduse esitamist läbi veebilehe, peab taganemisteade näidisvormi ehk taganemisavalduse tüüpvorm alati tarbijale esitatud.¹⁸²

Lisaks taganemisõiguse näidisjuhendile ja tüüpvormile on tarbija taganemisõigusega seondult oluline, kuidas on tarbijat lepingueelselt teavitatud taganemisõiguse puudumisest või selle kaotamise tingimustest. VÕS § 54 lg 1 punktiga 16 võeti üle tarbija õiguste direktiivi artikli 6 lõike 1 punkt k, mille kohaselt peab ettevõtja juhul, kui tarbijale ei ole taganemisõigust ette nähtud või ta võib selle kaotada, tarbijat nendest asjaoludest teavitama. Taganemisõigust ei ole ette nähtud lepingule, mille esemete loetelu on toodud VÕS § 53 lõikes 4 ehk tarbija õiguste direktiivi artiklis 16. Antud sätted sisaldavad loetelu lepingutest, mis alluvad küll sidevahendi abil sõlmitavate lepingute regulatsioonile, kuid mille suhtes ei saa tarbija kasutada taganemisõigust. Kui taganemisõiguse eesmärgiks on anda tarbijale järelemõtlemise aega, võimaldades tarbijal lepingust taganeda põhjust avaldamata, siis viidatud sätted kehtestavad taganemisõiguse osas erandi lepingutele,

¹⁷⁹ Näiteks MerHab OÜ e-kaupluse veebileht. Arvutivõrgus: www.tooriidepood.ee, 13.02.2015.

¹⁸⁰ Näiteks Surfhar OÜ e-kaupluse veebileht, alaleht "Taganemisõigus". Arvutivõrgus: <https://shop.surfhouse.ee/returns>, 10.01.2015.

¹⁸¹ DG Justice Guidance Document concerning Directive 2011/83/EU. *Op. cit.*, lk 40.

¹⁸² *Ibid.*, lk 39.

mille eset ja olemust arvestades oleks taganemisõigus ebakohane.¹⁸³ Tulenevalt asjaolust, et sellekohaseid lepinguid on kokku 15, peaksid ettevõtjad teavitama tarbijat asjaoludest, mis viivad taganemisõiguse kaotamiseni¹⁸⁴. Seega, kui tarbijal ei ole taganemisõigust, on ettevõtja kohustuseks sellest tarbijat enne lepingu sõlmimist teavitada.

Läbiviidud uuringust nähtus, et üksnes 34% ettevõtjatest oli tarbijat taganemisõiguse puudumisest nõuetekohaselt teavitanud ja oma tüüptingimustes selgitanud, millistel asjaoludel tarbija oma taganemisõiguse kaotab. 66% veebilehtede tüüptingimustest sellekohast viidet ei sisaldanud või oli vastava tingimuse punkti sõnastus vastuolus seaduses sätestatud regulatsiooniga. Näiteks oli tingimusi, milles oli taganemisõiguse puudumine sõnastatud liiga üldsõnaliselt¹⁸⁵, mis olid sõnastatud lähtuvalt vanast ja juba kehtetuks tunnistatud regulatsioonist¹⁸⁶ või millega seati taganemisõiguse kasutamine sõltuvusse kauba kättesaamise kohast¹⁸⁷. Samuti oli tingimusi, millega oli seaduse vastaselt välistatud alla hinnatud¹⁸⁸ või puudustega müüdüd kauba tagastamine¹⁸⁹.

3.3.2. Tarbija õigus lepingust taganeda

VÕS § 56 lõikega 1 võeti üle tarbija õiguste direktiivi artikli 9 lõige 1, mille kohaselt võib tarbija sidevahendi abil sõlmitud lepingust taganeda põhjust avaldamata 14 päeva jooksul. Lepingu puhul, mille esemeks on asja üleandmine, hakkab taganemise tähtaeg kulgema kauba vastuvõtmisest.¹⁹⁰ Lepingu puhul, mille esemeks on teenuse osutamine

¹⁸³ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskiri. *Op. cit.*, lk 31.

¹⁸⁴ Näiteks suletud pakendiga lõhnade, kosmeetika ja toidukaupade puhul peab ettevõtja teavitama, et pakendi avamisel kaotab tarbija oma taganemisõiguse.

¹⁸⁵ Näiteks OÜ VIP Shop e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "tagastada ei saa kaupa, mille ümbris on avatud". Arvutivõrgus: <http://www.vipshop.ee/pages.php?pageid=8>, 04.02.2015.

¹⁸⁶ Näiteks Viktoria Beauty OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "14 päevane taganemisõigus ei kehti asjadele, mida oma olemuse tõttu ei saa tagastada." Arvutivõrgus: <http://www.vb.ee/page-80.html>, 01.02.2015.

¹⁸⁷ Näiteks Deliver Baltic OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "kaupa ei saa tagastada kui olete käinud kaubal ise järel ja veendunud kauba õigsuses". Arvutivõrgus: <http://www.perenaiselemmik.ee/ostutingimused/>, 01.02.2015.

¹⁸⁸ Näiteks Marver Eesti OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "tagastada ei saa allahinnatud kaupu". Arvutivõrgus: <http://www.rosme.ee/kauba-tagastamine/>, 01.02.2015.

¹⁸⁹ Näiteks Saarebeebi OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "tagastada ei ole võimalik tooteid mille juures on märged defektiga." Arvutivõrgus: <http://www.saarebeebi.ee/cms.php?id cms=7>, 01.02.2015.

¹⁹⁰ Vastavalt VÕS § 56 lõikele 1¹.

või muu kestva soorituse tegemine, hakkab taganemise tähtaeg kulgema lepingu sõlmimise päevast.¹⁹¹

Kui tarbija õiguste direktiivis ja võlaõigusseaduses on taganemise õigus sätestatud päevades, siis uuringust nähtus, et praktikas arvutatakse taganemisetähtaega nii päevades¹⁹² ehk kalendripäevades¹⁹³ kui ka tööpäevades¹⁹⁴. Tähtaja kulgemist loetakse kauba üle andmisest ehk tarbija poolt kätte saamisest, kuid tihti on tähtaja kulgemise algus jäänud täpsustamata ehk on sätestatud üldsõnaliselt, et "tarbijal on võimalik tooted tagastada 30 päeva jooksul"¹⁹⁵.

Mis puudutab aga tüüptingimuste sisu, siis 70% tingimustest oli seaduses sätestatuga kooskõlas või olid tingimused isegi soodsamad ning 31% tüüptingimustest taganemisõigusega seonduv teave puudus või ei olnud veebilehel sõnastatud tingimused seadusega kooskõlas.

65% tüüptingimustest oli taganemistähtajaks määratud seadusest tuleneva 14 päeva ning kõige sagedamini oli kasutatud järgnevat sõnastust: "E-poest ostetud kaupadele kehtib 14 päevane tagastusõigus." Samas võimaldasid 5% ettevõtjatest tarbijatele ka pikemat taganemise tähtaega. Sellisel juhul oli tegemist ettevõtja poolt vabatahtlikult kehtestatud tähtajaga, mille pikkus varieerus 15 päevast¹⁹⁶ kuni 30 päevani¹⁹⁷. Samas võis olla

¹⁹¹ Vastavalt VÕS § 56 lõikele 1².

¹⁹² Näiteks Eksklusiiiv.com OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "kaupa on võimalik vahetada või tagastada 30 päeva jooksul alates selle kättesaamisest". Arvutivõrgus: <http://www.eksklusiiiv.com/INFO-TELLIMISE-KOHTA>, 01.02.2015.

¹⁹³ Näiteks OÜ Pikato e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "Sokid.ee-st ostetud toodetele kehtib kolmekümne (30) kalendripäevane tagastusõigus". Arvutivõrgus: <http://www.sokid.ee/kasutustingimused/>, 01.02.2015.

¹⁹⁴ Näiteks Monger Baltic OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "kui te mingil põhjusel ei ole oma ostuga rahul, on teil õigus kaup tagastada 14 tööpäeva jooksul alates kauba kättesaamisest". Arvutivõrgus: <http://sportique.ee/customercare.aspx>, 01.04.2015.

¹⁹⁵ Alphadore OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.roosa.ee/muugitingimused>, 01.04.2015.

¹⁹⁶ Näiteks Deliver Baltic OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "teil on õigus meie E-poest tellitud kaubad 15 päeva jooksul ümber vahetada või tagastada". Arvutivõrgus: <http://www.perenaiselemmik.ee/ostutingimused/>, 01.02.2015.

¹⁹⁷ Näiteks E Vision OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "läätsed.com-ist ostetud tavalistele kontaktläätsedele kehtib kolmekümne (30) kalendripäevane tagastusõigus". Arvutivõrgus: <http://www.laatsed.com/teenuse-tingimused>, 01.04.2015.

sätetatud, et pikem taganemisõigus kehtib üksnes e-kaupluse registreeritud klientidele¹⁹⁸.

Taganemisõigust puudutav teave oli avaldamata 23% ettevõtetest. Tegemist oli juhtumitega, kus tüüptingimusi veebilehel ei sisaldunud¹⁹⁹ või puudus tüüptingimustes viide taganemisõiguse olemasolule või selle kasutamise tingimustele.

7% tüüptingimustest oli taganemisõigust puudutav teave küll avaldatud, kuid oma sisult oli see vastuolus seadusest tulenevate kohustuslike nõuetega. Näiteks oli sätestatud, et 14 päeva jooksul on tarbijal õigus üksnes tooteid ümber vahetada²⁰⁰. Samuti oli sagedased olukorrad, kus seadusest tulenevat taganemise tähtaega oli lühendatud. Näiteks tingimused, mille kohaselt on tarbijal õigus lepingust taganeda üksnes 1 tööpäeva²⁰¹ või 3 tööpäeva²⁰² jooksul.

Taganemisõigustest ebaõige teavitamise ja teavitamata jätmise tagajärjed on sätestatud tarbija õiguste direktiivi artiklis 10, mis on Eesti õigusesse võetud üle VÕS § 56 lõikega 1⁶. Selle kohaselt, kui ettevõtja ei esita tarbijale enne lepingu sõlmimist ettenähtud korras²⁰³ teavet taganemisõiguse kohta, ei hakka taganemistähtaeg kulgema enne, kui tarbija on vastava teabe saanud. Antud regulatsioon on kehtestatud põhjusel, et kui tarbija ei tea taganemisõiguse olemasolust, ei saa ta seda ka kasutada ning tarbijas suhtes oleks ebaõiglane arvestada sellel ajal taganemistähtaja kulgemist. Selleks, et tagada õiguskindlus, tasakaalustada tarbija ja ettevõtja huve ning vältida, et taganemisõigust

¹⁹⁸ AS Baltika e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <https://monton.andmorefashion.com/kasutustingumused>, 01.04.2015.

¹⁹⁹ Näiteks Telmarx Invest OÜ e-kauplus. Arvutivõrgus: <http://www.kasutatudraamat.ee/>, 01.04.2015.

²⁰⁰ Näiteks Nambawan OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "ostjal on õigus tellitud kaubad 14 päeva jooksul ümber vahetada." Arvutivõrgus: <http://www.nambawan.ee/ee-14>, 01.04.2015.

²⁰¹ Näiteks FirstFlush OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "juhul, kui Te ei ole mingil põhjusel oma kaubaga rahul, palun kirjutada meile e-aadressile shop@firstflush.ee 3 tööpäeva jooksul peale selle kätte saamist ja selgitage, miks Te ei ole rahul oma kaubaga. Juhul kui rahulolematust kaubaga on põhjendatud, aktsepteerime rikkumata kujul kauba tagastust 7 tööpäeva jooksul." Arvutivõrgus: <http://www.firstflush.ee/e-poe-tingimused-ja-reeglid>, 01.04.2015.

²⁰² Näiteks Modastro OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "ostjal on õigus taganeda sooritatud ostust 1 tööpäeva jooksul alates toodete üleandmisest". Arvutivõrgus: <http://www.modastro.ee/abi/ostustingimused/>, 01.04.2015.

²⁰³ Vastavalt VÕS § 54 lõike 1 punktile 12.

teostatakse ebamõistlikult pika aja möödudes, on VÕS § 56 lõikes 1⁶ sätestatud taganemisõiguse maksimaalseks pikkuseks on 12 kuud.²⁰⁴

Uuringust nähtus, et 26% ettevõtjatest oli teabe esitamise kohustuse täitnud nõuetekohaselt ning 74% ettevõtjatest oli vastavat kohustust rikkunud. Seega, 73% valimisse kuulunud e-kauplustest ei olnud taganemisõigus mitte 14 päeva vaid 12 kuud. See tähendab, et antud e-kauplustest kauba ostnud tarbijatel on õigus taganeda lepingust ühe aasta jooksul, hoolimata kaubal selle aja jooksul tekkida võivatest kulumisjälgedest.²⁰⁵

Kui analüüsida taganemisõiguse kohustuse rikkumise põhjuseid, siis üldistatuna saab need jagada kaheks. Esiteks, taganemisõigusest on jäetud teavitamata ehk tüüptingimustes puudus viide taganemisõiguse olemasolule ja selle kasutamise tingimusele, tähtajale ja korrale. Teiseks, tüüptingimustes sisalduv taganemisõigust puudutav teave on ebaõige või vastuolus seadusest tulenevate nõuetega.

3.3.3. Poolte kohustused lepingust taganemisel

Taganemine sidevahendi abil sõlmitud lepingust toob endaga kaasa kohustusi nii ettevõtjale kui ka tarbijale. Ettevõtja kohustused tarbijapoolsel lepingust taganemisel on sätestatud VÕS § 56¹, millega võeti üle tarbija õiguste direktiivi artikkel 13. Tarbija kohustused lepingust taganemisel on sätestatud VÕS § 56², millega võeti üle tarbija õiguste direktiivi artikkel 14. Kui ettevõtja kohustused on oma olemuselt imperatiivsed, siis tarbija õiguste ja kohustuste ulatus sõltub lisaks seaduses sätestatud ka ettevõtja tüüptingimustest. Eeltoodust tulenevalt analüüsiti tagasitaitmise õigussuhte raames nii ettevõtja (VÕS § 56¹ lg 1) kui ka tarbija (VÕS § 56² lg 1, lg 3, lg 4 ja lg 9) kohustusi tarbijapoolsel lepingust taganemisel.

Tarbijapoolsel lepingust taganemisel on ettevõtja peamiseks kohustuseks tagasitaitmise kohustus, mis tuleneb VÕS § 56¹ lõikest 1, mis vastab direktiivi artikli 13 lõikele 1. Selle kohaselt on ettevõtjal kohustus tagastada tarbijale viivitamata, kuid hiljemalt 14 päeva²⁰⁶ möödumisel taganemisavalduse kättesaamisest kõik tarbijalt lepingu alusel saadud tasud,

²⁰⁴ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskiri. *Op. cit*, lk 42.

²⁰⁵ DG Justice Guidance Document concerning Directive 2011/83/EU. *Op. cit*, lk 47.

²⁰⁶ Võrreldes varasemalt kehtinud VÕS § 56 lg 3 tarbija positsioon paranes, sest eelnevalt oli samuti ettevõtjal kohustus tagastada tarbijalt saadu viivitamata, kuid hiljemalt 30 päeva möödumisel.

muu hulgas tarbija kantud asja üleandmise kulud.²⁰⁷ Uuringust nähtus, et sellekohast teavitamise kohustust on nõuetekohaselt järginud üksnes 17% ettevõtetest. 11% ettevõtetest kehtestas soodsamad tingimused, mille kohaselt tagastatakse tarbijale tema poolt tasuta kiiremini kui 14 päeva jooksul või on sätestatud, et lisaks kauba eest tasutule ja asja kättetoimetamise kuludele tagastatakse tarbijale ka kauba tagasisaatmise kulud.²⁰⁸ 40% ettevõtetest oli nõutava teabe esitamata jätnud ning 32% ettevõtetest oli esitanud vastava teabe eksitavalt. Suur osa rikkumisi seondus sellega, millises hetkest alates hakkab ettevõtjate hinnangul tagastamise tähtaega lugema. Näiteks loevad ettevõtjad tähtaja kulgema hakkamist taganemisavalduse esitamisest²⁰⁹, kauba tagastamisest²¹⁰, kauba kätte saamisest²¹¹, tagastatud kauba lattu jõudmisest²¹² või kauba kontrollimisest²¹³. Samuti oli sätestatud, et tähtaeg hakkab kulgema taganemise teate kätte saamisest, kuid seda üksnes eeldusel, et selle aja jooksul on kaup jõudnud ettevõtjani.²¹⁴

²⁰⁷ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitse seaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskiri. *Op. cit.*, lk 45.

²⁰⁸ Näiteks OÜ Crazydeal e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "tellimusest taganemise korral punktis 6.2 sätestatud juhul tagastatakse Teile ostu eest tasutud summa (koos transpordimaksumusega) Teile pangakontole hiljemalt 14 päeva jooksul arvates tellimusest taganemise kohta teate saamisest ning tagastatud kauba saabumisest Kaubamaja lattu". Arvutivõrgus: <http://www.crazydeal.ee/info/kasutustingimused>, 01.04.2015.

²⁰⁹ Näiteks Evelit Group OU e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "ostja poolt Tellitud Kaubast loobumise korral peab müüja tagastama Lepingu alusel makstud summa ostjale mitte hiljem kui 30 päeva jooksul alates Ostja poolt vastavasisulise taotluse esitamisest". Arvutivõrgus: <http://www.evelit.ee/ee/?help=yes&id=5>, 01.04.2015.

²¹⁰ Näiteks Fosgrafe OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "tagastamisel kantakse Klientle raha tagasi hiljemalt 3 päeva jooksul toote tagastamisest". Arvutivõrgus: <http://35mm.ee/content/9-02-ostuabi>, 01.04.2015.

²¹¹ Näiteks LK Management OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "Tagastame teile kauba maksumuse (v.a. transpordikulud) peale kauba kättesaamist". Arvutivõrgus: <http://www.makeupstudio.ee/et/p/tellimisinfo>, 01.04.2015.

²¹² Näiteks Aura Vision OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "tellimusest taganemise korral punktis 5.2 sätestatud juhul tagastatakse ostu eest tasutud summa (koos transpordimaksumusega) Kliendi pangakontole esimesel võimalusel, kuid mitte hiljem kui 14 päeva jooksul arvates tellimusest taganemise kohta teate saamisest ning tagastatud kauba saabumisest Aura Visione-poe lattu". Arvutivõrgus: <http://www.auravision.eu/index.php?page=424>, 01.04.2015.

²¹³ Näiteks Eaudeparfum OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "raha tagastatakse Kliendile pärast tagastatud toodete kontrollimist kuid mitte hiljem kui 14 päeva". Arvutivõrgus: <http://eaudeparfum.ee/et/content/7-tingimused>, 01.04.2015.

²¹⁴ Näiteks Chilli Media OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "Chilli.ee kannab kauba tagastamisel tasutud summa Kliendile tagasi 30 kalendripäeva jooksul alates müügilepingust taganemise teate kätte saamisest ja eeldusel, et selle aja jooksul on tagastatav kaup jõudnud chilli.ee-ni". Arvutivõrgus: <http://www.chilli.ee/info/kasutustingimused>, 01.04.2015.

Samuti esines rikkumisi tähtaegade ja tähtpäevade arvutamisel. Näiteks olid raha tagastamisega seotud kohustused sätestatud nii kalendripäevades, tööpäevades²¹⁵ kui ka pangapäevades²¹⁶. Sellega seonduvad ka rikkumised, mille kohaselt tarbija poolt tasutu ei tagastata mitte 14 päeva vaid 14 tööpäeva²¹⁷ jooksul. Lisaks on tavapärased olukorrad, kus tagastamise tähtajaks on ette nähtud 15 päeva, 20 päeva²¹⁸, 30 päeva²¹⁹ või 31 päeva²²⁰.

Tarbija poolt tasutu tagastamisega seonduvalt on oluline ka VÕS § 56² lõige 3, millega võeti üle tarbija õiguste direktiivi artikli 14 lõike 1 teine alalõik. Sellega sätestati Eesti õigusesse põhimõte²²¹, mille kohaselt tarbija peab lepingust taganemisel kandma kõik asja tagastamisega seotud otsesed kulud²²². Tarbijapoolse kulude kandmise eelduseks on, et tarbijat on lepingueelselt kulude kandmise kohustusest teavitatud. Seega, kui ettevõtja antud teavitamiskohustust rikub, kaotab ta õiguse nõuda tarbijalt lepingust taganemise korral asja tagastamisega seotud kulutuste kandmist. Sellisel juhul peab ettevõtja vastavad posti-, transpordi vms kulud kandma ise. Seega on ka antud sätte eesmärgiks motiveerida ettevõtjat teavitamiskohustust korrektselt täitma ning tagada, et lepingust taganemisel ei kaasneks tarbijatele kulutusi, millest nad varem teadlikud ei olnud.²²³

²¹⁵ Näiteks DLB Trading OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "Müüja tagastab Tellijale tellimuse eest tasutud Tellija poolt osundatud pangaarvele hiljemalt 5 tööpäeva jooksul alates kauba kättesaamisest". Arvutivõrgus: <http://www.cherie.ee/tellimistingimused>, 01.04.2015.

²¹⁶ Näiteks TopModa OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "Raha tagastamine toimub kahe pangapäeva jooksul peale tagastatava kauba kontrollimist". Arvutivõrgus: <http://www.kotikauplus.ee/et/content/6-ostmine>, 01.04.2015.

²¹⁷ Näiteks Starflower OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "Raha tagastatud kauba eest kantakse ostja arveldusarvele esimesel võimalusel, kuid mitte hiljem kui 14 tööpäeva jooksul..." Arvutivõrgus: <http://www.kodubutiik.ee/index.php?id=157>, 01.04.2015.

²¹⁸ Näiteks Kallos Nordic OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "Raha tagastatud kauba eest hüvitatakse Kliendile peale tagasi jõudnud kauba üle kontrollimist, kuid mitte hiljem kui 20 päeva jooksul". Arvutivõrgus: <http://www.kallos.ee/et/p/muugitingimused>, 01.04.2015.

²¹⁹ Näiteks Gaia Cosmetics OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "Raha kantakse tagastatud toote eest tagasi tellija arveldusarvele 30 päeva jooksul alates kauba tagastamisest". Arvutivõrgus: http://www.gaiacosmetics.ee/index.php?route=information/information&information_id=5, 01.04.2015.

²²⁰ Näiteks Ti&Ti Õmblus OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "Ti&Ti Õmblus OÜ tagastab Ostjale tellimuse eest tasutud maksed Ostja pangaarvele 31 päeva jooksul alates kauba tagastamisest". Arvutivõrgus: <http://pood.beebikaubad.ee/content/view/4/35/>, 01.04.2015.

²²¹ Selle näol on tegemist olulise põhimõttelise muudatusega, sest eelnevalt oli võlaõigusseaduses (VÕS § 194) sätestatud täpselt vastupidiselt, kuid siiski ka selle alusel oli võimalik kokku leppida, et asja tagastamise kulud kannab 10 euro ulatuses tarbija.

²²² Näiteks on lepingust taganemisega seonduvateks otsesteks kuludeks transpordi- ja postikulud.

²²³ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskiri. *Op. cit.*, lk 47.

Uuringu tulemustest nähtub, et 47% ettevõtjatest on oma teavituskohustust nõuetekohaselt täitnud ehk sätestanud tingimuste, et lepingu esemena üleantud asja tagastamisega seotud otsesed kulutused kannab tarbija. 9% ettevõtjatest oli kehtestanud tarbija jaoks soodsamad tingimused, sätestades tüüptingimustes, et tarbijapoolsel lepingust taganemisel tagastatakse tarbijale nii kauba kui ka postikulude eest tasutu²²⁴.

44% ettevõtjatest oli antud kohustust rikkunud ehk jätnud vastava teabe tüüptingimustes avaldamata ning sellega (teadmatult) võtnud asja tagastamisega seotud kulutused enda kanda. Sageli väljendus rikkumine ka selles, et tüüptingimuste sõnastamisel üritasid ettevõtjad oma kohustusi välistada, sätestades, et tarbijale tagastatakse üksnes kauba maksumus²²⁵ ning asja üleandmisega seotud kulud ei tagastata.²²⁶

Kauba tagastamisega kaasnevate tarbija kohustustega seonduvalt on oluline VÕS § 56² lõige 1, mis vastab tarbija õiguste direktiivi artikkel 14 lõike 1 esimesele alalõigule. Antud sättest tuleneb tarbija kohustus saata ettevõtjale viivitamata, kuid mitte hiljem kui 14 päeva möödumisel taganemisavalduse tegemisest asi tagasi või anda asi üle ettevõtjale või ettevõtja nimetatud isikule.

Uuringust nähtus, et 23% ettevõtjatest oli teatanud, et lepingust taganemisel on tarbija kohustatud lepingu esemeks oleva asja tagastama mitte hiljem kui 14 päeva möödumisel taganemisavalduse tegemisest. 77% ettevõtjatest oli sellekohast kohustust rikkunud ehk jätnud vastava teabe tüüptingimustes avaldamata või sätestanud vastava kohustuse tüüptingimustes ebaõigelt.

Praktikas on ettevõtjate jaoks kõige problemaatilisemaks olukord, kus lepingu esemena antakse tarbijale üle asi, kuid tarbijad kasutavad saadud asja rohkem ja kauem, kui see oleks vajalik kauba olemuses, omadustes ja toimimises veendumiseks.²²⁷ Tarbija õiguste

²²⁴ Näiteks Öieteraapiakeskus OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "Kui ostja soovib saada tagastatud toote eest raha, kanname kauba ja postikulude eest raha tagasi..." Arvutivõrgus: <http://taimeteraapia.eu/posti-info>, 01.04.2015.

²²⁵ Näiteks Pacta Tarkvara OÜ e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "Kauba saatekulu tagastamisele ei kuulu". Arvutivõrgus: <http://www.ehted24.ee/V7/kuidas-tellida-topmenu-19>, 01.04.2015.

²²⁶ Näiteks OÜ Pajack Group e-kaupluse tüüptingimused, mille kohaselt "Kummut tagastab Tarbijale tagastatud Toode eest tasutud summa (v.a saatmise kulud) hiljemalt 30 kalendripäeva jooksul taganemisteate saamisest arvates, tingimusel, et Tellija on selleks ajaks tagastanud ka Toode". Arvutivõrgus: <http://kummut.ee/tingimused>, 23.03.2015.

²²⁷ Tarbija õiguste direktiiv. *Op cit*, preambuli punkt 47.

direktiivis reguleeriti antud küsimus artikliga 14, mis võeti Eesti õigusesse üle VÕS § 56² lõikega 4. Selle kohaselt on tarbijal õigus proovimise eesmärgil asja kasutada, et hinnata, kas see talle sobib ja meeldib. Seejuures kasutamise käigus tekkinud väärtuse vähenemise eest tarbija ei vastuta²²⁸ ning kauba olemuses, omadustes ja toimimises veendumiseks peaks tarbija käsitsema ja uurima kaupa üksnes nii, nagu tal lubataks seda teha poes²²⁹.²³⁰ Seega tekib tarbija vastutus²³¹ üksnes juhul, kui ta on asja kasutanud mul viisil, kui on vaja asja olemuses, omadustes ja toimimises veendumiseks.

Eeltooduga seonduvalt on aga oluline, et VÕS § 56² lõike 4 kohaselt ei vastuta tarbija asja väärtuse vähenemise eest juhul, kui ettevõtja ei ole juhtinud tähelepanu tarbija taganemisõigusele²³².²³³ Läbiviidud uuringust nähtus, et 69% ettevõtjatest on tüüptingimustes tarbijat teavitanud, et asja kasutamisest tingitud väärtuse vähenemise eest vastutab tarbija. 31% tüüptingimustest sellekohast viidet ei sisaldanud.

²²⁸ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskiri. *Op. cit.*, lk 47.

²²⁹ Antud regulatsiooni eesmärgiks ongi panna sidevahendi abil müügilepingu sõlminud tarbija samasugusesse olukorda nagu tavalise müügilepingu sõlminud tarbija on tavapoes.

²³⁰ Tarbija õiguste direktiiv. *Op. cit.*, preambuli punkt 47.

²³¹ Vastutus tähendab, et ettevõtjal on õigus taganemise võlasuhte raames nõuda tarbijalt asja väärtuse vähenemisest tulenevat hüvitist. Hüvitise suuruse kindlaksmääramisel tuleks võrrelda väärtust, mis oleks asjal olukorras, kus seda on kasutatud lubatavas mahus, st mahus, mis on vajalik selle olemuses, omadustes ja toimimises veendumiseks, sellise väärtusega, mis asjal on pärast kasutamist, mis ei ole enam vajalik asja olemuses, omadustes ja toimimises veendumiseks.

²³² Vastavalt VÕS § 56 lõike 1 punktile 12 ega punktile 13.

²³³ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskiri. *Op. cit.*, lk 47.

4. TARBIJA ÕIGUSTE DIREKTIIVI RAKENDUMISE UURINGU KOKKUVÕTE, JÄRELDUSED JA ETTEPANEKUD

4.1. Uuringu tulemuste kokkuvõte

Magistritöö uuringust nähtus, et kõige korrektsemalt on e-kaubandusettevõtjad täitnud nõudeid, mis seonduvad otseselt tarbijatele kaupade müügi, nende eest tasumise ning kättetoimetamisega. Kauba kättetoimetamise ja maksevahenditega seonduvaid kohustusi ettevõtjad sisuliselt ei rikkunud. Samuti oli positiivne, et 95% ettevõtjatest järgisid ettevõtja isiku ehk ärinime avaldamisega seotud kohustusi. Lisaks oli 98,5% ettevõtjatest tähistanud nõuetekohaselt oma e-kaupluse tegevuskoha aadressi, telefoni-, faksinumbri või e-posti aadressi.

Mis puudutab tarbija lepingueelset teavitamist, siis üksnes 27% e-kaupluste tüüptingimustest sisaldas meeldetuletust õiguskaitsevahendite kasutamise kohta ning üksnes 18% veebilehtedest sisaldas nõuetekohast viidet tarbijavaidluste komisjonile, koos komisjoni pöördumise tingimuste ja korraga. Eeltooduga seonduvalt on siiski oluline rõhutada, et isegi kui ettevõtja tarbijat nõuetekohaselt ei teavitanud, ei välista see tarbija seadusest tulenevat õigust õiguskaitsevahendite kasutamisele või tarbijakaebuste komisjoni pöördumisele.

Tüüptingimuste kõige olulisemaks osaks oli taganemisõigus ja sellega seotud tingimuste kontroll. Uuringu käigus analüüsiti kokku 12 erinevat taganemisõigusega seonduvat sätet ning kõige sagedasemaks rikkumiseks oli tarbija õiguste direktiivis sätestatud taganemisavalduse tüüpvormi esitamata jätmine. Üksnes 6% ettevõtjatest oli vastav vorm nõuetekohaselt veebilehel avaldatud ning 94% ei olnud see sisustatud nõuetekohaselt või puudus veebilehel täielikult.

Taganemisõigust puudutava teabe oli esitanud nõuetekohaselt 26% ettevõtetest. See tähendab, et 73% valimisse kuulunud e-kauplustest rikkus vastava teabe esitamise ehk antud e-kauplustest ostes ei oleks tarbijale taganemisõigus mitte 14 päeva vaid 12 kuud. Sellise soovimatu tagajärgede vältimiseks on ettevõtjatel võimalik kasutada standardiseeritud taganemisõiguse näidisjuhendit. Hoolimata taganemisõiguse näidisjuhendi rakendamise lihtsusest, nähtus uuringust, et praktikas kasutab seda võimalust üksnes 1% ettevõtjatest.

Mis puudutab taganemisõiguse tähtaegu, siis 14 päevane taganemise tähtaeg oli 65% ettevõtjatest tähistatud nõuetekohaselt ning 5% ettevõtjatest oli antud tähtaega tarbija kasuks isegi pikendanud. Tarbijalt lepingu alusel saadud tasude tagastamisel oli aga 72% ettevõtete poolt avaldatud teave eksitav või sellekohane informatsioon üldse puudus.

Lisaks tüüptingimustele kontrolliti uuringu käigus ka e-kaupluste tellimuse edastamise protsessi. Uuringust nähtus, et üksnes 2% Eesti e-kauplustest oli ostuprotsessiga seonduvad veebilehe alalehed sisustanud nõuetekohaselt ning 98% e-kauplustest olid vastavad alalehed tähistanud ebaõigesti või vastuolus seadusega. Kui tarbija õiguste direktiivi kohaselt peab tellimuse edastamise nupp või sellesarnane funktsioon sisaldama üksnes sõnu "tellimus koos makse kohustusega", siis Eesti e-kauplustes oli kokku kasutatud 57 erinevat sõnastust.

Seega nähtus uuringust, et üksnes 2% e-kauplustest olid oma tegevuse ehk veebilehed ja tüüptingimused viinud seadusega kooskõlla. 98% valimisse kuulunud e-kauplustest kohustuslikele nõuetele ei vastanud või vastasid üksnes osaliselt. Mittevastavuse põhjused seisnesid peamiselt tellimuse edastamise käigus tarbijale edastatava teabe ebaõiges sisus ning asjaolus, et tarbijale ei võimaldata seadusega kooskõlas olevalt lepingust taganemist. Lisaks on ka veebilehti, kus on tüüptingimused täielikult avaldamata. Samuti on e-kauplusi, kus tingimused olid veebilehele lisatud, kuid tulenevalt veebilehe arhitektuurist ei saa need tarbijaga sõlmitud lepingu osaks ehk lepingu sõlmimisel tarbijale lepingutingimusi ei tutvustata ning ei küsita tingimustega nõustumise kinnitust.

Kui üldistada uuringu tulemusi üldkogumile, saab valimi põhjal väita, et Eestis on üle 1 800 e-kaupluse, mille tegevus ei ole kooskõlas seadusest tulenevate kohustuslike nõuetega. Sellest tulenevalt võib järeldada, et nõuetekohased ja seadusega kooskõlas olevad e-kaupluse tüüptingimused ei ole Eesti e-kaubandusettevõtjate jaoks kõige olulisemaks prioriteediks. E-kaupluse veebilehtedele küll lisatakse ostmist käsitlev teave, kuid nende sõnastamisel ei veenduta, et esitatud teave oleks korrektne ning vastaks kehtestatud nõuetele. Isegi, kui e-kaupluse loomisel on korrektsed tüüptingimused koostatud, ei pöörata tähelepanu seadusemuudatustele ehk kehtiva õiguse muutmisel ei viida veebilehti ja tingimusi kooskõlla uue regulatsiooniga.

Veebilehtede analüüsist nähtus, et ettevõtjad lähtuvad eeldusest, et veebilehel avaldatud tingimused kohalduvad tarbijaga sõlmitud lepingule täpset sellises ulatuses nagu nad sõnastatud on. Seega, arvatakse ekslikult, et ettevõtjal on tüüptingimuste kasutajana õigus sisustada tüüptingimuste sisu vastavalt enda vajadustele, piirates enamasti sellega tarbija seadusest tulenevaid õigusi. Teiste sõnadega ei ole ettevõtjad teadlikud, et selline praktika ei ole mõistlik, sest tarbijalemüügi puhul tarbija kahjuks seaduses sätestatud kõrvalekalduvad kokkulepped on nii kui nii tühised.

Kuna tüüptingimused on nii olulise tähendusega, siis on ka põhjendatud küsimus, miks ettevõtjad antud probleemi ei adresseeri. Autori hinnangul on selleks kolm põhjust. Esiteks, korrektsete tingimuste olemasolu ei ole ettevõtjate jaoks keskse tähendusega. Keskmise e-kaubandusettevõtja lähtub oma tegevuses eesmärgist vältida tarbijatega vaidlusi nii palju kui võimalik. Ehk võimalikud vaidlused üritatakse lahendada alati tarbija kasuks ning sageli isegi soodsamalt, kui seadus seda kohustaks. Teine põhjus seisneb asjaolus, et keskmine e-kaubandusega tegelev ettevõtja ei oma õiguslaseid teadmisi ning arvestades, et 82% ettevõtetest on mikroettevõtted, tööta nendes ilmselt õigusteadmisi omavaid isikuid. Kolmandaks põhjuseks on kindlasti ettevõtete majanduslik võimekus. Nimelt, kui arvestada, et keskmiselt on Eesti e-kaubandusega tegeleva ettevõtte kasumiks 3 415 eurot aastas, siis on selge, et ettevõtte kulutab tasulise õigusabiteenuse peale nii vähe ja nii harva kui võimalik.

Kokkuvõtvalt nähtub uuringu tulemustest, et olgugi, et tarbija õiguste direktiivi sätted on Eesti õigusesse üle võetud, ei ole kehtestatud regulatsioon Eestis siiski rakendunud. Asjaolu, et Eesti e-kauplejad ei täida tarbija õiguste direktiivi, on tekitanud olukorra, kus praktikas ei ole tarbijakaitse tase Euroopa Liidus ühtne ehk ühtse siseturu eesmärk ei ole realiseerunud. Ühtlustatud on küll osad tarbija õiguste valdkonnad, kuid see ei ole veel taganud ühtse Euroopa Liidu siseturu toimimist.

4.2. Järeldused

Juba Euroopa Ühenduse loomisest alates on majandusvabandused olnud ühenduse kõrgeimaks väärtuseks.²³⁴ Euroopa Liidu eesmärgiks on alati olnud kaupade piiriülene

²³⁴ U. Lõhmus. Põhiseaduse muutmine ja muutused põhiseaduses. – Juridica, 2011, I, lk 22.

vaba liikumine²³⁵ ning taga on omakorda olnud Euroopa ühisturu idee ehk unistus ühisest ilma sisepiirideta turust.²³⁶ Siseturu moodustamine ja rahvusvahelise kaubanduse järjest suurenev integratsioon on viinud olukorrani, kus igapäevane äritegevus omandab üha enam piiriüleseid mõõtmeid.²³⁷ Olgugi, et siseturg on saanud igapäevaks kõigile liikmesriikidele, ei ole digitaalne siseturg oma eesmärki siiski veel saavutanud. Mõistmaks Euroopa Liidu digitaalse siseturu hetkeseisu ja visandamiseks võimalikke tulevikustsenaariumeid, ei piisa üksnes teoreetiliste mudelite või kehtivate (või tulevikus kehtivate hakkavate) õigusaktide vaatlemisest ja analüüsist. Siseturu tegelik toimimine selgub alles Euroopa Liidu õiguse ja selle alusel vastu võetud siseriiklike õigusaktide rakendamise analüüsil.

Magistritöö raames läbiviidud uuring näitas, et olgugi, et formaalselt on neofunktsionalistlik ülekandeeffekt jõudnud e-kaubanduse ja sellega seotud tarbija õiguste valdkonda, ei ole Euroopa Liidu seadusandja poolt seatud eesmärged veel Eestis saavutatud. Tarbija õiguste direktiivi sätted on Eesti õigusesse küll nõuetekohaselt üle võetud, kuid praktikas neid ei järgita.

Hoolimata tarbija õiguste direktiivi rakendumise esialgsest ebaedust on selge, et Euroopa Liit, kui liikmesriikide ülene institutsioon, hakkabki omandama pädevusi üha enamates siseturuga seotud valdkondades²³⁸ ning võimu suuremat tsentraliseerimist tulebki liikmesriikidel ja nende tarbijatel aktsepteerida.²³⁹ Seda just eriti digitaalse siseturuga seonduvalt, kus Euroopa Liit saab liikmesriikide üleselt tegeleda küsimustega, millega riigid ise ei saa hakkama²⁴⁰. Euroopa Liidu pädevuses olevate poliitikavaldkondade ring on tänu asutamislepinguid muutvatele ja täiendavatele aktidele järjest laienenud ja avardunud. Tendents suurendada ühtlustatud poliitika osatähtsust on tingitud ootusest, et

²³⁵ M. Raude. Intellektuaalse omandi sundlitsentsimine Euroopa Liidu õiguse ja kohtupraktika valguses. *Juridica*, 2010, X, lk 777.

²³⁶ M. Mikiver. Õiguslikult siduvad standardid. Kaasreguleerimise õiguslikke probleeme. – *Juridica*, 2010, IX, lk 661.

²³⁷ A. Veeret. Euroopa Liidu liikmesriigi kohtu pädevus rahvus vaheliste kohtualluvuse kokkulepete kehtivuse hindamisel Brüsseli I määruse artikli 23 kontekst. – *Juridica*, 2009, VI, lk 395.

²³⁸ R. Marutse. Arengusuunad inimõiguste kohtuliku kaitse Euroopa õiguses. – *Juridica*, 2010, V, lk 376.

²³⁹ C. Ginter, R. Narits. *Op. cit.*, lk 352.

²⁴⁰ K. Nyman-Metcalf. Mõningad vaatekohad Euroopa õiguse ja põhiseaduse vahekorrale. Kas Euroopa Liit on riik? – *Juridica*, 2010, V, lk 353.

efektiivne ühistegevus jätkub ka uutes koostöövaldkondades. Seejuures õiguse roll on ühtlustamisprotsesside toimimisel märkimisväärne, sest just õiguse ja eriti maksimumharmoniseerivate direktiivide kaudu toimub eri valdkondadega seotud eesmärkide realiseerimine.²⁴¹

Kui Euroopa Komisjoni eesmärgiks on luua ühine Euroopa eraõigus²⁴², siis vältimatult on sellega seotud ka tarbija õiguste areng. Kui 2014. aastal jõustunud tarbija õiguste direktiivi eesmärgiks oli kaugmüügiga seotud tarbija õiguste ühtlustamine, siis 2016. aastal ühtlustatakse tarbijate Interneti põhiste vaidluste lahendamise kord²⁴³. Samuti on tänaseks Euroopa Komisjon sõnastanud digitaalse siseturu edasised arengud, mille kohaselt ühtlustatakse nii piiriüleste pakivedude regulatsioon, kaotatakse ära ebaõiglasel geoblokeerimisel ning vähendatakse käibemaksuga seonduvat bürokraatiat.²⁴⁴ Samuti on Euroopa Komisjoni eesmärgiks ühtlustada e-kaubanduses kasutatavaid maksevahendeid ning nendega seotud regulatsioone.²⁴⁵ Eeltoodust tulenevalt on selge, et elektroonilise kaubanduse ja sellega seotud valdkondade harmoniseerimine jätkub, ja seda kõike tulenevalt üldeesmärgist parandada digitaalse siseturu toimimist, lihtsustada ettevõtjate jaoks piiriülest kaubandust ning tarbijate jaoks piiriüleste ostude tegemist.²⁴⁶

4.3. Ettepanekud

Tarbija õiguste direktiivi Eesti õigusesse ülevõtmine omas olulist mõju kõigile e-kaubanduse valdkonna turuosalistele. Uue regulatsiooni tähtaegselt rakendamine oli väljakutseks Eesti riigile, eelkõige Justiitsministeeriumile. Oma sisult muutis uus regulatsioon nii tarbija kui ka ettevõtja seadusest tulenevaid õiguseid ja kohustusi. Samuti

²⁴¹ I. Kull. Euroopa ühine müügiõigus – uus instrument Euroopa lepinguõiguses. – *Juridica*, 2013, III, lk 151.

²⁴² *Ibid.*

²⁴³ Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrus (EL) nr 524/2013, 21. mai 2013, tarbija vaidluste interneti põhise lahendamise kohta, millega muudetakse määrust (EÜ) nr 2006/2004 ja direktiivi 2009/22/EÜ. – *ELT L 165*, 18.06.2013.

²⁴⁴ Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. A Digital Single Market Strategy For Europe. COM(2015) 192 final, 06.05.2015.

²⁴⁵ R. Üksvärav. *Op. cit.*

²⁴⁶ I. Kull. *Op. cit.*, lk 152.

muutis uus regulatsioon e-kaubanduse valdkonna üle järelevalvet teostavate riigiasutuste kohustusi. Lisaks tõid muudatused kaasa vajaduse avalikkuse teavitamiseks, seda nii riigile kui ka Eesti E-kaubanduse Liidule. Seega, ettepanekute sõnastamisel tuleb pidada kõiki elektroonilise kaubanduse ja tarbija õiguste valdkonnaga seotud osapooli.

Esmalt, direktiivi rakendamisega seonduvalt tuleb nõustuda Tartu Ülikooli seisukohaga, et tarbija õiguste direktiivi ülevõtmisega seotud seadusemuudatuste kooskõlastamiseks oli osapooltele seisukohtade avaldamiseks antud aeg liiga lühike. Samuti ei sisaldanud seaduseelnõu seletuskiri piisavaid selgitusi sätete sisu ja võlaõigusseaduse põhimõtete muutmise vajaduse kohta.²⁴⁷ Kuna Euroopa Liidu tarbija õiguste harmoniseerimine on kestav protsess, siis järgnevate direktiivide Eesti õigusesse rakendamisel oleks mõistlik, kui kooskõlastamisel plaanitaks oluliselt rohkem aega kollektiivseteks aruteludeks ja analüüsiks.

Tarbija õiguste direktiivi rakendamisel tuleb tunnustada Tarbijakaitseametit ja Eesti E-kaubanduse Liitu, kes teavitasid avalikkust juba varakult eesootavatest muudatustest. Tarbijakaitseamet edastas ettevõtjatele nii otsepostitusi, avaldas teemakohaseid artikleid, korraldas teavituskampaania ning koostas ettevõtjatele mõeldud e-kaubanduse juhendi. Eesti E-kaubanduse Liit teavitas muudatustest samuti oma liikmeid, korraldades E-kaubanduse aastakonverentsi ja e-smaspäeva. Ettepanekuna tuleb aga Tarbijakaitseametile soovitada aktiivsemat märgukirjade koostamist ning haldus- ja väärteomenetluse alustamist. Samuti on märgiline, et võlaõigusseaduse kümneaastase kehtivusaja jooksul ei ole Tarbijakaitseamet esitanud e-kaupluste suhtes ühtegi hagi tarbijaid ebamõistlikult kahjustavate tüüptingimuste keelustamiseks.²⁴⁸

E-kaubandusega tegelevatel ettevõtjatel tuleks arvestada, et tüüptingimuste näol on tegemist e-kaupluse jaoks ühe kõige olulisema dokumendiga. Selle sisu määrab ära nii tarbija õigused ja kohustused e-kauplusest ostmisel. Seejuures peaks ettevõtja arvestama, et tingimuste puudumisel või nende ebaõige sõnastus ei oma õiguslikku tähendust. Seda põhjusel, et seadusega vastuolus olevate tingimuste korral kohaldub õigussuhtele seaduses sätestatu ehk tarbija jaoks oluliselt soodsam regulatsioon.

²⁴⁷ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskirja lisa 3. *Op. cit.*, lk 6.

²⁴⁸ K. Sein. Tarbijate õiguste kaitse Euroopa müügiõiguse eelnõus: kas kõrgem tase Eesti tarbija jaoks? - *Juridica*, 2013, I, lk 73.

Tulenevalt asjaolust, et põhjalike tüüptingimuste koostamine võib olla õigusteadmisi mitteomava mikroettevõtjale väljakutseks, on tarbija õiguste direktiiviga tehtud korrektse teabe esitamine ettevõtja jaoks oluliselt lihtsamaks. Taganemisavalduse näidisjuhend ja lepingust taganemise tüüpvorm ongi mõeldud ettevõtjatele koheseks kasutamiseks. Samuti on Euroopa Komisjon koostanud juhenddokumendi, mis annab põhjalikud vastused kõikidele olulisematele direktiivi kohaldumisega seotud küsimustele. Lisaks on Tarbijakaitseamet on koostanud juhendi e-kaubandusega tegelevatele ettevõtetele ning Eesti E-kaubanduse Liit on teinud kõigile ettevõtetele tasuta kättesaadavaks ja alla laadimiseks nõuetekohased e-kaupluse tüüptingimused.

Mis puudutab tarbijaid, siis üldteada asjaoluna ei ole keskmine tarbija teadlik oma seadusest tulenevatest õigustest. Seda kinnitas ka läbiviidud "Tarbijakaitse olukord Eestis 2014" uuring, millest nähtus, et üksnes 24% Eesti tarbijatest on kindlad, et nad teavad oma õigusi tarbijatena.²⁴⁹ Seega, e-kauplustest ostmisel peaksid tarbijad olema rohkem teadlikud oma seadusest tulenevatest õigustest ning tutvuma tähelepanelikumalt e-kaupluse tüüptingimustega. Lisaks võiksid tarbijad olla oluliselt aktiivsemad kohtumenetluste alustamisel, oma rikunud õiguste kaitsmiseks. Autorile teadaolevalt sellekohane kohtupraktika Eestis puudub, samuti on väga harvad juhud, kui tarbija esitab ettevõtjale vastu (ettemaksuna tasuta tagasi saamiseks) maksekäsu kiirmenetluse avalduse.

²⁴⁹ Tarbijakaitseameti aastaraamat 2015. *Op. cit.* lk 9.

KOKKUVÕTE

Tarbija õiguste direktiivi eesmärgiks oli saavutada kõrge tarbijakaitse tase Euroopa Liidu siseturul ning harmoniseerida liikmesriikide kaugmüügi ehk sidevahendi abil sõlmitud lepingute regulatsioonid. Direktiiviga kehtestatud regulatsioon suurendas oluliselt ettevõtjate lepingueelset teabe andmise kohustust. Eesti õiguses viidi direktiivi rakendamiseks vajalikud muudatused sisse võlaõigusseadusesse ja tarbijakaitseadusesse ning need jõustusid 13. juunil 2014. a ehk alates nimetatud kuupäevast on kõikidel Euroopa Liidu, sh Eesti e-kaubandusettevõtjatel kohustus järgida tarbija õiguste direktiivi alusel kehtestatud siseriiklikke regulatsioone.

Magistritöö eesmärgiks oli analüüsida tarbija õiguste direktiivi rakendumist Eestis ehk hinnata, kuidas järgivad ja kohaldavad Eesti e-kauplejad tarbija õiguste direktiivi ülevõtmiseks kehtestatud siseriiklikke norme. Täpsemalt oli uuringu eesmärgiks selgitada välja, kuidas vastavad Eesti e-kaupluste veebilehed ja tüüptingimused tarbija õiguste direktiivi ülevõtmiseks kehtestatud võlaõigusseaduse sätteid.

Eesmärgi saavutamiseks viidi magistritöö raames läbi kvantitatiivne uuring, mille raames analüüsiti 1 834 ehk hinnanguliselt 91% kõikidest Eesti e-kaubandusettevõtetest ning kontrolliti 324 e-kaupluse veebilehte ja tüüptingimust. Uuringu läbiviimiseks valiti välja 20 tarbija õiguste direktiivi ja nendele vastavat võlaõigusseaduse sätet, mis seonduvad üldistatult kolme valdkonnaga: tarbija lepingueelne teavitamine, arvutivõrgu abil sõlmitavate lepingute regulatsioon ning tarbija lepingust taganemise õigus.

Uuringutulemustest nähtus, et 88% Eesti e-kaubandusega tegelevatest ettevõtetest on mikroettevõtted ning keskmine äriühingute vanus on 9 aastat ja 5 kuud. E-kaubandusega tegeleva ettevõtte käive oli 2013. aastal keskmiselt 106 771 eurot ning kasum 3 415 eurot.

E-kaupluste veebilehtede ja tüüptingimuste analüüsist nähtus, et kõige korrektsemalt täidavad e-kaubandusettevõtjad nõudeid, mis seonduvad otseselt tarbijatele kaupade müügi, kaupade eest tasumise ning nende kättetoimetamisega. Samuti täidetakse nõuetekohaselt nii ärinime avaldamise kui ka kontaktandmete esitamise kohustamisega seonduvaid sätteid. Oluliselt problemaatilisem on aga teiste lepingueelse teabe kohustust sisaldavate sätetega. Uuringu käigus analüüsiti kokku 12 erinevat taganemisõigusega seonduvat sätet ning kõige sagedasemaks rikkumiseks oli tarbija õiguste direktiivis sätestatud taganemisavalduse tüüpvormi esitamata jätmine. Kohustus, mille olid täitmata

jätanud 94% ettevõtjatest. Taganemisõigusega seonduvalt oli 14 päevane taganemise tähtaeg tähistatud nõuetekohaselt 65% ettevõtjates. Tarbijalt lepingu alusel saadud tasude tagastamisel oli aga 72% ettevõtete poolt avaldatud teave eksitav või sellekohane informatsioon üldse puudus. Taganemisõigust puudutava teabe esitamise kohustust oli rikkunud 73% ettevõtjatest ehk antud e-kauplustest kaupu ostes ei oleks tarbijale taganemisõigus mitte 14 päeva, nagu seaduses sätestatud, vaid 12 kuud.

Lisaks tüüptingimustele kontrolliti uuringu käigus ka e-kaupluste tellimuse edastamise protsessi. Uuringust nähtus, et üksnes 2% Eesti e-kauplustest oli ostuprotsessiga seonduvad veebilehe alalehed sisustanud nõuetekohaselt ning 98% e-kauplustest olid vastavad alalehed tähistanud ebaõigesti või vastuolus seadusega.

Kokkuvõtvalt nähtus uuringust, et üksnes 2% e-kauplustest olid oma tegevuse ehk veebilehed ja tüüptingimused seadusega kooskõlla viinud. 98% valimisse kuulunud e-kauplustest kohustuslikele nõuetele ei vastanud või vastasid üksnes osaliselt. Seejuures on huvitav, et kui seadusest tulenevate kohustuste täitmiseks on ettevõtjatel võimalik kasutada standardiseeritud taganemisõiguse näidisjuhendit, siis praktikas kasutab seda võimalust üksnes 1% ettevõtjatest.

Magistritöö raames läbiviidud uuring näitas, et olgugi, et formaalselt on e-kaubanduse ja sellega seotud tarbija õiguste valdkond harmoniseeritud ehk neofunktsionalistlik ülekandeeffekt on antud valdkonda jõudnud, ei ole Euroopa Liidu seadusandja poolt seatud eesmäärke veel Eestis saavutatud. Tarbija õiguste direktiivi sätteid on Eesti õigusesse küll nõuetekohaselt üle võetud, kuid praktikas neid ei järgita. Asjaolu, et Eesti e-kauplejad ei täida tarbija õiguste direktiivi, on tekitanud olukorra, kus praktikas ei ole tarbijakaitse tase Euroopa Liidus ühtne ehk ühtse siseturu eesmärk ei ole kokkuvõttes realiseerunud. Ühtlustatud on küll osad tarbija õiguste valdkonnad, kuid see ei ole veel taganud ühtse Euroopa Liidu siseturu toimimist.

KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

Kasutatud kirjandus

1. Aarma, A., Vensel, V. Statistika teooria põhikursus. 2 trükk. Tallinna Tehnikaülikool Majandusteaduskond. Kirjastus KÜLIM. Tallinn, 2005.
2. Aluslepingute konsolideeritud versioonid. Põhiõiguste harta. Euroopa Liit, 2010. Arvutivõrgus: http://europa.eu/eu-law/decision-making/treaties/pdf/consolidated_versions_of_the_treaty_on_european_union_2012/consolidated_versions_of_the_treaty_on_european_union_2012_et.pdf, 12.04.2015.
3. Cini, M., Borrigan, N. P.-S. European Union Politics. The European Community: From 1945 to 1985. Oxford University Press. Mishawaka, 2013.
4. Cseres, K. Competition Law and Consumer Protection. Kluwer Law International. Bedfordshire, 2005, lk 193.
5. Eilstrup-Sangiovanni, M. Debates on European Integration. Palgarve Macmillan. New York, 2006.
6. Flick, U. An Introduction to Qualitative Research. SAGE Publications. London, 1998.
7. Ginter, C., Narits, R. ESM asutamislepingu põhiseaduslikkus kui demokraatliku protsessi defitsiidi küsimus. – Juridica, 2012, V, lk 343-358.
8. Kaugia, S. Õigusnormide kohast eri kultuuriruumides. – Riigikogu toimetised, 2011, XXIV. Arvutivõrgus: <http://www.riigikogu.ee/rito/index.php?id=11925>, 08.04.2015.
9. Kingisepp, M. Tarbijakaitseõigus Euroopa Liidus ja Eestis. Läte: Tallinn, 2011.
10. Kull, I. Euroopa ühine müügiõigus – uus instrument Euroopa lepinguõiguses. – Juridica, 2013, III, lk 151-162.
11. Lõhmus, U. Kuidas liikmesriigi kohtusüsteem tagab Euroopa Liidu õiguse tõhusa toime? – Juridica, 2007, III, lk 143-154.
12. Lõhmus, U. Põhiseaduse muutmine ja muutused põhiseaduses. – Juridica, 2011, I, lk 12-26.
13. M. Brückel. Ernst B. Haas Euroopa integratsioonist. Riigikogu toimetised 30, 2014. Arvutivõrgus: <http://www.riigikogu.ee/rito/index.php?id=16224>, 06.05.2015.
14. Marutse, R. Arengusuunad inimõiguste kohtuliku kaitse Euroopa õiguses. – Juridica, 2010, V, lk 371-378.
15. Mikiver, M. Õiguslikult siduvad standardid. Kaasreguleerimise õiguslikke probleeme. – Juridica, 2010, IX, lk 660-665.

16. Mikiver, M. Õiguslikult siduvad standardid. Kaasreguleerimise õiguslikke probleeme. – *Juridica*, 2010, IX, lk 660-665.
17. Nugent, N., Paterson W.E. *Theories of European Integration*. Macmillan Press. London, 2000.
18. Nyman-Metcalf, K. Mõningad vaatekohad Euroopa õiguse ja põhiseaduse vahekorrale. Kas Euroopa Liit on riik? – *Juridica*, 2010, V, lk 346-353.
19. Pabsch, E. *Euroopa Integratsioon*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 1999.
20. Palk, P. *Euroopa ühendamise lugu*. Kirjastus Argo. Tallinn, 2003.
21. Phinnemore, D., McGowan, L. *A Dictionary of the European Union*. The Europa Publications EU Information Series. 6th edition. Routledge, Cornwall, 2013.
22. Raude, M. Intellektuaalse omandi sundlitsentsimine Euroopa Liidu õiguse ja kohtupraktika valguses. *Juridica*, 2010, X, lk 769-777.
23. Roomets, S. *Statistika algkursus*. Rebellis. Tallinn, 2003.
24. Sein, K. Kes peab posti- või Interneti-müügi lepingust taganemisel kandma esialgsed postikulud? Euroopa Kohtu otsus asjas *Handelsgesellschaft Heinrich Heine GmbH vs. Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V.* – *Juridica*, 2010, X, lk 800-801.
25. Sein, K. Tarbijate õiguste kaitse Euroopa müügiõiguse eelnõus: kas kõrgem tase Eesti tarbija jaoks? -*Juridica*, 2013, I, lk 67-73.
26. Tiilikainen, T., Palosaari T. *Integraation teoria*. Helsinki University Press. Helsinki, 2007.
27. Tooding, L.-M. *Andmeanalüüs sotsiaalteadustes*. Tartu Ülikooli kirjastus. Tartu, 1999.
28. Veebel, V. Euroopa poliitilise integratsiooni perspektiivid ja mõju Eestile. Euroopa kolledži loengud. Vihik nr 6. Tartu, 2000.
29. Veeret, A. Euroopa Liidu liikmesriigi kohtu pädevus rahvus vaheliste kohtualluvuse kokkulepete kehtivuse hindamisel Brüsseli I määruse artikli 23 kontekst. – *Juridica*, 2009, VI, lk 395-404.

Kasutatud normatiivmaterjal

30. Amsterdami leping, millega muudetakse Euroopa Liidu lepingut, Euroopa Ühenduse asutamislepinguid ja teatavaid nendega seotud akte. 340/C, 10.11.1997.

31. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Single Market Act. Twelve levers to boost growth and strengthen confidence. "Working together to create new growth". COM(2011) 206 final, 13.04.2011.
32. Euroopa Liidu toimimise lepingu konsolideeritud versioon. ELT C 83/1 30.03.2010.
33. Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. juuni 1998 direktiiv 98/34/EÜ, millega nähakse ette tehnilistest standarditest ja eeskirjadest teatamise kord. EÜT L 204/37, 21.07.1998.
34. Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 2000/31/EÜ infoühiskonna teenuste teatavate õiguslike aspektide, eriti elektroonilise kaubanduse kohta siseturul (elektroonilise kaubanduse direktiiv). EÜT L, 17/7/2000.
35. Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 2011/83/EL 25. oktoober 2011, tarbija õiguste kohta, millega muudetakse nõukogu direktiivi 93/13/EMÜ ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 1999/44/EÜ ja millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu direktiiv 85/577/EMÜ ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 97/7/EÜ – L 304/64, 22.11.2011.
36. Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 2013/11/EL, 21. mai 2013, tarbijavaidluste kohtuvälise lahendamise kohta, millega muudetakse määrust (EÜ) nr 2006/2004 ja direktiivi 2009/22/EÜ (tarbijavaidluste kohtuvälise lahendamise direktiiv). ELT L 165/63, 18.06.2013.
37. Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 97/7/EÜ tarbijate kaitse kohta sidevahendi abil sõlmitud lepingute korral. EÜT L 144, .06.1997.
38. Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 97/7/EÜ tarbijate kaitse kohta sidevahendi abil sõlmitud lepingute korral. EÜT L 144, 4.06.1997.
39. Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrus (EL) nr 524/2013, 21. mai 2013, tarbija vaidluste interneti põhise lahendamise kohta, millega muudetakse määrust (EÜ) nr 2006/2004 ja direktiivi 2009/22/EÜ. – ELT L 165, 18.06.2013.
40. Euroopa Ühenduse asutamisleping. Rooma 25.03.1957, viimati parandatud Liitumislepinguga 2003. a. Konsolideeritud versioon, 01.05.2004.
41. Justiitsministri 17.12.2014 vastu võetud määrusega nr 41 "Sidevahendi abil sõlmitud lepingust ja väljaspool äriruume sõlmitud lepingust taganemise avalduse tüüpvormi ja taganemise näidisjuhendi kehtestamine".
42. Kaubandustegevuse seadus. – RT I 2001, 81, 487 ... RT I, 11.04.2014, 13.

43. Lissaboni leping, millega muudetakse Euroopa Liidu lepingut ja Euroopa Ühenduse asutamislepingut. 2007/C – ELT L 306/01, 17.12.2007.
44. Nõukogu 20.12.1985 direktiiv 85/577/EMÜ tarbija kaitsmise kohta väljaspool äriruume sõlmitud lepingute korral. EÜT L 372, 31.12.1985.
45. Sidevahendi abil sõlmitud lepingust ja väljaspool äriruume sõlmitud lepingust taganemise avalduse tüüpvormi ja taganemise näidisjuhendi kehtestamine. – RT I, 03.01.2014, 1.
46. Tarbijakaitseseadus. – RT I 2004, 13, 86 ... RT I, 19.03.2015, 56.
47. Võlaõigusseadus. – RT I 2001, 81, 487 ... RT I, 11.04.2014, 13.
48. Äriseadustik. – RT I 1995, 26, 355 ... RT I, 19.03.2015, 45.

Kasutatud kohtupraktika

49. Euroopa Kohtu otsus 20.02.1979 kohtuasjas C-120/78 *Rewe-Zentrale AG v Bundesmonopolverwaltung für Branntwein* EKL 1979 649.

Kasutatud muud allikad

50. COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT. Report on cross-border e-commerce in the EU. Commission of the European Communities. SEC(2009) 283 final, Brüssel, 05.03.2009. Arvutivõrgus: http://www.unic.pt/images/stories/publicacoes6/SEC_2009_283_EN_DOCUMENT_TDETRAVAIL_F.pdf
51. Communication from the Commission to the European Parliament and the Council: A More Coherent European Contract Law – An Action Plan, COM (2003) 68 final.
52. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. A Digital Single Market Strategy For Europe. COM(2015) 192 final, 06.05.2015.
53. DG Justice Guidance Document concerning Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council, lk 4. Arvutivõrgus:

- http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/crd_guidance_en.pdf,
13.01.2015.
54. Eesti E-kaubanduse Liit. E-kaubanduse varimajandusele pidurid peale. Arvutivõrgus: <http://e-kaubanduseliit.ee/e-kaubanduse-varimajandusele-pidurid-peale/>, 08.04.2015.
55. Euroopa Ühenduse Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ja regioonide komiteele. Ühenduse Lissaboni kava rakendamine: õiguskeskkonna lihtsustamise strateegia Brüssel 25.10.2005 KOM (2005) 535 lõplik.
56. Eurostat. Information society statistics – households and individuals. Arvutivõrgus: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Information_society_statistics_-_households_and_individuals, 08.04.2015.
57. Holzapfel, J. "Consumer Rights Directive. Experience with the CRD Implementation in Germany". Brüssel, 19.03.2015. Ettekanne autori valduses.
58. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ja Regioonide Komiteele. Ühtne raamistik usalduse loomiseks digitaalse ühtse turu vastu seoses e-kaubanduse ja internetipõhiste teenustega. COM(2011) 942 final, Brüssel, 11.1.2012. Arvutivõrgus: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0942:FIN:ET:PDF>, 12.05.2015.
59. Lõpparuanne. E-äri ja e-kaubanduse kasutamine Eestis ja kasutamise laiendamise võimalused. Riigikantselei, 2013. Arvutivõrgus: https://www.mkm.ee/sites/default/files/lopparuanne_-_e-ari_ja_e-kaubandus_1_6_avalik_2013.pdf, 10.04.2015.
60. Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. Eesti infoühiskonna arengukava 2020, lk 23. Arvutivõrgus: http://www.riso.ee/sites/default/files/elfinder/article_files/infoyhiskonna_arengukava_2020_f.pdf, 12.05.2015.
61. Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. Eesti peab oluliseks Euroopa Liidu digitaalse siseturu arendamist. Arvutivõrgus: <https://www.mkm.ee/et/uudised/eesti-peab-oluliseks-euroopa-liidu-digitaalse-siseturu-arendamist>, 08.04.2015.

62. Maksu- ja Tolliamet. Pressiteade "Internetis kaupade müümisest saadud tulu maksustamine". Arvutivõrgus: <http://www.emta.ee/index.php?id=36299>, 08.04.2015.
63. MTÜ Eesti E-kaubanduse Liit. Eesti e-kaubandus arvudes. Arvutivõrgus: <http://e-kaubanduseliit.ee/eesti-e-kaubandus-arvudes/>, 13.05.2015.
64. Sooniste, A. Ettekanne "Tarbijakaitseameti e-kaubanduse uuring 2014". Tallinn, 03.11.2014. Ettekanne autori valduses.
65. Zamarian, I. Ettekanne "Consumer Rights Directive 2011/83/EU". Brüssel, 16.09.2014. Ettekanne autori valduses.
66. Tarbijakaitseameti 08.12.2014 pressiteade "Lõppes e-kaubanduse teemaline teavituskampaania". Arvutivõrgus: <http://tarbijakaitseamet.ee/et/node/5142>, 01.03.2015.
67. Tarbijakaitseameti aastaraamat 2012 Arvutivõrgus: <http://tarbijakaitseamet.ee/et/ametist/aastaraamatud>, 08.04.2015.
68. Tarbijakaitseameti aastaraamat 2013. Arvutivõrgus: <http://tarbijakaitseamet.ee/et/ametist/aastaraamatud>, 08.04.2015.
69. Tarbijakaitseameti aastaraamat 2014, lk 21. Arvutivõrgus: <http://tarbijakaitseamet.ee/et/ametist/aastaraamatud>, 08.05.2015.
70. Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitse seaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskiri. Arvutivõrgus: <http://www.riigikogu.ee/?op=ems&page=eelnou&eid=92103f72-2ac3-4f7f-8446-419ec63bf4db&>, 08.04.2015.
71. Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitse seaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskirja lisa 1. Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL ning võlaõigusseaduse ja tarbijakaitse seaduse muutmise seaduse eelnõu sätete vastavustabel. Arvutivõrgus: <http://www.riigikogu.ee/?op=ems&page=eelnou&eid=92103f72-2ac3-4f7f-8446-419ec63bf4db&>, 08.04.2015.
72. Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitse seaduse muutmise seaduse eelnõu kooskõlastamiseks esitamine. Justiitsministeerium, nr 8-1/13-6483, 02.07.2013. Arvutivõrgus: <https://eelnoud.valitsus.ee/main/mount/docList/0b6a2130-2180-4195-8112-e1c6158e4200>, 08.04.2015
73. Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitse seaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskirja lisa 3. Kooskõlastamise käigus tehtud märkustega arvestamise või mitteamvestamise tabel.

Kättesaadav: <http://www.riigikogu.ee/?op=ems&page=eelnou&eid=92103f72-2ac3-4f7f-8446-419ec63bf4db&>, 08.04.2015.

74. Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseseaduse muutmise seaduse eelnõu. Arvutivõrgus: <http://www.riigikogu.ee/?op=ems&page=eelnou&eid=92103f72-2ac3-4f7f-8446-419ec63bf4db&>, 08.04.2015.
75. Üksvärv, R. Ettekanne 2015. aasta Eesti E-kaubanduse aastakonverentsil, "E-kaubandus- kus ja kuidas hakkavad tarbijad tegelikult ostma", Tallinn, 29.04.2015.

Kasutatud e-kaupluste veebilehed ja tüüptingimused

76. Alphadore OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.roosa.ee/muugitingimused>, 01.04.2015.
77. Antista AS-i e-kaupluse veebileht, alaleht "Euronicsi Klienditeeninduskeskus". Arvutivõrgus: <http://www.euronics.ee/klienditeenindus?type=13>, 13.02.2015.
78. A-Orhideed OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: http://www.orhideed.eu/about_us, 01.04.2015.
79. AS Baltika e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <https://monton.andmorefashion.com/kasutustingimused>, 01.04.2015.
80. Aura Vision OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.auravision.eu/index.php?page=424>, 01.04.2015.
81. Bundy OÜ e-kaupluse veebileht, alaleht "Kontakt". Arvutivõrgus: <http://www.bundyland.ee/kontakt>, 02.02.2015.
82. Catalogue Shop OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.bonprix.ee/Ostum%C3%BC%C3%BCgilepingu+%C3%BCldtingimused/id/128/>, 10.05.2014.
83. Chilli Media OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.chilli.ee/info/kasutustingimused>, 01.04.2015.
84. Coffer OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://e-riietepood.ee/content/1-muugitingimused>, 15.01.2015.
85. Deliver Baltic OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.perenaiselemmik.ee/ostutingimused/>, 01.02.2015.
86. DLB Trading OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.cherie.ee/tellimistingimused>, 01.04.2015.

87. E Vision OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.laatsed.com/teenuse-tingimused>, 01.04.2015.
88. Eaudeparfum OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://eaudeparfum.ee/et/content/7-tingimused>, 01.04.2015.
89. Eksklusiiiv.com OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.eksklusiiv.com/INFO-TELLIMISE-KOHTA>, 01.02.2015.
90. Enlekon OÜ e-kaupluse veebileht, alaleht "Kontakt". Arvutivõrgus: <http://leathermastershop.eu/index.php?route=information/contact>, 01.04.2015.
91. Ennustus OÜ e-kaupluse veebileht. Arvutivõrgus: www.olimp.ee, 10.05.2014.
92. Evelit Group OU e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.evelit.ee/ee/?help=yes&id=5>, 01.04.2015.
93. Exomedex OÜ e-kaupluse veebileht, alaleht "Kontakt". Arvutivõrgus: <http://www.naturalestonia.com/pages/contact-us#>, 02.02.2015.
94. FIE Ülar Kaasi e-kaupluse veebileht, alaleht "Kontakt". Arvutivõrgus: <http://www.pruutpaar.ee/?id=34>, 01.04.2015.
95. FirstFlush OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.firstflush.ee/e-poe-tingimused-ja-reeglid>, 01.04.2015.
96. Fosgrafe OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://35mm.ee/content/9-02-ostuabi>, 01.04.2015.
97. FUTU Print OÜ e-kaupluse veebileht, alaleht "Ettevõtte". Arvutivõrgus: <http://futuprint.ee/content/4-info>, 12.04.2015.
98. Gaia Cosmetics OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: http://www.gaiacosmetics.ee/index.php?route=information/information&information_id=5, 01.04.2015.
99. Gamexe OÜ e-kaupluse veebileht. Arvutivõrgus: www.superpood.ee, 10.05.2014.
100. GlamWear OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://glamwear.eu/tagastamine/>, 10.05.2015.
101. Hareko OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.jetica.eu/shop/index.htm?est>, 02.02.2015.
102. Henver OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.manguasjamaailm.ee/ostuinfo>, 13.05.2015.
103. HRK Style OÜ e-kaupluse veebileht. Arvutivõrgus: www.siilike.eu, 10.05.2014.

104. Instele OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.instele.ee/customercare.asp>, 13.02.2015.
105. Itipood.ee OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.itipood.ee/tingimused>, 01.04.2015.
106. Ivitar OÜ e-kaupluse veebileht, alaleht "Kontakt". Arvutivõrgus: <http://www.lissandra.com/kontakt>, 01.04.2015.
107. Kaiminerva OÜ e-kaupluse veebileht, alaleht "Kontakt". Arvutivõrgus: <http://www.minerva.ee/Kontakt>, 01.04.2015.
108. Kallos Nordic OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.kallos.ee/et/p/muugitingimused>, 01.04.2015.
109. LK Management OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.makeupstudio.ee/et/p/tellimisinfo>, 01.04.2015.
110. Marotte OÜ e-kaupluse veebileht, alaleht "Kontakt". Arvutivõrgus: <http://elberd.ee/kontakt/>, 01.03.2015.
111. Marver Eesti OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.rosme.ee/kauba-tagastamine/>, 01.02.2015.
112. MerHab OÜ e-kaupluse veebileht. Arvutivõrgus: www.tooriidepood.ee, 13.02.2015.
113. Minu Kodu 24 OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.kodu24.ee/tingimused>, 02.02.2015.
114. Modastro OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.modastro.ee/abi/ostutingimused/>, 01.04.2015.
115. Monger Baltic OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://sportique.ee/customercare.aspx>, 01.04.2015.
116. MP Kaubandus OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.kaekellad.ee/tingimused-ja-reeglid/>, 01.03.2015.
117. MTech OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://tehnikanurk.eu/et/info/ostuinfo>, 02.02.2015.
118. MyLook OÜ e-kaupluse veebileht. Arvutivõrgus: www.mylook.ee, 10.05.2014.
119. Nambawan OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.nambawan.ee/ee-14>, 01.04.2015.

120. NATEST OÜ e-kaupluse veebileht. Arvutivõrgus: <http://www.naturalestonia.com/>, 12.04.2015.
121. Otto GmbH & Co KG e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.otto.ee/Tellimistingimused/id/41/>, 13.02.2015.
122. OÜ Crazydeal e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.crazydeal.ee/info/kasutustingimused>, 01.04.2015.
123. OÜ Pajack Group e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://kummut.ee/tingimused>, 23.03.2015.
124. OÜ Pikato e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.sokid.ee/kasutustingimused/>, 01.02.2015.
125. OÜ VIP Shop e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.vipshop.ee/pages.php?pageid=8>, 04.02.2015.
126. Pacta Tarkvara OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.ehted24.ee/V7/kuidas-tellida-topmenu-19>, 02.02.2015.
127. PortalInvest OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://netikink.eu/content/3-kasutustingimused>, 14.04.2015.
128. Saarebeebi OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: http://www.saarebeebi.ee/cms.php?id_cms=7, 01.02.2015.
129. SanLab OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://patareid.ee/est/customer-service#answer2>, 10.05.2015.
130. Skailer OÜ e-kaupluse veebileht. Arvutivõrgus: www.bioshop.ee, 10.05.2014.
131. SL Systems OÜ e-kaupluse veebileht. Arvutivõrgus: www.kidsbuild.eu, 10.05.2014.
132. Starflower OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus: <http://www.kodubutiik.ee/index.php?id=157>, 01.04.2015.
133. Surfär OÜ e-kaupluse veebileht, alaleht "Reedest". Arvutivõrgus: <https://reede.ee/reedest>, 02.02.2015.
134. Surfär OÜ e-kaupluse veebileht, alaleht "Taganemisõigus". Arvutivõrgus: <https://shop.surfhouse.ee/returns>, 10.01.2015.
135. Telmarx Invest OÜ e-kaupluse veebileht. Arvutivõrgus: <http://www.kasutatudraamat.ee/>, 01.04.2015.
136. Tempos OÜ e-kaupluse veebileht. Arvutivõrgus: www.model.ee, 10.05.2014.

137. Ti&Ti Õmblus OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus:
<http://pood.beebikaubad.ee/content/view/4/35/>, 01.04.2015.
138. TopModa OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus:
<http://www.kotikauplus.ee/et/content/6-ostmine>, 01.04.2015.
139. Viktoria Beauty OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus:
<http://www.vb.ee/page-80.html>, 01.02.2015.
140. Õieteraapiakeskus OÜ e-kaupluse tüüptingimused. Arvutivõrgus:
<http://taimeteraapia.eu/posti-info>, 01.04.2015.

CONSUMER RIGHTS DIRECTIVE, COMPLIANCE WITH THE REQUIREMENTS OF THE ESTONIAN E-COMMERCE TRADERS, AND ITS MEANING FOR THE DEVELOPMENT OF THE EUROPEAN SINGLE MARKET.

Martin Simmermann

Summary

Consumer Rights Directive was intended to achieve a high level of consumer protection in the EU Single Market and to harmonize Member States' distance sales contracts regulations. The Consumer Rights Directive significantly increased the trader's obligation to provide pre-contractual information. It also simplified the regulation regarding consumer's right of withdrawal. In Estonia the necessary changes for the implementation of the Consumer Rights Directive were made to the Law of Obligations Act and Consumer Protection Law and the directive entered into force on 13 June 2014, or as of that date, all of the Member States e-commerce companies are obliged to comply with the Directive established under national rules. Since the new regulation has been in place for over 10 months, it is appropriate to analyse how the Directive has been implemented by the Estonian e-commerce traders and how do they apply to the requirements set out by the Directive.

Master's thesis analysis the implementation of the Consumer Rights Directive by the Estonian ecommerce traders. The thesis assess how the traders comply and apply with the national provisions transposing the Directive. Specifically, the study aims to find out how the Estonian e-commerce websites and their terms and regulations comply with the Consumer Rights Directive provisions of the Law of Obligations Act.

To achieve the aim of the thesis, author carried out a quantitative research to analyze 1 834 Estonian e-commerce companies. Within the research author also analyzed 324 e-store websites and their terms and conditions. Author choose 20 most important Consumer Rights Directive provisions and the corresponding provision of the Law of Obligations Act. The questions were associated with a three areas: pre-contractual information to the consumer, information that is provided when the contract is signed via Internet and the regulation regarding the consumer right to withdraw from the contract.

The survey results showed that 88% of Estonia's e-commerce companies are micro enterprises and the average age of the companies is 9 years and 5 months. E-commerce company's turnover in 2013 was an average of 106,771 euros and profit of 3,415 euros.

Regarding the e-store websites and their terms and conditions, the analysis showed that the companies most accurately meet the requirements which are directly related to sales of consumer goods, payment for goods and their delivery. Also, companies meet the requirements regarding the business name and the company's contacts.

Substantially more problematic, however, are the provisions on pre-contractual information obligation. The study analyzed a total of 12 different provision relating to the right of withdrawal, and the most frequent violation of the Consumer Rights Directive provides for withdrawal of the standard form Omission. Obligation, which had failed to comply with 94% of businesses. The right of withdrawal in relation to a 14-day withdrawal period, 65% correctly identified the entities. The consumer under the contract, however, was the return of the fees received by the 72% of companies disclosed the information, and the information is misleading or absent. The right of withdrawal regarding the information obligation was breached, 73% of entrepreneurs in the e-stores did not have the correct information about the right of withdrawal.

In addition to standard terms and conditions, the study also examined the buying process in the e-stores. The survey showed that only 2% of the Estonian e-stores have a correct information regarding the shopping process. 98% of the e-shops of the respective subpages marked incorrectly or contrary to the law.

In summary, the survey showed that only 2% Estonian e-stores are in accordance of the law and 98% of the sample of the shops are not. It is interesting that when the law allows companies to meet their obligations under the standardized withdrawal form, only 1% of the entrepreneurs were using this opportunity.

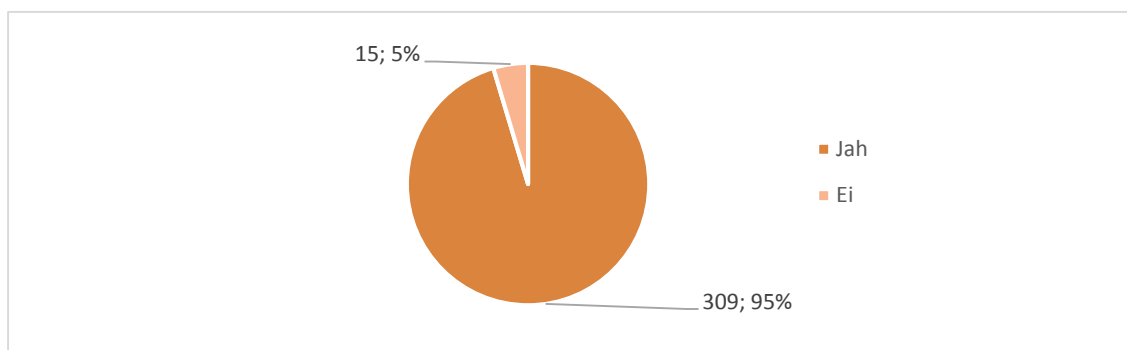
Master's Thesis study showed that even though, formally, the laws of the e-commerce sector have been harmonized by the neofunctionalistic spillover, the targets have yet been reached. Consumer Rights Directive are properly transposed into Estonian law, though, but in practice they are not implemented. The fact that the Estonian e-traders do not comply with the Consumer Rights Directive has led to a situation where the practice is

not uniform level in the European Union. Although some important parts of the consumer rights have been harmonized, the Single Market has not been materialized.

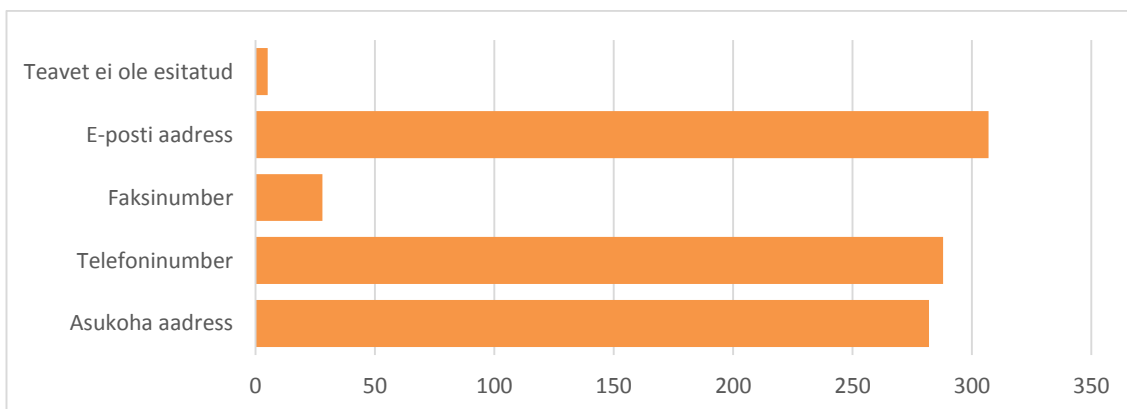
LISAD

Lisa 1: Ülevaade magistritöö uuringu käigus analüüsitud küsimustest ja tulemustest.

1. Kas ettevõtja on esitanud tarbijale enne lepingu sõlmimist või selleks tarbija poolt siduva pakkumise tegemist selgel ja arusaadaval viisil andmed, mis võimaldavad tuvastada ettevõtja isiku?²⁵⁰



2. Kas ettevõtja on esitanud tarbijale enne lepingu sõlmimist või selleks tarbija poolt siduva pakkumise tegemist selgel ja arusaadaval viisil VÕS § 54 lg 1 p-s 2 loetletud teabe? Kui jah, siis milline teave on esitatud?²⁵¹



3. Kas hiljemalt tellimisprotsessi alguses on ettevõtja teinud selgelt ja loetavalt tarbijale teatavaks (kauba/teenuse) kättetoimetamise piirangud?²⁵²
4. Kas hiljemalt tellimisprotsessi alguses on ettevõtja teinud selgelt ja loetavalt tarbijale teatavaks vastuvõetavad maksevahendid?²⁵³
5. Kas ettevõtja kinnitab tellimuse saamist viivitamata elektrooniliselt?²⁵⁴

²⁵⁰ Tarbija õiguste direktiivi artikkel 6 lõige 1 punkt B ja VÕS § 54 lõige 1 punkt 1.

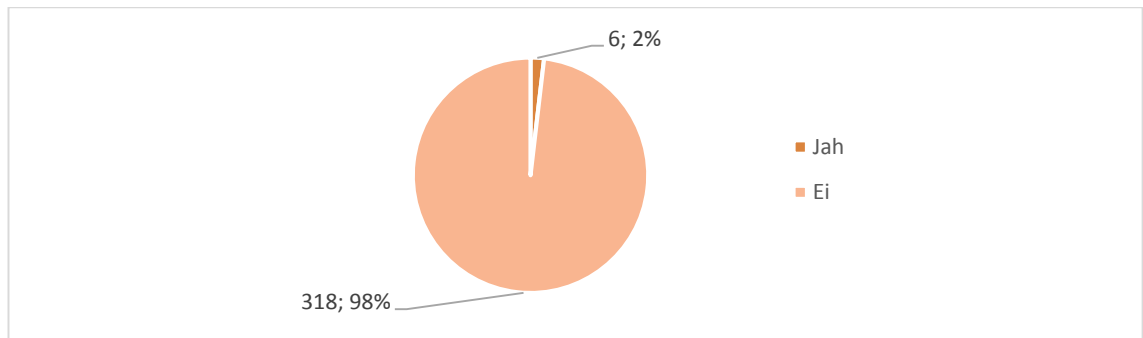
²⁵¹ Tarbija õiguste direktiivi artikkel 6 lõige 1 punkt C ja VÕS § 54 lõige 1 punkt 2.

²⁵² Tarbija õiguste direktiivi artikkel 8 lõige 3 ja VÕS § 62² lõige 1 punkt 1.

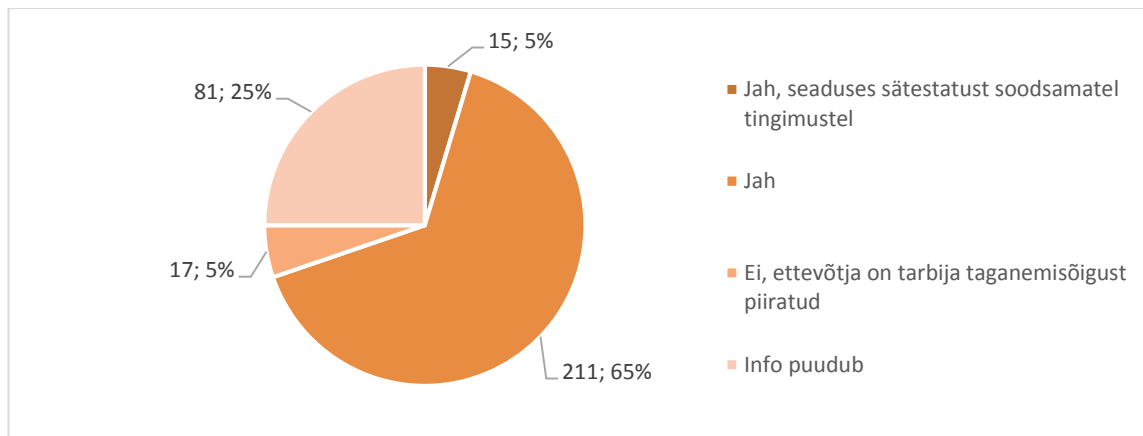
²⁵³ Tarbija õiguste direktiivi artikkel 8 lõige 3 ja VÕS § 62² lõige 1 punkt 2.

²⁵⁴ VÕS § 62¹ lõige 3.

6. Kas ettevõtja on taganud, et tarbija kinnitaks tellimust esitades sõnaselgelt asjaolu, et tellimus tähendab kohustust maksta ehk kui tellimuse edastamine eeldab nupule vajutamist või sellesarnast funktsiooni, siis kas nupp või sellesarnane funktsioon on tähistatud hästi loetavalt ainult sõnadega "tellimus koos maksekohustusega" või mõne muu samasuguse ühemõttelise sõnastusega, mis näitab, et tellimuse esitamine toob kaasa kohustuse maksta?²⁵⁵



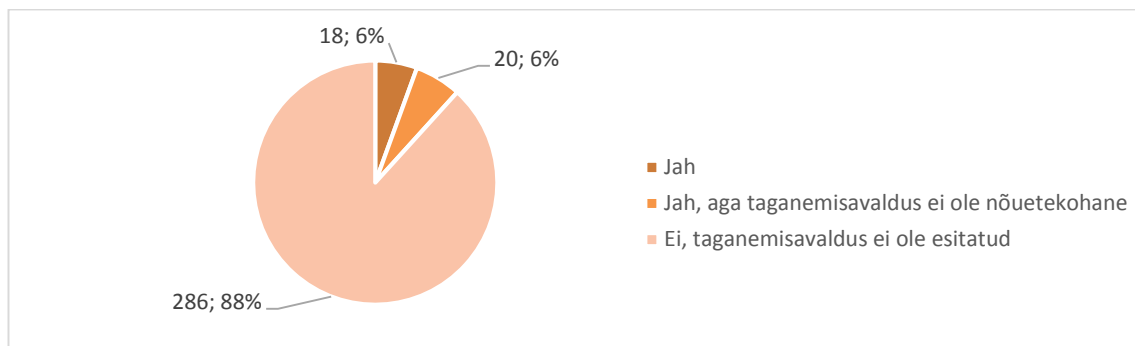
7. Kas e-kaupluse tüüptingimuste kohaselt võib tarbija sidevahendi abil sõlmitud lepingust taganeda põhjust avaldamata 14 päeva jooksul?²⁵⁶



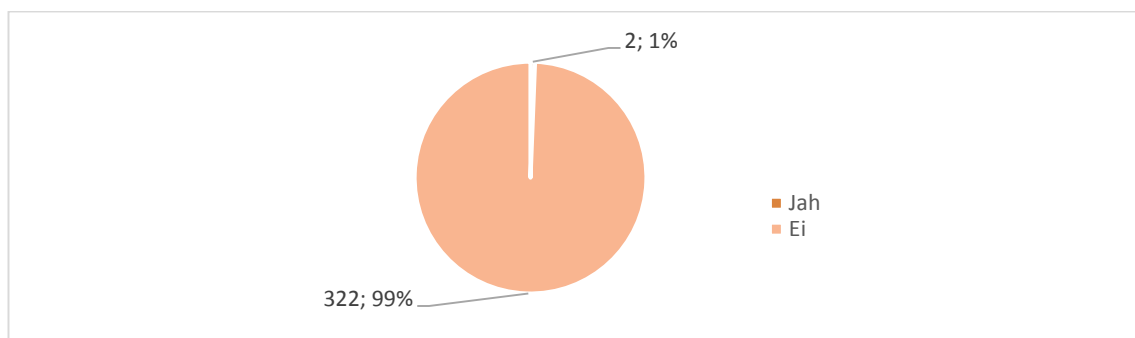
²⁵⁵ Tarbija õiguste direktiivi artikkel 8 lõige 2 ja VÕS § 62² lõige 3.

²⁵⁶ Tarbija õiguste direktiivi artikkel 9 lõige 1 ja VÕS § 56 lõige 1.

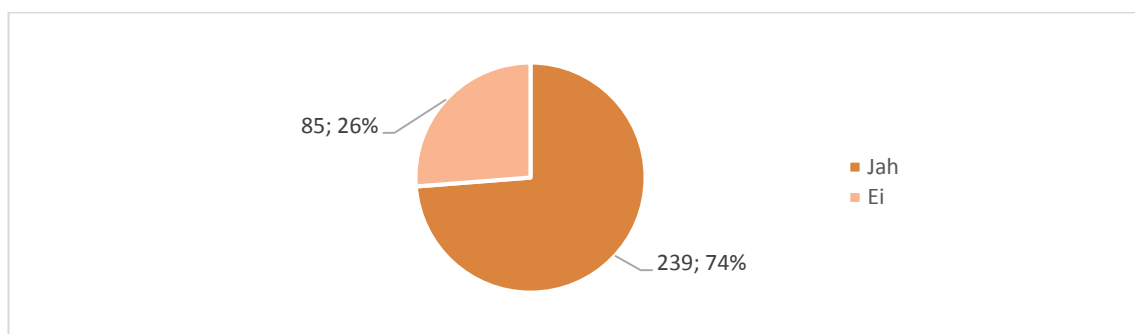
8. Kas ettevõtja on esitanud tarbijale enne lepingu sõlmimist või selleks tarbija poolt siduva pakkumise tegemist selgel ja arusaadaval viisil taganemisõiguse olemasolu korral taganemisavalduse tüüpvormi?²⁵⁷



9. Kas on ettevõtja on VÕS § 54 lg 1 pt-s 12, 14 ja 15 toodud teabe esitamisel kasutanud lepingust taganemise näidisjuhendit?²⁵⁸



10. Kas ettevõtja on rikkunud VÕS § 54 lõike 1 punktis 12 nimetatud teabe esitamise kohustust?²⁵⁹

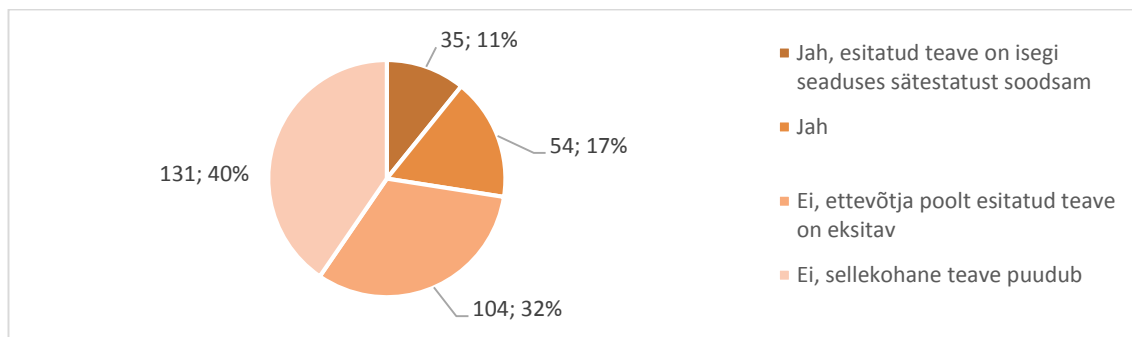


²⁵⁷ Tarbija õiguste direktiivi artikkel 6 lõige 1 punkti H teine pool ja VÕS § 54 lõige 1 punkt 13.

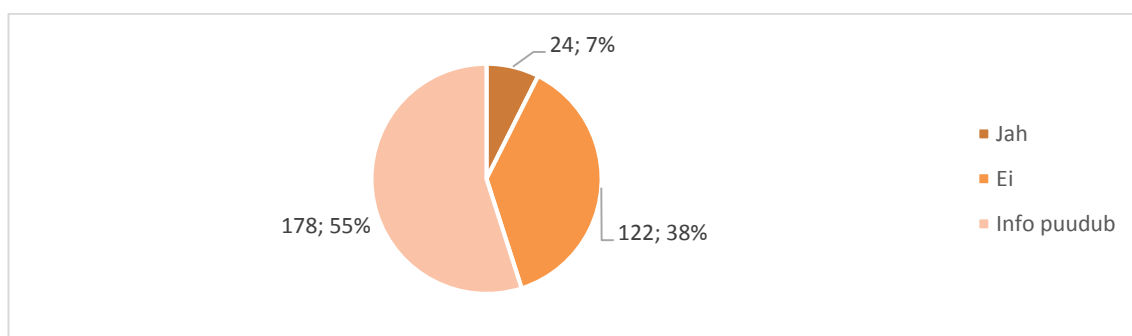
²⁵⁸ Tarbija õiguste direktiivi artikkel 6 lõige 4 ja VÕS § 54 lõige 3.

²⁵⁹ Tarbija õiguste direktiivi artikkel 10 ja VÕS § 56 lõige 1⁶.

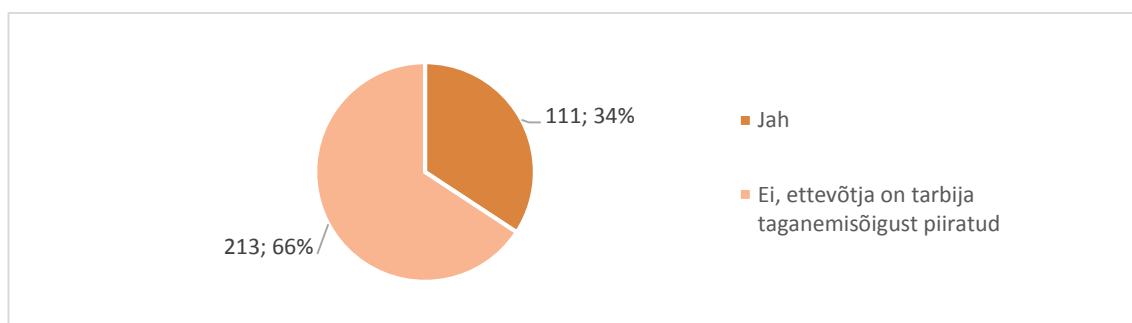
11. Kas tarbijale on esitatud teave, et ettevõtja tagastab taganemisavalduse kättesaamisel tarbijale viivitamata, kuid mitte hiljem kui 14 päeva möödumisel, kõik tarbijalt lepingu alusel saadud tasud, muu hulgas tarbija kantud asja kättetoimetamise kulud.²⁶⁰



12. Kui tarbija kasutab taganemisavalduse edastamiseks ettevõtja veebilehte, kas ettevõtja saadab tarbijale viivitamata püsival andmekandjal kinnituse taganemisavalduse kättesaamise kohta?²⁶¹



13. Kas tarbijale on esitanud teave selle kohta, et tarbijal taganemisõigus puudub, või kui tarbija võib oma taganemisõiguse kaotada, teave selle kohta, millistel asjaoludel taganemisõigus kaotatakse?²⁶²

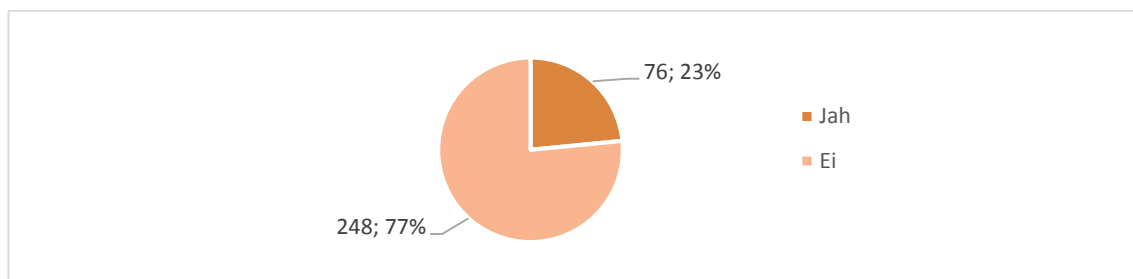


²⁶⁰ Tarbija õiguste direktiivi artikkel 13 lõige 2 ja VÕS § 56¹ lõige 1.

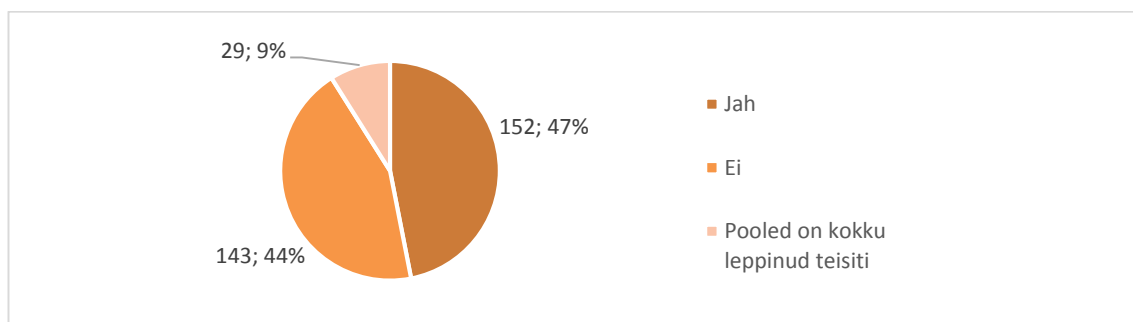
²⁶¹ Tarbija õiguste direktiivi artikkel 11 lõige 3 ja VÕS § 56 lõige 2⁴.

²⁶² Tarbija õiguste direktiivi artikkel 6 lõige 1 punkt K ja VÕS § 54 lõige 1 punkt 16.

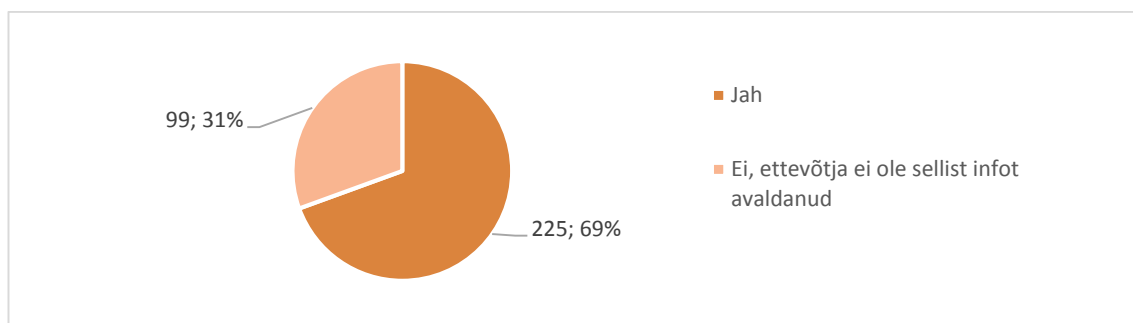
14. Kas tarbijale on esitatud teave, et kui lepingu esemena antakse tarbijale üle asi, saadab tarbija ettevõtjale viivitamata, kuid mitte hiljem kui 14 päeva möödumisel taganemisavalduse tegemisest asja tagasi või annab asja üle ettevõtjale või ettevõtja nimetatud isikule?²⁶³



15. Kas tarbijale on esitatud teave selle kohta, et tarbija kannab talle lepingu esemena üleantud asja tagastamisega seotud otsesed kulud?²⁶⁴



16. Kas (vastavalt VÕS § 54 lg 1 p 12, 13) on ettevõtja juhtinud tarbija tähelepanu taganemisõiguse olemasolule ehk kas tarbija vastutab asja väärtuse vähenemise eest?²⁶⁵

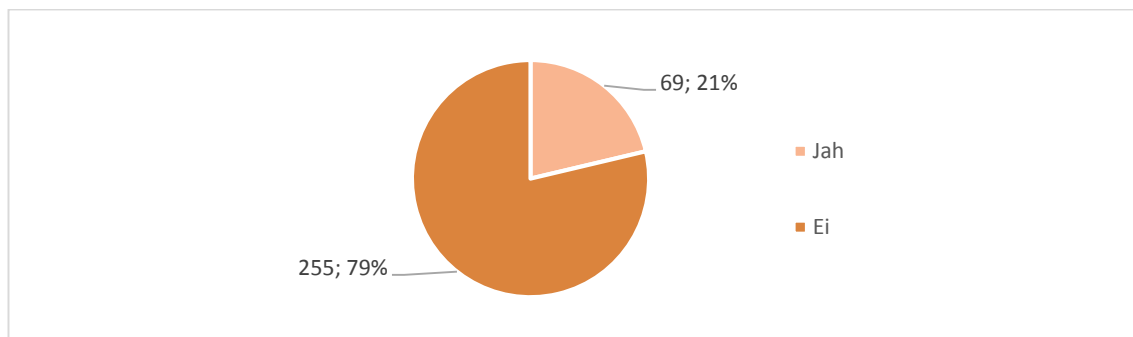


²⁶³ Tarbija õiguste direktiivi artikkel 12 ja VÕS § 56² lõige 1.

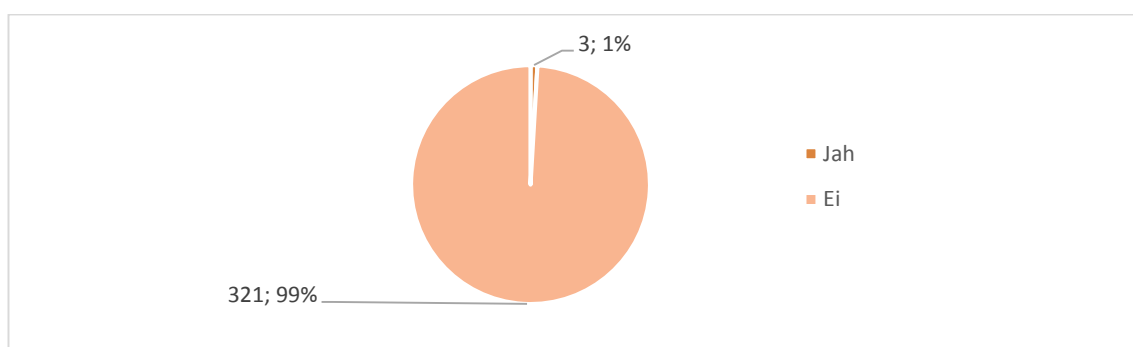
²⁶⁴ Tarbija õiguste direktiivi artikkel 14 lõige 1 ja VÕS § 56² lõige 3.

²⁶⁵ Tarbija õiguste direktiivi artikkel 14 lõige 2 ja VÕS § 56 [2] lõige 4.

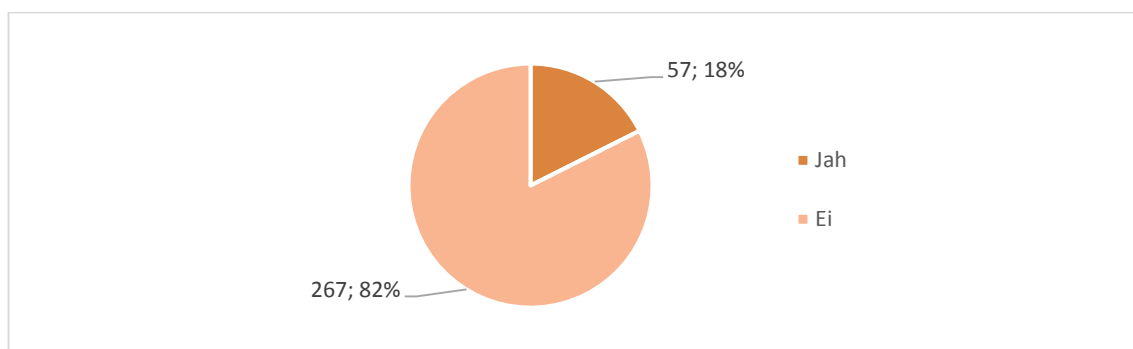
17. Kas tüüptingimustes sisaldub (tühiseid) lepingutingimusi, mis raskendavad taganemisõiguse kasutamist (eelkõige kokkulepped, millega taganemine seotakse käsiraha või leppetrahvi maksmisega)?²⁶⁶



18. Kas ettevõtja nõuab lisaks lepingu esemeks oleva põhikohustuse täitmise eest kokkulepitud hinnale tarbijalt tasu muu täiendava kohustuse täitmise eest?²⁶⁷



19. Kas tarbijale on esitatud andmed tarbija võimaluste kohta pöörduda kohtuvälise kaebusi ja vaidlusi lahendava organi poole ning pöördumise tingimused?²⁶⁸

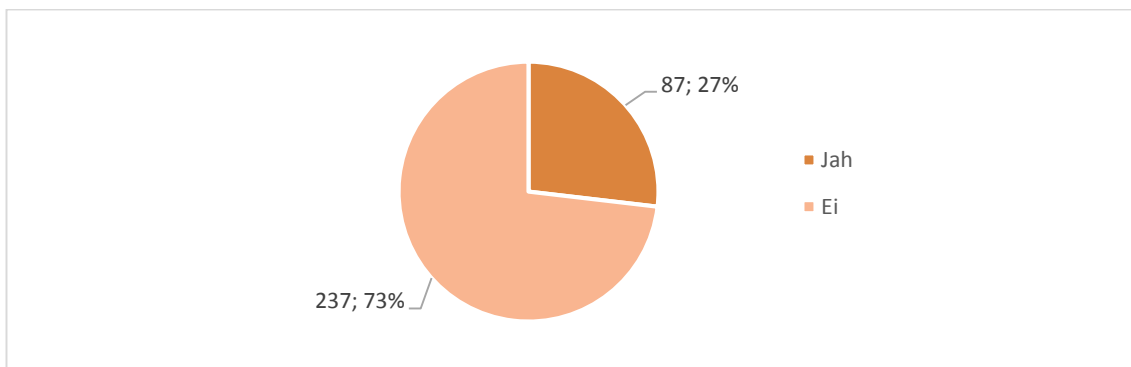


²⁶⁶ VÕS § 56² lõige 9.

²⁶⁷ Tarbija õiguste direktiiv artikkel 22 ja VÕS § 28¹ lõige 1.

²⁶⁸ Tarbija õiguste direktiivi artikkel 6 lõige 1 punkt T ja VÕS § 54 lõige 1 punkt 22.

20. Kas tarbijale on meelde tuletatud, et lepingu eseme lepingutingimustele mittevastavuse korral saab tarbija tugineda seaduses sätestatud õiguskaitsevahenditele?²⁶⁹



²⁶⁹ Tarbija õiguste direktiivi artikkel 6 lõige 1 punkt L ja VÕS § 54 lõige 1 punkt 18.

Lisa 2: Ülevaade magistritöö raames analüüsitud äriühingutest.

NR	ÄRIÜHING	VEEBILEHT
1	4kids OÜ	www.4kids.ee
2	A&T Trading OÜ	www.aroomipood.ee
3	A.G.M. KAUBANDUS OÜ	www.garderoob.net
4	AA Iludus OÜ	www.iludus.ee
5	Aasageko OÜ	www.aasageko.eu
6	Abtline UÜ (OÜ)	www.digiboom.ee
7	Adelor OÜ	www.bio2you.ee
8	Aindhooven OÜ	www.aindhooven.com
9	Albero Verde OÜ	www.bio4you.eu
10	Alignsoft OÜ	www.taxfree.ee
11	All In OÜ	www.nailin.ee
12	Almendra OÜ	www.lenses.ee
13	Alphadore OÜ	www.roosa.ee
14	Aniir OÜ	www.soliid.eeshop
15	ANNEBRA Eesti OÜ	www.annebra.ee
16	Ansoleil OÜ	www.biolatte.ee
17	Antikvariaat OÜ	www.antikvariaat.eu
18	Antista AS	<u>www.euronics.ee</u>
19	Ants Helinurme Töötuba OÜ	www.f28.ee
20	Anvol OÜ	www.toys.ee
21	A-Orhideed OÜ	www.orhideed.eu
22	Apollo Holding OÜ	www.apollo.ee
23	Aries OÜ	www.aries.ee
24	Arle Podmarjova FIE	www.volyymripsmed.ee
25	Armina Women OÜ	www.armina.ee
26	Arvutiromula OÜ	www.arvutiromula.ee
27	AS Teaspon	www.teaspon.ee
28	AS Trigon Gardening	www.hortes.ee
29	ATOY Automotive OÜ	www.vkc.eeepood
30	Aura Vision OÜ	www.auravision.eu
31	Baby Food Baltic OÜ	www.lastetoit.ee
32	Bagita Kaubandus OÜ	www.bagita.ee
33	Baka OÜ	www.kondoom.ee
34	BALTIC ROAD OÜ	www.balticroad.eu
35	Baltimpeks OÜ	www.popsport.ee
36	Baltishop OÜ	www.baltishop.com
37	Beautyclub OÜ	www.xl-lashes.com

38	Beautyfor Eesti OÜ	www.beautyfor.ee
39	Beltit OÜ	www.beltit.ee
40	Berkana OJ OÜ	www.berkana.ee
41	Best Look OÜ	www.cosm24.ee
42	Bestbeans OÜ	www.bestbeans.eu
43	Biblio OÜ	www.vanaraamat.ee
44	Boon OÜ	www.kohviklubi.ee
45	Bundy OÜ	www.bundyland.ee
46	CAJUN OÜ	www.kuumadjoogid.eu
47	Careria OÜ	www.careria.ee
48	Catalogue-shop OÜ	www.bonprix.ee
49	CD Market AS	www.cdmarket.ee
50	Cherie OÜ	www.cherie.ee
51	Cherry Media OÜ	www.cherry.ee
52	Chilli Deals OÜ	www.chilli.ee
53	CoffeeCup OÜ	www.coffeecup.ee
54	Collier OÜ	www.oioi.ee
55	Consortio Fashion Group OÜ	www.halens.ee
56	Conte Verde OÜ	www.becool.ee
57	Cozy Living OÜ	www.varbadsoojaks.ee
58	CrazyDeal OÜ	www.crazydeal.ee
59	Criim Fashion OÜ	www.criimfashion.ee
60	Deliver Baltic OÜ	www.perenaiselemmik.ee
61	Denim Scandinavia OÜ	www.motleydenim.ee
62	Dentes Hygiene Line AS	www.dentesgroup.eu
63	Digiexpert OÜ	www.kermet.ee
64	Digikauplus OÜ	www.ishop24.ee
65	Domus Capital OÜ	www.konad.fi
66	Dreamland Home OÜ	www.dreamland.ee
67	Duvent OÜ	www.prettywoman.ee
68	D-wear OÜ	www.d-wear.ee
69	E BUTIIK OÜ	www.ebutiik.ee
70	E Vision OÜ	www.laatsed.com
71	Eaudeparfum OÜ	www.eaudeparfum.ee
72	Ecomedex OÜ	www.wecare24.eu
73	Eduteenused OÜ	www.edukad.ee
74	Eesti Joonisfilm OÜ	www.pood.joonisfilm.ee
75	Eesti Rahvusringhääling	www.pood.err.ee
76	Egmont Estonia AS	www.egmont.ee

77	Ehe Mood OÜ	www.ehemood.ee
78	Eksklusiiv.com OÜ	www.eksklusiiv.com
79	Ekvalaiser OÜ	www.ekvalaiser.ee
80	Elmatar AS	www.elmatar.ee
81	Enermatik OÜ	www.energiasaast.ee
82	Enlekon OÜ	www.leathermastershop.eu
83	Ennustus OÜ	www.olimp.ee
84	EQ Computer OÜ	www.kalendrid.ee
85	Estandfin OÜ	www.ledlamp.ee
86	Eurodyl OÜ	www.morell.ee
87	Eutech OÜ	www.ledpood.ee
88	Evelit Group OU	www.evelit.eu
89	Expert Eesti OÜ	www.expert.ee
90	Fashion Clothing OÜ	www.eandtstore.eu
91	Felity Group OÜ	www.felity.eu
92	FerroCon OÜ	www.e-riietepood.ee
93	Fie Marina Pikk	www.plika.ee
94	FIE R. Jermakova	www.modzhi.eu
95	FIE Ülar Kaas	www.pruutpaar.ee
96	Finest Fashion Group OÜ	www.queenb.ee
97	Fintra OÜ	www.ostle.ee
98	FirstFlush OÜ	www.firstflush.ee
99	Foks OÜ	www.minuvalik.ee
100	Fosgrafe OÜ	www.35mm.ee
101	Frida Style OÜ	www.fridastyle.ee
102	FunBox OÜ	www.funbox.ee
103	FUTU Print OÜ	www.futuprint.ee
104	Gaia Cosmetics OÜ	www.gaiacosmetics.ee
105	Galore Invest OÜ	www.galore.ee
106	Gamexe OÜ	www.superpood.ee
107	Gatto Plus OÜ	www.mia24.ee
108	Get Dressed OÜ	www.getdressed.ee
109	Gift Line OÜ	www.giftline.ee
110	GlamWear OÜ	www.glamwear.eu
111	Globalex Baltics OÜ	www.balticbeauty.eu
112	Graveer OÜ	www.graveer.ee
113	Gre Store OÜ	www.grestore.ee
114	G-store OÜ	www.g-store.ee
115	H&T Haljastus OÜ	www.ht.ee

116	Haidemon OÜ	www.lisell.ee
117	Handeland OÜ	www.kalliskivi.ee
118	Hansapost OÜ	www.hansapost.ee
119	Hareko OÜ	www.jetica.eu
120	HeaDiil.ee OÜ	www.headiil.ee
121	Helinet Grupp OÜ	www.lensexpress.ee
122	Henver OÜ	www.manguasjamaailm.ee
123	Hildros OÜ	www.roosipuu.ee
124	Home Interior OÜ	www.korwater.ee
125	HRK Style OÜ	www.siilike.eu
126	HVP Saaretoode OÜ	www.saarlander.eu
127	Hüperpromootori OÜ	www.nailboard.org
128	IDEAS Eesti OÜ	www.ideas.ee
129	Idee ja Emotsioon OÜ	www.ideejaemotsioon.ee
130	Iisak OÜ	www.seinakellad.ee
131	Iluelamused OÜ	www.iluelamused.ee
132	Ilukaubad OÜ	www.minuripsmed.ee
133	Infinity Real Company OÜ	www.paolareina.euet
134	Infokalender OÜ	www.niihea.ee
135	Infolevi OÜ	www.klotsipood.ee
136	Inprof OÜ	www.inprof.ee
137	Instele OÜ	www.instele.ee
138	Internetikaubamajad OÜ	www.profashion.ee
139	Interval OÜ	www.interval.ee
140	Itipood.ee OÜ	www.itipood.ee
141	Ivitar OÜ	www.lissandra.com
142	Joost-Level OÜ	www.levelzone.ee
143	Jovely Naturals OÜ	www.jovely.ee
144	Jutegoods OÜ	www.jutekott.ee
145	Kaiminerva OÜ	www.minerva.ee
146	Kallos Nordic OÜ	www.kallos.ee
147	Kangadzungel OÜ	www.kangadzungel.ee
148	Karon Arenduse OÜ	www.riieteladu.eu
149	Karupoeg Puhh OÜ	www.toys24.ee
150	Keijo Grupp OÜ	www.yakuza.ee
151	Kell & Kell OÜ	www.sprint.eeestore
152	Kevelt AS	www.rosena.ee
153	KL Käsitöö & Disain OÜ	www.ehtesalong.eu
154	Kleks Ket TÜ	www.kleksket.eu

155	KMK Buum OÜ	www.buum24.ee
156	KMS Projektiabi OÜ	www.mts.ee
157	Koolibri AS	www.pood.koolibri.ee
158	Koopia Niini & Rauam OÜ	www.prindistuudio.ee
159	Kotad OÜ	www.kota.ee
160	Kotkapoeg Grupp OÜ	www.kotinagi.ee
161	Kuldkonn OÜ	www.kuldkonn.ee
162	Kuma AS	www.kumapood.ee
163	Kuutõrvaja OÜ	www.raamatukoi.ee
164	Kännukas OÜ	www.kannukas.ee
165	L2 OÜ	www.lenovoarvutid.ee
166	Las Kallab OÜ	www.laskallab.ee
167	Lastekaubad internetist OÜ	www.lastekaup.eu
168	Lavera OÜ	www.sisustuselement.ee
169	Lerson OÜ	www.lerson.ee
170	Letra OÜ	www.automoblox.ee
171	Levia OÜ	www.levia.ee
172	Librix Print OÜ	www.omaraamat.een
173	Lili Group OÜ	www.lili.ee
174	LK Management OÜ	www.makeupstudio.ee
175	LL Merge Grupp AS	www.merge.ee
176	Loitsukeller OÜ	www.loitsukeller.ee
177	Longplix OÜ	www.soodne.ee
178	Looduspere OÜ	www.looduspere.ee
179	Lundhema OÜ	www.looduskosmeetika.ee
180	LuxGraveer OÜ	www.luxgraveer.ee
181	Läätsed.ee OÜ	www.laatsed24.ee
182	Magnetrix Plus OÜ	www.coffee.ee
183	Magnolia Grand OÜ	www.magnoliagrand.eu
184	Maine OÜ (OÜ Kingiabi)	www.kingiabi.ee
185	Maitsev Aur OÜ	www.maitsevaur.ee
186	Marchaus OÜ	www.minimi.ee
187	Maronek OÜ	www.sinule.net
188	Marotte OÜ	www.elberd.ee
189	Marver Eesti OÜ	www.rosme.ee
190	Mediatech OÜ	www.pood.eneloop.ee
191	Meon OÜ	www.meon.ee
192	MerHab OÜ	www.tooriidepood.ee
193	Minu Kodu 24 OÜ	www.kodu24.ee

194	MKM Trade OÜ	www.elektritarbed.ee
195	Modastro OÜ	www.modastro.ee
196	Moemaailm OÜ	www.moemaailm.ee
197	Monger Baltic OÜ	www.sportique.ee
198	MP Kaubandus OÜ	www.kaekellad.ee
199	MTech OÜ	www.tehnikanurk.eu
200	Mängukaubamaja OÜ	www.mangukaubamaja.ee
201	Münt Grupp OÜ	www.smartlifesavers.com
202	MyLook OÜ	www.mylook.ee
203	FIE Nadezda Adler	www.kellad24.ee
204	Nalle OÜ	www.papaopa.ee
205	Nambawan OÜ	www.nambawan.ee
206	NATEST OÜ	www.naturalestonia.com
207	Natura Method OÜ	www.mirra.ee
208	Nectarius OÜ	www.mahekauplus.eu
209	Newpoint OÜ	www.fotokalender.ee
210	Nictara Kaubanduse OÜ	www.homefashion.ee
211	Nobe OÜ	www.heamajapood.ee
212	Nodi OÜ	www.fotokruus.ee
213	Nordic Digital AS	www.photopoint.ee
214	NPSolutions OÜ	www.fazo.eu
215	Olevtan OÜ	www.gamekit.eu
216	Olimarit OÜ	www.kodutarbed.eu
217	ON24 AS	www.on24.ee
218	Organic Products OÜ	www.naturaalkosmeetika.ee
219	Oteks AS	www.oteks.ee
220	Otto GmbH & Co KG	www.otto.ee
221	OÜ Haldjapere	www.haldjapere.ee
222	OÜ Haute Nature	www.hautenature.eu
223	OÜ Iluehted	www.iluehted.ee
224	OÜ Pajack Group	www.kummut.ee
225	OÜ Pikato	www.sokid.ee
226	OÜ PULANNA KOSMEETIKA	www.pulanna.ee
227	OÜ Raamatukauplus Krisostomus	www.kriso.ee
228	OÜ VIP Shop	www.vipshop.ee
229	OX Eesti OÜ	www.ox.ee
230	Pacta Tarkvara OÜ	www.ehted24.ee
231	Pateri OÜ	www.akud24.ee
232	Pedrobeat AS	www.cdonline.ee

233	Pererõivad OÜ	www.pereroivad.com
234	Phoenix Wheels OÜ	www.zuzu.ee
235	PMA Consult OÜ	www.kingaklubi.ee
236	Portal Invest OÜ	www.netikink.eu
237	PRO Kosmeetika OÜ	www.eulenspiegel.ee
238	Proweb OÜ	www.prokids.ee
239	PT Mikro AS	www.itshop.ee
240	R&A Varad OÜ	www.iluslaps.ee
241	RACAIRO OÜ	www.ledlux.eu
242	Rahva Raamat AS	www.rahvaraamat.ee
243	Reclam Service OÜ	www.cheri.ee
244	Reko AKM OÜ	www.reko.ee
245	RemedyWay OÜ	www.remedyway.ee
246	Rennox Grupp OÜ	www.tipatapa.ee
247	Rest Art Group OÜ	www.justsee.ee
248	Retiks OÜ	www.ostulaine.ee
249	Retrade OÜ	www.monsterhigh.ee
250	RetroWeb OÜ	www.retrohted.ee
251	RH Disain OÜ	www.moebutiik.eu
252	Ritico OÜ	www.ritico.ee
253	Riveli OÜ	www.riveli.ee
254	R-Joom OÜ	www.pidupidu.ee
255	Rodomar OÜ	www.rodomar.ee
256	ROHE GROUP OÜ	www.rohegroup.ee
257	Romesto OÜ	www.diginet.ee
258	Ronex OÜ	www.ronex.ee
259	Rosema ilu OÜ	www.euronails.ee
260	Rovico Büroo OÜ	www.pood.alkomeeter.com
261	Ruka OÜ	www.arvutiakud.ee
262	Saarebeebi OÜ	www.saarebeebi.ee
263	Salista OÜ	www.ehtemaailm.ee
264	Salonshop Baltic AS	www.salon24.eu
265	Sangar AS	www.sangar.ee
266	SanLab OÜ	www.patareid.ee
267	Seebimeri OÜ	www.lush.ee
268	Seldon Project OÜ	www.randmekas.edicypages.com
269	Select NOR OÜ	www.select.ee
270	Sensa OÜ	www.marja-entrich.eu
271	Sensona OÜ	www.soodus24.ee

272	Serigo Elektroonika OÜ	www.serigo.eu
273	Siidisukk OÜ	www.siidisukk.ee
274	Siison Group OÜ	www.siison.ee
275	Simonta Trading OÜ	www.sukamaailm.ee
276	Skailer OÜ	www.bioshop.ee
277	Skooring OÜ	www.kvaliteettoode.ee
278	SL Systems OÜ	www.kidsbuild.eu
279	Smalltraveller OÜ	www.reisipisik.ee
280	SoftProject OÜ	www.kopterid.ee
281	SONORIS OÜ	www.massageshop.ee
282	Sontravento OÜ	www.mesinduspood.ee
283	Soodushind OÜ	www.soodushind.ee
284	Spells & Hexes OÜ	www.draakula.ee
285	Starflower OÜ	www.kodubutiik.ee
286	Starpluss OÜ	www.kingimaailm.eu
287	STC FRUX OÜ	www.novemberchild.com
288	Sternum OÜ	www.pood.emadekool.ee
289	Stiilikas OÜ	www.stiilikas.ee
290	Stricte OÜ	www.kriipsujuku.ee
291	Style Estonia OÜ	www.istyle.ee
292	Submit OÜ	www.winged.ee
293	Suhkrukunst OÜ	www.suhkrukunst.ee
294	Sulg ja Kaabu OÜ	www.sunsy.eu
295	Sunvista OÜ	www.stmoriz.ee
296	Surfar OÜ	www.reede.ee
297	SV Akustika OÜ	www.akustika.ee
298	Tack MR OÜ	www.tackmr.ee
299	Tapeedimaailm OÜ	www.tapeedimaailm.eu
300	Tarvikud24 OÜ	www.tarvikud24.ee
301	Taula Pharma OÜ	www.taulapharma.ee
302	TEHNIKAEKSPERT OÜ	www.tehnikaekspert.ee
303	TeleBox OÜ	www.digisalong.ee
304	Telmarx Invest OÜ	www.kasutatudraamat.ee
305	Tempos OÜ	www.model.ee
306	Ti&Ti Õmblus OÜ	www.pood.beebikaubad.ee
307	Tikkimismaailm OÜ	www.tikkimismaailm.ee
308	Tikobella Disain OÜ	www.tikobella.com
309	TM Koolituskeskus OÜ	www.deluxeline.eu
310	TopModa OÜ	www.kotikauplus.ee

311	Topnar OÜ	www.leopatra.ee
312	Tradehouse OÜ	www.tradehouse.ee
313	Trewe Naturals OÜ	www.taevalatern.ee
314	Triomodum OÜ	www.nutitarvikud.com
315	Triton Holding OÜ	www.digizone.ee
316	Universaalne Disain OÜ	www.pood.universaalnedisain.ee
317	Valgusesaar OÜ	www.valgusesaar.com
318	Westbalt OÜ	www.westbalt.eu
319	Viart Pluss OÜ	www.eagleshop.ee
320	Vikman company OÜ	www.aostore.eu
321	VIKTORIA BEAUTY OÜ	www.vb.ee
322	Õde & Vend OÜ	www.riietepood.ee
323	Õieteraapiakeskus OÜ	www.taimeteraapia.eu
324	Ökosahver OÜ	www.sahver.ee

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina Martin Simmermann (isikukood: 38411080237)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose
Tarbija õiguste direktiivi nõuete järgimine Eesti e-kaubandusettevõtjate poolt ja selle tähendus Euroopa Liidu ühtse siseturu arengu jaoks

mille juhendaja on Karin Sein,

- 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, 14. mail 2015. aastal

(allkiri)