

TARTU ÜLIKOOL
SOTSIAALTEADUSTE VALDKOND
ÕIGUSTEADUSKOND
Eraõiguse osakond

Mait Valberg

**VEEBIPLATVORMI KUI VAHENDAJA ÕIGUSSUHETE KVALIFITSEERIMINE
EESTI ÕIGUSE JÄRGI**
Magistritöö

Juhendajad:
Prof dr. iur. Irene Kull
Liisi Jürgen, MA

Tartu
2017

Sisukord

Sissejuhatus	4
1. Veebiplatvormi mõiste ja veebiplatvormi liigid	10
1.1. Veebiplatvormi mõiste ja olemus	10
1.2. Veebiplatvormi liigid	16
2. Veebiplatvormil lepingu sõlmimine	20
2.1. Lepingute sõlmimisele suunatud tahteavalduste ja sõlmimise momendi eristamine ...	20
2.1.1 Ettepanek teha ofert ja pakkumine	20
2.1.2 Nõustumus	29
2.1.3 Pakkumise ja nõustumise kättesaamise hetk	33
2.2. Lepingute tüüptingimuste saamine lepingu osaks ja Wrap-lepingud	37
2.3. Veebiplatvormi poolt infoühiskonna teenuste pakkumine	45
2.3.1 Infoühiskonna teenuse mõiste	45
2.3.2 Infoühiskonna teenuse osutajad ja infoühiskonna teenuste liigid veebiplatvormil	47
3. Veebiplatvormile agendi- ja maaklerilepingu sätete kohaldamine	52
3.1. Veebiplatvorm kui agent	52
3.1.1 Agendileping müüjaga või teenuseosutajaga	52
3.1.2 Agendileping tarbijaga	62
3.2. Veebiplatvorm kui maakler	68
3.2.1 Maaklerileping müüjaga või teenuseosutajaga	68
3.2.2 Maaklerileping tarbijaga	73
Kokkuvõte	79
Qualification of the legal relations of the online platform as intermediary in the law of Estonia	84
Kasutatud kirjandus	91
Kasutatud normatiivmaterjalid	98

Kasutatud kohtupraktika	100
Kasutatud muud allikad	102

Sissejuhatus

Digitaalse ajastu kommunikatsiooni, infotehnoloogia tormilise arengu valguses digitaalsete lepingute (ing k *electronic contracts* või *e-contracts*) sõlmimise teinud igapäevaseks nähtuseks. Selliste lepingute sõlmimine on muutunud isikute igapäevaelu osaks ning lepingulistesse suhetesse asutakse ilma sellele tähelepanu pööramata. Digitaalses keskkonnas lepingute sõlmimine on nii seadusandlikule võimule kui ka praktikute seas tekitanud erinevaid küsimusi, millest olulisemaks võib pidada küsimust, kas kehtiv õigussüsteem võimaldab lahendada probleeme, mis tekivad digitaalses keskkonnas lepingute sõlmimisel või on vajalik eraldi regulatsioon küberruumis toimuvale, näiteks digitaalsetele lepingutele.¹ Kui algselt seonduisid uued probleemid digitaalkeskkonnas eelkõige nn klassikaliste lepingutega, kus oli tegemist üksnes kahe lepingupoolega, siis infotehnoloogia areng on loonud uue olukorra. Nimelt osalevad lepingu sõlmimisel erinevat liiki veebiplatvormid² (ing k *online platform* või *digitaal platform*), mis defineerivad ennast vahendajatena ja on tõstatanud küsimuse vajadusest reguleerida kolmnurksuhteid Euroopa Liidu tasemel.³

Veebiplatvorm mõistena hõlmab endas erinevaid platvorme ja tegevusvaldkondi, kus on mitu osapoolt ja toimub teatud vahendamistegevus.⁴ Veebiplatvormi ühest mõistet ei leia õiguskirjandusest, samuti ei ole veebiplatvormi mõistet defineeritud Euroopa Liidu institutsioonide dokumentides, mis tähendab, et veebiplatvormil puudub legaldefiniitsioon.⁵ Vahendamisfunktsiooni alusel on võimalik veebiplatvormideks identifitseerida näiteks

¹ L. B. Moses. Adapting the law to technological change: a comparison of common law and legislation. - University of New South Wales Law Journal 2003/3. Arvutivõrgus: <http://www.austlii.edu.au/au/journals/UNSWLawJl/2003/33.html> (11.11.2016).

² Autor kasutab terminit „veebiplatvorm“ töös läbivalt tähistamaks terminit „*online platform*“, arvestades Euroopa Komisjoni tõlget inglise keelsest mõistest digitaalse ühisturu strateegia raames. Terminit „*online platform*“ on Võlaõigusseaduse I kommenteeritud väljaandes eesti keeles kasutatud ka kui „internetiplatvorm“ või „platvorm“. Käesolevas töös on kasutatud terminit „veebiplatvorm“ põhimõistena ja mõisteid „internetiplatvorm“ ja „platvorm“ selle sünonüümina samas tähenduses. Vt: Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide Komiteele Euroopa digitaalse ühtse turu strateegia {SWD(2015) 100 lõplik}. Euroopa Komisjon COM(2015) 192 lõplik, 06.05.2015, lk 11. Arvutivõrgus: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015DC0192&from=EN> (11.01.2017); I. Kull. VÕS I komm vlj. § 9/4.6.4. – P. Varul jt (koost). Võlaõigusseadus I. Kommenteeritud väljaanne. Tallinn: Juura 2016.

³ Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide Komiteele Euroopa digitaalse ühtse turu strateegia, lk 11; Online platforms. Digital Single Market. Arvutivõrgus: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/online-platforms-digital-single-market> (18.02.2017); C. Busch et al. Ein neues Vertrags- und Verbraucherrecht für Online-Plattformen im Digitalen Binnenmarkt? Diskussionsentwurf für eine mögliche EU-Richtlinie. – MultiMedia und Recht 2016/12, lk 787.

⁴ European Commission. Commission Staff Working Document Online Platform. Accompanying the Document Communication on Online Platforms and the Digital Single Market {COM(2016) 288}, SWD(2016) 172, lk 1. – Arvutivõrgus: http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=15947 (20.02.2017).

⁵ W. Maxwell, T. Pénard. Regulating digital platforms in Europe – a white paper. Hogan Lovells 2015, lk 2. Arvutivõrgus: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2584873 (12.03.2017).

interneti otsingumootoriteks (ing k *search engine*), sotsiaalvõrgustikeks (ing k *social media*), e-kaubanduse turuplatsideks (ing k *e-commerce marketplace*) jms.

Veebiplatvorm kui ärimudel ei ole oma sisu poolest täielikult uus fenomen. Veebiplatvormid on eksisteerinud interneti⁶ kommertsialiseerumisest, st tarbijatele kättesaadavaks muutumisest alates. Üks esimestest suurematest veebiplatvormidest oli 1995. a. asutatud eBay, mille esialgseks ärimudeliks oli oksjonikeskkond, kus mõlemal poolel tegutsesid tarbijad.⁷ Veebiplatvormide populaarsus ja hulk on kasvanud viimaste aastate jooksul drastiliselt. Näiteks 2015. aasta seisuga oli 69 suurimal veebiplatvormil, mis on tegutsevad börsil ja mille hulka kuuluvad nt eBay, Amazon ja Facebook, ühine turuväärtus umbes 3,9 triljonit ameerika dollarit.⁸ Lisaks platvormide erakordsele populaarsusele on platvormi majandus hõlmanud endasse jagamismajanduse⁹ (ing k *sharing economy*). Jagamismajanduse esiletõus on veebiplatvormide maastikule toonud kasutajatena hulgaliselt füüsilisi isikuid (tarbijad) majandus- ja kutsetegevuses tegutsevate kauplejate asemel. Õiguskirjanduses on leitud, et kehtiv Euroopa Liidu kui ka Euroopa Liidu liikmesriikide regulatsioon on üles ehitatud ja keskendub eelkõige nn bipolaarsetele tehingutele ettevõtjate ja tarbijate vahel ja seetõttu ei kohaldu või vähemalt ei võimalda piisavat lahendust nn kolmnurksuhetele põhinevatele tehingutele, mis eksisteerivad seoses uue majandusliku mudeliga – platvormidega.¹⁰

Käesolev töö keskendub veebiplatvormidele¹¹, mille vahendusel toimub lepingute sõlmimine tarbija ja müüja või teenuse osutaja vahel¹² ja veebiplatvormi õigusliku suhte kvalifitseerimisele Eesti õiguse kohaselt. Õiguslikku diskussiooni veebiplatvormi vahendusel

⁶ Autor kasutab terminit „internet“ läbivalt töös väikese algustähega. Kooskõlas Emakeele Seltsi keeleteoimkonna 30.06.2008 otsusega, mille järgi võib ülemaailmse arvutivõrgu Interneti kõrval üldisemat võrgustiku mõistet nimetada ka laensõnaga internet. Eesti Keele Instituut. Keelenõuanne. Arvutivõrgus: <http://keeleabi.eki.ee/index.php?leht=8&id=54> (18.02.2017).

⁷ M. Bjornsson. The History of eBay, 2001. Arvutivõrgus: <http://www.cs.brandeis.edu/~magnus/ief248a/eBay/history.html> (18.02.2017).

⁸ P. Evans, A. Gawer. The Rise of the Platform Enterprise. A Global Survey. The Emerging Platform Economy Series 2016/1, lk 13. Arvutivõrgus: http://thecge.net/wp-content/uploads/2016/01/PDF-WEB-Platform-Survey_01_12.pdf (25.04.2017).

⁹ Jagamismajanduse ühtset mõistet ei eksisteeri, käesolevas töös kasutatakse jagamismajanduse sisutamiseks tarbijalt tarbijale ehk inimeselt inimesele (P2P) veebiplatvormi, kus jagatakse ja kaubeldakse otse lõpptarbijate vahel. Antud tõlgendus võib vastata ka isikumajandusele tähendusele (ing k *peer economy*). Vt: C, Codagnone, B, Martens. Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues. European commission. Institute for prospective technological studies digital economy working paper 2016/01, lk 6. Arvutivõrgus: <https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/JRC100369.pdf> (25.04.2017); R. Schulze, D, Staudenmayer. Digital Revolution – Challenges for Contract Law, lk-d 26-27. – R, Schulze, D, Staudenmayer (ed). Digital Revolution: Challenges for Contract Law in Practice. Baden-Baden: Nomos 2016.

¹⁰ C. Busch at al. The Rise of the Platform Economy: A new Challenge for EU Consumer Law? - Journal of European Consumer and Market Law 2016/1, lk 3.

¹¹ Töö autor kasutab veebiplatvormi mõistet samatähenduslikult rääkides veebiplatvormi haldajast või veebiplatvormi teenuse pakkujast, kui konkreetset ei ole tekstis välja toodud.

¹² Käesolevas töös on kasutatud müüja ja teenuse osutaja üheselt nimetamisel terminit kaupleja. Arvestades, et tegemist on nii ettevõtjaga VÕS § 1 lg 6 tähenduses kui ka eraisikuga P2P mudeli alusel.

lepingute sõlmimisest ja platvormi õiguslikust rollist veebiplatvormi, tarbija ja kaupleja vahelises õigussuhtes Eestis peetud ei ole.¹³ Küll on võlaõigusseaduse kommenteeritud väljaandes üksnes sätestatud veebiplatvormi olemus ja võimalikud lepingulised suhted lävivate osapoolte vahel lepingute sõlmimisel ühe alapunktina.¹⁴ Huvitava asjaoluna vajab väljatoomist, et 2006. a. võlaõigusseaduse kommenteeritud väljaandes lepingu sõlmimisega seotud elektroonilisi tahteavaldusi ei käsitletud ning need lisandusid võlaõigusseaduse kommenteeritud väljaandes alles 2016. a. Sellest on võimalik järeldada, et lepinguõigus moderniseerub peadpööritava kiirusega. Kuivõrd kolmiksuhte poolte kohaldub dispositiivsuse põhimõtte vastavalt võlaõigusseaduse¹⁵ (edaspidi VÕS) §-le 5, st privaatautonomia ja lepingu sõlmimise vabadus, siis on oluline lahti mõtestada ja analüüsida kolmiksuhte kohalduvaid põhimõtteid ja näha, mis õigussuhe saab konkreetseks lepinguks kvalifitseeruda.

Antud töös on analüüsitud veebiplatvorme üldiselt, sest ei eksisteeri ühte universaalselt platvormi, mille tunnused adresseeriks kõiki võimalikke probleemkohti, mis saavad tekkida. Veebiplatvorme kasutatakse tänasel päeval erinevate toodete või teenuste hankimisel massiliselt ja ilmselt on võimalik kõiksugu teenuseid või tooteid hankida veebiplatvormi vahendusel. Lisaks uutele võimalustele on veebiplatvormid kaasa toonud uusi õiguslikke probleeme. Tänu kolmiksuhte ja tehnoloogia arengule saab rääkida uut tüüpi intellektuaalomandi õiguste, maksuõigusega või andmekaitsega seotud probleemidest veebiplatvormil lepingute sõlmimisel, samuti veebiplatvormi vastutusest, mis aga jäävad käesoleva töö uurimisteede ringist välja. Käesolev töö keskendub veebiplatvormi, tarbija ja kaupleja vaheliste õigussuhete kvalifitseerimisele lepingute sõlmimisel veebiplatvormi vahendusel. Samuti pööratakse töös tähelepanu tarbija kui nõrgema poole huvide ja kaitsega arvestamisele tehingu tegemisel. Seega töö ei käsitle veebiplatvormi lepinguõiguslikku kui ka lepinguväliste võlasuhetest tekkivat vastutust ja selle omistamise võimalust platvormile.

Eelnevalt kirjeldatud probleemidest lähtudes on valitud ka magistritöö eesmärk, milleks on läbi lepingu sõlmimise protsessi analüüsi leida vastus küsimusele, millised õigussuhted tekivad platvormi vahendusel lepinguid sõlmivate isikute vahel ning kas platvormile on kohaldatavad agendi- või maaklerilepingut reguleerivad sätted.

¹³ Küll on professor Irene Kull on kirjutanud ajakirjas Journal of European Consumer and Market Law kehtiva Eesti õiguse sobivusest platvormi majandusele. Antud artiklis on käsitletud ka ühe peatükina veebiplatvormi ülesandeid ja veebiplatvormi ning kaupleja kui lepingupoolte kvalifitseerimist lepingute vahendamisel platvormil. Vt: I, Kull. The Adequacy of Existing Estonian Laws for the Platform Economy. - Journal of European Consumer and Market Law 2016/1, lk-d 54-55.

¹⁴ I. Kull. VÕS I komm vlj. § 9/4.6.4.

¹⁵ Võlaõigusseadus, RT I 2001, 81, 487, RT I, 31.12.2016, 7

Töö hüpotees on, et veebiplatvormi kaudu arvutivõrgu vahendusel tehingute tegemine ei vaja eriregulatsiooni kehtestamist Eesti õiguses.

Magistritöö on lähtuvalt püstitatud eesmärgist ja hüpoteesist jagatud kolmeks peatükiks, millest esimene peatükk käsitleb veebiplatvormi mõistet, st selle eristamist teistest veebilehtedest, ja võimalikke veebiplatvormide liigendamise võimalusi. Teine peatükk käsitleb veebiplatvormil lepingute sõlmimise olukorda kehtiva õiguse kohaselt ja kolmas peatükk analüüsib veebiplatvormi ja tarbija ning veebiplatvormi ja müüja või teenuse osutaja vahelise õigussuhte kvalifitseerimise võimalusi.

Töö esimene peatükk on jagatud omakorda kaheks alapeatükiks. Esimese peatüki esimeses alapeatükis uuritakse veebiplatvormi mõistet, selgitades välja veebiplatvormile iseloomulikud tunnused ja eeldused platvormi eristamiseks teistest veebilehtedest. Kõigepealt analüüsitakse olemasolevaid definitsioone veebiplatvormi terminile Euroopa Liidus, seejärel uuritakse veebiplatvormile iseloomulikke omadusi majandusteaduse, arvutiteaduse ja õigusteaduse perspektiivist. Esimese peatüki teine alapeatükk käsitleb võimalikku veebiplatvormide eristamist ja liigitamist tunnuste alusel, mis iseloomustavad tehingute tegemise viisi ja kasutajagruppe.

Käesoleva töö teine peatükk on jagatud omakorda kolmeks suuremaks alapeatükiks, millest esimeses alapeatükis analüüsitakse lepingu sõlmimisele suunatud tahteavaldusi ja lepingu sõlmimise momendi eristamist veebiplatvormil. Esimese alapeatüki esimeses osas on tõstatatud küsimus, milline osapool teeb või saab teha pakkumise lepingu sõlmimiseks veebiplatvormil. Samuti on analüüsitud esimese alapeatüki teises osas, kes kolmes osapooldest annab või saab anda aktsepti lepingu sõlmimiseks. Seoses lepingu sõlmimisega on tõstatatud küsimus, kas veebiplatvorm saab muutuda lepingupooleks, kui platvormil toimub lepingu sõlmimise vahendamine. Antud alapeatüki kolmandas osas on käsitletud tahteavalduste kättesaamise hetke õigustatud isiku poolt ja kättesaamiseks lugemist. Teise peatüki teises alapeatükis on analüüsitud tüüptingimuste regulatsiooni ja tüüptingimuste saamist lepingu osaks veebiplatvormil. Tüüptingimuste teema käsitlemisel on uuritud, millistel tingimustel saavad tüüptingimused muutuda kehtivalt lepingu osaks elektroonilises keskkonnas, eristades seejuures klikiga sõlmimise tehnikat ehk *click-wrap*'i ja sirvimisega sõlmimise tehnikat ehk *browse-wrap*'i. Samuti püstitatakse küsimus, kas veebiplatvormi tüüptingimused muutuvad kehtivalt platvormi vahendatava lepingu kui põhilepingu osaks. Teise peatüki kolmandas alapeatükis uuritakse infoühiskonna teenuste osutamist veebiplatvormil eelkõige tehingute tegemisel. Kolmanda alapeatüki esimeses osa selgitatakse välja infoühiskonna teenuse mõiste.

Kolmanda alapeatüki teises osas uuritakse, millised veebiplatvormid kvalifitseeruvad infoühiskonna teenuse osutajaks kaupade müümisel ning kellele kohaldub VÕS §-st 62¹ tulevad kohustused kaupade müümisel.

Magistritöö kolmas peatükk on analüüsib veebiplatvormi ja tarbija ning veebiplatvormi ja müüja või teenuse osutaja õigussuhte kvalifitseerimist agendilepingu ja maaklerilepingu sätete kohaselt. Ka töö kolmas peatükk on jagatud omakorda kaheks alapeatükiks, millest esimene alapeatükk uurib agendilepingu kohaldamist veebiplatvormi ja sellega lävivate poolte vahel. Esimese alapeatüki esimeses osas on analüüsitud veebiplatvormi ja kaupleja vahelist õigussuhet agendilepingu sätete kohaselt, selles püstitatakse küsimus, kas veebiplatvorm tegutseb kaupleja jaoks ja tema huvides iseseisvalt ja püsivalt lepinguid vahendades või neid kaupleja nimel ja arvel sõlmides ja kaupleja maksab platvormile agenditasu, sisustades sellega agendilepingu eeldused VÕS § 670 lg 1 tähenduses. Esimese alapeatüki teises osas on uuritud, kas veebiplatvormi ja kaupleja vahel eksisteerib agendileping VÕS § 670 lg 1 tähenduses. Kolmanda peatüki teine alapeatükk on sarnaselt esimesele alapeatükile jagatud kaheks osaks, analüüsides esimeses osas maaklerilepingu regulatsiooni sobivust veebiplatvormi ja tarbija ning teises osas veebiplatvormi ja müüja või teenuse osutaja vahelisele õigussuhetele.

Töös kasutatakse eelkõige seadusandluse süstemaatilist ning analüütilist uurimismeetodit. Käesolevas töös on kasutatud põhiallikmaterjalina võlaõigusseadust ja selle kommentaare, tsiviilseadustiku üldosa seadust¹⁶ (edaspidi TsÜS), Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 2000/31/EÜ¹⁷ (edaspidi e-kaubanduse direktiiv), infoühiskonna teenuse seadust¹⁸ (edaspidi InfoTS) ja nõukogu direktiivi 86/653/EMÜ¹⁹ (edaspidi agendidirektiiv). Magistritöös kasutatakse lisaks eelnevalt nimetatud normatiivaktidele ja kommentaaridele lepingute sõlmimise kohta käivat õiguskirjandust ja kohtupraktikat, sh Euroopa Kohtu praktikat. Samuti on kasutatud allikatena veebiplatvorme analüüsivaid artikleid. Lisaks on kasutatud probleemide illustreerimiseks olemasolevate veebiplatvormide tüüptingimusi ja ärimudelit, sh veebiplatvorme, nagu Amazon või eBay, millele kohaldub välisriigi õigus. Platvorme, millele kohaldub välisriigi õigus, on kasutatud probleemkohtade näitlikustamiseks, kuna vastava lahendusega või tingimustega platvormi võib luua ka Eestis. Seejuures peab arvestama, et

¹⁶ Tsiviilseadustiku üldosa seadus, RT I 2002, 35, 216, RT I, 12.03.2015, 106.

¹⁷ Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 2000/31/EÜ, 8.06.2000, infoühiskonna teenuste teatavate õiguslike aspektide, eriti elektroonilise kaubanduse kohta siseturul (direktiiv elektroonilise kaubanduse kohta) – ELT L 178, 17.07.2000, lk 1-16.

¹⁸ Infoühiskonna teenuse seadus, RT I 2004, 29, 191, RT I, 12.07.2014, 48.

¹⁹ Nõukogu direktiiv, 18. detsember 1986, füüsilisest isikust ettevõtjana tegutsevate kaubandusagentide tegevust käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (86/653/EMÜ) – EÜT L 382, 31.12.1986, lk 17-21.

vastavalt Euroopa Parlamendi ja nõukogu määruse (EÜ) 593/2008²⁰ (Rooma I määrus) artikliga 6(2), mille kohaselt tarbijaga sõlmitud lepingu tüüptingimustes sätestatud kohalduv õigus, näiteks veebiplatvormi asukohariigi õigus, ei tohi jätta tarbijat ilma tema hariliku viibimiskoha, näiteks Eesti, imperatiivsete normide kaitsest.²¹

²⁰ Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrus (EÜ) nr 593/2008, 17. juuni 2008, lepinguliste võlasuhete suhtes kohaldatava õiguse kohta („Rooma I”) – ELT L 177, 04.07.2008, lk 6-16.

²¹ EKo 28.07.2016, C-191/15, *Verein für Konsumenteninformation*, p-d 69-71.

1. Veebiplatvormi mõiste ja veebiplatvormi liigid

1.1. Veebiplatvormi mõiste ja olemus

Eesti õigus mõiste „veebiplatvorm“ legaldefiniitsiooni ei sisalda. Veebiplatvormi mõistet ei defineerita ka Euroopa Liidu õigusaktides. Võlaõigusseaduse kommenteeritud väljaanne ütleb üksnes, et „internetiplatvormi võib defineerida kui infoühiskonna teenust, millele saab ligipääsu interneti või sarnase digitaalkeskkonna kaudu ning see võimaldab teenuse tarbijatel sõlmida lepinguid teiste teenuste ja kaupade pakkujatega“.²² Euroopa Komisjon defineeris esmalt veebiplatvormide mõistet Euroopa digitaalse ühtse turu strateegia analüüsi töödokumendis kui „tarkvaral põhinevat vahendit, pakkudes kahe- või isegi mitmepoolset turu²³ keskkonda, kus pakkujatel ja digitaalse sisu²⁴, kaupade ja teenuste tarbijatel on võimalik kohtuda“.²⁵ Euroopa Komisjoni esialgne definiitsioon on äärmiselt lai, kuna sellest ei ole võimalik aru saada, kus jookseb piir veebiplatvormi ja muude veebilehtede vahel. Euroopa Komisjon on antud määratust veebiplatvormide kohta täpsustanud avaliku arutelu dokumendis kui „ettevõtet, kes tegutseb kahe- või mitmepoolset turu keskkonnas, kasutades internetti, et võimaldata suhtlust kahe või enama erineva, kuid iseseisva kasutajagrupi vahel, mille tulemusena tekitatakse kasu vähemalt ühele kasutajagrupile“.²⁶ Seejuures tuleb viimati nimetatud määratluse juures arvestada, et tegemist ei pruugi olla Euroopa Komisjoniga seotud arvamusega, sest see definiitsioon esitati avaliku konsultatsiooni dokumendi raames.²⁷

Lisaks Euroopa Komisjoni poolt kasutatud terminile „veebiplatvorm“ leidub veel mitmeid erinevaid variatsioone terminist, mida kasutatakse veebiplatvormi või platvormide

²² I. Kull. VÕS I komm vlj. § 9/4.6.4.

²³ Euroopa Komisjon on kasutatud terminit „two-or even multisided market“, sama sisulisi termineid „two-sided market“ ja „multi-sided market“ kasutab ka majandusteooria, mis eesti keeles on otsetõlkes „kahepoolne turg“ ja „mitmepoolne turg“. Käesolevas töös kasutab autor läbivalt termineid „kahepoolne turg“ ja „mitmepoolne turg“, et tähistada mõisteid „two-sided market“ ja „multi-sided market“. Seda tõlget kasutatakse arvestades Euroopa Komisjoni 24. veebruari 2009. a. teatise 2009/C 45/02 punkti 26 joonealust märkust nr 3, mis tõlgib termini „two-sided market“ kui „kahepoolne turg“. Vt: Komisjoni teatis – Suunised komisjoni täitetegevuse prioriteetide kohta EÜ asutamislepingu artikli 82 kohaldamisel turgu valitsevate ettevõtjate kuritahtliku konkurentide tõrjuva tegevuse suhtes - ELT II 24.02.2009, 2009/C 45/02, lk 7-20.

²⁴ Inglise keelses versioonis on kasutatud sõna „content“, mis eesti keeles on otsetõlkes „sisu“. Käesolevas töös on läbivalt kasutatud mõistet „digitaalne sisu“, mis on inglise keeles „digital content“, et märgistada terminit „content“. Seda on kasutatud arvestades 13. juuni 2016. a. jõustunud võlaõigusseaduse § 14¹ lg-s 3 kasutatud mõistele, kuna tegemist on digitaalses vormis koostatud ja edastatud andmetega kui sisuga – Võlaõigusseadus, RT I, 31.12.2013, 10.

²⁵ European Commission. Commission staff working document A Digital Single Market Strategy for Europe - Analysis and Evidence. SWD (2015) 100 final, 06.05.2015, lk 52. Arvutivõrgus: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015SC0100&from=EN> (18.02.2017).

²⁶ European Commission. Regulatory environment for platforms, online intermediaries, data and cloud computing and the collaborative economy. Public consultation, 24.09.2015, lk 5. Arvutivõrgus: http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=10932 (18.02.2017).

²⁷ *Ibid.*, lk 1.

tähistamiseks üldiselt. Euroopa Parlamendi majandus- ja rahanduskomisjoni (ECON) jaoks 2015. a. koostatud konkurentsipoliitika uuringus kasutatakse mõistet digitaalne platvorm (ing k *digital platform*), mille järgi „platvorm pakub (tehnoloogilist) alust, et toimetada kohale või koondada kokku teenused või digitaalne sisu, ja vahendab teenuseosutajaid või digitaalse sisu pakkujaid lõpp-kasutajatega omavahel“.²⁸ Täiendavalt eelnimetatud veebiplatvormile kui ka digitaalsele platvormile võib leida täiendavalt erinevaid termineid, sõltuvalt sellest, kas räägitakse platvormidest majandus-, õigusteaduse või tehnoloogia vaatenurgast. Näiteks kasutatakse õiguskirjanduses²⁹ ning vahendajast veebiplatvormi direktiivi eelnõus³⁰ (edaspidi: „OIP direktiivi eelnõu“) terminit vahendajast veebiplatvorm (ing k *online intermediary platform*). Vahendajast veebiplatvormi direktiivi eelnõu artikkel 2(a) toob välja, et „vahendajast veebiplatvorm tähendab infoühiskonna teenust, mis on kättesaadav interneti või sarnase digitaalse vahendi kaudu, mis võimaldab tarbijatel sõlmida pakkujatega lepinguid kaupade, teenuste või digitaalse sisu saamiseks. See ei hõlma teenuseid, mis kõigest identifitseerivad asjakohaseid pakkujaid ja suunavad tarbijad nende pakkujate veebilehtedele või nende kontaktandmetele“.³¹

Samas aga hoolimata sellest, et Eesti ega Euroopa Liidu seadusandlus ei defineeri mõistet „veebiplatvorm“, siis näiteks on Prantsuse seadusandluses ühena esimestest määratlenud mõiste „veebiplatvorm“. 7. oktoobril 2016. a. jõustunud Prantsuse tarbija koodeksi (*Code de la consommation*)³² artikkel L. 111-7. I. sätestab, et veebiplatvormi operaator on iga füüsiline või juriidiline isik, pakkudes enda majandus ja kutsetegevuses kas tasuta või tasu eest internetis avalikkusele kommunikatsiooni teenust, mis seisneb (i) kolmandate isikute poolt pakutud või üleslaetud digitaalse sisu, kaupade või teenuste hindamises või võrdlemises arvutialgoritmide teel või (ii) mitmete osapoolte koondamises (vahendamises) kaupade müügiks, teenuste osutamiseks või et jagada või vahendada digitaalset sisu, kaupu või teenuseid.

Platvormi, täpsemalt arvutiplatvormi (ing k *computing platform*), mõiste tuli esmalt kasutusele arvutiteaduses, kus see tähendas üldiselt keskkonda, kus tarkvara on loodud funktsioneerima,

²⁸ N. Van Gorp, O. Batura. Challenges for Competition Policy in a Digitalised Economy. European Parliament, IP/A/ECON/2014-12, juuli 2015, lk 7-8. Arvutivõrgus: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL_STU\(2015\)542235_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL_STU(2015)542235_EN.pdf) (18.02.2017).

²⁹ C. Wendehorst. Platform Intermediary Services and Duties Under the E-Commerce Directive and the Consumer Rights Directive. - Journal of European Consumer and Market Law 2016/1, lk 30.

³⁰ C. Busch et al. Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms. - Journal of European Consumer and Market Law 2016/5, lk 164.

³¹ *Ibid.*, lk 166.

³² Code de la consommation. Version en vigueur au 22 février 2017. Arvutivõrgus: https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do;jsessionid=49A2EA1C448897342EC90A89A9A51AF1.tpdila23v_1?cidTexte=LEGITEXT000006069565&dateTexte=20170222 (20.02.2017).

ja süsteemi, mis lubas programmeerijatel luua selle süsteemi tarkvara kindlale riistvarale.³³ Klassikaliseks arvutiplatvormiks saab pidada operatiivsüsteemi (ing k *operating system*), nagu Windows või Android. Seega arvutiplatvormi tingimuseks oli selle programmeerimise võimalus ning see oli arvuti kui süsteemi üks tase, koostisosa. Sarnaselt arvutiteadustele, on majandusteooria kasutanud ka mõistet „platvorm“ erinevates tähendustes, kus sellega märgistati üheksakümnendatel ühe ettevõtte või ühe generatsiooni tooteid, nn platvormi toodet.³⁴ Majandusteoorias on platvormi mõiste saanud uue tähenduse, st platvormiks loetakse tooteid, teenuseid või ettevõtteid, mis vahendavad tehinguid kahe või enama grupi vahel.³⁵ Tegemist on mõistega, mille sisu tugineb mitmepoolsete platvormide majandusteooriale.

Eelpool esitatud Euroopa Komisjoni hilisema, Euroopa Parlamendi ja OIP direktiivi eelnõu veebiplatvormide definitsioonid tuginevad majandusteooriale, kus põhialusena on kasutatud kahe- või mitmepoolse turu keskkonda. Kahe- või mitmepoolse turu mõiste põhineb mitmepoolsete ettevõtete või platvormide majandusteoorial, mis defineerib mitmekülgsed platvorme kui kohta, mis hõlmab kahte või enamat tarbijate gruppi, kes vajavad üksteist teatud viisil, kuid ei suuda iseseisvalt saavutada kasu enda ühisest huvist ja seetõttu toetuvad vahendajale (platvormile), kes hõlbustab kasu toova tehingu tegemist nende vahel.³⁶ Mitmepoolsete ettevõtete või platvormide majandusteooria üks autoreid D. Evans leidis, et mitmepoolsete platvormide tuumikfunktsiooniks on pakkuda ühine kohtumiskoht, keskkond ja hõlbustada tehingute tegemist kahe erineva kasutajagrupi liikmete vahel.³⁷ Sarnaselt majandusteooriale, mille järgi on platvormide üleüldine funktsioon käituda vahendajatena, on Saksamaa Konkurentsikomisjon (*Monopolkommission*) kirjeldanud ja määratlenud veebiplatvorme konkurentsioiguse valdkonna perspektiivist kui vahendajaid, mis toovad kokku erinevaid kasutajagruppe, kes saavad vastastikku toimida nii majanduslikult kui sotsiaalselt ja seejuures on vahendamise funktsioon essentsiaalne veebiplatvormidele.³⁸

³³ D. O’Conor, M. Schuers. Against Platform Regulation. Draft for Presentation. September 2016, lk 3. Arvutivõrgus: <http://ipp.oii.ox.ac.uk/sites/ipp/files/documents/OConnor-Schruers%2520-%2520Against%2520Platform%2520Regulation.pdf> (17.02.2017).

³⁴ C. Baldwin, C. Woodard. The Architecture of Platforms: A Unified View. Working paper 09-034, 2008, lk 4. Arvutivõrgus: http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/09-034_149607b7-2b95-4316-b4b6-1df66dd34e83.pdf (18.02.2017).

³⁵ *Ibid.*, lk 5.

³⁶ D. Evans, R. Schmalensee. The Antitrust Analysis of Multi-sided Platform Businesses, Coase-Sandor Institute for Law & Economics Working Paper No. 623, 2012, lk 7. Arvutivõrgus: http://chicago.unbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1482&context=law_and_economics (18.02.2017).

³⁷ D. Evans. Platform Economics: Essays on Multi-sided Businesses. Competition Policy International: 2011, lk 2. Arvutivõrgus: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1974020 (18.02.2017).

³⁸ Monopolkommission. Competition policy: The challenge of digital markets. Special Report No 68, 2015, § 33. Arvutivõrgus: http://www.monopolkommission.de/images/PDF/SG/s68_fulltext_eng.pdf (18.02.2017); Vt ka: Monopolkommission — Written evidence (OPL0046), 20.10.2015, p 1. Arvutivõrgus: <http://data.parliament.uk/>

Euroopa Komisjoni hilisemast definitsioonist, milles on veebiplatvormina defineeritud „ettevõtet, kes tegutseb kahe- või mitmepoolsel turul kasutades interneti, et võimaldata suhtlust kahe või enama erineva, kuid iseseisva kasutajagrupi vahel, mille tulemusena tekitatakse kasu vähemalt ühele kasutajagrupile“,³⁹ ilmneb et veebiplatvormi puhul on iseenesest tegemist vahendajaga, sest olulisel kohal on asjaolu, et võimaldatakse suhtlust erinevate kasutajagrupide vahel. Kuigi määratuses ei ole vahendajat *expressis verbis* esitletud, siis tuginedes eelpool väljatoodud majandusteooriale peab vahendusfunktsioon kuuluma Euroopa Komisjoni veebiplatvormi määratluse hulka. Seega võib asuda seisukohale, et vahendaja roll on veebiplatvormide puhul keskse tähendusega. Sama kinnitavad nii Euroopa Parlamendi, kui ka OIP direktiivi eelnõus väljatoodud kirjeldused. Samas on Euroopa Komisjon toonud välja, et mõned veebiplatvormid võivad kujutada endast vahendamisteenuse osutajat.⁴⁰ Seega ei pruugi Euroopa Komisjoni arvates vahendusfunktsioon olla veebiplatvormide funktsioon. Käesoleva töö autor ei nõustu Euroopa Komisjoni sellise käsitlemisega osas, milles leitakse, et üksnes osad veebiplatvormid võivad teostada vahendamise rolli kahe kasutajagrupi vahel. Arvestades majandusteoorias väljatoodud seisukohta, siis see on põhiline identifitseeriv faktor kahe- või mitmepoolse turu keskkonna puhul, mis ühendab erinevatel ärimudelitel põhinevaid (veebi)platvorme.

Erinevatel ärimudelitel esinevaid veebiplatvorme, mis toovad esile veebiplatvormide erinevuse, on *Google*'i arvates enam kui veebiplatvormidel esinevaid sarnasusi.⁴¹ Euroopa Komisjon on välja pakkunud näidisloetelu võimalikest veebiplatvormi mõiste alla kuuluvatest ettevõtetest, mille hulka kuuluvad näiteks: eBay, Google, Amazon, Facebook, Google Play, Netflix, Uber jt.⁴² Nende hulgas on Euroopa Komisjon leidnud, et Netflix'i puhul on samuti tegemist veebiplatvormiga, kuid Netflix'i ärimudel seisneb selles, et ta toodab ise videomaterjali, kui ka ostab teistelt tootjatelt edasinäitamise eesmärgil edasinäitamise õigused ning pakub video voogesituse (ing k *streaming*) teenust enda nime all, liikmemaksu (ing k

writtenevidence/committeeevidence.svc/evidencedocument/eu-internal-market-subcommittee/online-platforms-and-the-eu-digital-single-market/written/23265.html#_ftnref2 (18.02.2017).

³⁹ European Commission. Regulatory environment for platforms, online intermediaries, data and cloud computing and the collaborative economy, lk 5.

⁴⁰ *Ibid.*

⁴¹ Google Inc. — Written evidence (OPL0017). “Online Platforms and the EU Digital Single Market”, 15.10.2015, p 1. Arvutivõrgus: <http://data.parliament.uk/writtenevidence/committeeevidence.svc/evidencedocument/eu-internal-marketsubcommittee/online-platforms-and-the-eu-digital-single-market/written/22990.html> (18.02.2017).

⁴² European Commission. Regulatory environment for platforms, online intermediaries, data and cloud computing and the collaborative economy, lk 5.

*subscription*⁴³) mudeli alusel lõpp-tarbijale.⁴⁴ Selline tegevus vastab ilmselgelt klassikalisele edasimüüja funktsioonile, kus tooteid või teenuseid hangitakse varasemalt tarnijalt või tootjalt ning neid müüakse või osutatakse lõppkasutajale enda nime alt. *Netflix*'i näitest nähtub, et Euroopa Komisjoni mõiste puhul ei pruugi üksnes vahendajatest veebiplatvormid olla mõistega hõlmatud, sest veebiplatvormi mõistet ei ole piisavalt piiritletud. Samas ei tohiks edasimüüja mudeli alusel tegutsevad veebilehed või ettevõtted kuuluda veebiplatvormide hulka.

Autori arvates ei saa veebiplatvormi mõiste ega olemus hõlmata veebilehti, mis tegutsevad edasimüüjatena ja sõlmivad lõppkasutajatega ise teenuse osutamise lepingu või müügilepingu, nagu eelnevalt demonstreeritud *Netflix*'i näitest nähtub. Saab väita, et nende puhul on endiselt tegemist veebiplatvormidega, kuna tegutsevad nn ühepoolse turu keskkonnas, mis on otsustatud majanduslikel põhjustel, kuid võivad alati kolida kahe- või mitmepoolsele turu keskkonda, ja osutavad lõppkasutajatele teenuseid enda veebilehel kui platvormil.⁴⁵ Sellest ilmneb, et kahe- või mitmepoolse turu keskkond ning vahendamine kahe kasutajagrupi vahel ei ole oluline. Oluline on hoopis võimalus muutuda vahendajaks kahe kasutajagrupi vahel või selle võimaluse olemasolu tulevikus.⁴⁶ Edasimüüjana tegutsev ettevõtte ei saaks üldiselt kuuluda veebiplatvormi mõiste alla, kuna tegemist ei ole platvormi tähenduses vahendamisega, sest lepinguline suhe tekib üksnes edasimüüjaga. Vastasel juhul muutuks termini „veebileht“ sünonüümiks veebiplatvorm ning igasugune tehingute teostamine küberruumis võiks kuuluda antud mõiste hulka. Käesoleva töö autor on seisukohal, et primaarne selliste ärimudelite välistamise põhjus on asjaolu, et selline nn ühepoolisel turul tegutsemine on seaduste tasandil juba reguleeritud ja teiseks ei saa neid lingvistiliselt kahe- või mitmepoolse turu keskkonnaks pidada. Ühtlasi ei saa kuuluda veebiplatvormide termini hulka veebilehed, mis üksnes avaldavad enda või enda teenuste ja kaupade kohta informatiivset teavet, mida teeb näiteks Tartu Ülikooli või advokaadibüroode kodulehed.

Nii Euroopa Komisjoni kui ka Euroopa Parlamendi esitatud määratlus on laialivalguv ning tugineb väga tugevasti majanduslikele terminidele, mille alusel ei ole üheselt võimalik kindlaks määrata piire veebiplatvormi ning mitte-veebiplatvormi vahel. Selline määratlus on

⁴³ *Subscription* on otsetõlkes tellimus või liikmemaks. *Netflix*'i teenuses tähendab *subscription* eelkõige liikmemaksu, mille puhul tehakse ettemaks perioodiks, mille jooksul saab teenust kasutada ehk videoed voogesitust kasutada.

⁴⁴ O'Connor/Schuers, lk 7.

⁴⁵ O. Batura et al. Online Platforms and the EU Digital Single Market A response to the call for evidence by the house of lords' internal market sub-committee. E-Conomics, 23.11.2015, lk 2-3. Arvutivõrgus: http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-7/nikolai_van_gorp_-_response_e-conomics_to_the_uk_house_of_lords_call_for_evidence_14020.pdf (12.02.2017).

⁴⁶ *Ibid.*, lk 3.

pigem avatud, kui kindlate piiridega, ja seetõttu liiga abstraktne. Sarnaselt on Yahoo!⁴⁷ leidnud, et Euroopa Komisjoni välja pakutud määratlus on üleliia lai, mis võib hõlmata enda all peaaegu iga ärimudelit, mis sõlmib tehingute tegemist digitaalselt.⁴⁸ Euroopa Komisjoni laialdase määratluse eesmärgiks on võimalikult palju veebiplatvorme hõlmata ühtse mõistega, kuna veebiplatvormid tegelevad erinevates sektorites ning erinevad üksteistest teatud nüanssidega. Samas praktikas ei ole sellel suurt mõju, kuna kõigile veebiplatvormidele ei pruugi ühtne tähendus, sh võimalik tulevane regulatsioon sobida.

Veebiplatvormide puhul on kasutusel erinevad terminid, et viidata platvormi konkreetsele iseloomule, kuid eelpool identifitseeritud kolme erineva platvormi tähenduse puhul saab sisuliselt rääkida samast platvormist, kuna kõik kolm varianti toovad välja platvormi kui vahendaja rolli. Euroopa Komisjon peab veebiplatvormiks „ettevõtet, kes tegutseb kahe- või mitmepoolsel turul kasutades interneti, et võimaldata suhtlust kahe või enama erineva kuid iseseisvate kasutajagruppide vahel, mille tulemusena tekitatakse kasu vähemalt ühele kasutajagrupile“.⁴⁹ Euroopa Parlament leiab, et „platvorm pakub (tehnoloogilist) alust, et toimetada kohale või koondada kokku teenused või digitaalse sisu ja vahendab teenuseosutajaid või digitaalse sisupakkujaid ja lõpp-kasutajaid“.⁵⁰ OIP direktiivi eelnõu sätestab, et „vahendajast veebiplatvorm tähendab infoühiskonna teenust, mis on kättesaadav interneti või sarnase digitaalse vahendi kaudu, mis võimaldab tarbijatel sõlmida pakkujatega lepinguid kaupade, teenuste või digitaalse sisu saamiseks. See ei hõlma teenuseid, mis kõigest identifitseerivad asjakohaseid pakkujaid ja suunavad tarbijad nende pakkujate veebilehtedele või nende kontaktandmetele“.⁵¹

Põhiliseks osaks on vahendaja rolli täitmine teenuseosutajate ja lõppkasutajate vahel, mis toimub internetis, st küberruumis. OIP direktiivi eelnõus pakutud vahendajast veebiplatvormi määratus on kolmest kõige kitsam, kuna piiritleb suhted tarbija ning ettevõtja vahelisele mudelile (ing k *business-to-consumer*; B2C). Euroopa Parlamendi määratlus on neist kõige avaram, st selle hulka võivad kuuluda ka nn veebiplatvormid, mis pakuvad teenuseid või tooteid enda poolt lõppkasutajatele. Sellisteks platvormideks on ühepoolsed platvormid ehk ühepoolsel turul tegutsevad platvormid, mis ei vii ainult kahte erinevat kasutajagruppi kokku, st mille kasutamine ei sõltu teiselt poolt olevatest isikutest ehk tegemist on edasimüüjatega.

⁴⁷ Yahoo! on Ameerika Ühendriikide korporatsioon, mis omab otsingumootorit *Yahoo! Search*.

⁴⁸ Yahoo—Written evidence (OPL0042), 20.10.2015, p 1. Arvutivõrgus: <http://data.parliament.uk/writtenevidence/committeeevidence.svc/evidencedocument/eu-internal-market-subcommittee/online-platforms-and-the-eu-digital-single-market/written/23220.html> (18.02.2017).

⁴⁹ European Commission. Regulatory environment for platforms, online intermediaries, data and cloud computing and the collaborative economy, lk 5.

⁵⁰ Van Gorp/Batura, lk 7.

⁵¹ C. Busch et al. Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms, lk 166.

Euroopa Komisjoni määratlus on küll lai, kuid enim neist kolmes sobivaim, et hõlmata erinevaid veebiplatvorme, kuid regulatsioonide tasandil tuleb seda kindlasti piirata, mistõttu on OIP direktiivi eelnõus väljatoodud määratlus enim sobivaim.

1.2. Veebiplatvormi liigid

Veebiplatvorme kasutatakse teenuste osutamiseks, kaupade müügiks või digitaalse sisu edastamiseks. Kasutatavate ärimudelite järgi võib veebiplatvorme grupeerida vastavalt sellele, kas lõppkasutaja saab veebiplatvormi vahendusel toote, teenuse või hoopis digitaalse sisu. Veebiplatvorme võib liigitada ka vahendatavate kasutajagruppide alusel. Kasutajagrupil põhineva liigitamismudeli alusel on võimalik eristada nelja veebiplatvormide liiki: veebiplatvormid ettevõtjalt tarbijale (ing k *business-to-consumer*; B2C), ettevõtjalt ettevõtjale (ing k *business-to-business*; B2B), tarbijalt tarbijale (ing k *peer-to-peer*⁵²; P2P) või tarbijalt ettevõtjale (ing k *consumer-to-business*; C2B). B2C mudelil põhinev veebiplatvorm on kõige levinum, näiteks on selleks Aliexpress ja Amazon. B2B veebiplatvormiks on näiteks Amazon Business ja ThomasNet.com, P2P veebiplatvormideks on Airbnb, Uber ja Taxify ning C2B veebiplatvormiks on näiteks Shutterstock ja Google AdSense.

Asjade internet (ing k *Internet of Things*) võib tuua kaasa vajaduse eristada lähitulevikus veebiplatvorme, mis eelkõige või muuhulgas vahendavad kahte nn masinat (ing k *machine-to-machine*; M2M). Veebiplatvormide liigitamine kasutajagruppide alusel ei anna veebiplatvormide erisustest ammendavat ülevaadet, kui kasutajagrupiga koos ei arvestata lõppkasutaja poolt saadut. Sellisel juhul tuleks eristamise aluseks võtta kasutajagrupid koos lõppkasutaja poolt saaduga. Veebiplatvormid saavad vahendada lisaks kindlatele kasutajagruppidele ka teisi kasutajagruppe, st vahendada samaaegselt nii B2C kui ka P2P liigitamismudeli alusel kasutajagruppe. Näiteks vahendavad osta.ee ja eBay nii ettevõtete kui ka tarbija müüdavaid kaupu.

Kõige enamlevinuid ning ka Euroopa komisjoni poolt eristatud⁵³ veebiplatvorme võib liigitada alljärgnevalt.

⁵² Inglise keelses kirjanduses on kasutatav ka alternatiivne samasisuline tähistus – *consumer-to-consumer* (C2C). Vt: C. Cauffman. The Commission's European Agenda for the Collaborative Economy – (Too) Platform and Service Provider Friendly? Working paper No. 2016/07. Maastricht University 2016, lk 13. Arvutivõrgus: <https://ssrn.com/abstract=2883845> (13.04.2017).

⁵³ European Commission. Commission Staff Working Document Online Platform, lk 1.

Esiteks on kõige levinumad kauplemiskoha (ing k *marketplace*) ja e-kaubanduse veebiplatvormid (edaspidi: „e-kaubanduse veebiplatvorm“), vahendades tehinguid müüjate ja ostjate vahel kaupade, sh digitaalse sisuga kaupade, nagu arvutitarkvara, ostmiseks ja/või teenuste osutamiseks.⁵⁴ Tarbijavaidluste internetipõhise lahendamise 524/2013/EÜ määruse⁵⁵ (ODR määrus) artikkel 4(1)(f) sätestab, et internetipõhine kauplemiskoht on e-kaubanduse 2000/21/EÜ direktiivi⁵⁶ artiklis 2(b) määratletud teenuseosutaja [iga infoühiskonna teenust⁵⁷ osutav füüsiline või juriidiline isik], kes võimaldab tarbijatel ja kauplejatel sõlmida internetipõhiseid müügi- ja teenuse osutamise lepinguid internetipõhise kauplemiskoha veebisaidil. Seda liiki veebiplatvormid on analoogsed klassikalistele turuplatside või kaubanduskesksustega, mis koondavad erinevaid teenuseosutajaid ja kauba müüjaid, kuid teevad seda üksnes digitaalses keskkonnas, pakkudes virtuaalset teenust ja vahendit tehingute sõlmimiseks. Klassikalised e-kaubanduse platvormid on näiteks Amazon, eBay, Booking.com, Osta.ee ja Piletilevi, kuid e-kaubanduse veebiplatvormi tuleb eristada klassikalistest e-poodidest ehk edasimüüjates, milleks on näiteks Euroonics.ee või Apollo.ee. Seejuures enamuse e-kaubanduse veebiplatvormistest tegutsevad B2C suhtel, kuid osade puhul on eksisteerib paralleelselt ka P2P mudel.

Teiseks veebiplatvormide liigiks on mobiiltelefonide ökosüsteemide ja rakenduste levitamise platvormid (ing k *mobile ecosystems and applications distribution platforms*). Euroopa Komisjon on pidanud mobiiltelefonide ökosüsteemide peamiseks näideteks Google'i ja Apple'i operatiivsüsteeme Android'i ja IOS'i.⁵⁸ Operatiivsüsteem ei ole mobiiltelefonide ökosüsteemide sünonüüm, vaid üks osa ökosüsteemist, mis koosneb lisaks operatiivsüsteemile ka seadmetest (riistvarast), rakendustest (ing k *apps*), rakenduste tugiraamistikust, mobiilsideme võrgust (ing k *network*), operaatoritest jms.⁵⁹ Samas ei ole Euroopa Komisjon täpsustanud täpsemalt, mida peetakse mobiilseks ökosüsteemiks.

⁵⁴ European Commission. Commission Staff Working Document Online Platform, lk 16.

⁵⁵ Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrus (EL) nr 524/2013, 21. mai 2013, tarbijavaidluste internetipõhise lahendamise kohta, millega muudetakse määrust (EÜ) nr 2006/2004 ja direktiivi 2009/22/EÜ (tarbijavaidluste internetipõhise lahendamise määrus) – ELT L 165, 18.06.2013, lk 1-12.

⁵⁶ Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 2000/31/EÜ, 8. juuni 2000, infoühiskonna teenuste teatavate õiguslike aspektide, eriti elektroonilise kaubanduse kohta siseturul (direktiiv elektroonilise kaubanduse kohta) – ELT L 178, 17.07.2000, lk 399-414.

⁵⁷ Vastavalt infoühiskonna teenuse seaduse § 2 p-le 1 on infoühiskonna teenus, mida osutatakse majandus- või kutsetegevuse raames teenuse kasutaja otsesel taotlusel ja mille puhul andmeid töödeldakse, säilitatakse ja edastatakse digitaalkujul andmete töötlemiseks ja säilitamiseks mõeldud elektrooniliste vahendite abil, kusjuures osapooled ei viibi üheaegselt samas kohas. Infoühiskonna teenus peab olema täielikult üle kantud, edastatud ja vastu võetud elektrooniliste sidevahendite abil.

⁵⁸ European Commission. Commission Staff Working Document Online Platform, lk 22.

⁵⁹ A. Stefan et al. *Mobile Ecosystems in a Nutshell*. Romania: Editura Universitara 2010, lk 3. Arvutivõrgus: <https://goo.gl/psBm17> (16.04.2017); E. Balkovich et al. *Electronic Surveillance of Mobile Devices. Understanding the Mobile Ecosystem and Applicable Surveillance Law*. RAND 2015, lk 2. Arvutivõrgus: http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_reports/RR800/RR800/RAND_RR800.pdf (16.04.2017).

Käesoleva töö autor leiab, et sellist ökosüsteemi ei saa lugeda (veebi)platvormiks, sest see on liiga avar tõlgendamine, mis koosneb komponentidest, mis ei vasta platvormi kui vahendaja tunnustele. Korrektne oleks (veebi)platvormideks pidada üksnes operatiivsüsteeme, nagu näiteks Android'i või IOS'i, vastavalt arvutiplatvormide mõistele. Samas ei ole üheselt võimalik mõista operatiivsüsteemide vahendamise funktsiooni, st kahe kasutajagruppi vahendamist. Selleks võib olla operatiivsüsteemi kasutaja ning rakenduse looja rakenduse kasutamist kasutaja poolt, samas see ei ole üheselt selge. Kuna operatiivsüsteemide (veebi)platvormiks pidamine ei ole üheselt selge, siis käesolevas töös ei ole neid peetud veebiplatvormi mõistega hõlmatuks. Seejuures rakenduse levitamise veebiplatvormide puhul on tegemist kauplemiskohtadega, kus levitatakse tasuta või rahalise tasu eest rakendusi, muusika faile või muid digitaalset sisu, mis on toodetud ja müüdüd rakenduste arendajate poolt tarbijatele. Näiteks on selliseks kauplemiskohaks Apple App Store ja Google Play.⁶⁰ Rakenduste levitamise veebiplatvorm pakub teatud juhtudel omakorda veebiplatvorme, mis on mõeldud kasutamiseks eelkõige mobiiltelefonides, näiteks Taxify rakendus. Kuna tegemist on üksnes digitaalset sisu edastava veebiplatvormiga mobiiltelefonide jaoks, siis lepingulistes suhetes antud veebiplatvormi liik klassikalisest e-kaubanduse platvormist ei eristu.

Kolmandaks veebiplatvormi liigiks on interneti otsingumootorid kui teenused, mis aitavad internetikasutajatel leida relevantseid vastuseid nende otsingutele miljonitest veebilehtedest internetis. Tegemist on seega informatsiooni vahendajatega.⁶¹ Otsingumootorid vahendavad internetikasutajaid, kes otsivad informatsiooni, samuti veebilehtede käitajaid, kes otsivad enda lehekülgedele sisule külastajaid ning internetireklaamijaid, kes suunavad reklaami potentsiaalsetele klientidele.⁶² Seega vahendavad otsingumootorid kasutajale otsitavat informatsiooni internetist kui ka reklaami *vice versa*. Seejuures on need tasuta teenused, mille käive tekib reklaamiteenuse osutamisest. Otsingumootoriteks on näiteks Google, Yahoo!, NETI, kui ka Facebook ja YouTube.

Neljandaks veebiplatvormi liigiks on võimalik pidada sotsiaalmeedia ja digitaalse sisu veebiplatvorme (edaspidi: „sotsiaalmeedia veebiplatvorm“), mis on lasevad kasutajatel suhelda kesksel süsteemil, kust nad saavad lisaks alla laadi erinevaid faile või arvutimänge ja postitada sõnumeid teistele kasutajatele.⁶³ Samuti saab sotsiaalmeedia veebiplatvormi pidada interneti põhisteks teenuseks, mis lubab isikul (i) luua avalikke või poolavalikke profile

⁶⁰ M. Loos. Standard terms for the use of the Apple App Store and the Google Play Store. - Journal of European Consumer and Market Law 2016/1, lk 10.

⁶¹ European Commission. Commission Staff Working Document Online Platform, lk 26.

⁶² *Ibid.*

⁶³ *Ibid.*, lk 32.

piiratud süsteemis, (ii) suhelda teatud teiste kasutajatega, kellega nad jagavad ühendust ja (iii) vaadata ning lävida ühendatud kasutajatega ning teiste kasutajatega, kes on ühendatud teiste poolt süsteemis.⁶⁴ Sotsiaalmeedia veebiplatvormideks on Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube jt. Sotsiaalmeedia veebiplatvormid on erinevate variatsioonidega ja pakuvad erisuguseid teenuseid vastavalt konkreetse veebiplatvormi ärimudelile ja seetõttu erinevad üksteisest. Näiteks saab Facebook'i kaudu olla ühenduses ja suhelda enda kontaktidega ehk sõpradega, aga Instagram'is saab jagada privaatset või avalikult enda pilte ja videoid.

Viienda veebiplatvormi liigina on Euroopa Komisjon eristanud veebireklaami platvorme, mis vahendavad ostmiseks ja müümiseks veebilehtedel olevat reklaamipinda.⁶⁵ Veebireklaami platvormid teenindavad esiteks avaldajaid (veebilehti) kes tahavad avaldada reklaame enda veebilehel ning reklaamijaid, kes tahavad nendel veebilehtedel enda reklaami avaldada.⁶⁶ Seega on tegemist samuti vähemalt kahepoolsel turul tegutseva veebiplatvormiga, kes ühendab nii reklaami kohta kui ka reklaamijaid, klassikalisteks näiteks on DoubleClick.

Eelpool välja toodud viis erinevat veebiplatvormi liiki on sarnased üksteisega eelkõige selle poolest, et need täidavad n-ö vahendaja rolli, pakkudes mõlema poole kasutajagruppidele teatud teenuseid või hüvesid. Teatud konkreetsete hüvede või omaduste kaupa on võimalik liigitada veebiplatvorme omakorda väiksematesse gruppidesse sõltuvalt vahendatava teenuste või hüvede iseloomust. Näiteks on üldisteks otsingumootoriteks Google ja Bing, aga spetsiaalsete toodete või teenuste otsingumootorid on Google Shopping, TripAdvisor, Yelp ja Päevapakkumised.ee. Erinevate teenuste või hüvede vahendamine toob kaasa vajaduse tarbijat või teatud juhtudel mõlemat veebiplatvormi kasutajat kaitsta seaduse tasandil erinevate õiguslike vahenditega, tulenevalt veebiplatvormi rollist. Lepinguliste suhete struktuur sõltub ka sellest, millist teenust või hüve veebiplatvormil osutatakse.

⁶⁴ N. Ellison, D. Boyd. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship – Journal of Computer-Mediated Communication, 2007/1. Arvutivõrgus: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full> (25.02.2017).

⁶⁵ European Commission. Commission Staff Working Document Online Platform, lk 37.

⁶⁶ *Ibid.*, lk 38.

2. Veebiplatvormil lepingu sõlmimine

2.1. Lepingu sõlmimisele suunatud tahteavalduste ja sõlmimise momendi eristamine

2.1.1 Ettepanek teha ofert ja pakkumine

Veebiplatvormi kaudu sõlmitavate lepingute iseloomulikuks tunnuseks on kolmiksuhe.⁶⁷ Veebiplatvormi vahendusel lepingu sõlmimisel sõlmitakse esiteks (platvormi)lepingud platvormiteenuse pakkuja ja tarbija ning platvormiteenuse pakkuja ja müüja või teenuse osutaja vahel ja teiseks sõlmitakse veebiplatvormi vahendusel müügileping või teenuse osutamise leping ehk nn põhileping tarbija ja müüja või teenuse osutaja vahel.⁶⁸ Antud veebiplatvormideks on eelkõige eelnevalt identifitseeritud e-kaubanduse veebiplatvormid ja mobiilirakenduste levitamise platvormid. Käesolevas töös eeldatakse platvormilepingute olemasolu tarbija ja kauplejaga ning analüüsimisele kuulub sellele ajaliselt järgnev lepingu sõlmimine ehk mis tingimustel sõlmitakse leping müüja või teenuse osutaja ja tarbija vahel veebiplatvormi vahendusel. Põhilepingu sõlmimisel veebiplatvormi vahendusel tekib küsimus, kellega sõlmib tarbija lepingu ja kellega tekivad tarbijal vastandlikud õigused ja kohustused. Selleks on vajalik leida, kes antud kolmiksuhtest teeb lepingu sõlmimiseks vajalikud tahteavaldused ning millal on leping sõlmitud. Müügilepingu või teenuse osutamise lepingu sõlmimine saab toimub tarbija ja müüja või teenuse osutaja vahel või selliselt, et kaupleja asemel sõlmib lepingu veebiplatvorm esindajana. Täpsemalt vajab analüüsimist, kas lepingu teiseks pooleks on kaupleja või saab selleks kvalifitseeruda teatud tingimustel ka veebiplatvorm, isegi kui platvorm üksnes vahendab lepingu sõlmimist.

Lepingu sõlmimine toimub tavapäraselt sõlmimisettepaneku tegemisega, milleks on pakkumine ehk ofert, ja selle vastuvõtmisega, milleks on nõustumus ehk aktsept. VÕS § 9 lg 1 sätestab, et leping sõlmitakse pakkumuse esitamise ja sellele nõustumuse andmisega, samuti muul viisil vastastikuste tahteavalduste vahetamise teel, kui on piisavalt selge, et lepingupooled on saavutanud kokkuleppe. Lepingu sõlmimise protsess algab ettepanekust teha pakkumine lepingu sõlmimiseks, millele järgneb vastaspoole pakkumine, mille isik, kes tegi ettepaneku teha pakkumine, aktsepteerib. Veebiplatvormil on kaupleja tooted või teenused avalikult kätte saadavaks tehtud ja tarbija saab sealt endale sobiva toote või teenuse valida ning selle ostmiseks või tarbimiseks lepingu sõlmida. Veebiplatvormil puhul eksisteerib mitu osapoolt – tarbija, veebiplatvorm ja kaupleja.

⁶⁷ I. Kull. VÕS I komm vlj. § 9/4.6.4.

⁶⁸ *Ibid.*

Veebiplatvormil lepingu sõlmimisel ei ole üheselt selge, kas veebiplatvormil kaupade müümisel on tegemist juba pakkumisega või on see *invitatio ad offerendum*. Seetõttu ei ole samuti selge, kes kolmest osapooldest teeb ettepaneku teha pakkumine, kes teeb pakkumise ja keda tuleb pidada pakkumise adressaadiks. Need küsimused tõstatavad probleemi, et kellega tekib tarbijal lepinguline suhe, eelkõige kellele peab ofert olema kehtima hakkamiseks kätte toimetatud.

Lepingu sõlmimine toimub pakkumise tegemisega ja sellega nõustumisega, seega tuleb esmalt vaadata pakkumist kui tahteavalduse tegemist ja selle eristamist ettepanekust teha tahteavaldusi. Pakkumus on lepingu sõlmimise ettepanek, mis on piisavalt määratletud ja väljendab pakkumuse esitaja ehk oferendi tahet olla ettepanekule nõustumuse andmise korral sõlmitava lepinguga õiguslikult seotud vastavalt VÕS § 16 lg-le 1. Sellest tulenevalt peab pakkumine olema piisavalt määratletud ja väljendama pakkuja tahet olla antud ettepanekuga seotud kui sellega teine pool nõustub.⁶⁹ Ofert peab olema määratletav, mille kohaselt peab pakkumus sisaldama lepingu olulisi tingimusi, näiteks müügilepingus lepingu objekti ja maksumust.⁷⁰ Seejuures peab ofert olema suunatud kindla isiku poolt reeglina kindlale isikule ehk pakkumise adressaat peab olema isikuliselt tuvastav vähemalt lepingu sõlmimise hetkel. Ajaliselt kasutab veebiplatvormi esimesena kaupleja, kelle tooted või teenuseid on veebiplatvormil kättesaadavaks tehtud. Nende võõrandamise huvi on eelkõige kauplejal, st isik soovib neid konkreetsetel tingimustel võõrandada tasu eest. Samas teeb veebiplatvorm kaubad enda keskkonnas, sh ka enda kaubamärgi all avalikult kättesaadavaks ja veebiplatvormil eksisteerib sarnane huvi nende võõrandamiseks tulu teenimise eesmärgil. Selliselt teenib näiteks tulu Amazon, mille tasuks on kindlaksmääratud protsent müüdüd toote hinnalt.⁷¹ Nii veebiplatvormil kui ka kauplejal on soov veebiplatvormil avalikult kättesaadavaks tehtud tooteid ja teenuseid võõrandada. Kuna nii veebiplatvorm kui ka kaupleja teevad kaubad ajaliselt esimesena kättesaadavaks tarbijale, vajab analüüsimist, kas neist ühte on võimalik pidada oferendiks või ettepaneku tegijaks teha pakkumisi.

⁶⁹ H. Köts, A. Flessner. European Contract Law. Volume one: Formation, Validity, and Content of Contracts; Contracts and Third Parties. Oxford: Clarendon Press 1997, lk 19; C. von Bar et al (ed). Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law Draft Common Frame of Reference (DCFR). Prepared by the Study Group on a European Civil Code and the Research Group on EC Private Law (Acquis Group), lk 316. Arvutivõrgus: http://ec.europa.eu/justice/contract/files/european-private-law_en.pdf (12.02.2017); M. Nuth. Electronic Contracting in Europe. Benchmarking of National Contract Rules of United Kingdom, Germany, Italy and Norway in Light of the EU E-commerce Directive. Complex nr. 2/2008, lk 19. Arvutivõrgus: <http://www.complexserien.net/sites/complexserien/files/Complex%202008-02.pdf> (04.11.2016).

⁷⁰ P. Varul jt. Tsiviilõiguse üldosa. Tartu: Juura 2012, lk 117; I. Kull. VÕS I komm vlj. § 16/4.1.1.

⁷¹ Fees and Pricing. Amazon. Arvutivõrgus: <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=1161240> (01.03.2017).

Ofert peab olema tehtud kindlale isikule, veebiplatvormil on kaubad avalikult kättesaadavaks tehtud ehk neile pääseb ligi määramatu arv isikuid. Väljakujunenud praktika kui ka õiguskirjanduslik seisukoht on, et kauba väljapanek poeknal ei ole pakkumine ja seda isegi siis, kui sellele on lisatud hind.⁷² E-poed on oma põhimõttelt analoogsed vaateakendele, need on kujundatud välja nägema nagu tavapärased poed. Kui tarbija leiab sobiva toote ostmiseks, paneb ta toote virtuaalsesse ostukorvi ja kui sobivad tooted ning kogused on valitud, läheb ta tellimust vormistama, kus tuvastab enda isiku ning maksab valitud toodete eest kas krediitkaardiga või pangalingi kaudu. Enne tellimuse vormistamist on tarbijal võimalus toodete tellimine tühistada analoogselt kaupluses toimimisele, pannes tooted ostukorvist tagasi riiulitele.

Elektroonilist kaubandust reguleerib e-kaubanduse direktiiv. E-kaubanduse direktiivi artikkel 11(1) sätestab, et tarbijaga lepingu sõlmimisel olukorras, kus tellimus esitatakse tehniliste vahendite abil, peab teenuseosutaja saaja tellimuse vastuvõtmisest teatama põhjendamatu viivitusega ja elektroonilise teel ning tellimus ja vastuvõtu teade loetakse kättesaaduks, kui osapooled, kellele need on suunatud, on võimelised neile ligi pääsema. Viidatud säte reguleerib üksnes tellimuse esitamist ja selle vormistamist, kuid ei sätesta veebilehe staatust. Sätestatud ei ole ka pakkuja identiteet, seda erinevalt direktiivi eelnõust, mille kohaselt loeti veebileht pakkujaks.⁷³ E-kaubanduse direktiiv kohaldub nii B2C kui ka P2P vahelistele õigussuhtele, kuna artikkel 2 punkti b kohaselt saab teenuseosutajaks olla nii füüsiline kui ka juriidiline isik.

Õiguskirjanduse kohaselt on valitsev seisukoht, mille kohaselt ei ole avalikus arvutivõrgus tehtud pakkumised, mis ei ole suunatud kindlale isikule, oferdid.⁷⁴ E-poed ei tee kindlale isikule või isikutele tahteavaldusi, sama põhimõte kohaldub ka veebiplatvormidele, sh mobiilsetele rakendustele. Avalikus arvutivõrgus veebiplatvormide või e-poodide pakkumised loetakse ettepanekuks teha pakkumine.⁷⁵ Ettepanek teha pakkumine erineb pakkumisest

⁷² P. Varul jt (koost). Tsiviilõiguse üldosa, lk 118; I. Kull. VÕS I komm vlj. § 16/4.3; E. Mckendrick. Contract law. 7th ed. Wales: Palgrave Macmillan 2007, lk 36; Pharmaceutical Society of Great Britain v Boots Cash Chemist (Southern) Ltd. [1953] 1 All ER 482. Arvutivõrgus: <http://www.diprist.unimi.it/fonti/811.pdf> (03.03.2017).

⁷³ M. Nuth, lk 41-42; F. Wang. Law of Electronic Commercial Transactions. Contemporary Issues in the EU, US and China. 2nd ed. New York: Routledge 2014, lk 53.

⁷⁴ P. Varul jt. Tsiviilõiguse üldosa, lk 120; F. Wang, lk 51; I. Walden, J. Hörnle (ed). E-commerce law and practice in Europe. Cambridge: Woodhead Publishing Limited 2001, I ptk. lk 20; F. Ferrari. Brief Remarks on the Conclusion of Contracts on the Internet and the United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG). – The European Legal Forum 2001/5, lk 306; G. Spindler, F. Börner (ed). E-commerce Law in Europe and the USA. Berlin: Spindler 2002, lk 166; A. Leupold, S. Glossner. Münchener Anwaltshandbuch IT-Recht. 3. Aufl. München: C.H. Beck 2013, p 43.

⁷⁵ P. Varul jt (koost). Tsiviilõiguse üldosa, lk 120; I. Kull. VÕS I komm vlj. § 16/4.3; Spindler/Börner (ed), lk 166.

eelkõige siduvuse astmelt, kuivõrd ettepanekuga teha pakkumine kutsutakse teist poolt pakkumist tegema. Kindlasti ei ole tegemist eranditeta käsitlusega, st veebilehe tahteavaldus tuleb lugeda pakkumiseks, kui see on veebilehe poolt tehtud kindlale isikule ja on piisavalt määratletud.⁷⁶ Seetõttu tuleb lugeda positiivseks e-kaubanduse direktiivis kasutatud regulatsiooni, milles ei ole ette näinud pakkumise tegijat, vaid see on jäetud üksikjuhtumite hinnata. Eespool viidatud e-kaubanduse direktiivi artikkel 11(1) kohaldub seega nii veebilehtedele, kus avaldatakse ainult ettepanekud teha pakkumine, kui ka veebilehtedele, kus tehakse pakkumised ehk siduvad tahteavaldused.

Kui veebileht teeb ettepaneku teha pakkumise, siis on tarbija oferendiks. E-poe puhul teeb ettepaneku teha pakkumine e-poepidaja, siis veebiplatvormi puhul ei ole see üksüheselt määratav. Seega tuleb igas konkreetsetes lepingu sõlmimise olukorras hinnata, millisel positsioonil on platvorm ning kelle vahel tehakse pakkumine ja kes annab nõustumuse lepingu sõlmimiseks.

Veebiplatvormid kvalifitseerivad ennast kui vahendajad või kommunikatsioonivahendid tarbija ja kaupleja vahel, mille kohaselt nad peaksid üksnes vahendama osapooli ning lepingu sõlmimist nende vahel.⁷⁷ Näiteks Airbnb nimetab enda teenuseks osapoolte ühendamist veebiplatvormil.⁷⁸ Seega veebiplatvorm üksnes vahendab tarbijale ettepanekut teha pakkumine, mis tähendab, et konkreetne kaupleja peab olema identifitseeritav veebiplatvormil. Veebiplatvorm teeb ettepaneku teha pakkumine kättesaadavaks enda veebilehel, kuid seda ei oleks korrektne omistada veebiplatvormile, kui kaupleja on identifitseeritav. Antud juhul saab tuua analoogia ajalehekuulutusega, kus ettepaneku teha pakkumine teeb isik, kes kuulutuse ajalehele avaldamiseks edastab, mitte ajaleht kui sõnumi edastaja. Seega teeb veebiplatvormil identifitseeritud kaupleja ettepaneku teha tahteavaldusi. Veebiplatvormi kaudu ettepaneku teha pakkumine edastamine ei ole käsitletav tehingu tegemisega esindaja kaudu TsÜS § 115 lg 1 mõttes. Tsiviilseadustiku üldosa seaduse kommenteeritud väljaande kohaselt ei ole tegemist esindajaga, kui ta vahendab üksnes isiku tahteavaldust teisele isikule.⁷⁹ Täiendavalt vajab märkimist, et kaupleja isiksus peab veebiplatvormil selgelt eristuma veebiplatvormi omast. Nimelt on veebiplatvormil eelkõige kuvatud veebiplatvormi logo⁸⁰ ning tarbija jaoks võib jääda kaupleja isiksus platvormi

⁷⁶ M. Nuth, lk 42; P. Varul jt (koost). Tsiviilõiguse üldosa, lk 120; I. Kull. VÕS I komm vlj. § 9/4.6.3.

⁷⁷ C. Wendehorst, lk 30.

⁷⁸ Terms of Service. Airbnb, 27.10.2016, p 1. Arvutivõrgus: <https://www.airbnb.com/terms> (21.03.2017).

⁷⁹ M. Käerdi. TsÜS komm vlj. § 115/3.1.5. - Varul, P jt (koost). Tsiviilseadustiku üldosa seadus. Kommenteeritud väljaanne. Tallinn: Juura 2010.

⁸⁰ Logo on ettevõtte, käesoleval juhul veebiplatvormi, pilkupüüdev kujundusega märk, mis võib sisaldada ettevõtte nime.

branding'u varju. Näiteks avaldab Amazon kaupleja nime toote nimetuse all väiksemalt, kuid erivärviga. Kaupleja nimi võib olla välja toodud üksnes konkreetse toote või teenuse veebilehel väikeses ja märkamatus šriftis või ei eristu see muust tekstist. See eksitab tarbijat ja sedasi ei pruugi tarbija teadvustada konkreetset kauplejat. Käesoleva töö autori seisukohalt tuleb kaupleja nimi selgelt ja eristatavalt esitleda müüdava toote veebilehel kui ka enne tellimuse esitamist, et oleks tagatud tarbija piisav kaitse.

Veebiplatvormil nimetatud kaupleja puhul teeb ettepaneku teha pakkumine kaupleja, mitte veebiplatvorm. Sellisel juhul teeb tarbija pakkumise antud kauplejale, mitte veebiplatvormile, st pakkumine on suunatud kauplejale. Veebiplatvorm vahendab sellisel juhul üksnes tarbija taheavaldust kauplejale. Pakkumise vastuvõtmisel veebiplatvormi poolt ja selle edastamisel kauplejale ei saa veebiplatvormi pidada tarbija esindajaks TsÜS § 115 lg 1 tähenduses. Tsiviilseadustiku üldosa seaduse kommenteeritud väljaande kohaselt ei ole tegemist esindajaga, kui ta vahendab üksnes isiku tahteavaldust teisele isikule.⁸¹ Sellisel juhul tegutseb veebiplatvorm nn käskjalana, kes toimetab teateid kätte, analoogselt postiasutusele. Järelikult ei ole veebiplatvorm isikuks, kellele tehakse pakkumine, kui kaupleja on teada veebiplatvormil, vaid selleks on kaupleja.

Veebiplatvorm saab olla õigustatuks isikuks kellele tehakse tarbija poolt pakkumine kui veebiplatvormi tingimustes on sätestatud kaupleja esindamise õigus TsÜS § 117 lg 1 mõttes. Seejuures tekib küsimus, et kui veebiplatvormi tüüptingimused sätestavad esindusõiguse, kuid veebiplatvormi toimimine ja tegutsemine vastab hoopis lepingupooleks olemisele, siis kellele teeb tarbija pakkumise. VÕS § 38 sätestab, et kui tüüptingimused on sisult vastuolus lepingupoolte poolt eraldi kokku lepitud tingimusega, kehtib eraldi kokku lepitud tingimus. Sellisel juhul on võimalik pidada veebiplatvormi tegelikku tegutsemist poolte vahel eraldi kokku lepitud tingimuseks, kui tarbija talle pakkumise esitab ja platvorm käitub selle saajana. Eesti õiguse kohaselt hakkab individuaalkokkulepe sellisel juhul kehtima isegi, kui tüüptingimustes kokkulepitud vorminõue ei ole täidetud.⁸² Nimelt sätestab VÕS § 13 lg 3, et kui lepingus oli sätestatud, et lepingut muudetakse üksnes teatud vormis, ei või üks lepingupool sellele tingimusele tugineda, kui teine lepingupool võis tema käitumisest aru saada, et pool oli nõus lepingu muutmise teistsuguses vormis. Sellel puhul nähtub tarbijale, et veebiplatvorm tegutseb ise lepingupoolena, mitte esindajana, seetõttu tuleb seda pidada poolte vaheliseks uueks prevaleerivaks kokkuleppeks, kui tarbija teeb pakkumise veebiplatvormile ning selle tulemusena sõlmitakse leping. See olukord eksisteerib üksnes, kui

⁸¹ M. Käerdi. TsÜS komm vlj. § 115/3.1.5.

⁸² RKTKo 3-2-1-155-05 p 19.

tüüptingimustes on sätestatud esindusõigus ja veebiplatvormi tegutsemine kui reaalne olukord ei lange kokku tingimusega. Kui pakkumise tegemisele kutsuvat või pakkumist tegevat kauplejat ei ole veebilehel identifitseeritud, tekib küsimus, kellele teeb tarbija pakkumise, kui ta pakkumise tegemise võimaluse ära kasutab.

Ettepanekut teha pakkumine saavad teha kõik isikud ja õiguskirjandus ei sätesta nõudeid sellele, kes selleks isikuks peavad olema. Välja on toodud üksnes, et ofert peab olema suunatud kindlale isikule, kes peab olema tuvastatud hiljemalt lepingu sõlmimise ajal.⁸³ Kui kauplejat ei ole veebiplatvormil identifitseeritud, nähtub tarbijale et veebiplatvorm on lepingu teiseks pooleks, kes kutsub pakkumist tegema. Selliselt sarnaneb veebiplatvorm enda veebilehe kujunduselt klassikalise e-poega või rakendusega, kus pakub tooteid või teenuseid üksnes enda nime alt. Sellisel juhul teeb kaupleja tahteavalduse veebiplatvormile kui kindlaks määratud isikule. Seega on küsimus, kas veebiplatvormi saab pidada kaupleja esindajaks, isegi kui veebiplatvormi tüüptingimustes ei ole esindusõigust sätestatud, vastavalt TsÜS § 115 lg-le 1.

TsÜS § 115 lg 1 kohaselt võib tehingu teha ka esindaja kaudu. Esindaja tehtud tehing kehtib esindatava suhtes, kui esindaja tegi tehingu esindatava nimel ja esindajal oli tehingu tegemiseks esindusõigus.⁸⁴ Tehingu tegemisel esindaja kaudu ei tee kaupleja tahteavaldusi isiklikult, vaid kasutab selleks veebiplatvormi, kes tegutseb kaupleja nimel. TsÜS § 122 lg 2 mõttes tuleb, et esinduse sisuks saab ka olla kolmandate isikute ehk tarbijate poolsete tahteavalduste vastuvõtmine veebiplatvormi kui esindaja poolt (nn passiivne esindamine).⁸⁵ Selle kohaselt saab veebiplatvorm võtta vastu kaupleja nimel tarbija offerdi, kuid selle jaoks peab veebiplatvorm siiski tegutsema esindajana tsiviilseadustiku üldosa seaduse kohaselt.

Vajalik on tehingu tegemine esindaja nimel tulenevalt TsÜS § 115 lg 1 lausest 2. Sellisel juhul peab esindaja avaldama tarbijale, et ta tegutseb esindajana või see peab tulenema tehingu tegemisega seotud asjaoludest.⁸⁶ Kui kaupleja ei ole nimetatud veebiplatvormil, siis ei ole tarbijale avaldatud, et veebiplatvorm tegutseb kaupleja huvides. Samas võib tarbija nõustuda tehingu tegemisega isegi siis, kui ta ei tea kaupleja nime, aga teab, et veebiplatvorm teeb selle kellegi teise nimel.⁸⁷ Kui esindaja ei avalda selgelt, et tegutseb esindajana, vastutab esindaja isiklikult kolmanda isiku ees.⁸⁸ Veebiplatvormi esindajana tegutsemise iseloom võib

⁸³ P. Varul jt. Tsiviilõiguse üldosa, lk 118; I. Kull. VÕS I komm vlj. § 16/4.1.4.

⁸⁴ C. von Bar et al (ed), lk 442..

⁸⁵ M. Käerdi. TsÜS komm vlj. § 115/3.1.2.

⁸⁶ P. Varul jt. Tsiviilõiguse üldosa, lk 179.

⁸⁷ M. Käerdi. TsÜS komm vlj. § 116/3.1.

⁸⁸ C. von Bar et al (ed), lk 454.

avaldata muus asjaolus, kui sõnaselgelt väljendatus. Veebiplatvormi poolt kehtestatud tüüptingimused sisaldavad tavaliselt tingimust, mille kohaselt on veebiplatvormid vahendajad, seega on küsimus, kas see saab viidata esindusele. Nagu eelnevalt toodud, siis esindusega ei ole tegemist, kui vahendatakse üksnes isiku tahteavaldust teisele isikule.⁸⁹ Saab asuda seisukohale, et tüüptingimustes kasutatud termin „vahendamine“ ei viita esindaja suhtele ja sellise termini kasutamine ei ole piisav veebiplatvormi rolli kirjeldamiseks Eesti õiguses, et demonstreerida esindusõigust. Mõiste „vahendamine“ kasutamisel ei kohaldu Eesti õiguses esindamise regulatsioon. Järelikult ei nähtu tarbijale veebiplatvormi tingimustest, et veebiplatvorm saab tegutseda esindajana. Seega on küsimus, kas veebiplatvormi esindajana tegutsemine väljendub veebiplatvormil tehingu tegemise asjaolust.

Tahe tegutseda teise isiku nimel ei pea olema väljendatud otseses asjaolus ehk tehtud sõnaselgelt, vaid saab tekkida ka tehinguga seotud asjaoludest.⁹⁰ Sellisteks asjaoludeks saavad olla veebiplatvormi käitumine, mille kohta tarbija saab aru, et veebiplatvorm käitub esindajana, kuna Eesti õiguses ei ole tarvilik esindatava nime ilmtingimata avaldada. Saab väita, et veebiplatvormi mudeli alusel peab tarbija aru saama, et tegemist on esindajaga, sest veebiplatvormid on muutunud populaarseks ja enimkasutatavateks toodete ostmisel digitaalses keskkonnas. Seda toetab ka veebiplatvormi mõiste, mille kohaselt on tegemist kahte kasutajagruppi koondava kohaga. Käesoleva töö autor ei näe sellise põhimõtte rakendamist üldkorras võimalikuks, isegi kui veebiplatvormid reklaamivad ja teavitavad, et vahendavad kauplejaid ja tarbijaid, ei pruugi iga tarbija sellisest asjaolust teada. Seega veebiplatvormi mudel iseenesest ei näita esindajana tegutsemise asjaolu. Samamoodi ei saa esindajana tegutsemise asjaoluks pidada ka veebiplatvormi veebilehe kujundust. Veebiplatvormide ülesehitus ja kujundus on välja sarnane kui mitte identne e-poodidega – mõlemad pakuvad sarnaselt tooteid või teenuseid veebilehel, mis ei võimalda veebiplatvormi eristamist e-poest.

Mõne veebiplatvormi puhul on võimalik ka platvormi *de facto* pidamine esindajaks tulenevalt veebiplatvormi disainist ja ülesehitusest, kuid seda üksnes erandjuhul. Näiteks Taxify rakendus ei identifitseeri alguses sõitjaveoteenuse osutajat nimeliselt, vaid näitab üksnes kas tegemist on taksofirmaga või eraisikuga, millest võib tuleneda veebiplatvormi esindajana tegutsemine. Kuna tegemist on P2P mudelil tegutseva platvormiga, siis on omaette küsimus, kas füüsilised isikud on hoopis veebiplatvormi töötajad, millisel juhul ei ole veebiplatvorm enam esindaja. Näiteks leidis Ühendkuningriigi töökohus (*Employment Tribunal*), et Uber'i

⁸⁹ M. Käerdi. TsÜS komm vlj. § 115/3.1.5; P. Varul jt. Tsiviilõiguse üldosa, lk 181.

⁹⁰ RKTko 3-2-1-117-07 p 14; C. von Bar et al (ed), lk 444.

sõiduteenuse osutajad on töötajad.⁹¹ Sellisel juhul ei ole tegemist veebiplatvormi puhul enam esindajaga, vaid lepingupoolega.

Eeltoodust nähtub, et veebiplatvorm ei too välja tegutsemist esindatava ehk kaupleja nimel ning see ei nähtu ka veebiplatvormi kujundusest ega platvormi tingimustest. Lisaks esindatava nimel tehingu tegemiseks peab veebiplatvormil olema esindusõigus vastavalt TsÜS § 115 lg-le 1. TsÜS § 117 lg 1 kohaselt on esindusõigus õiguste kogum, mille piires esindaja saab tegutseda esindatava nimel. Esindusõigus saab käesoleval tekkida üksnes tehingu ehk platvormi tingimuste alusel kaupleja ja veebiplatvormi vahel. Kuna eelnevalt leidis kinnitust, et termin „vahendamine“ ei ole esindamise aluseks, siis tüüptingimustes ei ole sätestatud platvormile esindusõigust. Olukorras, kus esindusõigus on tingimustes sätestatud, siis saab seda pidada ka esindatava nimel tegutsemiseks, kuna tarbija saab teada, et veebiplatvorm teeb tehingu kellegi teise nimel. Kui veebiplatvormil puudub esindusõigus ja ta ei tee tehingut kaupleja nimel, siis on esindaja tehtud tehing kehtetu ja kaupleja ning tarbija vahel õigusi ja kohustusi ei teki, kuid leping tekib sellisel juhul tarbija ja esindaja ehk veebiplatvormi vahel.⁹² Teisiti öeldes, kui väliselt ei ole nähtav, et veebiplatvormi tahe oli siduda ennast lepinguga, siis muutub veebiplatvorm ise lepingupooleks tarbijaga.

DCFR artikkel II.–6:108 sätestab, et esindatava identiteedi võib avaldada ka hiljem, aga kui esindaja seda ei tee mõistliku aja jooksul pärast kolmanda isiku nõudmist, siis loetakse esindaja lepingu pooleks. Selle kohaselt kui tarbija nõuab veebiplatvormilt kaupleja nimetamist, kuid platvorm ei tee seda, siis hakkab leping kehtima veebiplatvormi ja tarbija vahel. Vastavalt Saksamaa tsiviilseadustiku⁹³ (*Das deutsche Bürgerliche Gesetzbuch, BGB*) § 179 peab esindaja vastavalt kolmanda isiku nõudmisele täitma lepingulise kohustuse või kahju hüvitama.⁹⁴ Eesti õiguses ei eksisteeri konkreetset sätet selliseks olukorraks, seega võib see kvalifitseeruda tegevuseks ilma esindusõigusega, mistõttu on leping poole vahel tühine ning esindaja vastutab üksnes kahju hüvitamise eest vastavalt TsÜS § 129 lg-le 1 ja TsÜS § 130 lg-le 1.⁹⁵ Käesoleva töö autor leiab, et kui veebiplatvorm ei avalda tarbija nõudmisel tegelikku kauplejat ja lepingu sõlmimine siiski toimub, muutub veebiplatvorm lepingu pooleks analoogselt BGB-s toodud käsitluse kohaselt. Seda ei tohiks lugeda tühiseks tegevuseks, kuna lepingupoolel on põhjendatud huvi tehing sõlmida, seega saab seda

⁹¹ Employment Tribunal, case no 2202550/2015, *Aslam & Farrar v Uber BV & others*, Arvutivõrgus: <https://www.judiciary.gov.uk/wp-content/uploads/2016/10/aslam-and-farrar-v-uber-reasons-20161028.pdf> (20.04.2017).

⁹² M. Käerdi. TsÜS komm vlj. § 115/3.4.1; C. von Bar et al (ed), lk 456.

⁹³ Bürgerliches Gezetzbuch. - BGBI. I S. 42, 2909; 2003 I S. 738, BGBI I 2017, 905

⁹⁴ C. von Baret al (ed), lk 464.

⁹⁵ *Ibid.*

käsitleda uue kokkuleppega poole vahel vastavalt VÕS §-le 38 ja VÕS § 13 lg-le 3, kui tüüptingimustes on käsitletud, et veebiplatvorm tegutseb esindajana.

Veebiplatvorm muutub seega lepingu pooleks, kui ta ei tegutse esindusõiguse alusel ega esindatava nimel. Sellisel juhul nähtub tarbijale põhjendatult, et veebiplatvorm tegutseb kaupleja asemel, sest tarbijal ei ole teadmist kaupleja olemasolust. Kuna ofert peab olema suunatud kindlale isikule ja see isik peab olema tuvastatud lepingu sõlmimise ajal ja kui pole teada kaupleja isikut või veebiplatvormi esindajana tegutsemist, on pakkumine suunatud veebiplatvormile.

Eeltoodust nähtub, et e-poed kui ka veebiplatvormid vahendavad kaupleja ettepanekut teha pakkumine, kui kaupleja on veebiplatvormil nimetatud. Ettepanekule teha pakkumine teeb tarbija offerdi kauplejale, mida vahendab veebiplatvorm. Tahteavalduste vahendamisel ei tegutse veebiplatvorm Eesti õiguse kohaselt esindajana. Tarbija parema kaitsmise jaoks peab veebiplatvormil olema kaupleja nimi selgelt ja üheselt esitatud, et tarbijale ei tekiks eksimust pooles, kellega ta tegelikult soovib lepingut sõlmida. Samas kui veebiplatvorm käitub nagu oleks ta ise pakkumist vastuvõttev isik ja nõustumise andja, siis nähtub tarbijale põhjendatult, et veebiplatvorm on isik, kellele tuleb pakkumine teha. Kui tüüptingimustes on isegi sätestatud esindajana tegutsemine, tuleb lugeda poolte vahelist faktilist käitumist individuaalkokkuleppeks ja seekaudu teeb tarbija pakkumise platvormile, kes muutub lepingu teiseks pooleks. Samamoodi tuleb veebiplatvormi pidada lepingupooleks kaupleja asemel, kui veebiplatvorm ei nimeta veebilehel kauplejat nimelist või veebiplatvorm ei avalda esindajana tegutsemist. Veebiplatvormi tingimustes kasutatud mõistet „vahendaja“ ei saa Eesti õiguses lugeda esindajana tegutsemiseks, mistõttu ei avalda veebiplatvorm tarbijale esindussuhte olemasolu. Veebiplatvormi esindajana tegutsemine ei ole tuvastatav ka veebiplatvormi faktilisest tegutsemist kui ka veebilehe kujundusest. Seega kui tarbija ei tea tehingu tegemisest teise isiku nimel, ei saa kaupleja ja tarbija vahel lepingulist suhet tekkida ning see tekib veebiplatvormi ja kaupleja vahel. Samas ei näe Eesti õigus konkreetselt ette võimalust tarbijal valida kas astuda lepingulisse suhtesse veebiplatvormiga või valida kahju hüvitamine. Praktikas astub tegelikult tarbija endiselt lepingulisse suhtes veebiplatvormiga, sest platvorm teeb siiski tehingu. Järelikult teeb tarbija pakkumise veebiplatvormile kui kindlaks määratud isikule, kui ta ei tea esindajana tegutsemist, kuid kui kaupleja isik on teada, siis on offerdi saajaks kaupleja.

2.1.2 Nõustumus

Veebiplatvormil on kolm osapoolt – tarbija, veebiplatvorm ja kaupleja. Eelmises peatükis leidis tõdemist, et kui veebiplatvormil on kaupleja identifitseeritud, suunab tarbija pakkumise kauplejale. Kui veebiplatvormil ei ole võimalik kauplejat välja selgitada, asub offerdi adressaadiks veebiplatvorm. Sellisel juhul tegutseb veebiplatvorm kaupleja passiivse esindajana pakkumise vastuvõtmisel. Pakkumine saab olla suunatud nii veebiplatvormile kui ka kauplejale, seega tõusetub küsimus, kes peab aktsepti tegema tarbijale, et leping saaks sõlmituks. Täpsemalt vajab selgitamist, et kas veebiplatvorm saab tegutseda nõustumise andmisel kaupleja esindajana või on tegemist vahendamiskeskonnaga, kus kaupleja edastab enda tahteavalduse.

VÕS § 20 lg 1 kohaselt on nõustumus otsese tahteavaldusega või mingi teoga väljendatud nõusolek sõlmida leping. Nõustumus peab vastama täpselt pakkumises toodud tingimustele ja selle edastamisega luuakse pakkumisest leping.⁹⁶ Olukorras, kus veebiplatvorm vahendab kaupleja ettepanekut teha pakkumine, teeb tarbija seega veebiplatvormi vahendusel kauplejale pakkumise selles toodud tingimustel leping sõlmida. Tarbija ei saa reeglina pakkumise tingimusi muuta, va kogus, värv, suurus, pikkus jne. Seega üldjuhul ei teki küsimust, kas nõustumus võiks olla uus pakkumus.

Nõustumus antakse elektroonilises keskkonnas tavapäraselt samal viisil kui on tehtud pakkumine, näiteks e-poe või veebiplatvormi kaudu.⁹⁷ E-poes edastatud pakkumisele annab nõustumise e-poepidaja kui lepingu teine pool, kuid veebiplatvormi puhul see nii ei pruugi olla. Veebiplatvormi puhul on lisaks veebiplatvormi haldajale ka kaupleja, kes kasutab toodete või teenuste müümiseks veebiplatvormi. Tarbija esitab pakkumise konkreetsele kauplejale, siis tuleb asuda seisukohale, et sama kaupleja peab ka selle pakkumisega nõustuma. Kaupleja peab esitama nõustumise selliselt, et tarbija saab selle kätte, kuid veebiplatvormil ei toimeta nõustumist tarbijale kaupleja isiklikult kätte, vaid kasutab selleks veebiplatvormi. Teisiti öeldes, edastab kaupleja aktsepti üksnes veebiplatvormile ja kaupleja ei edasta nõustumust eraldi tarbijale teiste vahendite, näiteks e-posti, kaudu. Sellega vahendab veebiplatvorm kaupleja tahteavaldust, mille kättesaamisel platvormi poolt loetakse leping sõlmituks. Näiteks saadab sõiduteenuse osutaja Taxify rakenduses platvormile nõustumuse, mis tehakse veebiplatvormil tarbijale kättesaadavaks. Sellisel juhul on veebiplatvormi rolliks üksnes antud tahteavaldus ehk aktsepti teha teatavaks tarbijale. Veebiplatvorm võib kaupleja

⁹⁶ P. Varul jt. Tsiviilõiguse üldosa, lk-d 121-122.

⁹⁷ M. Nuth, lk 33.

tehtud tahteavaldusest, mis on veebiplatvormile jõudnud, teavitada tarbijat teiste vahendite kaudu, nagu e-kirja või mobiilirakenduse korral tõukemärguande⁹⁸ (ing k *push notification*) kaudu. Näiteks e-kaubanduse veebiplatvormil Aliexpress saadab kaupleja teate aktsepti kohta veebiplatvormile, mille platvorm edastab kasutaja e-postile.

Veebiplatvormi ülesandeks on alati toimetada nõustumus tarbijale kätte, sest suhtlus toimub antud veebiplatvormi kaudu. Isegi juhul kui kaupleja on identifitseeritud, saab teatud juhtudel kaupleja eest esitada aktsepti veebiplatvorm. Nimelt võivad veebiplatvorm ja kaupleja kokku leppida sellises esindusõiguses, mille kohaselt võib veebiplatvorm anda kaupleja asemel nõustumise. Sellega ei astu aga veebiplatvorm ise õigussuhtesse, vaid esindab kauplejat, tehes tehingu tegelikult tema nimel. Näiteks saab veebiplatvorm anda kaupleja nimel nõustumise müüa materiaalne toode.

E-poed ja veebiplatvormid on kättesaadavad internetibrauseri vahendusel. Tegemist on veebilehtedega, mis paiknevad serveris, st tegemist on arvutiprogrammidega. E-poed kasutavad kasutajaliidest, kus tarbijad näevad tooteid ja teenuseid ja saavad tellimusi esitada ning nn haldaja kasutajaliidest, kus lisatakse tooteid ja teenuseid ning nende kohta käivat informatsiooni. Sarnaselt sellele on loodud ka veebiplatvormid nn haldaja kasutajaliidesega, kus saavad kauplejad lisada tooteid ja teenuseid veebiplatvormile ning tarbija kasutajaliidesega, milleks on veebiplatvormi avalik veebileht, mis näitab kaupu ja võimaldab esitada tellimusi. Kuna tegemist on arvutiprogrammiga, siis on tegevused automatiseeritud. Üheks oluliseks osaks veebiplatvormide ja e-poodide puhul on ostukorvi süsteem⁹⁹ (ing k *shopping cart system*), mis ühendab nii tarbija kasutajaliidese kui ka haldaja kasutajaliidest. Haldaja kasutajaliidest on võimalik seadistada selliselt, et tellimisprotsessi, maksete, kohaletoimetamise, maksudega jms tegelemine on automatiseeritud.¹⁰⁰ Veebiplatvorm võib olla ka seadistatud pakkumiste automaatsele aktseptimisele, kui kaupleja volitab veebiplatvormi enda nimel pakkumist aktsepteerima. Tahteavaldusi vahendab sellisel juhul veebiplatvormi arvutiprogramm, seega on küsimus, kas arvutiprogrammi saab pidada hoopis vahendajaks või esindajaks arvutiprogrammi haldaja asemel. Sellisel juhul teeb automaatse

⁹⁸ Tõukemärguanded lubavad mobiilirakendusel, mis ei tööta nutitelefooni ekraani edastada nutitelefooni kasutajale teateid, ilma mobiilirakenduse kasutaja tegevuseta ja nõudmiseta. Vt: T. Awad, D, El-Shiby. Assessing the Effect of Consumers' Profiles and Attitude towards Push Notifications and Future Shopping Intentions. – Global Journal of Emerging Trends in e-Business, Marketing and Consumer Psychology 2014/2 lk 59. Arvutivõrgus: http://globalbizresearch.org/files/id_3001_gjetmcp_tamer-a-awad_dina-ashraf-el-shihy-57357.pdf (21.03.2017).

⁹⁹ Ostukorvi süsteem ehk tarkvara võimaldab koondada sobivad tooted kokku tellimiseks ja tellimuse esitamise arvutab tarkvara arvutab tellimuse maksumuse, kättetoimetamiskulud, kohalduvad maksud, aga suudab teha ka muid automatiseeritud toiminguid.

¹⁰⁰ E. Turban et al. Electronic Commerce. A Managerial and Social Networks Perspective. 8th ed. Šveits: Springer 2015, lk 66-67.

tahteavaldus tarkvaraagent ehk nn autonoomne agent (ing k *autonomous agent*), mis on veebiplatvormi haldaja arvutiprogramm. Hetkel õiguskirjanduses domineeriva seisukoha järgi ei ole tegemist eraldi subjektiga, vaid platvormi haldaja vahendiga, sest tahteavaldusi ei loo arvutiprogramm kui isik automaatselt ja iseseisvalt, vaid tegutseb inimeste poolt loodud tingimuste ja käskude raames, mida automaatselt täidab.¹⁰¹ Samas leiavad mõned autorid, et autonoomset agenti tuleb pidada eraldi vahendajaks või esindajaks kui isikut.¹⁰² Seega tegutseb arvutiprogramm veebiplatvormi haldaja või programmi kontrolliva isiku tahte kohaselt.

Kui veebiplatvorm annab enda nimel tahteavalduse, saab seda olukorda kvalifitseerida kaupleja esindamisena tingimusel, et sellest teavitatakse ka tarbijat. Kui kauplejat ei ole identifitseeritud ja veebiplatvormil ei ole võimalik tuvastada tegutsemise esindajana, tuleb nõustumuse andjaks lugeda veebiplatvorm. Sellega muutub lepingu pooleks veebiplatvorm ja oluline ei ole kauplejaga sisesuhtes kokkulepitu. Veebiplatvormil ja kauplejal võivad tekkida vastastikused nõuded nendevahelisest sisesuhtest.

VÕS § 62¹ lg 3 sätestavad, et ettevõtja peab arvutivõrgu abil sõlmitava lepingu tellimuse saamist viivitamatult elektrooniliselt kinnitama. See põhimõte tuleneb e-kaubanduse direktiivi artikkel 11(1) esimesest taandusest, mille kohaselt peab teenuseosutaja saaja tellimuse vastuvõtmisest teatama põhjendamatu viivitusega ja elektroonilisel teel. Tegemist on oferendi kui tellimuse esitaja informeerimisega. Kinnitamine kui termin ei ole lepinguõiguses kasutusel ja see ei vasta oma tähenduselt nõustumisele. Tellimuse kinnitamine koosneb tavapäraselt informatsioonist, mis on esitatud tellimusel ehk tarbija pakkumisel.¹⁰³ Tellimuse kinnitus tõendab asjaolu, et tellimus kui pakkumine on veebilehe poolt kätte saadud, oferdis esile toodud tahteavalduse sisuga.¹⁰⁴ Võlaõigusseaduse kommentaari kohaselt võib tellimuse kinnitus tähendada aktsepti, kuid ei pruugi, mistõttu kinnituse nõustumisena käsitlemine sõltub selle sõnastusest.¹⁰⁵ Kui tellimuse kinnitus kordab üksnes tellimuses esitatud informatsiooni, siis ei ole võimalik seda nõustumiseks pidada, sest aktsepti jaoks peab see koosnema täiendavast informatsioonist, mis viitab, et pakkumine on vastuvõetud. Kui näiteks edastada kinnitusega tarbijale lause: „Teie tellimus on vastuvõetud ja seda töödeldakse“, ei

¹⁰¹ Leupold/Glossner, Rn 15; S. Chopra, L. White. A Legal Theory for Autonomous Artificial Agents. Ann Arbor: The University of Michigan Press 2014, lk 69; U. Pagallo. The Laws of Robots. Crimes, Contracts, and Torts. Dordrecht: Springer 2013, lk 95; K. Conelius. Vertragsabschluss durch autonome elektronische Agenten. – MultiMedia und Recht 2002/6, lk 353.

¹⁰² Chopra/White, lk 69; G. Sartor. Cognitive automata and the law: electronic contracting and the intentionality of software agents. - Artificial Intelligence and Law 2009/4, lk 278.

¹⁰³ M. Nuth, lk 43.

¹⁰⁴ K. Sein. VÕS I komm vlj. § 62¹/4.3; F. Wang, lk-d 113-114.

¹⁰⁵ K. Sein. VÕS I komm vlj. § 62¹/4.3.

too see välja, et veebileht on pakkumisega nõustunud, pigem kontrollitakse, kas tellimust saab täita. Selliselt ei too see endaga kaasa nõustumist ja seega ei ole kinnitusel selles tähenduses õiguslikku tagajärge. M. Nuth on väljatoonud, et selle nõude kohaselt ei pruugi pakkumise ja nõustumisega lepingu sõlmimine digitaalses keskkonnas olla piisav ja tellimus on vaja samuti täiendavalt kinnitada.¹⁰⁶ Samas toob sama autor välja, et ilmselt ei ole see siiski põhieesmärk, vaid proovitakse üksnes kaitsta tarbijaid, et nad teaksid tellimuse sisu ning sellega kaasnevaid tingimusi.¹⁰⁷

Tellimuse kinnitamist on võimalik teatud juhtudel pidada nõustumiseks, kui see sisaldab vastavat informatsiooni selle kohta, vastasel juhul on see üksnes tarbija teavitamise vahend. Sellisel juhul tekib küsimus, kes on veebiplatvormi mudelis tellimuse kinnitaja ja nõustumise andja. Nimelt toob e-kaubanduse direktiiv välja, et selleks on teenuseosutaja, kelleks on vastavalt artikkel 2 punktile b infoühiskonna teenuse osutav füüsiline või juriidiline. Samas võlaõigusseadus toob välja, et selleks on ettevõtja. Sellest nähtub esiteks erinevus direktiivi ja võlaõigusseaduse vahel, millest viimase puhul ei saa kindlasti olla hõlmatud P2P suhe, erinevalt direktiivis toodule. Lähtuvalt direktiivist edastab tellimuse kinnituse teenuseosutaja, kelleks saavad veebiplatvormi puhul kvalifitseeruda nii veebiplatvorm kui ka kaupleja. Kui asuda seisukohale, et tellimuse kinnitab kaupleja, saab kaupleja sellega koos nõustumise esitada. Samas sätestab nii VÕS § 62¹ lg 3 kui ka e-kaubanduse direktiivi artikkel 2 punkt b, et tellimus tuleb kinnitada viivitamatult. Viivitamatult esitavad tavapäraselt kinnituse veebiplatvormid, st see protsess on veebiplatvormi poolt automatiseeritud. Näiteks pärast tellimuse esitamist tuleb momentaalselt e-kiri tellimuse vastu võtmise kui veebiplatvormile selle jõudmise kohta. Kui asuda seisukohale, et veebiplatvorm on infoühiskonna teenuse osutajaks ja esitab kinnituse, siis saab veebiplatvorm edastada nõustumise üksnes siis, kui tal oli aktsepti tegemiseks volitus.

Kokkuvõtteks nähtub, et veebiplatvormi puhul toimub lepingu sõlmimine sarnaselt tavalisele e-poele ja klassikalistele lepingutele, kus pakkumisele peab pakkumise saaja nõustumise andma. Aktsept saab sisalduda tellimuse kinnituses, kuid üldjuhul see nii ei ole. Kuna veebiplatvorm ei ole õigustatud isikuks üldjuhul pakkumist heaks kiitma, vaid ta peab selle edastama kauplejale, siis annab nõustumise kaupleja. Sellest põhimõttest saab olla erandeid, kui veebiplatvormi ja kaupleja vahel on lepitud eraldi kokku esindusõiguses, et veebiplatvorm võib tema nimel pakkumisi aktsepteerida. Selline tegutsemine ei mõjuta lepingu sõlmimist ja leping tekib tarbija ning kaupleja vahel, kui kaupleja on veebilehel identifitseeritav või nähtuv

¹⁰⁶ M. Nuth, lk 44.

¹⁰⁷ *Ibid.*

veebiplatvormi esindusõigus. Kaupleja nimetamisel või teise isiku nimel tegutsemisel peab tarbija arusaama, et lepingupooleks on konkreetne kaupleja, mitte veebiplatvorm. Samas olukorras, kus kauplejat ei ole võimalik tuvastada, teeb tarbija pakkumise veebiplatvormile, millele veebiplatvorm annab nõustumise, mis juhul tuleks pidada leping sõlmituks veebiplatvormi ja tarbija vahel.

2.1.3 Pakkumise ja nõustumise kättesaamise hetk

Pakkumine ja nõustumine on tahteavaldused, mis peavad kehtivuseks olema adressaadi poolt kätte saadud. Pakkumus hakkab kehtima alates adressaadi poolt kättesaamisest ja sellest hetkest alates lõpeb ka õigus pakkumus tagasi võtta. Nõustumuse kättesaamisega loetakse leping sõlmituks. Veebiplatvormi vahendusel tarbija tehtud pakkumise ja kaupleja või veebiplatvormi poolt tehtud aktsepti puhul vajab identifitseerimist, mis hetkel on õigustatud isik tahteavaldused kätte saanud. Seoses tahteavalduste kättesaamisega, tõusetub küsimus, kas veebiplatvorm kvalifitseerub kommunikatsioonivahendina ja mis tingimustel saab tahteavaldust pidada suunatud isikule kättetoimetatuks vastavalt TsÜS § 69 lg-le 2.

Ofert vajab vastuvõtmist ja see hakkab kehtima alles adressaadi poolt kättesaamisest.¹⁰⁸ Sellega tõusetub küsimus, mis hetkel saab lugeda oferti kaupleja poolt kättesaaduks, sest kuni selle kättesaamiseni on võimalik pakkumine tagasi võtta. Veebiplatvorm ei tee ettepanekut teha pakkumine, vaid seda teeb kaupleja, seega peab teine pool oma pakkumise tegema samuti kauplejale ja seetõttu on oluline millal saab kaupleja selle kätte. Veebiplatvormi ja tarbija ning platvormi ja kaupleja vahel on platvormileping, mille tingimused sätestavad lepingu sõlmimise protseduuri platvormil.¹⁰⁹ Lepingu sõlmimise protseduur hõlmab endast tahteavalduste esitamise ja vastuvõtmise viisi, pakkumise ja nõustumise kättesaamise hetke, nõustumisega seotud lugemise hetke jms. Võlaõigusseaduse kommenteeritud väljaande kohaselt võivad pooled leppida seadusest erinevalt kokku tahteavalduste sisu, vormi ja tähtaja suhtes.¹¹⁰ Sellisel juhul saab platvorm kindlaks määrata, mis hetkel on tahteavaldus kätte saadud ja selle vastuvõtmise viisi. Tahteavalduse kui offerdi vastuvõtmise puhul oleneb tingimustes toodud asjaolust, kas veebiplatvorm tegutseb kaupleja esindaja tema nimel ja võib

¹⁰⁸ P. Varul jt. Tsiviilõiguse üldosa, lk 120; P. Varul. TsÜS komm vlj. § 69/3.1.1.; I. Kull. VÕS I komm vlj. § 16/4.1.4.

¹⁰⁹ I. Kull. VÕS I komm vlj. § 9/4.6.4. T. Hoeren et al. (Hrsg). Handbuch Multimedia-Recht. Rechtsfragen des elektronischen Geschäftsverkehrs. München: C.H. Beck 2016, Rn 23.

¹¹⁰ I. Kull. VÕS I komm vlj. § 16/5.

pakkumise vastu võtta või platvorm peab üksnes vahendama tahteavalduse kauplejale, st kättesaadavaks tegema.¹¹¹

Oferdi kättetoimetamine sõltub tüüptingimustes sätestatud protseduurist¹¹², näiteks saab tüüptingimustes sätestada, et ofert loetakse tellimuse esitamisest ühe tööpäeva jooksul kättetoimetatuks või see on kätte toimetatud alates tellimuse kinnitamisest, kas veebiplatvormile või kauplejale. Tellimuse kui pakkumise esitamise kättetoimetamise hetk ei pea olema määratud, kuid saab sätestada tähtajalise pakkumise vastavalt VÕS § 16 lg-le 1. Sellisel juhul on ofert siduv nimetatud tähtaja jooksul, näiteks seitsme päeva jooksul. Investly tüüptingimuse punkti 4.7.7 järgi teeb arve müüja platvormil siduva pakkumise ja tüüptingimuse punktist 4.7.4 on reguleeritud offerdi lõppkuupäev.¹¹³ Sellisel juhul on reguleeritud konkreetset pakkumisega seotud tingimusi, nagu selle kehtivust. Samuti sätestab Taxify tüüptingimuse punkt 3.1, et kui tarbija tellib takso ning kaupleja kui taksojuht on kinnitanud teenuse vastuvõtmise, siis loetakse seda takso tellimiseks.¹¹⁴ Pakkumise kättetoimetamise ja kehtivuse moment ei pea veebiplatvormil olema reguleeritud. Seejuures ei saa väita, et selline olukord esineb üksnes kaupleja tegutsemisel esindajana, isegi kui kaupleja vahendab tahteavaldusi, on võimalik tahteavalduse sisu, vormi ja tähtaega seadusest erinevalt reguleerida. Järelikult sõltub offerdi kättesaamine platvormi reguleeritud lepingu sõlmimise protsessist ning tema tegevusest. Kui tüüptingimused ei reguleeri pakkumise esitamise protsessi või vähemalt ei täpsusta selle kättesaamisele tingimusi, tuleb kohaldada seaduses, eelkõige TsÜS §-s 69, sätestatud põhimõtteid.

Interneti vahendusel tahteavalduste tegemisel ei viibi isikud kohal ehk veebiplatvormi kaudu tahteavalduse esitamine on tahteavalduse tegemine eemalviibijale. Veebiplatvorm on antud tegevuses vahelüli, kelle infosüsteemi kasutatakse tahteavalduse esitamiseks. TsÜS § 69 lg 2 ls 2 kohaselt on eemalviibijale tehtud tahteavaldus, sh ofert, kätte saadud, kui see jõuab saaja elu- või asukohta. Elektrooniliste tahteavalduste puhul pole aga võimalik elu- või asukohta piiritleda, kuna tahteavaldused ei jõua tavaliselt kunagi otseselt sinna. Kuna pakkumine tehakse veebiplatvormi vahendusel, siis tekib küsimus, kas selles piisab, kui pakkumus on veebiplatvormi poolt kätte saadud või peab see jõudma ka kaupleja mõjualasse. Riigikohus on e-kirja puhul asunud seisukohale, et see on kätte toimetatud, kui e-kiri on jõudnud saaja või

¹¹¹ H. Redeker. IT-Recht. 6. Aufl. Nördlinger: C.H. Bech 2017, Rn. 1180.

¹¹² T. Hoeren et al (Hrsg), Rn. 31.

¹¹³ Eesti (Investly Holding OÜ) kasutustingimused. Investly. Arvutivõrgus: <https://www.investly.co/et/kasutusleping> (24.04.2017).

¹¹⁴ Taxify rakenduse kasutustingimused. Taxify. Arvutivõrgus: <https://taxify.eu/et/tingimused/conditions/> (25.03.2017).

tema teenusepakkuja serverisse ja saajal on mõistlik võimalus sellega tutvuda.¹¹⁵ Veebiplatvormi saab pidada seega teenusepakkujaks, kes pakub lepingu vahendamise teenust ja kommunikeerib tahteavaldusi osapoolte vahel. Seega veebiplatvormi või tema teenusepakkuja serverisse jõudes jõuab see kauplejani. Serverisse jõudmise momenti tuleb pidada kättetoimetamise hetkeks ka platvormi kui esindaja puhul, sest esindaja kätte saadud tahteavaldus loetakse esindatava poolt kättesaaduks.¹¹⁶ Kuid tahteavalduse kättesaamise moment saab olla erinev, kui see on kaupleja platvormilepingus reguleeritud.

Lisaks kauplejani jõudmisest, peab kauplejal olema mõistlik võimalus sellega tutvuda. Mõistlik võimalus tahteavaldusega tutvuda sõltub tegelikest asjaoludest ja seda ei ole võimalik üheselt määrata.¹¹⁷ Viimati viidatud Riigikohtu seisukoha järgi eeldatakse majandus- ja kutsetegevuses seda, et isik kontrollib e-posti vähemalt korra päevas ja seetõttu loetakse tahteavaldus kättesaaduks hiljemalt järgmisel päeval pärast e-kirja saamust vastavasse serverisse.¹¹⁸ Riigikohtu seisukoha kohaselt peab elektrooniline tahteavaldus olema jõudnud infosüsteemi, st serverisse, ja adressaadil peab olema mõistlik võimalus sellega tutvuda. Samal seisukohal on ka õiguskirjandus.¹¹⁹ E-kiri ja e-postkast on analoogsed veebiplatvormiga ja selle kaudu edastatud pakkumisega. Veebiplatvormi saab pakkumise edastamisel pidada samuti kommunikatsioonivahendiks, st vahendajaks, milleks on e-postkasti teenusepakkujad. Veebiplatvorm esitab suure tõenäosusega samuti teate kauplejale saabunud pakkumise osas. Veebiplatvormi kasutamisel majandus- ja kutsetegevuses kaupleja pool eeldab samuti veebiplatvormi järjepidevat kontrollimist, kui veebiplatvormile ei ole esindusõigust antud nõusutmise andmiseks.

Informatsiooni vahendamine internetis serverite vahel toimub sekunditega, mistõttu toimetatakse pakkumine kohale kiiremini, kui eelpool viidatud Riigikohtu lahendi kohaselt eeldatakse tahteavalduse kättetoimetamist, st järgmisel päeval pärast saatmist. See eeldus ei kohaldu seejuures tarbijate vahelises suhtes (P2P), sellisel juhul saab kättetoimetamise hetk langeda hilisemasse aega. Kuid arvestada tuleb veebiplatvormi ülesehitust ja vahendatud teenust või toodet. Näiteks Taxify puhul on pakkumine kätte toimetatud mõne sekundi jooksul, millele järgneb koheselt aktsept või keeldumine. Selle ajavahemiku jooksul on iseenesest võimalik tahteavaldus tagasi võtta, kuid arvestama peab, et praktikas ei pruugi see teatud veebiplatvormide puhul olla enam võimalik. Kui tarbijale edastatakse tellimuse

¹¹⁵ RKTko 3-2-1-123-07 p 12.

¹¹⁶ P. Varul. TsÜS komm vlj. § 115/3.1.2.

¹¹⁷ P. Varul. TsÜS komm vlj. § 69/3.2.2.

¹¹⁸ RKTko 3-2-1-123-07 p 12.

¹¹⁹ H. Redeker, Rn. 864-865; Spindler/Börner (ed), lk 25.

kinnistus koos nõustumisega, siis kinnitus peab olema edastatud viivitamatult. See toimub enamasti mõne sekundi jooksul, sest tegemist on automatiseeritud protsessiga.

Pakkumise kättesaamise hetk sõltub eelkõige veebiplatvormi sätestatud tüüptingimustest, mis hetkel loetakse see kättesaaduks ning kellel, TsÜS § 69 lg 2 kohaselt tahteavalduse kättesaamine kohaldub, kui tüüptingimused pakkumise kättesaamist ei reguleeri. Sarnaselt pakkumisele seadusest erineva korra sätestamisele kohaldub sama põhimõtte ka nõustumisele. Võlaõigusseaduse kommenteeritud väljaande kohaselt võivad pooled kokku leppida lepingu sõlmituks lugemise aja.¹²⁰ Veebiplatvormid saavad sätestada platvormilepingus seega aktsepti siduvaks lugemise hetke. Näiteks sätestab Piletilevi tüüptingimuste punkt 3.4, et müügileping kaupleja ja tarbija vahel loetakse sõlmituks ostetud pileti hinna laekumisega Piletilevi arvelduskontole.¹²¹ Autolevi sätestab hoopis tüüptingimuste punktis 1.13, et broneering jõustub (muutub kehtivaks) raha laekumisel Autolevi arveldusarvele ning broneeringu jõustumisel loetakse leping sõlmituks.¹²² Sellisel juhul oleneb konkreetne lepingu sõlmimise hetk veebiplatvormi tüüptingimustes sätestatust. Kuna tegemist on vabadusega lepingu sõlmimise aeg määrata, siis ei ole kohustust sätestada lepingu sõlmimise aeg. Näiteks saab veebiplatvorm olla alles idufirma ja neil puuduvad tüüptingimused üldse, nagu see on Toitla veebilehel¹²³. Kui veebiplatvorm ei sätesta lepingu sõlmituks lugemise hetke, siis kohaldub seaduses sätestatud regulatsioon.¹²⁴

Kui pakkumise kättetoimetamise kohaks saab pidada selle jõudmist veebiplatvormi kui vahendusteenust pakkuva isiku serverisse, kuid sellest alates peab kauplejal olema mõistlik võimalus sellega tutvumiseks. Nõustumise edastamisel toimub see samamoodi pakkumisega ehk aktsept esitatakse tarbijale veebiplatvormi vahendusel, näiteks Taxify rakenduses edastab sõiduteenuseosutaja rakenduse kaudu nõustumise tarbijaga leping sõlmida. Samas teatud veebiplatvormide puhul ei pruugi aktsept nii üheselt selge olla ja võib kuuluda tellimuse kinnitamise juurde. Seega on vaja välja selgitada, mis hetkel on aktsept kätte toimetatud tarbijale ja millal võib lugeda lepingu sõlmituks. Õiguskirjanduses on identifitseeritud kolme võimalust, mille kohaselt on nõustus kätte toimetatud ja sellega leping sõlmitud. Esiteks on postitamise reegel, mille kohaselt on aktsept kehtiv postitamise või saatmise hetkest, teiseks on vastuvõtmise reegel, mis eeldab aktsepti edastamist, kuid vajalik on selle kättetoimetamine

¹²⁰ I. Kull. VÕS I komm vlj. § 9/5.

¹²¹ Piletilevi piletipoe kasutamise tingimused. Piletilevi, 06.06.2016. Arvutivõrgus: <http://www.piletilevi.ee/est/uldinfo/kuidasosta/piletipoe-kasutamise-tingimused/> (24.04.2017).

¹²² Kasutustingimused. Autolevi. Arvutivõrgus: <https://autolevi.ee/kasutustingimused/> (25.04.2017).

¹²³ Toitla. Arvutivõrgus: <http://toitla.com/home> (25.04.2017).

¹²⁴ I. Kull. VÕS I komm vlj. § 9/5.

ja kolmandaks on teadasaamise reegel, mille kohaselt peab pakkujal olema teadmine aktsepti suhtes.¹²⁵

Pakkumise esitamine toimub veebiplatvormi vahendusel ja sama toimub ka aktsepti edastamisega. Seega tuleb asuda seisukohale, aktsepti kättetoimetamiseks seaduse alusel eksisteerib sama reegel, mis pakkumise kättetoimetamiseks. Aktsept peab olema jõudnud veebiplatvormi serverisse, kuid tarbijal peab olema sellega mõistlik võimalus eelnevalt tutvuda. Seejuures ei ole võimalik Riigikohtu seisukohta kohaldada, kuna tarbija puhul ei ole tegemist majandus- ja kutsetegevuses tegutseva isikuga vastavalt VÕS § 1 lg-le 5. Samas saab väita, et veebiplatvormi vahendusel lepingute sõlmimine saab toimub kiiresti ja seetõttu ei pruugi konkreetse aja määratlemine olla võimalik ega isegi vajalik.

Pakkumise ja aktsepti kättetoimetatuks lugemise hetk väljaselgitamine ja kindlaksmääramine oleneb, kas veebiplatvorm on selle tingimustes sätestanud või mitte. Vastavalt VÕS §-le 9 ja §-le 16 saab veebiplatvorm sätestada konkreetse viisi kui ka tähtaja tahteavalduste kättesaamiseks ja määratleda lepingu sõlmimise hetk, kuna tegemist on dispositiivsete osadega sätetes. Lepingus sääraste tingimuste määramisel tuleb kohaldada seaduse määratlust. Nii offerdi kui ka pakkumise puhul tuleb pidada tahteavalduse jõudmist veebiplatvormi serverisse ning õigustatud isikul peab olema mõistlik võimalus sellega tutvuda analoogselt e-kirjale kohalduvast printsibist. Sellisel juhul tegutseb veebiplatvorm tahteavalduste vahendajana kui kommunikatsioonivahend. Seejuures tuleb arvestada ka VÕS §-s 62¹ ja §-s 62² sätestatud ettevõtja teavitamiskohustustega, sh lepingu sõlmimise tehnilise etappi ja tüüptingimuste kohta.

2.2. Lepingute tüüptingimuste saamine lepingu osaks ja *Wrap*-lepingud

E-kaubanduses lepingulistesse suhtesse astumisel eksisteerivad lepingu tingimused erinevates niinimetatud dokumentides, näiteks müügingimustes (ing k *Terms and Conditions* või *Terms of Service*) ja privaatsussätetes (ing k *Privacy Policy*). E-poest tooteid või teenuseid ostes ei ole tarbijal võimalik kõiki lepingutingimusi müügiprotsessis näha, vaid neile viidatakse ja selle kaudu muutuvad lepingu osaks, st et nendega tutvumiseks on tarvis tarbijapoolset aktiivset käitumist. E-poest või veebiplatvormilt ostes ei ole tarbijal võimalik lepingutingimuste osas läbirääkimisi pidada, tal on üksnes võimalus valida sobiv toode või teenus, nende kogus ja sobiv kauba kättesaamise (ing k *delivery*) viis ja koht. Kättesaamise

¹²⁵ M. Nuth, lk-d 21-23.

valiku võimalus eksisteerib seejuures üksnes materiaalsete asjade puhul, mitte digitaalsisu (ing k *digital content*) puhul. Nendel juhtudel on tegemist standardiseeritud lepingutega ehk tüüptingimustega vastavalt VÕS § 35 lg-le 1. Tõusetub küsimus, kas tüüptingimused muutuvad veebiplatvormilepingu osaks ja mis tingimustel. Seejuures on vaja välja selgitada, kas antud tüüptingimused, mis veebiplatvorm sätestab kohalduvad ka tarbija ja müüja või teenuse osutaja vahel sõlmitud lepingule.

Õiguskirjanduses ja praktikas eristatakse standardiseeritud lepinguid vastavalt sellele, kuidas nendele ligipääs on tagatud ning kuidas neid tarbijale kuvatakse. Esiteks on niinimetatud klikiga nõustumise tehnika lepingud (ing k *click-wrap agreement*¹²⁶; edaspidi: *click-wrap*), mille puhul on tegemist võta-või-jäta lepingutega, mis vastavad Eesti õiguses tüüptingimuste regulatsioonile, sest nende sisu ei ole tarbija võimeline mõjutama.¹²⁷ Lisaks on elektrooniliste lepingute sõlmimisel *click-wrap* meetodi kõrval kasutusel ka nn lehitsemisega nõustumise tehnika leping (ing k *browse-wrap agreement*; edaspidi: *browse-wrap*). See on analoogne *click-wrap* meetodile, sest ka *browse-wrap*'i puhul on tegemist niinimetatud võta-või-jäta tüüpi lepinguga, kus puudub tarbijal võimalus lepingu sisu muuta. Lisaks eelnimetatud nõustumise tehnika meetoditele eksisteerib ka nutitelefonide ja tahvelarvutite tekkega niinimetatud vajutamisele nõustumise tehnika leping (ing k *tapwrap agreement*), mis on oma sisult samalaadne *click-wrap*'iga.¹²⁸ Antud viiside kasutamine lepingutingimuste kuvamiseks ja tarbijaga sidumiseks on üldlevinud. Siit ka küsimus, kas selliselt lepingutingimustele viitamine ja erinevates kohtades hoidmine on võlaõigusseadusega kooskõlas.

Click-wrap leping on meetod, kus tarbija peab vajutama nuppu või midagi analoogset väljendamaks enda nõustumust lepingu tingimustega.¹²⁹ Antud lepingu puhul on tegemist iseenesest digitaalse versiooniga niinimetatud pakkekile purustamise tehnika lepinguga (ing k *shrink-wrap agreement*), mille puhul kasutati paberit, mis oli mähitud plastikusse või kilesse, mille sees oli arvutiprogramm CD-plaadil ja pakendi vabatahtlikul purustamisel loeti seda

¹²⁶ Ing k on kasutusel ka sama termini kohta järgnevad sünonüümid, mis tähendavad sama lepingut: *click-on* või *click-through agreement*.

¹²⁷ I. Kull. VÕS I komm vlj. § 35/4.1.

¹²⁸ *Tapwrap* on kasutusel nutitelefonidel, kus kasutaja peab sõrmega nupule vajutama, et nõustumist väljendada. Sellega ei erine see oma sisult *click-wrap*'ist, kuid kohane ei rääkida klikist, mis toimub hiirega, sest nutitelefonides ei eksisteeri kursorid, seega on tegemist üksnes lingvistilise erinevusega. Vt: N. Kim. *Wrap Contracts foundation and Ramifications*. New York: Oxford University Press 2013, lk 3; B. Russ. *All Wrapped Up and Nowhere to Gogo: Wrap Contracts Meet the Wrapture*, 12.12.2016, lk 2. Arvutivõrgus: <https://ssrn.com/abstract=2731804> (03.04.2017).

¹²⁹ N. Kim, lk 3; J. Forder, D. Svantesson. *Internet and E-Commerce Law*. Victoria: Oxford University Press 2008, lk 52; K. Tuul. *Pilveteenuse osutamisel tekkiva õigussuhte kvalifitseerimine Eesti õiguses*. Magistritöö. Tartu: Tartu Ülikool 2014, lk 44.

tahteavalduseks lepingulisse suhtesse astumiseks.¹³⁰ *Click-wrap* leping eksisteerib eelkõige arvutiprogrammide paigaldamise protsessis, kus peab vajutama „nõustun“ nuppu, et paigaldamine algaks, millega kasutaja väljendab enda nõusolekut lepingu, eelkõige litsentsilepingu tingimuste osas. Ilma nupule vajutamata ei saa kasutaja alustada tarkvara kasutamist. Analoogsel põhimõttel toimub ka e-poodides ja veebiplatvormidel toodete või teenuste ostmine, kuna tarbijad ei saa neid osta ilma, et kõikide tingimustega oleksid nõus ning ei vajutaks nuppudele. Seega on *click-wrap*'ile iseloomulik omadus tarbija aktiivne tegutsemine.¹³¹

Browse-wrap leping on oma olemuselt analoogne *click-wrap*'ile, mis on samuti veebilehtedel kasutatav meetod tüüptingimuste sidumiseks, kuid kui *click-wrap* nõuab kasutaja poolset aktiivset sekkumist nupule vajutamiseks, ilma milleta edasi minna ei saa, siis *browse-wrap* seda ei eelda.¹³² Selle puhul on lepingu tingimused paigutatud veebilehele, mis on ühendatud kauba või siis e-poe ostukorviga hüperlingi¹³³ (ing k *hyperlink*) kaudu. Sellisel juhul peab tarbija vajutama antud hüperlingile, et tingimusi näha, kuid selleks tal puudub kohustus, sest erinevalt *click-wrap* meetodist, saab kasutaja siiski edasi liikuda, st kauba osta.¹³⁴

E-poeost toodete või teenuste hankimisel sõlmivad kauplejad e-poega lepinguga, mille osaks saavad ka e-poe kasutustingimused, seega on küsimus, kuidas tuleb tarbijaid tüüptingimustest teavitada, et need oleks siduvad. VÕS § 62¹ lg 5 järgi tuleb tarbijale esitada lepingutingimused, sh tüüptingimused ning VÕS § 54 lg 1 näeb ette lepingu eelse teavitamise nimekirja, mis tuleb tarbijale esitada. Samas ei näe võlaõigusseadus ette kuidas arvutivõrgu abil sõlmitud lepingute tüüptingimustega nõustumise protsess peab välja nägema, vaid tarbijat tuleb lepingu eelselt tingimustest teavitada ning VÕS § 62¹ lg 5 toob seejuures veel välja, et lepingutingimuste esitamine peab olema sellisel kujul, et tarbijal on need võimalik salvestada ja taasesitada.

VÕS § 37 lg 1 sätestab, et tüüptingimused on lepingu osaks, kui tingimuse kasutaja enne lepingu sõlmimist või sõlmimise ajal neile kui lepinguosale selgelt viitas ja teisel lepingupoolel oli võimalus nende sisust teada saada. Tüüptingimused on lepingu osaks ka siis,

¹³⁰ N. Kim, lk 3; T. Pistorius. Shrink-wrap and click-wrap agreements. Can they be enforced? – Juta's business law 1999/3, lk-d 79-80.

¹³¹ N. Kim, lk 3.

¹³² N. Kim, lk 41; G. Smith. Internet Law and Regulation. 4th ed. London: Sweet & Maxwell 2007, lk 821; K. Tuul, lk 49; M. Loos. The Regulation of Digitaal Content B2C Contracts in CESL. Amsterdam Law School Legal Studies Research Paper No. 2013-60, 18.10.2013, lk 11. Arvutivõrgus: <https://ssrn.com/abstract=2343176> (03.04.2017).

¹³³ Hüperlingiks on viide elektroonilise seadme tekstis (hüpertextis) teisele dokumendile või objektile internetis, sh sama dokumendi teisele osale või veebilehekülje teisele veebilehele.

¹³⁴ N. Kim, lk 3.

kui lepingu sõlmimise viisist tulenevalt võis nende olemasolu eeldada ja teisel lepingupoolel oli võimalus nende sisust teada saada. Selle kohaselt peavad tüüptingimused olema tüüptingimused olema kättesaadavad veebilehel enne lepingu sõlmimist.¹³⁵ E-poes, nagu eelnevalt toodud, on lepingutingimused eraldi leheküljel ja neile kas viidatakse hüperlingiga või lisaks hüperlingile peab kasutaja vajutama teatud nupule või linnukese tegema. Selliselt on need veebilehel eelnevalt väljatoodud ehk kasutajal kui tarbijal on nendega võimalik tutvuda enne toote või teenuse ostmist. Tüüptingimuste lepingu osaks saamise regulatsioon saab sellega vastata järelikult nii *click-wrap*'i kui ka *browse-wrap*'i tunnustele.

Kuigi mõlemad *wrap*-tüüpi lepingud teavitavad tarbijat lepingutingimustest, siis peab olema nendest teadasaamine reaalselt tagatud ning tüüptingimuste kasutaja peab suutma tõendada, et kasutajale tutvumise võimalust reaalselt tutvustas.¹³⁶ *Browse-wrap*'i puhul ei eelda tüüptingimustega nõustumine tarbijalt aktiivset tegutsemist, st tüüptingimustega tutvumist eeldatakse, sest tarbijal oli selleks võimalus olemas. Samas sellisel juhul puudub tarbija aktiivne tegevus, näiteks nupule vajutamine, mis salvestatakse veebilehe logifailidesse¹³⁷ (ing k *logfile*) ja tõendab, et kasutajal oli reaalne võimalus tutvuda nendega. Euroopa Kohus on leidnud, et kui lepingutingimuste informatsioon on üksnes paigutatud müüja veebilehele ja on kättesaadavaks tehtud hüperlingi vahendusel ei ole see tarbijale kättesaadavaks tehtud ega tarbija poolt vastuvõetud, samuti ei ole veebilehe puhul tegemist selliselt püsiva andmekandjaga.¹³⁸ Kuigi Euroopa Kohtu lahend *Content Service* ei reguleerinud konkreetselt *browse-wrap* meetodit, siis selle lahendi valguses on selge, et ei ole piisav, kui lepingutingimused tehakse üksnes veebilehel kättesaadavaks ja sellega eeldatakse, et tarbija on nendega tutvunud. Sarnaselt sellele on M. Loos leidnud digitaalse sisuga lepingute puhul antud kohtulahendi valguses, et *browse-wrap* meetodi puhul ei muutu tüüptingimused ilmselt kehtivalt lepingu osaks.¹³⁹ Samas vaadates Ameerika Ühendriikide kohtupraktikat, siis sealne kohtupraktika ka pigem kinnitab, et *browse-wrap* ei ole aktsepteeritav meede lepingu sõlmimiseks.¹⁴⁰ Ometi on California kohus leidnud lahendis *Pollstar vs. Gigmania Ltd.*, et

¹³⁵ I. Kull. VÕS I komm vlj. § 37/4.2.1. H. Redeker, Rn. 883.

¹³⁶ I. Kull. VÕS I komm vlj. § 37/4.2.3.

¹³⁷ Logifail on fail, kuhu salvestatakse sündmused (näiteks vajutused veebilehel), mis toimusid veebilehel kui arvutiprogrammil või operatiivsüsteemis ehk edastatud informatsioon kasutaja ja konkreetse arvutiprogrammi vahel.

¹³⁸ EKo 5.07.2012, C 49/11, *Content Service*, p 51.

¹³⁹ M. Loos. The Regulation of Digitaal Content B2C Contracts in CESL, lk 11.

¹⁴⁰ *Specht v. Netscape Communications Corp.*, 150 F. Supp. 2d 585 (S.D.N.Y. 2001). Arvutivõrgus: https://cyber.harvard.edu/stjohns/Specht_v_Netscape.pdf (04.04.2017); *Comb v. PayPal, Inc.*, 218 F. Supp. 2d 1165 (N.D. Cal. 2002). Arvutivõrgus: https://scholar.google.com/scholar_case?case=15174879769896251427&q=%22218+F.Supp.2d+1165&hl=en&as_sdt=2002 (04.04.2017); *Register.com, Inc. v. Verio, Inc.*, 356 F.3d 393 (2d Cir. 2004). Arvutivõrgus: <http://www.internetlibrary.com/pdf/Register-Verio-Dist-Crt.pdf> (04.04.2017).

browse-wrap võib olla teatud juhul aktsepteeritav, kuid konkreetsetes vaidluses tingimusi ei kohaldata, sest olid kasutaja jaoks veebilehel kuvatud identifitseerimata.¹⁴¹

Eeltoodust nähtub, et *browse-wrap* meetodi kasutamisel ei muutu ilmselt tüüptingimused tarbijale siduvaks, samas puudub samasugune konkreetne selgus ka *click-wrap* meetodi puhul.¹⁴² Samas *click-wrap* meetodi puhul on tarbijale tagatud suuremal määral võimalus tüüptingimustega tutvuda ning tüüptingimustega tutvumise võimalust saab tagajärgi tõendada. Määrav ei ole asjaolu, et tarbija vabatahtlikult tingimustega, vaid nendega tutvumise võimaluse loomine.¹⁴³ Seoses *click-wrap*'iga on võimalik analoogia korras kohaldada Euroopa Kohtu *El Majdoub* lahendit, kus asuti seisukohale, et B2B suhtes on kohtualluvuse tingimus siduv, kui see valiti *click-wrap* meetodi alusel.¹⁴⁴ Seoses B2C lepingutega ei ole kohtupraktikas seda analüüsitud, kuid käesoleva töö autor on seisukohal, et pole ühtegi välistavat tingimust *click-wrap* meetodit kohaldamiseks tarbijatega. Seejuures on Ameerika Ühendriikide kohtud asunud korduvalt seisukohale, et *click-wrap* meetod on aktsepteeritav.¹⁴⁵

E-poe kaudu lepingute sõlmimise puhul on tegemist *click-wrap* lepingutega, sest kasutaja peab vajutama nupule või linnukesele, et nendega nõustuda, mida *browse-wrap*'i puhul teha ei tule. Kuid *click-wrap* lepingu puhul väljendab tarbija eelkõige vajutamisega enda nõustumist teatud tingimustega seoses ehk annab aktsepti, aga e-poest kaupade või teenuste soetamisel on tegemist pakkumisega ehk tellimuse esitamisega. VÕS § 62² lg 3 ls 2 sätestab, et 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. *De jure* ei ole selle puhul tegemist nõustumisega tehing sellise tingimusega teha, vaid pakkumisega, millele annab nõustumise e-pood. Käesoleva töö autor on seisukohal, et sellisel juhul tuleb eristada pakkumise tegemise ja lepingutingimustega nõustumise asjaolu. Ei saa asuda seisukohale, et tarbija kui pakkuja pakkumist tehes esitab ise tüüptingimused pakkumise sisuga, vaid tüüptingimused on veebilehtede poolt varasemalt väljatöötatud. Sellisel juhul tuleb tarbijal nõustuda lepingu tingimustega enne pakkumise esitamist, et need oleksid siduvad või samaaegselt pakkumise

¹⁴¹ *Pollstar v. Gigmania, Ltd.*, 170 F. Supp. 2d 974, 976 (E.D. Cal. 2000). Arvutivõrgus: <http://www.internetlibrary.com/pdf/Pollstar-Gigmania-ED-Ca.pdf> (04.04.2017).

¹⁴² R. Momberg. Standard Terms and Transparency in Online Contracts. - A. De Francesch (ed). European Contract Law and the Digital Single Market. The implications of the Digital Revolution. Cambridge: intersentia 2016, lk 198.

¹⁴³ I, Kull. VÕS I komm vlj. § 37/4.2.3.

¹⁴⁴ EKo 21.05.2015, C-322/14, *El Majdoub*, p 40.

¹⁴⁵ N. Kim, lk 41.

tegemisega, selliselt et oferdist oleks tüüptingimustega nõustumine eristatav tarbija jaoks. Nimelt on veebilehel võimalik lepingutingimustega nõustumine välja tuua varem ehk enne pakkumise tegemist, mis on üheks eelsaamuks, et üldse pakkumine teha. Seega on võimalik pakkumise esitamist ehk oferti ja lepingutingimustega nõustumist praktikas eristada ja see on tarbijale ka selge.

Eeltoodust selgub, et veebilehel esitatud lepingutingimused muutuvad lepingu osaks, kui tarbija nendega nõustumist kinnitab vastavalt *click-wrap* meetodile. Kuigi selle osas puudub selgus kohtupraktikas ja õiguskirjanduses, tuleb pidada *click-wrap* meetodit sobivaks või vähemalt sobivamaks variandiks *browse-wrap* meetodi asemel. Samas eksisteerib e-poodide ja veebiplatvormide vahel erinevus, kui e-poega sõlmib tarbija ostu-müügilepingu või muu sarnase lepingu e-poega kui müüjaga, siis veebiplatvorm on lepingu sõlmimise vahendaja. Veebiplatvormi tüüptingimused kohalduvad eelkõige tarbija ja veebiplatvormi vahelises suhtes, mida saab kvalifitseerida näiteks agendi- või maaklerilepinguks. Sellega reguleeritakse õiguslikku olukorda veebiplatvormi ja tarbija vahel, näiteks veebiplatvormi kasutamise ja lepingute sõlmimise kord, sh tellimuse esitamine jms. Samasugused tingimused või vähemalt analoogse sisuga tüüptingimused eksisteerivad ka veebiplatvormi ja kaupleja vahel.

Veebiplatvormid sätestavad lisaks tarbija ja veebiplatvormi vahelisele suhtele kohalduvatele lepingutingimustele ka lepingutingimused, mille iseloomust tulenevalt saavad üksnes eksisteerida tarbija ja kaupleja vahelises õigussuhtes või reguleerivad antud osapoolte vahelist suhteid. Näiteks sätestavad veebiplatvormid 14 päevase taganemisõiguse vastavalt VÕS § 56 lg-le 1 või lepingule kohalduva õiguse. Kui veebiplatvorm ei ole toote müüjaks, vaid vahendajaks, sh kommunikatsioonivahend, siis pole tegemist müügilepingu või teenuse osutamise lepingu poolega. Sellisel juhul puuduvad vastavad õigustatud subjektid selle tegevuse ehk tagasitaitmise teostamiseks. Kuna veebiplatvorm tegutseb esindajana kaupleja suhtes saab näiteks olla taganemisõiguse rakendamise korral tagasitaitmise õigustatud isikuks tarbijaga veebiplatvorm. Kõik tüüptingimused ei ole oma loomult sellised, mida veebiplatvorm saab täita, näiteks müüdava objekti kvaliteedinõuded ja müüja või teenuse osutaja garantii. Sellisel viisil sätestab veebiplatvorm tingimusi, mis kohalduvad tarbija ja kaupleja omavahelises suhtes. VÕS § 37 lg 1 lause 1 sätestab, et tüüptingimused on lepingu osaks, kui tingimuse kasutaja enne lepingu sõlmimist või sõlmimise ajal neile kui lepinguosale selgelt viitas ja teisel lepingupoolel oli võimalus nende sisust teada saada. Antud sättest tuleb, et tüüptingimused kehtivad lepingupoolte vahel. Sama kinnitab ka

võlaõigusseaduse kommenteeritud väljaanne, mille kohaselt on tüüptingimused on lepingutingimused, mis reguleerivad lepingupoolte õigusi ja kohustusi.¹⁴⁶

Platvormilepingud ja veebiplatvormil sõlmitav põhileping on erinevad lepingud ja erinevate lepingupoolte vahel, seega ei saaks põhilepingu osaks platvormilepinguga nõustatud tüüptingimused. Samas on Saksamaa õiguskirjanduses toodud, et platvormi tüüptingimusi tuleks lugeda ka põhilepingu osaks.¹⁴⁷ S. Glossner on leidnud, et üheks võimaluseks on Saksamaa õiguse kohaselt pidada veebiplatvormi ja selle kasutajate vahel sõlmituks raamleping veebiplatvormil sõlmitavate ja vahendatavate lepingute jaoks.¹⁴⁸ Samas asus Trausteni maakohus (*Landgericht Traunstein*) eBay kaudu sõlmitud lepingu puhul seisukohale, et platvormi tüüptingimused ei ole otseselt põhilepingu sisuks, vaid neid võib arvestada põhilepingupoolte tahteavalduste tõlgendamisel, seni kuni need rajanevad ühisel arusaamisel.¹⁴⁹ Trausteni maakohtu tõlgendust toetab asjaolu, et kauplejal on vabadus valida müümiseks konkreetne (elektrooniline) paik ja ostajal samamoodi konkreetne koht ostmiseks, teevad nad seda arvestades kogu veebiplatvormi raami (sks *Gesamtrahmen*).¹⁵⁰ Sellisel juhul loodavad põhilepingupooled, et vastaspool on arvestanud platvormi tingimustega ja arvestab neid.¹⁵¹ Selle kohaselt on võimalik platvormi tüüptingimusi kasutada tahteavalduste tõlgendamiseks, kuid nad ei muutu otseselt põhilepingu osaks.

Veebiplatvormi tüüptingimustes tarbija ja kaupleja huvides lepingutingimuste sätestamine võib tõlgendatav tarbija ja kaupleja kasuks tegutsemisega, olenevalt konkreetsest tüüptingimuse punktist. Mõlema osapoolle kasuks tüüptingimuste kehtestamisel võib veebiplatvormile kohaldada VÕS § 81 lg-s 1 sätestatud kolmandat isikut kaitsva lepingu põhimõtet. VÕS § 81 lg 1 lause 1 sätestab, et lepinguga võib kaasneda kohustus arvestada kolmanda isiku huvide või õigustega samal määral kui võlausaldaja huvide või õigustega. Kolmandat isikut kaitsev leping on seaduse alusel loodud põhilepingust eraldiseisev ja sõltumatu iseloomuga õigussuhe, mis annab põhilepingust tuleneva kohutuse rikkumisega tekitatud kahju hüvitamise nõude ka lisaks põhilepingu võlgnikule ka isikule, kes lepingu sõlmimisel ei osalenud ja kelle huve otseselt silmas ei peetud.¹⁵²

¹⁴⁶ I. Kull. VÕS I komm vlj. § 35/4.2.1.

¹⁴⁷ Leupold/Glossner, Rn. 141; Hoeren et al (Hrsg), Rn. 23.

¹⁴⁸ Leupold/Glossner, Rn. 141.

¹⁴⁹ BGH, Urteil vom 3. 11. 2004 - VIII ZR 375/03 (LG Traunstein). Arvutivõrgus: https://www.jurion.de/urteile/bgh/2004-11-03/viii-zr-375_03/ (25.04.2017).

¹⁵⁰ Leupold/Glossner, Rn. 143.

¹⁵¹ *Ibid.*

¹⁵² T. Uusen-Nacke. VÕS I komm vlj. § 81/4.1.

Vastavalt VÕS § 81 lg 1 lausele 2 eeldustest ilmneb, et peab kaitsma kolmanda isiku – tarbija või kaupleja – huve või õigusi, mida veebiplatvormi sätestatud tingimused teevad. Samas kui need kaitsevad ühe platvormipoole huve ja õigusi, siis respektiivselt kohustavad teist platvormipoolt. Võlaõigusseade kommenteeritud väljaanne ei välista kolmandat isikut kaitsva lepingu kohaldamist, kui kolmandale isikule võivad rakenduda kohustused. Samas ei ole kolmandat isikut kaitsva lepingu põhimõtte alusel kohustada tarbijat või kauplejat tingimuste järgi kohustust täitma. Kolmanda isikut kaitsva lepingu puhul on keskse tähendusega kohuse rikkumine ja kahju hüvitamise nõue.¹⁵³ VÕS § 81 lg 2 kohaselt puudub kolmandal isikul sellisel juhul teised õiguskaitsevahendid peale kahju hüvitamise nõude.¹⁵⁴ Kuna veebiplatvormi tingimused sätestavad ka teisi tingimusi kui üksnes kohustuse rikkumise, siis ei ole võlaõigusseaduses sätestatud kolmandat isikut kaitsva lepingu põhimõtte kohalduv. S. Glossner on asunud samale seisukohale Saka õiguse kohaselt.¹⁵⁵ Antud säte on liiga piirav, mis ei võimalda platvormilepingus toodud tingimusi kohaldada tarbija ja kaupleja vahelisele võlasuhtele. Ei saa välistada, et konkreetne tüüptingimus, mis sätestab kohustuse rikkumise, võib VÕS § 81 lg 1 kohaselt kohalduda. Järelikult tuleb asuda seisukohale, et veebiplatvorm peab igakordselt küsima tarbijalt tüüptingimustega nõustumist tellimuse esitamisel, et need kohalduksid tarbija ja kaupleja vahelisele lepingule.

Alternatiivselt saab pakkuda välja lahenduse, et iga tarbija tellimuse esitamisega ehk offerdiga ja kaupleja nõustumisega peavad pooled nõustuma platvormi tüüptingimustega või põhilepingule ettenähtud tüüptingimustega. Kui veebiplatvormil on igakordselt tellimuse juures tüüptingimustega nõustumine *click-wrap* meetodiga esitatud, millega tarbija peab nõustuma, siis tuleb asuda seisukohale, et tüüptingimused muutuvad tarbija ja kaupleja vahelise lepingu osaks.

Veebilehel sätestatud tüüptingimused muutuvad arvutivõrgu kaudu sõlmitud lepingu osaks kui neist on tarbijat teavitatud. Seejuures on kõige kohasem viis lugeda tarbija teavitamist nn klikiga nõustumise tehnikat ehk *click-wrap* lepingut, millega muutuvad tüüptingimused lepingu osaks. Ei saa asuda seisukohale, et *browse-wrap* lepinguga saab pidada tüüptingimusi lepingu osaks, kuna tarbijaid pruugi sedasi olla teavitatud. Veebiplatvormi sätestatud tüüptingimused paiknevad platvormi veebilehel, mis sisaldavad tingimusi tarbija ja platvormi haldja õigussuhtest kui ka tingimusi tarbija ja kauple vahelise õigussuhte kohta. Antud tüüptingimused muutuvad eelkõige platvormilepingu osaks, kuid selleks, et need kohalduksid

¹⁵³ T. Uusen-Nacke. VÕS I komm vlj. § 81/4.1.

¹⁵⁴ T. Uusen-Nacke. Kolmandat isikut kaitsev leping. Asjatundja vastutus kolmandate isikute suhtes. – *Juridica* 2003/8, lk 536.

¹⁵⁵ Leupold/Glossner, Rn. 141.

ka tarbija ja kaupleja vahel sõlmitud lepingule, peab olema korrektselt tarbijat teavitatud tingimustest igakordselt enne tellimuse esitamist platvormil. Kui igakordselt tellimuse eelset teavitamist ei esine, siis võivad platvormi tingimused kohalduda tarbija ja müüja või teenuse osutaja sõlmitavale lepingule kolmandat isikut kaitsva lepingu põhimõtte alusel. VÕS §-s 81 sätestatud kolmandat isikut kaitsva lepingu põhimõtte ei võimalda kõiki tingimusi põhilepingule kohaldada, kuna see reguleerib üksnes kohustuste rikkumise olukorda. Seega peab platvorm igakordselt tellimuse esitamisega tutvustama tingimusi, et need muutuksid põhilepingu osaks.

2.3. Veebiplatvormi poolt infoühiskonna teenuste pakkumine

2.3.1 Infoühiskonna teenuse mõiste

Elektroonilise kaubanduses toimub lepingute sõlmimine digitaalses keskkonnas, kus edastatakse tahteavaldusi ja muid andmeid digitaalkujul osapoolte vahel. Klassikalise e-poe puhul edastab ja kontrollib andmete liikumist üksnes veebilehe haldaja, kes saab kvalifitseeruda infoühiskonna teenuse osutajaks. Kui veebiplatvormile kui veebilehe omanikule lisandub subjektina ka kaupleja, kes müüb enda tooteid või teenuseid ja edastab andmeid veebiplatvormil, tuleb subjektide roll teenuse pakkumises tuvastada läbi teenuse enda sisu. Infoühiskonna teenuse pakkuja peab teostama erinevaid kohustusi nii e-kaubanduse direktiivi kui ka infoühiskonna teenuse seaduse alusel. Vastavalt e-kaubanduse direktiivi artiklile 5 ja InfoTS §-le 4 peab tegema enda poolt kättesaadavaks üldisema informatsiooni, nagu nime ja aadressi või artikli 6 ja InfoTS §-i 6 järgi peab teenuseosutaja tagama kommertstedaannete ausatel tingimustel edastamise. Seega on küsimus, kes veebiplatvormist või kauplejast kvalifitseerub infoühiskonna teenuse osutajaks InfoTS § 2 punkti 1 kohaselt ja peab täitma infoühiskonna teenuse seadusest kohalduvaid nõudeid.

Infoühiskonna teenuseks (ing k *information society service*) on teenus, mida osutatakse majandus- või kutsetegevuse raames teenuse kasutaja otsesel taotlusel ja mille puhul andmeid töödeldakse, säilitatakse ja edastatakse digitaalkujul andmete töötlemiseks ja säilitamiseks mõeldud elektrooniliste vahendite abil, kusjuures osapooled ei viibi üheaegselt samas kohas lähtuvalt InfoTS § 2 punktist 1. Infoühiskonna teenus peab olema täielikult üle kantud, edastatud ja vastu võetud elektrooniliste sidevahendite abil ja infoühiskonna teenus ei ole faksi ega telefonikõne abil edastatud teenus ega televisiooni- või raadioteenus vastavalt InfoTS § 2 punktile 1.

Infoühiskonna teenusteks on saavad olla erinevad e-teenused, mida osutatakse elektrooniliselt. Sellisteks e-teenusteks on andmete ülekanne ja salvestamine, otsinguteenus, elektroonilised ajakirjad ja ajalehed, pangandusteenus, kindlustusteenus, investeringud ja muud finantsteenused, meelelahutusteenused, reklaamiteenused ja muud turunduslikud teenused, samuti kaupade müük, mis hõlmab ka kaupade pakkumist, kui seda tehakse elektroonilisel teel, sh lepingute sõlmimine.¹⁵⁶ Seehulgas kuuluvad infoühiskonna teenuste hulka e-poes kaupade ja teenuste müük ning kommertsteadaannete edastamine.¹⁵⁷ E-kaubanduse direktiivi preambula p 18 toob välja, et infoühiskonna teenusteks on need, mis pakuvad on-line informatsiooni, mis võimaldavad andmete otsimist ja neile ligipääsu. Samuti ka teenused, mis seisnevad teabe edastamises sidevõrgu kaudu, sidevõrgule juurdepääsu andmises või teenuse saaja antud teabe talletamises. Karmen Turk on enda magistritöös võtnud seisukoha, et infoühiskonna teenusteks on kokkuvõtlikult andmete töötlemise, säilitamise ja edastamise teenused, mida osutatakse majandus- ja kutsetegevuse raames teenuse kasutaja otsesel taotlusel elektrooniliste vahendite kaudu.¹⁵⁸

Infoühiskonna teenuse seaduses sätestatud infoühiskonna teenuse mõiste ja selle määratlus tuleb e-kaubanduse direktiivi artiklist 2 punkt a, mille kohaselt on infoühiskonna teenused direktiivi 98/34/EÜ¹⁵⁹ (muudetud direktiiviga 98/48/EÜ¹⁶⁰) artikli 1 lõike 2 tähenduses. Direktiiv 98/34/EÜ kodifitseeriti direktiiviga 2015/1535¹⁶¹ (edaspidi: IÜT eeskirjade direktiiv) 9. septembril 2015. a, seega tuleb käesolevas olukorras vaadata viimati nimetatud direktiivi infoühiskonna teenuse määratlemiseks. IÜT eeskirjade direktiivi artikli 1 lg 1 punkti b kohaselt on antud direktiivi tähenduses teenuseks iga infoühiskonna teenus ehk kõik vahemaa tagant elektroonilisel teel ja teenusesaaja isikliku taotluse alusel ning tavaliselt tasu eest osutatavad teenused. Selle mõiste puhul defineeritakse lisaks veel järgnevaid mõisteid, mille kohaselt: (i) vahemaa tagant tähendab, et teenust osutatakse ilma poolte üheaegse kohalolekuta; (ii) elektroonilisel teel tähendab, et teenus saadetakse lähtepunktist ja võetakse sihtkohas vastu elektrooniliste andmetöötlus- (sh pakkimisseadmete) ja säilitusseadmete abil ning see saadetakse, edastatakse ja võetakse vastu täielikult juhtmete või raadio kaudu,

¹⁵⁶ Seletuskiri Infoühiskonna teenuse seaduse eelnõu juurde. - Õigusaktide eelnõude elektroonilise koostamise süsteem. Dok. Reg. Nr. 1-15-1-1/35, 10.02.2004, lk 3. Arvutivõrgus: http://eoigus.just.ee/?act=6&subact=1&OTSIDOC_W=27613 (12.03.2017).

¹⁵⁷ K. Turk. Teabe talletaja deliktiõiguslik vastutus. Magistritöö. Tartu: Tartu Ülikool 2010, lk 10.

¹⁵⁸ *Ibid.*, lk 11.

¹⁵⁹ Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 98/34/EÜ, 22. juuni 1998, millega nähakse ette tehnilistest standarditest ja eeskirjadest teatamise kord. – EÜT L204, 21.07.1998, lk 37-48.

¹⁶⁰ Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 98/48/EÜ, 20. juuli 1998, millega muudetakse direktiivi 98/34/EÜ, millega nähakse ette tehnilistest standarditest ja eeskirjadest teatamise kord. – EÜT L217, 05.08.1998, lk 8-15.

¹⁶¹ Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv (EL) 2015/1535, 9. september 2015, millega nähakse ette tehnilistest eeskirjadest ning infoühiskonna teenuste eeskirjadest teatamise kord (kodifitseeritud tekst) – ELT L 241, 17.09.2015, lk 1-15.

optiliselt või muude elektromagnetiliste vahendite abil, (iii) teenusesaaja isikliku taotluse alusel tähendab, et teenust osutatakse andmeedastusena isikliku taotluse alusel. Seega on infoühiskonna teenustele iseloomulikuks esiteks, et teenuse osutamine ilma poolte füüsilise kohalolekuta ja teiseks toimub informatsioon edastatakse elektrooniliste vahenditega.¹⁶²

2.3.2 Infoühiskonna teenuse osutajad ja infoühiskonna teenuste liigid veebiplatvormil

Infoühiskonna teenuseid on mitu erinevat liiki, sarnaselt sellele langeb infoühiskonna teenuse teenuspakkujale kohustuseks lähtuda mitmest erinevast infoühiskonna teenuse seaduses sätestatud kohustustest, lähtuvalt sellest, mis infoühiskonna teenusele omast konkreetset teenust veebiplatvormil pakutakse või kvalifitseerutakse pakkuma. Seejuures e-kaubanduse teenused, millele infoühiskonna teenuse seadus ning e-kaubanduse direktiiv saab kohalduda, on väga lai.¹⁶³ Veebiplatvorm täidab mitut erinevat paralleelset ülesannet ja läbib mitme erineva osapoolega arvutivõrgu vahendusel, seega on tarvilik mõista, milliseid infoühiskonna teenuseid veebiplatvormil osutatakse või saab osutada ning kes neid osutab kolmeosapoolses suhtes. Eelkõige on vaja välja selgitada, milliseid infoühiskonna teenuseid veebiplatvormil osutatakse, et oleks võimalik neid konkreetsele osutajale omistada. Seejuures nähtub, et veebiplatvormi infoühiskonna teenuseks või teenuseosutajaks või müüjaks kvalifitseerimine on tähtis ja keeruline küsimus, kuna Euroopa Kohtu menetluses on eelotsusetaotlus küsimuses, et kas Uber osutab infoühiskonna teenust või transporditeenust¹⁶⁴, mille kohtujuristi ettepanek pidi avalikuks tehtama 6. aprillil 2017. a. kuid selle avaldamine lükati edasi 11. maiks 2017. a.¹⁶⁵

Esiteks saab kvalifitseerida, et veebiplatvormil osutatakse teabe talletamise (ing k *hosting*) teenust kui infoühiskonna teenust InfoTS §-i 10 ja e-kaubanduse direktiivi artikli 14 tähenduses. Teabe talletamisega on tegemist kui osutatakse teenust, mis seisneb teenuse kasutaja pakutava teabe talletamises lähtuvalt InfoTS § 10 lg-le 1. Veebiplatvormide kauplajad, kelle informatsioon kaupade ja teenuste kohta on kättesaadavaks tehtud veebiplatvormil, lisavad informatsiooni enda ja oma teenuste kohta veebiplatvormile. Lisaks kauplajatele lävivad veebiplatvormil tarbijad, kus saab olla nii registreeritud kui ka mitte registreeritud kasutajaid, kuid igaüks neist jätab teatud teabe maha. Veebiplatvormil lepingu

¹⁶² Seletuskiri infoühiskonna teenuse seaduse eelnõu juurde, lk 2.

¹⁶³ G. Smith, p 10-047.

¹⁶⁴ EK eelotsusetaotlus 16.10.2015, C-434/15, *Asociación Profesional Elite Taxi*.

¹⁶⁵ Kohtuasja informatsioon, EK eelotsusetaotlus 16.10.2015, C-434/15, *Asociación Profesional Elite Taxi*. Arvutivõrgus: <https://goo.gl/6xADJi> (25.04.2017).

sõlmimisel ja vormistamisel peab tarbija sisaldama enda kohta teavet, sh nimi, aadress, krediitkaardi number jms. Kuna veebiplatvormi puhul on tegemist veebilehega või rakendusega ehk arvutiprogrammiga, siis hoiustatakse andmeid, sh kaupleja ja tarbija andmeid, serveris. Seega talletab veebiplatvorm teavet kauplejate ja tarbijate kohta InfoTS §-i 10 tähenduses

Teiseks saab rühmitada, et veebiplatvormil pakutakse avalikkusele elektrooniliselt informatsiooni (e-kaubanduse direktiiv artikkel 5), otsingu- kui ka tellimise vahendeid (e-kaubanduse direktiiv artikkel 11). Veebiplatvormil on võimalik avalikult kättesaadavaks tehtuid kaupleja tooteid ja teenuseid võrrelda, mille puhul on tegemist elektroonilise informatsiooniga. Lisaks sellele saab veebiplatvormil otsida nii tooteid kui ka kauplejaid, kui selline võimalus on loodud. Selliselt on veebiplatvormil, küll veebiplatvormi andmebaasiga hõlmatud, otsingumootor.

Kolmandaks veebiplatvormile iseloomulikuks omaduseks kaupade *on-line* müük. E-kaubanduse direktiivi preambula punktist 18 tuleb, et infoühiskonnateenused on seotud digitaalses keskkonnas toimuva majandustegevuse, identifitseerides nende hulgast kaupade müügi. Veebiplatvormi iseloomulikuks tunnuseks on digitaalses keskkonnas kaupade müük, st veebiplatvorm loob digitaalse keskkonna, kus saab tooteid müüa või teenuseid osutada tarbijale. Kaupade elektrooniline müük on e-kaubanduse direktiivis reguleeritud eelkõige artiklitega 10 ja 11, siis Eesti õiguses on vastavad artiklid sätestatud võlaõigusseaduse §-s 62¹. Täpsustamist vajab, et kaupade müümise puhul peab eristama toodete müüjat või teenuse osutajat võlaõiguse tähenduses (müügileping või teenuse osutamise leping) ja infoühiskonna teenuse osutajat, kes pakub infoühiskonna teenuse raames kaupade *on-line* müüki.¹⁶⁶

Veebiplatvormil toimub eelkõige elektrooniline kaupade müük, kuid lisaks selle talletakse teavet tarbija ja kaupleja kohta ja veebiplatvormil olev teave kaupleja kohta tehakse avalikult kättesaadavaks. Veebiplatvormi eesmärk on eelkõige *on-line* müük ehk digitaalses keskkonnas lepingute sõlmimine. Veebiplatvormil müüb tooteid kaupleja, kuid kaupade müümise tingimused võivad olla platvormilepingus täpsustatud, st veebiplatvorm võib tegutseda kaupleja esindajana. Kui veebiplatvormil müüb tooteid või osutab teenuseid kaupleja tuleb pidada kauplejat infoühiskonna teenuse osutajaks, kuna *on-line* müük on infoühiskonna teenus. Seejuures ei ole oluline, et selleks kasutatakse kolmanda osapoole keskkonda, sest tegelik müüja või teenuse osutaja on kaupleja. Näiteks on Saksamaa õiguse kohaselt peetaksegi veebiplatvormi kauplejat üldiselt infoühiskonna teenuse osutajaks kui

¹⁶⁶ C. Wendehorst, lk 31.

tegemist on elektroonilise müügiga.¹⁶⁷ Kui kaupleja on üksnes infoühiskonna teenuse osutaja müümisel, siis ei kohalduks veebiplatvormile VÕS § 62¹ sätestatud kohustused, mis tulevad e-kaubanduse direktiivi artiklitest 10 ja 11. Näiteks ei peaks veebiplatvorm sellisel juhul tellimist viivitamatult kinnitama elektroonilisel teel vastavalt VÕS § 62¹ lg-le 3, sest müümisega tegeleb üksnes kaupleja, kelle kohustuseks see on. Samas on võlaõigusseadus ei ole antud sätet sidunud otseselt infoühiskonna teenusega, vaid VÕS § 62¹ kohaldub kõikidele ettevõtja ja teise lepingupoole vahelistele arvutivõrgu abil sõlmitavatele lepingutele.¹⁶⁸ Sellest annab siiski järeldada, et see kohaldub üksnes kahe lepingupoole vahel, eks sõlmivad arvutivõrguvahendusel lepingu ja ei hõlma otseselt kolmandat osapoolt, kes loob keskkonna lepingu sõlmimiseks.

Veebiplatvorm saab samas kvalifitseeruda samuti infoühiskonna teenuse osutajaks kaupade elektroonilisel müümisel, kuna platvormilepingus on võimalik sätestada, et veebiplatvorm tegutseb kaupleja nimel või kaupleja kui infoühiskonna teenuse osutaja osad kohustused seatakse veebiplatvormile. Veebiplatvormi tegutsemisel kaupleja esindajana või platvormilepingu alusel osasid kaupleja ülesandeid täites, kohaldub veebiplatvormile VÕS § 62¹. Kui veebiplatvorm sõlmib kaupleja esindajana lepingu või selle enda nimel, siis tuleb pidada üksnes veebiplatvormi infoühiskonna teenuse osutajaks kaupade müümisel, sest kaupleja ei ole lepingu pooleks, mis sõlmitakse elektroonilises keskkonnas. Kõige tõenäolisem on, et veebiplatvorm ja kaupleja mõlemad kvalifitseeruvad infoühiskonna teenuse osutajaks, kuna VÕS § 62¹ tulevaid kohustusi jagatakse. Näiteks korraldab veebiplatvorm tellimuse viivitamatu kinnitamise elektrooniliselt, eelkõige seetõttu, et tema keskkonda kui arvutiprogrammi kasutatakse ja selle kaudu saab automaatse kinnituse väljastada tellimusele. Selliselt jagunevad eelkõige veebiplatvormi ja kaupleja vahelised ülesanded selliselt, et veebiplatvorm vastutab tehniliste kohustuste täitmise eest ja kaupleja kohustuseks on müügilepingu või teenuse osutamise lepingu kohustuse täitmine.¹⁶⁹ Seega kvalifitseeruvad veebiplatvorm ja kaupleja mõlemad infoühiskonna teenuse osutajaks kaupade *on-line* müümisel, kuid pooltevahelisest lepingust tuleb, kes konkreetse platvormi puhul on kohustatud järgime VÕS §-s 62¹ sätestatud tingimusi.

Lisaks kaupade elektroonilisele müügile, pakutakse veebiplatvormil avalikkusele elektrooniliselt informatsiooni, otsingu- kui ka tellimise vahendeid ja teabe salvestamist. Veebiplatvormil on kättesaadavaks tehtud kaupleja tooted või teenused, kuid avalikkusele ei

¹⁶⁷ *Ibid.*, lk 32.

¹⁶⁸ K. Sein. VÕS I komm vlj. § 62¹/3.

¹⁶⁹ C. Wendehorst, lk 32.

tee neid kättesaadavaks mitte kaupleja, vaid platvorm. Nimelt on tegemist platvormi veebilehega, mille kaudu määramatu hulk isikuid ligi pääseb. Sama kohaldub ka otsingu- ja tellimuse vahenditele. Kuna veebiplatvormile pääsevad tarbijad ja kauplejad ligi ja loovutavad sinna enda andmeid, näiteks pangaandmed lepingutasu maksmisel, siis andmeid saab veebiplatvorm. Euroopa Kohus on leidnud *L'Oréal*'i otsuses, et teabe talletamise regulatsioon kohaldub e-turuplatsi haldajale (ing k *operator of online marketplace*) ehk seega ka veebiplatvormi suhtes, siis kui selle haldaja ei ole tegutsenud aktiivsel viisil, mulle tulemusel tal oleks teada talletatud andmed või ta saavutaks kontrolli nende üle.¹⁷⁰ Samas punktis 116 selgitas kohus, et e-turuplatsi haldaja tegutseb aktiivselt siis, kui ta osutab abi, mis seisneb eelkõige asjaomaste müügipakkumiste kuvamises optimeerimises või nende müügipakkumiste edendamises. Sellisel juhul saavutab veebiplatvorm kontrolli andmete üle ja ei ole n-ö neutraalne andmete vahendaja. Lisaks on Euroopa Kohus lahendis *Papasavvas* sedastanud, et infoühiskonna teenuseid e-kaubanduse direktiivis hõlmab ka *on-line* teabeteenust, mille eest teenuseosutajale ei tasu mitte otse teenusesaaja, vaid mille eest ta saab tasu veebisaidil ilmuva ärilise eesmärgiga reklaami kaudu.¹⁷¹ Seega kui veebiplatvormid pakuvad informatsiooni veebiplatvormil olevate toodete kui ka kauplejate kohta, on ilmselgelt tegemist infoühiskonna teenusega, millele kohalduvad infoühiskonna teenuse kohustused.¹⁷² Järelikult tuleb asuda seisukohale, et kaupleja täidab üksnes elektroonilise müügiga seotud infoühiskonna teenust ja näiteks teabe salvestamine talle ei kohaldu. Muidugi on võimalik platvormil ja kauplejal erinevas käsitluses kokku leppida, mille kohaselt edastatakse platvormi teave, näiteks tarbijate andmed vms kauplejale, mis juhul on kaupleja ka teabe salvestaja.

Saab asuda seisukohale, et veebiplatvormid kuuluvad infoühiskonna teenuse alla, kuna veebiplatvormid tegutsevad omaselt infoühiskonna teenusele. Eelkõige pakub veebiplatvorm avalikku informatsiooni kaupade või teenuste ja kaupleja kohta ning võimaldab tarbijatel veebiplatvormilt sobiv toode või teenus otsingumootori abil. Samuti salvestab platvorm kaupleja ja tarbija vahendatud lepingu sõlmimise teavet ning sellega kaasnevaid andmeid, kuid kui ta abistab müügipakkumiste kuvamises platvormil ning seeläbi saab kontrolli andmete üle. Seega kvalifitseerub veebiplatvorm infoühiskonna teenuse osutajaks InfoTS § 2 punkt 2 kohaselt. Samas kaupade elektroonilisel müümisel kui infoühiskonna teenusel ei kvalifitseeru veebiplatvorm eelkõige infoühiskonna teenuse osutajaks, kui platvorm üksnes vahendab lepingu sõlmimist. Sellisel juhul kohaldub VÕS § 62¹ kohustused üksnes

¹⁷⁰ EKO 12.07.2011, C-324/09, *L'Oréal and Others*, p 123.

¹⁷¹ EKO 11.09.2014, C-291/13, *Papasavvas*, p 30.

¹⁷² C. Wendehorst, lk 31.

kauplejale, mitte veebiplatvormile. Selles on võimalik platvormi ja kaupleja vahelises lepingus näha ette erisusi, mille kohaselt on üksnes veebiplatvorm infoühiskonna teenuse osutaja kaupade *on-line* müümisel või veebiplatvorm ja kaupleja jagavad vastava sisulisi kohustusi omavahel. VÕS §-st 62¹ tulenevate kohustuste jagamisel kvalifitseeruvad nii veebiplatvorm kui ka kaupleja infoühiskonna teenuse osutajaks. Seejuures antud käsitlus kohaldub üksnes B2C suhtele, kuna P2P suhe ei ole reguleeritud infoühiskonna teenuse seadusega ega VÕS §-ga 62¹, erinevalt e-kaubanduse direktiivist.

3. Veebiplatvormile agendi- ja maaklerilepingu sätete kohaldamine

3.1. Veebiplatvorm kui agent

3.1.1 Agendileping müüjaga või teenuseosutajaga

Käesoleva töö fookuses on veebiplatvorm, mille iseloomulikuks omaduseks on olla vahendaja kahe erineva kasutajagrupi vahel, mistõttu on kohane esmalt analüüsida veebiplatvormi kui vahendajat agendina ning küsida, kas veebiplatvormi tegevust on võimalik kvalifitseerida agendilepingu kohaselt VÕS § 670 mõttes. Õiguskirjanduses on leitud, et üheks võimalikuks veebiplatvormi õiguslikuks olemuseks saab olla agendina tegutsemine.¹⁷³

Agendisuhet iseloomustab asjaolu, et selles on kolm osapoolt. Esiteks on käsundiandja¹⁷⁴, kelle hüvanguks agent tegutseb, teiseks on agent ise, kes tegutseb käsundiandja nimel, st esindajana, ja kolmandaks pooleks on kolmas isik¹⁷⁵, kelle agent toob õigussuhtesse käsundiandjaga.¹⁷⁶ Agent tegutseb kahe poole ühendajana, kellest vähemalt ühe esindaja ta on, et luua nende kahe poole vahel õigussuhe. Õigused ja kohustused tekivad üksnes kolmanda isiku ning käsundiandja vahel.¹⁷⁷

Veebiplatvorm koondab erinevalt klassikalisest agendist, kus agent otsib eraldiseisvana käsundiandjale lepingu teist poolt,¹⁷⁸ mõlemad pooled ühte kohta kokku ning tegutseb üldiselt nii kaupleja kui ka tarbija huvides. Selliselt läbib veebiplatvorm sarnaselt mõlemal pool olevate kasutajatega, kelleks on kaupade müüja ja ostja, nagu see on eBay puhul. Antud olemuses ei ole pealtnäha võimalik üheselt kindlaks määrata, kes annab veebiplatvormile korralduse enda nimel lepinguid vahendada ja sõlmida. Sellisel juhul on esmatähtis mõista, kelle nimel ning huvides veebiplatvorm lepinguid vahendab ning sõlmib ning kelle vahel saab eksisteerida agendileping. Seega vaadeldakse esmalt agendilepingu tekkimise võimalust ning kohaldumist veebiplatvormi ning kaupleja vahelisele õigussuhtele Eesti õiguse kohaselt.

¹⁷³ M. Colangelo, V. Zeno-Zencovich. Online Platforms, Competition Rules and Consumer Protection in Travel Industry. - Journal of European Consumer and Market Law 2016/2, lk 79; G. Spindler. Internet-Auctions versus Consumer Protection: The Case of the Distance Selling Directive. German Law Journal 2005/3, lk 732; R. Koolhoven et al. Impulse paper on specific liability issues raised by the collaborative economy in the accommodation sector. European Commission, 14.03.2016, lk-d 40, 68. Arvutivõrgus: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16946/attachments/1/translations/en/renditions/native> (01.03.2017); Maxwell/Pénard, lk 10; H. Redeker, Rn. 1182.

¹⁷⁴ Käsundiandjana on käesolevas peatükis mõeldud veebiplatvormil olevat kaupade müüjat või teenuste osutajat. Käsundiandjana kasutatakse ka samas tähenduses sõna kaupleja.

¹⁷⁵ Kolmanda isikuna on käesolevas peatükis mõeldud veebiplatvormil olevat tarbijat, kes ostab kauba või tarbib teenust.

¹⁷⁶ R. J. C. Munday. Agency: law and principles. Oxford University Press 2010, lk 59; N. Kouladis. Principles of Law Relating to International Trade. Springer 2006, lk 129.

¹⁷⁷ M. Furmston. Law of Contract. Twelfth Edition. Butterworth and Co Ltd 1991, lk 470.

¹⁷⁸ G. Treitel. The law of contract. Eleventh Edition. Sweet & Maxwell 2003, lk 745.

Eesti õiguses puudub agendi legaaldefiniitsioon ja agendi olemust on selgitatud agendilepingu mõiste kaudu. VÕS § 670 lg 1 kohaselt kohustub agendilepinguga üks isik (agent) teise isiku (käsundiandja) jaoks ja tema huvides iseseisvalt ja püsivalt lepinguid vahendama või neid käsundiandja nimel ja arvel sõlmima. Käsundiandja kohustub maksma talle selle eest tasu. Käesolev säte tugineb agendidirektiivile, mille artikkel 1(2) sätestab, et kaubandusagent on füüsilisest isikust ettevõtjana tegutsev vahendaja, kellel on püsiv volitus pidada läbirääkimisi kaupade müügi või ostu üle teise isiku nimel, edaspidi "tööandja", või pidada läbirääkimisi niisuguste tehingute üle või neid sõlmida selle tööandja nimel. Arvestada tuleb, et agendidirektiiv kasutab mõistet „tööandja“ erinevalt võlaõigusseadusest, kus on kasutatakse mõistet käsundiandja.

Võlaõigusseaduse ja ka agendidirektiivi sätetest tuleneb, et agendi põhikohustuseks on püsivalt vahendada lepinguid või neid käsundiandja kui teise isiku nimel ja huvides iseseisvalt sõlmida.¹⁷⁹ Ka veebiplatvormide iseloomulikuks tunnuseks on vahendada teatud teenuseid, kaupu või laialdasemalt hüvesid kahe isiku vahel, mis päädib lepingu sõlmimisega. Üheks neist isikutest on veebiplatvormil teenuste või kaupade pakkuja, kelle pakutavad teenused või tooted on veebiplatvormi veebilehel esitletud ning kelle huviks on teenida kasu müües tarbijale tooteid või teenuseid. Samaselt eelpool toodule eksisteerib veebiplatvormi ja kaupleja vahel leping, milleks on veebiplatvormi kasutustingimused ehk nn platvormileping.

Esmalt vajab mainimist asjaolu, et klassikaliselt tegutsevad agendid kaupade müümise vahendamisega, ning üksikutel juhtudel vaid teenuste reklaamimisega.¹⁸⁰ Samas veebiplatvormid tegutsevad nii esemete müümise kui ka teenuste vahendamisega, näiteks taksoteenuse vahendamine Taxify kaudu. Agendidirektiivi artiklist 1(2) tuleneb, et agendidirektiiv kohaldub üksnes müügilepingute vahendamisele või sõlmimisele. Seega selle agendidirektiivi kohaldamisalasse teenuste vahendamine ei kuulu. Samas on Euroopa Kohus teinud kohtuasjas *Poseidon Chartering* otsuse, kohaldades agendidirektiivi sätteid olukorras, kus agent vahendas teenuse osutamise lepingut, sest siseriiklik õigus oli agendidirektiivist tulenevat rakendusala laiendanud.¹⁸¹ Võlaõigusseaduses sätestatud agendilepingu mõiste sellist piirangut ette ei näe. Selle järgi saab agent vahendada või sõlmida nii müügilepingut kui ka teenuse osutamise lepingut käsundiandja nimel ja huvides.

¹⁷⁹ K. Tang. VÕS III komm vlj. § 670/3.1 – P. Varul jt (koost). Võlaõigusseadus III. Kommenteeritud väljaanne. Tallinn: Juura 2009.

¹⁸⁰ C. von Bar et al (ed), lk 2351.

¹⁸¹ EKO 16.03.2004, C-3/04, *Poseidon Chartering*, p-d 12, 16.

Eelkõige peab agent tegutsema lepingute vahendamise või sõlmimisega, mis on tema põhikohustuseks. Lepingu vahendamise kohustus tähendab eelkõige seda, et agent peab ette valmistama tehinguid, otsides kliente kauplejale ning veenma neid käsundiandjaga lepingulisse suhtesse astuma.¹⁸² Veebiplatvormi puhul on kaupleja teenused või tooted veebiplatvormile üles laetud veebiplatvormi poolt hallatavasse andmebaasi¹⁸³ ja selle kaudu avalikkusele kättesaadavaks tehtud. Veebiplatvorm eksisteerib teatud liiki passiivsusega, erinevalt klassikalisest agendist, kes peab aktiivselt otsima kolmandat isikut¹⁸⁴. Samas veebiplatvormid ei ole täiesti aktiivsusetud ehk nad ei ole täielikult nii-öelda reklaamstendid kuhu pannakse informatsioon üles ja sellega tegevus piirdub. Veebiplatvormid on aktiivsed kuivõrd nad teevad enda veebiplatvormi kohta reklaami, et kasutajaid juurde saada, ning sihtreklaami¹⁸⁵ (ing k *targeted advertising*) kasutajatele sarnaste toodete või teenuste kohta, mille vastu on kasutaja huvi tundnud. Teatud veebiplatvormid saadavad samuti ka uudiskirju või teistsuguseid reklaamiteateid kasutajatele, seega platvorm otsib aktiivselt kolmandaid isikuid käsundiandja jaoks. Mõistlike pingutuste tegemine ei ole erinevate agendilepingute puhul sarnane ning seda tuleb hinnata iga konkreetse suhte ja agendilepingu kohaselt.¹⁸⁶ Saab asuda seisukohale, et aktiivsuse tase lepingute vahendamiseks ei pea olema ilmtingimata kõrge, vaid oluline on vähemalt teatud liiki tegutsemine selle saavutamiseks.

Sarnaselt lepingu vahendamisele, peab agent lepingu sõlmimiseks tegema mõistlikke pingutusi.¹⁸⁷ Veebiplatvormide ärimudel vastab pigem lepingute vahendamisele, arvestades et teenuse või toote ost vormistatakse veebiplatvormil, st selle veebilehel ning kogu vastav lepingu sõlmimise informatsioon kogutakse veebiplatvormi andmebaasidesse. Veebiplatvorm saab vahendada ja sõlmida lepinguid, sõltuvalt sätestatud esindusõiguse ulatusest. Iseenesest vastab veebiplatvormi tegutsemine nii lepingu vahendamise kui ka sõlmimise tunnustele, kuna esiteks teeb veebiplatvorm reklaami, üritades leida kolmandaid isikuid lepingulisse suhtesse astuma ning seejärel pakub võimalust lepingu sõlmimiseks veebiplatvormil. Kogu

¹⁸² M. Hesselink et al. Principles of European Law. Study. Group on a European Civil Code. Commercial Agency, Franchise and Distribution Contracts (PEL CAFDC). Munich: European Law Publishers 2006, lk 162.

¹⁸³ Andmebaas tähendab antud kontekstis veebiserverit kui arvutisüsteemi, kus veebilehte kui veebiplatvormi hoitakse.

¹⁸⁴ M. Hesselink et al, lk 161.

¹⁸⁵ Sihtreklaami puhul on tegemist reklaami alaliigiga, mis keskendub tarbija konkreetsetele tunnustele või omadustele ning need tunnused või omadused põhinevad tootel või isikul, keda reklaamija edendab. Neid tooteid või isikuid demonstreeritakse tarbijale sellises kohas, kus need tunnused või omadused saavad eksisteerida ja nendeks tunnusteks on eelkõige rass, sugu, vanus, haridustase, sissetuleku suurus jms. Sedasi muutub reklaam personaalseks, lähtuvalt isiku poolt jagatud andmetest. Vt: J. Ratliff, D. Rubinfeld. Online Advertising: Defining Relevant Markets. - Journal of Competition Law and Economics 2010/3, lk 9-10. Arvutivõrgus: <https://ssrn.com/abstract=1734015> (16.04.2017).

¹⁸⁶ P. Tamm. Võlaõiguseaduse agendilepingu regulatsiooni muutmise vajalikkusest Euroopa lepinguõiguse ühtse tugiraamistiku projekti DCFR valguses. Bakalaureusetöö. Tallinn: Tartu Ülikool 2013, lk 38.

¹⁸⁷ M. Hesselink et al, lk 163.

lepingu sõlmimise protsess, kui ka enamustel juhtudel maksmise protsess toimub veebiplatvormil. Kolmas isik kui tarbija saab veebiplatvormil valida välja toote, selle kogused ning seejärel kinnitada antud tellimuse ning selle eest tasuda.

Asjaolu, et veebiplatvorm tegutseb aktiivselt lepingute vahendamise ja sõlmimisega viitab veebiplatvormi tegutsemisele antud toimingute tegutsemisel iseseisvalt. VÕS § 670 lg 2 sätestab, et agent tegutseb iseseisvalt, kui tal on õigus kujundada oma tegevust põhiliselt vabalt ja määrata oma tegutsemiseaeg. Agendi iseseisvas tegevuses väljendab asjaolu, et ta saab kujundada enda tegevuse vabalt ning on tegutsemise viisi, aja ja koha valikul oluliselt määral iseseisev.¹⁸⁸ Veebiplatvorm tegutseb iseseisvalt, sest esiteks valib ta tegevuse viisi, st kujundab enda ärimudeli, mille alusel kaupleja tooteid või teenuseid vahendab. See võib tuleneda nii asjaolust, kas tegemist on P2P mudeliga ehk kelle vahel agent lepinguid vahendab ning sõlmib. Sarnaselt klassikalistele e-poodidele saavad veebiplatvormid valida, kus riigis või piirkonnas enda teenust osutavad ning mis tooteid või teenuseid tarbijatele tarnivad, mis keelt või valuutat kasutavad. See on eelkõige oluline määramaks mis õigus neile kohaldub¹⁸⁹ ehk veebiplatvormidel on vabadus valida tegutsemise ning kohustuse võtmise ulatus. Samuti võib veebiplatvorm valida, millistele tarbijatele ta informatsiooni avaldab ehk peab n-ö läbirääkimisi, näiteks kasutades geoblokeerimist¹⁹⁰ (ing k *geo-blocking*). Samas tegutsemisaja kriteerium ei ole enam kohane veebiplatvormide puhul, kuna tegevus on automatiseeritud ja lepingu sõlmimine saab toimuda igal ajaperioodil, sest veebiplatvorm on kättesaadav interneti vahendusel. See demonstreerib, et veebiplatvorm saab iseseisvalt otsustada, kelle vahel ta lepingulisi suhteid on nõus vahendama ja millistes piirkondades asuvate isikute vahelisi lepinguid veebiplatvormil sõlmida lubatakse. Nendes piirkondades või riikides, kus lepinguid sõlmida ei lubata, ei ole võimalik veebiplatvormi kasutada. Seejuures on veebiplatvormi kui agendi iseseisvus kordades suurem kui klassikaliselt agendil, kuna veebiplatvorm saab esmalt ise enda volitused reguleerida, mida kaupleja ega tarbija muuta ei saa. Selliselt ei ole võimalik käsundiandjal mõjutada agendi tegevust, vaid ta peab aktsepteerima veebiplatvormi tegevust selliselt nagu see on nende vahelises lepingus kokku lepitud. Seega on veebiplatvormi tegevus tulenevalt kasutustingimustest iseseisvam, kuna ta saab näha ette tingimused, mida ta peab täitma ning kuidas seda teeb. See erineb *vice versa* klassikalisest agendilepingust, kus nõrgemaks pooleks on agent.¹⁹¹

¹⁸⁸ K. Tang. VÕS III komm vlj. § 670/3.1.

¹⁸⁹ EKo 7.12.2010, C-585/08, *Pammer ja Hotel Alenhof*, p 92.

¹⁹⁰ Geoblokeerimine on asukohapõhine piiramine, mille puhul teatud interneti sisule ligipääs on piiratud lähtuvalt isiku geograafilisest asukohast, kasutades isiku internetiaadressi (IP-aadress).

¹⁹¹ R. J. C. Munday, lk 62; K. Tang. VÕS III komm vlj. § 670/3.1.

Lepingute sõlmimise ning vahendamise puhul ei sõlmi agent lepinguid enda nimel, vaid käsundiandja nimel.¹⁹² Seega ei ole tarbijaga sõlmitud lepingu teiseks pooleks mitte veebiplatvorm, vaid käsundiandja – kaupleja. Olukorras, kus veebiplatvorm sõlmib lepingu enda nimel, ei ole tegemist agendi õigussuhtega, vaid veebiplatvorm tegutseb müüjana või teenuse osutajana ning veebiplatvorm muutub müügi- või teenuseosutamise lepingu pooleks. Samasugusele seisukohale on jõudnud ka Euroopa Kohus lahendis *Mavrona*, leides et tegemist ei ole agendiga kui toode müüakse käsundiandja huvides, kuid agendi nimel.¹⁹³ Alternatiivselt võib teatud olukorras selline õigussuhe olla kvalifitseeritav komisjonilepinguna vastavalt VÕS § 692 lg-le 1, sest komisjonär sõlmib lepingu enda nimel. Tavapäraselt sisaldavad veebiplatvormide kasutustingimused teavet, et platvormid on üksnes vahendajad ning lepingupooleks on kaupleja. Veebiplatvormid esitavad toote või teenuse juures kaupleja nime ning teatud juhtudel esineb see ka arvel, et kaupade müüja oli või teenust osutas või hakkab osutama kaupleja. Näiteks Amazon esitab toote lehel müüva kaupleja nime ning arvel on see informatsioon ka esitatud, aga Taxify esitab juhi nime üksnes pärast nõusoleku andmist. Konkreetsemalt saab see selguda üksnes sellest, kui hästi veebiplatvorm välja toob kas toodete juures või kasutustingimustes, kas ta tegutseb agendina, näiteks pakkudes lingina internetiaadressi käsundiandja eraldiseisvale veebisaidile või käsundiandja veebiplatvormil olevale veebilehele.¹⁹⁴

Arvestades eeltoodut võib asuda seisukohale, et kui veebiplatvorm avaldab informatsiooni kaupleja kohta, võib eeldada, et leping sõlmitakse kaupleja nimel. Selliselt on informeeritud tarbijat asjaolust, et lepingu teiseks pooleks on kaupleja, kuid küsimus tõusetub selles, et kuidas peab olema selline informatsioon esitletud. Tavaliselt on informatsioon kaupleja kui müüja või teenuseosutaja kohta esitatud, kuid see võib jääda tarbija jaoks ebaselgeks, et tegelikult tekib lepinguline suhe kauplejaga, mitte veebiplatvormiga.¹⁹⁵ Kui veebiplatvorm sõlmib lepingu kaupleja nimel, siis informatsioon selle kohta peaks olema esitletud selgel viisil kolmandale isikule. Analoogselt tuleb vastavalt VÕS § 62² lg-le 3 ja Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 2011/83/EL¹⁹⁶ (edaspidi CR direktiiv) artiklile 8(2) teavitada tarbijat sõnaselgelt arvutivõrgu abil sõlmitud lepingu puhul, et tellimuse puhul lasub kohustus tellimuse eest maksta. See muudatus viidi sisse vastavalt CR direktiivi preambula

¹⁹² K. Tang. VÕS III komm vlj. § 670/3.1.

¹⁹³ EKO, 10.02.2004, C-85/03, *Mavrona*, p-d-16-18.

¹⁹⁴ I. Kull. The Adequacy of Existing Estonian Laws for the Platform Economy, lk 53-54.

¹⁹⁵ *Ibid.*, lk 54.

¹⁹⁶ 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 – ELT L 304, 22.11.2011, lk 64-88.

punktile 39 eesmärgiga tarbijaid mitte eksitada.¹⁹⁷ Samalaadne muudatus võib olla tarvilik ka veebiplatvormide puhul sätestada, kus oleks selgelt välja toodud, et lepinguid sõlmitakse käsundiandja nimel ning vastava käsundiandja nimi oleks esitatud selgelt ja väljapaistvalt. Üheks võimaluseks oleks vastav info panna iga toote või teenuse juurde, et võimalikult varakult tarbijat teavitada. Vastasel juhul võib tarbijale jääda mulje, et ta astub lepingulisse suhtesse veebiplatvormiga.

Eelpool toodud olukorda kinnitab veelgi asjaolu, et teatud veebiplatvormid tegutsevad samaaegselt nii agendina kui ka teenuse osutaja või müüjana ehk osad kaubad või teenused kuuluvad veebiplatvormile. Selline ärimudel eksisteerib Amazon'il, kes vahendab käsundiandjate kaupu, kuid pakub ka enda teenuseid nagu *Amazon Video*. Seega peaks informatsioon, kelle nimel veebiplatvorm lepinguid sõlmib ning vahendab ehk on igal konkreetsel juhul käsundiandjaks olema esitatud selgelt ja arusaadavas vormis. Veebiplatvorm vahendab erinevaid kauplejaid, mitte ainult ühte käsundiandjat. Arvestades eeltoodud saab asuda seisukohale, et veebiplatvorm sõlmib ning vahendab lepinguid käsundiandja nimel agendilepingu tähenduses. Kuid veebiplatvormil lepingu vahendamise või sõlmimise funktsiooni selgus lähtub igast konkreetsest veebiplatvormist, kuidas informatsioon selle kohta on esitatud.

Veebiplatvorm sõlmib lepinguid ja vahendab neid käsundiandja nimel, kuid veebiplatvormil esineb palju erinevaid käsundiandjaid, mis toob kaasa võrguefekti¹⁹⁸ (ing k *network effect*) tekkimise. VÕS § 675 lg 1 kohaselt võib agent olla tegev ka teiste käsundiandjate jaoks, kui kirjalikult ei ole kokku lepitud teisiti. Veebiplatvorm tegutseb mitme käsundiandja ehk kaupleja huvides. Mida enam kauplejaid ja nende tooteid ning teenuseid veebiplatvormil on, seda populaarsem on veebiplatvorm. Seadus näeb ette, et selline tegevus on lubatud, arvestades, et veebiplatvorm koostab lepingu enda ja käsundiandja vahel, siis käsundiandja ei saaks seda isegi keelata. Samas peab agent järgima lojaalsuskohustust ja käsundiandja huvide järgimise kohustust, mille puhul on võlaõiguse seaduse kommentaarides leitud, et isegi piirava kokkuleppe puudumisel on agent kohustatud hoiduma tegutsemast käsundiandjaga samal kauba- või teenuseturul konkureeriva ettevõtja heaks.¹⁹⁹

¹⁹⁷ Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseseaduse muutmise seaduse eelnõue 505 SE algteksti seletuskiri, lk 51. Arvutivõrgus: www.riigikogu.ee (04.03.2017).

¹⁹⁸ Võrguefekt (ing k *network effect*) on nähtus, mille puhul ühe toodete või teenuste tarbija on väärtus teistele selle toote tarbijatele. Toote või teenuse väärtus sõltub võrguefekti puhul sellest, kui palju teisi kasutajaid on sellel tootel või teenusel, selle läbi suureneb olemasolevate tarbijate kasulikkus ning see suurendab uure liitujate motivatsiooni liitumiseks.

¹⁹⁹ K. Tang. VÕS III komm vlj. § 675/3.1.

Vastavalt VÕS § 670 lg-le 4 kohaldatakse agendilepingule käsunduslepingu kohta sätestatud, mille hulka kuulub ka lojaalsuskohustuse järgimine. Tulenevalt VÕS § 620 lg-st 1 peab käsundisaaja tegutsema käsundiandjale lojaalselt. Lojaalsuskohustus tähendab eelkõige käsundiandja huvidega arvestamist ning nende kaitsmist, mille sisuks on keeld eelistada kellegi teise huve käsundi täitmisel käsundiandja omadele.²⁰⁰ Kuna veebiplatvormil tegutsevad mitmed käsundiandjad, siis on võimalik esialgselt väita, et veebiplatvorm rikub lojaalsuskohustust, sest vastasel juhul ei tohiks agent teiste ega ka enda huve käsundiandja omast ettepoole seada. Seega tekib küsimus, kas sellel saab eksisteerida erand või on ikkagi kõik käsundiandjad veebiplatvormil võrdsed. Lojaalselt käituv agent peaks käsundi täitma parima kasuga, järgima käsundiandja juhiseid ning lähtuma ja kaitsma käsundiandja huve.²⁰¹ Samas saab asuda seisukohale, et lojaalsuskohustuse sisustamine, mille kohaselt ei või teiste samal tegevusalal tegutsevate ja konkureerivate käsundiandjate jaoks tegutseda, on liiga piirav veebiplatvormi jaoks. Veebiplatvormil on kauplajad kui ka nende tooted ning teenused avalikult kättesaadavad, veebiplatvorm ei piira konkreetse kauplaja toodete või teenuste avaldamist veebiplatvormil, võrreldes teiste kauplajatega. Veebiplatvormil on nähtaval kõik kauplajad, kes platvormil on kohal, ja sellega ei kahjustata ühtegi kauplajat. Kui veebiplatvorm peaks keelama konkureeriva kauplaja lubamist veebiplatvormile lähtuvalt lojaalsuskohustusest, siis vähendaks see võrguefekti ning seetõttu kahjustuksid ka veebiplatvormil olemasolevad konkureerivad kauplajad. Tegemist on veebiplatvormile iseloomuliku tunnusega, mille puhul koondatakse mitmed erinevad sama kasutajagrupi liikmed kokku, mistõttu kasvab ka vastas oleva kasutajagruppi arv ehk võrguefekt, mille tõttu kauplajad soovivadki veebiplatvormi kasutada. Samuti ei tegutse veebiplatvorm sellise aktiivsusega ühegi käsundiandja tarbeks, mille tõttu oleks tugev lojaalsuskohustuse rikkumine, pigem toimub tegutsemine veebiplatvormi hüvanguks, et seda kui tervik komplekti reklaamida, kuid seda ei saa pidada lojaalsuskohustuse rikkumiseks.

Tuleb asuda seisukohale, et veebiplatvormi puhul pole tegemist lojaalsuskohustuse rikkumisega, kui sama kaubandus- või tegevusala käsundiandjaid vahendatakse samal veebiplatvormil. Võlaõigusseaduse kohaselt on lojaalsuskohustus imperatiivne ning seda saab lepingus üksnes rangemalt sisustada.²⁰² Arvestada tuleb, et kauplajate huvi on veebiplatvormi kasutada kasutajagrupi suuruse ja veebiplatvormi populaarsuse tõttu, mistõttu ei saa kauplaja eeldada konkureerivate ettevõtjate välistamist, sest vastasel juhul ei oleks veebiplatvorm kui turukeskkond populaarne. Kauplaja huviks on olla ise seal kohal, mitte välistada teiste

²⁰⁰ P. Varul. VÕS III komm vlj. § 620/3.2.

²⁰¹ RKTko 3-2-1-180-12 p 13.

²⁰² P. Varul. VÕS III komm vlj. § 620/4.

(konkureerivate) ettevõtjate ligipääs veebiplatvormile. Samuti ei tegutse veebiplatvorm mitte ühegi käsundiandja huvides konkreetselt, vaid *summa summarum* kõigi käsundiandjate huvides ühtemoodi – pakkudes võimalikku kauplemiskohta ühesugustel tingimustel. Veebiplatvorm ei eelista ühtegi käsundiandjat teisele, mistõttu ei saa seda pidada lojaalsuskohustuse rikkumiseks *de facto* asjaolu pinnalt, et seal on mitu käsundiandjat, kelle huvides veebiplatvorm tegutseb nagu agent. Olukord oleks vastupidine, kui veebiplatvorm eelistaks ja tegutseks erakordselt aktiivselt üksnes ühe käsundiandja huvides, ilma teistele sellise võimaluse pakkumist, näiteks võttes agenditasu ühelt käsundiandjalt suuremas ulatuses, kui teiselt. Samas ei saa seda pidada lojaalsuskohustuse rikkumiseks lähtuvalt lepinguvabaduse printsiibist.²⁰³ Kui konkreetse kaupleja tooteid esitletakse tarbijale konkreetsemalt või kui esitatakse otsingutulemustes esimestena, siis seda tuleks pidada lojaalsuskohustuse rikkumiseks ja tarbijate eksitamiseks.

Kui veebiplatvorm vahendab ning sõlmib mitme erineva käsundiandja nimel lepinguid, siis agent peab seda tegema püsivalt käsundiandja nimel. Püsivuse kriteerium on lisaks teistele eelpool toodud tingimustele üheks olulisemaks kriteeriumiks agendilepingu eristamiseks käsunduslepingust, kuna mõlemal juhul tegutsetakse käsundiandja esindajatena.²⁰⁴ Agendi püsivaks tegutsemiseks peetakse olukorda, kui on kokkulepitud pidevas määramatu arvu hulga lepingute vahendamise või sõlmimise kohustuses.²⁰⁵ Veebiplatvormi puhul toimub lepingute vahendamine ning sõlmimine seni kuni käsundiandja on veebiplatvormil või kuni konkreetset toodet või teenust jagub. Seejuures ei ole tavaliselt kokkulepitud vahendatavate või sõlmitavate lepingute arvu. Euroopa Kohus on leidnud kohtuasjas *Poseidon Chartering*, et vahendaja poolt sõlmitud tehingute arv käsundiandja jaoks või käsundiandja nimel ja arvel viitab tavaliselt volituste püsivusele, kuid isegi ainult ühe lepingu vahendamine ei välista agendilepingu olemasolu, sest määrav on pidevuse kriteerium.²⁰⁶ Seega peab agendil eksisteerima püsiv volitus lepingute vahendamiseks või sõlmimiseks.²⁰⁷ Veebiplatvormid ei piira lepingute vahendamise ja sõlmimise hulka, selle kaudu on võimalik piiramatult arv ning piiramatul ajal lepinguid vahendada ja sõlmida. Samuti on võimalik veebiplatvormi kaudu tooteid või teenuseid saada seni kuni käsundiandja on veebiplatvormil ehk poolte vahel eksisteerib pikemaajaline õigussuhe, mille tõttu on võimalik pidada veebiplatvormi kui agendi tegevust püsivaks.

²⁰³ I. Kull (jt) Võlaõigus I Üldosa. Tallinn: Juura 2004, lk 53-54

²⁰⁴ K. Tang. VÕS III komm vlj. § 670/3.1.

²⁰⁵ *Ibid.*

²⁰⁶ *Poseidon Chartering*, p-d 24-25.

²⁰⁷ E. Eftestøl-Wilhelmsson. EC agency law and intermediaries in shipping. - Scandinavian Institute of Maritime Law Yearbook 2006/7, lk 163. Arvutivõrgus: http://www.helsinki.fi/katti/english/EE-W_Publications/EE-W_SIMPLY_2006.pdf (13.03.2017).

Vahendamise või sõlmimise piirang saab üksnes tulla sellest, kui palju kaupa või teenuste hulka on kaupljal võimalik osutada, sellisel juhul iseenesest on tegemist piiratud arvul lepingute vahendamisega ja sõlmimisega. Näiteks saab Taxify kaudu sõiduositamise teenust osutada vaid ühekaupa korra, sest see tuleb teenuse olemusest. Nimelt ei ole üksikute ette kindlaksmääratud lepingute sõlmimine või vahendamine selle tegemine püsivalt isegi pika ajavahemiku jooksul.²⁰⁸ Seega saab tekkida olukord, kus üksnes üksikuid lepinguid vahendatakse ja sõlmitakse veebiplatvormil tulenevalt asjaolust, et käsundiandja suudab ainult piiratud arvu tooteid või teenuseid pakkuda, nt oksjoni keskkonna puhul mida pakub osta.ee või eBay. Samas veebiplatvorm ei tea mitut lepingut kokkuvõttes vahendatakse ja sõlmitakse, kuna need kiidab heaks käsundiandja, laadides veebiplatvormile ülesse konkreetse hulga, mida on võimalik kolmandal isikul soetada. Sellisel juhul tuleb pigem asuda seisukohale, et veebiplatvorm osutab enda teenust püsivalt konkreetse käsundiandja nimel, isegi olukorras kui piiratud arv lepinguid vahendatakse ja sõlmitakse, kuna veebiplatvorm ei näe ette summaarset arvu. Analoogselt on Euroopa kohus eelnevalt viidatud lahendis seda seisukohta kinnitanud. Alternatiivselt võib antud tõlgendust laiendada ning asuda seisukohale, et püsivuse kriteeriumit tuleb tõlgendada, arvestades agendi tegutsemist kõigi käsundiandjate jaoks. Siis oleks püsivaks tegutsemiseks *de facto* veebiplatvormi tegutsemine kõigi käsundiandjate tarbeks määramatu arvu lepingute vahendamiseks ja sõlmimiseks. Sellist tõlgendust ei ole küll käesoleval juhul Euroopa Kohtu praktika kinnitanud. Kui veebiplatvormi ärimudeli järgi toimub ühe kindlaksmääratud lepingu vahendamine või sõlmimine, ei ole püsivuse kriteerium täidetud ning agendilepingu suhet veebiplatvormi ja käsundiandja vahel ei eksisteeri. Töö autorile ei ole käesoleval hetkel teada ühtegi veebiplatvormi, kelle ärimudeli järgi toimub ühe kindlaks määratud lepingu vahendamine või sõlmimine. Seega on antud käsitlus teoreetiline. Sellisteks platvormideks võivad olla keskkonnad, kus füüsilised isikud müüvad antiikesemeid või eritellimusena valmistatud tooteid, kuid kui toodet on üks, siis võib konkreetne isik müüja erinevaid tooteid. Samas võib tehingute arvu kasvu korral tekkida poolte vahel agendilepinguline suhe.

Agendilepingust tuleneb ka käsundiandja tasu maksmise kohustus, mille puhul on tegemist tema põhikohustusega.²⁰⁹ VÕS § 670 lg 1 ls 2 järgi kohustub käsundiandja maksma agendile tasu. Seejuures peab arvestama, et agenditasu makstakse vastavalt VÕS § 678 lg 1 ls-le 1 kui vahendatud leping on sõlmitud ning täidetud. E-kaubanduse veebiplatvormid, mis võtavad teatud protsendi vahendatud toote müügihinnast, tegutsevad seega agendina. Näiteks

²⁰⁸ K. Tang. VÕS III komm vlj. § 670/3.1.

²⁰⁹ K. Tang. VÕS III komm vlj. § 670/3.2.

Amazon'il on erinevatele toodetele kohalduv spetsiifiline protsent, mida arvestatakse maha iga müüdud eseme väärtusest ja mille võrra vähem saab müüja tasu, näiteks riiete puhul on selleks 15%.²¹⁰ Tasu maksmise kohustus sõltub veebiplatvormi ärimudelist, st võivad esineda mudelid, kus tasu maksmise kohustus on ka tarbijal, seda eelkõike *freemium*²¹¹ mudelit rakendavate veebiplatvormide puhul.²¹² Töö autorile ei ole teada ühtegi e-kaubanduse veebiplatvormi, kus tarbija peab platvormi kasutamise eest tasu maksma. Küll kasutavad *freemium* mudelit teised veebiplatvormi liigid, näiteks sotsiaalmeedia platvorm LinkedIn.

Lisaks B2C mudelile esineb veebiplatvorme, mis vahendavad tarbijaid, st töötavad P2P mudeli alusel. Seega eksisteerib küsimus, kas agendi õigussuhtes saab käsundiandjaks olla tarbija ehk isik, kes ei tegutse majandus- ja kutsetegevuses. Võlaõigusseadus ei näe ette, et käsundiandjaks ei või olla tarbija ehk piiratud ei ole isiku õigust volitada kedagi enda nimel esindama. Seega ei esine erisust asjaolus, et käsundiandjaks on agendilepingus majandus- ja kutsetegevuses tegutsev isik või tarbija. Sarnaselt sellele ei ole piiratud käsundiandjaks olemist äriühinguna või füüsilise isikuna. Seega kohalduv eelnevalt esitletud tõlgendamise tingimused sarnaselt ka tarbijatele, kes tooteid müüvad või teenuseid osutavad.

Täiendavalt vajab agendilepingu puhul tõlgendamist VÕS § 691 p 1, mille kohaselt kui agendilepingu peatükis on otse sätestatud või sätte olemusest tuleneb, et seadusest kõrvalekaldumine ei ole lubatud, võib lepingupoolte kokkuleppel seaduses sätestatust siiski kõrvale kalduda, kui Eestis tegevuskohta, selle puudumisel elu- või asukohta omava käsundiandja huvides tegutseb agent, kes elab või asub mujal kui Eestis või Euroopa Liidu liikmesriigis. Selle sätte kohaldamine saab tuua oluliselt ebavõrdse kohtlemise Eestis asuva käsundiandja jaoks, kuna suuremad veebiplatvormid, näiteks Amazon või eBay, asuvad Ameerika Ühendriikides. Kuna kasutustingimused on koostatud veebiplatvormi poolt, siis on käsundiandja veelgi nõrgemas positsioonis, kui agendilepingu imperatiivsed sätted ei kohaldu ning kokku võib leppida teistsugustes reeglites. Euroopa Kohus on asunud seisukohale, et kui agent tegutseb Euroopa Liidu liikmesriigis, kuid käsundiandja väljaspool Euroopa Liitu, kohalduvad agendidirektiivi imperatiivsed sätted endiselt, sest preambula punkt 2 näeb ette ühesugustel tingimustel tegutsemise Euroopa Liidus.²¹³ Analoogselt on selle kaudu võimalik asuda seisukohale, et isegi kui veebiagent on asutatud väljaspool Euroopa Liitu, kuid pakub

²¹⁰ Fees and Pricing. Amazon.

²¹¹ *Freemium* on hinnastamise strateegia, mille kohaselt toodet või teenust, mis on eelkõige digitaalse sisuga, pakutakse tasuta, kuid tasu küsitakse täiendavate funktsionaalsuste või ligipääsude eest.

²¹² Professor Tom Rodden—written evidence (OPL0074), 07.12.2015, p 2. – Arvutivõrgus: <http://data.parliament.uk/writtenevidence/committeeevidence.svc/evidencedocument/eu-internal-market-subcommittee/online-platforms-and-the-eu-digital-single-market/written/25677.html> (10.03.2017).

²¹³ EKo 9.11.2000, C-381/98, *Ingmar GB*, p-d 23, 26.

Euroopa Liidus teenuseid, siis agendilepingu regulatsiooni imperatiivsed sätted kohalduvad. Seega kui selline tegevus on hõlmatud Eestis, siis kohalduvad ka võlaõigusseaduse imperatiivsed sätted ja Eestis asuvad käsundiandjad ei jää kaitsest ilma ning agente ei kohelda ebavõrdselt tulenevalt asukohast.

Eeltoodust nähtub, et veebiplatvormi ning kaupleja vahelist õigussuhet on võimalik kvalifitseerida agendilepinguna VÕS § 670 lg 1 tähenduses. Kui agendilepingu kohaldamise eeldused täidetud ei ole, võib veebiplatvorm olla nt edasimüüja või komisjonäär, saades ise nn vahendatud lepingupooleks või on võimalik seda õigussuhet kvalifitseerida maaklerilepinguna. Arvestades veebiplatvormide rohkust ning nende ärimudelitest tulenevaid erinevusi, siis saab asuda seisukohale, et veebiplatvormide ja kaupleja vahelise õigussuhte kvalifitseerimine üksnes agendi õigussuhtena kõikide veebiplatvormide puhul ei ole võimalik ning seda tuleb hinnata iga üksikjuhtumi kaupa.

3.1.2 Agendileping tarbijaga

Ühe võimalusena võib veebiplatvormi ning tarbija vahel olla sõlmitud agendileping. Jagamismajanduse töögrupp on leidnud Airbnb näitel, et Prantsusmaa ja Hollandi õiguses saab identifitseerida veebiplatvormi agendina ka tarbijaga suhtes.²¹⁴ Veebiplatvorm tegutseb tarbija huvides kui agent olukorras, kus aitab leida sobivat toodet või informatsiooni, mis viib lepingu sõlmiseni, näiteks Airbnb puhul on selleks sobiva ööbimiskohta leidmine.²¹⁵ Käesoleva töö autor nõustub, et veebiplatvorm teeb võimalikuks informatsiooni kättesaamise, samas on küsitav, kas üksnes seetõttu on võimalik veebiplatvormi pidada agendiks VÕS § 670 lg 1 tähenduses. Kuivõrd infoühiskonna teenuse osutaja iseloomulikuks tegevuseks on informatsiooni avaldamine internetis.²¹⁶ Veebiplatvorm tegutseb tarbijaga suhtes teatud liiki vahendajana, nagu suhtes kauplejaga, st veebiplatvorm tegutseb mõlema kasutaja huvides, aga teeb seda erinevatel eesmärkidel.²¹⁷ Järelikult vajab käsitlemist, kas on võimalik veebiplatvormi ja tarbija vahelist õigussuhet kvalifitseerida agendilepinguna põhjusel, et veebiplatvorm aitab leida sobivat toodet või teenust ja ühtlasi vahendab lepingu sõlmimist või sõlmib lepingu.

²¹⁴ R: Koolhoven et al, lk-d 41, 69.

²¹⁵ *Ibid.*, lk 41.

²¹⁶ Tikk, E., Nõmper, A. Informatsioon ja õigus. Tallinn: Juura 2007, lk 133.

²¹⁷ Chopra/White, lk-d 44-45

Agendi põhikohustus on püsivalt lepinguid vahendada või sõlmida iseseisvalt lepinguid käsundiandja²¹⁸ nimel ja huvides kolmanda isikuga²¹⁹. Traditsioonilise tõlgenduse kohaselt on agendi kohustuseks lepingute vahendamisel ja sõlmimisel klientide leidmine ja müügitööga tegelemine.²²⁰ Tarbija huvides tegutsemisel ei tegutse agent klientide leidmise ega müügitööga, vaid otsib müüjat või teenuse osutajat tarbija huvides. Praktikast tähendab agendilepingu kasutamine toodete või teenuste turustamisviisi, mis viitab sellele, et agent tegutseb eelkõige kaupleja hüvanguks.²²¹ VÕS § 670 lg-s 1 toodud agendilepingu definitsioon ei näe ette, et tegemist on üksnes kaupleja nimel ja huvides tegutsemisega. Samuti ei tulene mõistest, kes on käsundiandja ja kolmas isik, vaid selles kirjeldatakse üksnes abstraktselt agenditegevust käsundiandja ja agendi vahel. Selle kohaselt on kolmas isik, kellele agent peab lepinguid vahendama või kellega lepingu sõlmima, jäetud isikustamata. Seega ei ole agendi kohustused üksnes piiratud klientide leidmisega, vaid agendi kohustused võivad olla laiemad. Agendilepinguga võib olla hõlmatud ka olukord, kus agent aitab tarbijal kauplejat leida ehk *vice versa* olukord varasemalt esitatud traditsioonilisele tõlgendusele. Seejuures toob selgust agendidirektiivi artiklis 1(2) toodud kommertsagendi²²² mõiste, mille kohaselt on agendil volitus pidada läbirääkimisi kaupade müügi või ostu üle. Kuigi ostvad agendid on haruldased, võib agent üheaegselt olla nii ostev kui ka müüv agent.²²³ Objektiks võib olla ka teenuse osutamise leping nii selle teenuste müümiseks kui ka ostmiseks.²²⁴ Järelikult saab väita, et agent saab ka tarbija huvides ja nimel tegutseda lepingute vahendamise või sõlmimise eesmärgil.

Lepingute vahendamise ja sõlmimise protsess peab toimuma püsivalt ja iseseisvalt käsundiandja huvides ja nimel agendi poolt. Esmalt tuleb arvestada, et veebiplatvorm ei sõlmi ega vahenda lepingut enda nimel, vaid põhilepingu pooleks saab tarbija.²²⁵ Tarbija nimel lepingu vahendamisel või sõlmimisel on selge, et toote või teenuse saajaks on tarbija, mitte veebiplatvorm. Samas tõusetub küsimus veebiplatvormi iseseisvuses tarbija kui käsundiandja jaoks tegutsemisel. Agendi tegutsemine on iseseisev, kui ta saab oma tegevust kujundada

²¹⁸ Käsundiandjana on käesolevas peatükis mõeldud veebiplatvormil olevat kaupade ostjat või teenuste tarbijat, kelle puhul kasutatakse ühemõtteliselt terminit tarbija.

²¹⁹ Kolmanda isikuna on käesolevas peatükis mõeldud veebiplatvormil olevat kauplejat, kes müüb kaupa või osutab teenust.

²²⁰ K. Tang. VÕS III komm vlj. § 673/3.1; M. Hesselink et al, lk 159.

²²¹ K. Tang. VÕS III komm vlj. 38. peatükk, lk 119.

²²² Käesolevas töös on terminineid kommertsagent ja agent käsitletud sama tähenduslikena ja sünonüümidena.

²²³ F. Randolph, J. Davey. Guide to the Commercial Agents Regulations. Oxford: Hart 2003, lk 39; England and Wales Court of Appeal, Page v Combined Shipping and Trading Co Ltd [1996] EWCA Civ 13123, 24.05.1996. Arvutivõrgus: <http://www.bailii.org/ew/cases/EWCA/Civ/1996/1312.html> (02.03.2017).

²²⁴ S. Saintier et al (ed). Commercial Agency Law: a comparative perspective. Aldershor 2002, lk 263 (viidatud: R. Goode et al (ed). Transnational Commercial Law: Texts, Cases and Materials. Second Edition. Oxford University Press: New York 2015, lk 299).

²²⁵ R. J. C. Munday, lk 59.

vabalt.²²⁶ Tarbija suhtes on veebiplatvormi tegevus vaba ja iseseisev sarnaselt käesoleva töö osas 3.1.1 kirjeldatud suhtele veebiplatvormi ja kaupleja vahel. See väljendub eelkõige asjaolus, et tarbija kui käsundiandja ei saa juhendada veebiplatvormi, vaid veebiplatvorm näeb ette enda tegutsemise ulatuse, mis on sarnane ka suhtes kauplejaga. Seda nii ärimudeli kui toodete või teenuste valikul, mida veebiplatvorm vahendab, või isiku valikul, kellega lepingute vahendamist või sõlmimist võimaldada.

Veebiplatvormid kui agendi tegevus peab olema aktiivne.²²⁷ Tõusetub probleem, kas veebiplatvormi ehk agendi tegevus tarbijaga suhtes on aktiivne või vähemalt piisavalt aktiivne agendi õigusliku regulatsiooni mõttes. Iseenesest veebiplatvormid ei käitu aktiivselt tarbija huvides tegutsedes, vaid pigem passiivselt. Veebiplatvorm koondab enda andmebaasi informatsiooni, mille teeb tarbijale kättesaadavaks ehk esitab tarbijale informatsiooni. Seejuures saab informatsiooni avalikuks tegemise protsess olla automatiseeritud. Samas veebiplatvormi eesmärgiks on eeskätt kauplejate tooteid või teenuseid vahenda ning selle pealt vahendustasu saada. Sellise informatsiooni kogumisel ja avalikuks tegemisel tegutseb veebiplatvorm suhteliselt aktiivselt. Küsitav on, kas veebiplatvorm käitub ise aktiivselt, pakkudes üksnes võimalust kauplejal informatsiooni veebiplatvormi kaudu avalikuks teha. Olukorras, kui sellist informatsiooni kontrollitakse ning reklaamitakse kasutajale, on veebiplatvorm aktiivselt tegutsev. Samuti on platvorm aktiivne, kui otsib enda platvormile kauplejaid. Kui informatsioon on veebiplatvormil analoogselt teadetetahvliga, ei saa veebiplatvormi tegevust pidada aktiivseks.

Samas tõusetub küsimus, kas veebiplatvorm tegutseb tarbija suhtes püsivalt oma kohustusi täites, mis on iseloomulik agendilepingule.²²⁸ Püsivaks tegutsemiseks võib lugeda olukorda, kus on kokkulepitud pidevas määramatu arvu lepingute vahendamise või sõlmimise kohustuses, või piiratud arvu lepingute sõlmimisel, kui see toimub pikema ajavahemiku jooksul.²²⁹ Tarbija kasutab veebiplatvormi informatsiooni või toodete leidmiseks, kuid küsitav on, kas tarbija kasutab veebiplatvormi püsivalt. Veebiplatvormi püsivat eksisteerimist ja kättesaadavust ei saa pidada veel püsivalt tarbija huvideks tegutsemiseks. Tarbijad kasutavad veebiplatvormi vastavalt vajadusele toodete või teenuste hankimisel ja veebiplatvormi ning tarbija vahel ei eksisteeri pikemaajalist ehk püsivat lepingulist suhet tarbija huvides tegutsemiseks. Alternatiivsele seisukohale on võimalik asuda üksnes olukorras, kui pidada veebiplatvormi pidevat kättesaadavust ja *de facto* eksisteerimist püsivaks tegutsemiseks, kuid

²²⁶ K. Tang. VÕS III komm vlj. § 670/3.1.

²²⁷ M. Hesselink et al, lk 161.

²²⁸ K. Tang. VÕS III komm vlj. § 670/3.1.

²²⁹ E. Eftestøl-Wilhelmsson, lk-d 162-163.

see oleks termini „püsiv tegutsemine“ liigselt lai tõlgendamine. Seega võib platvormi ja tarbija vahelist õigussuhet kvalifitseerida pigem maaklerilepinguks, kuna tegemist ei ole püsiva tegutsemistega tarbija huvides. Kasutajakonto olemasolu puhul võib, olenevalt veebiplatvormi ja tarbijavahelisest lepingutingimustest, olla tegemist püsiva agendina tegutsemisega.

Agendileping on tasuline ning käsundiandja kui tarbija põhikohustuseks on lepingute vahendamise või sõlmimise eest tasuda pärast põhilepingu sõlmimist.²³⁰ Üldjuhul on agenditasuks protsent lepingu alusel tasutavast summast.²³¹ Veebiplatvormid võtavad tasu eelkõige müüdud kaupade või vahendatud teenuste summalt, mis vastab klassikalisele olukorrale, kuid tasu võetakse kauplejalt. Samas on tänapäeval tarbija andmed muutunud kaubeldavaks objektiks.²³² Isikuandmete või üldiste andmete kaudu on võimalik konkreetsele isikule teostada sihtreklaami või andmeid kogutakse suurandmetena²³³ (ing k *big data*), mis muudab nii müügi- ja turustamisprotsessid efektiivsemaks, kui ka tõstavad ettevõtte väärtust. Tarbija poolt veebiplatvormile loovutatud andmetel on väärtus, mida veebiplatvormid saavad kasutada eelkõige veebireklaami jaoks ehk nad koguvad tarbijalt andmeid ja müüvad ettevõtetele veebireklaami, mis on isikustatud tarbijatele, näiteks Google'i otsingumootor²³⁴ või pakuvad muid isikustatud teenuseid või digitaalset sisu.²³⁵

Klassikaliselt tähendab tasu lepinguõiguses mingisugust kasu teisele poolele, millel on väärtus, seejuures ei ole oluline, et selleks on ilmingimata rahaline väärtus.²³⁶ Võlaõigusseaduse käsitus agenditasust lähtub eeldusest, et agenditasu on rahaline kohustus,

²³⁰ C. von Bar et al (ed), lk 2100.

²³¹ K. Tang. VÕS III komm vlj. § 680/3.2.

²³² C. Langhanke, M. Schmidt-Kessel. Consumer Data as Consideration. - Journal of European Consumer and Market Law 2015/6, lk 129; T. Evans. Personal data as the digital currency: implications for newspapers' business models, lk 4. Arvutivõrgus: <http://www.media-management.eu/wp-content/uploads/Evens-2016-Personal-data-as-digital-currency.pdf> (18.04.2017); European Data Protection Supervisor. Privacy and competitiveness in the age of big data: The interplay between data protection, competition law and consumer protection in the Digital Economy, March 2014, lk 10. Arvutivõrgus: <http://www.statewatch.org/news/2014/apr/eu-edps-competition-law-big-data.pdf> (18.04.2017); W. Eggers et al. Data as the new currency Government's role in facilitating the exchange. - Deloitte Review 2013/13, lk 19. Arvutivõrgus: http://deloitte.wsj.com/riskandcompliance/files/2013/11/DataCurrency_report.pdf (18.04.2017); L. Moerel. Big Data Protection How to Make the Draft EU Regulation on Data Protection Future Proof. Loengumaterjal. Tilburg University 2014, lk 20-21. Arvutivõrgus: http://www.debrauw.com/wp-content/uploads/NEWS%20-%20PUBLICATIONS/Moerel_oratie.pdf (18.04.2017); A-A. Wandtke. Ökonomischer Wert von persönlichen Daten. Diskussion des „Warencharakters“ von Daten aus persönlichkeits- und urheberrechtlicher Sicht. - MultiMedia und Recht 2017/1, lk 6.

²³³ Suurandmeid on suure mahuga, suure kiirusega ja suure varieeruvusega andmeid, mis nõuavad kulutõhusaid ja innovatiivseid andmetöötluse vorme, et saavutada parem ülevaade ja paremad otsused. Käesoleva teema kontekstis on eelkõige oluline asjaolu, et need andmekogumikud on suure mahuga.

²³⁴ European Commission. Commission Staff Working Document Online Platform. lk 28.

²³⁵ Näiteks teenib Amazon 35% oma müügitulust tarbijatele soovitude tegemise kaudu, mis põhineb teiste ostjate ostukäitumisel. Vt: L. Moerel, lk 20.

²³⁶ M. Nuth, lk 23.

kuna VÕS § 680 lg 2 järgi arvutatakse agenditasu sõlmitava lepingu alusel tasumisele kuuluvast summast. Tegemist on dispositiivse sättega,²³⁷ seega saab selle kohaselt agenditasuks samuti olla mitterahaline objekt. Tarbija poolt edastatud andmetel on rahaline väärtus veebiplatvormi jaoks, kuna neid saab kasutada veebireklaami tarbeks või võõrandada edasi. Näiteks Facebook omandas Whatsapp'i²³⁸ 19 miljardi dollariga, mis teeb 42 dollarit iga selle kasutaja ja tema andmete kohta.²³⁹ Euroopa Komisjoni asepresident V. Reding on väitnud, et Euroopa Liidu kodanike andmete väärtus 2011. a. oli kokku 315 miljardit eurot.²⁴⁰

Seega võib tarbija ning veebiplatvormi vahel sõlmida agendilepingu selliselt, et agendilepingu eest tasub tarbija enda andmetega. VÕS § 679 lg 1 kohaselt tekib agendil õigus agenditasule, kui käsundiandja on oma kohustused täitnud. Agenditasu saamiseks ei piisa mõistlike pingutuste tegemisest lepingu vahendamiseks või sõlmimiseks, vaid on vajalik vahendatud lepingu edukas täitmine.²⁴¹ Veebiplatvormide puhul ei lõppe esiteks kõikide põhilepingute vahendamised selle sõlmimisega, vaid veebiplatvormi kasutatakse sageli erinevate toodete otsimiseks ning nendega tutvumiseks. Sellisel juhul tekib küsimus, kas selline tegevus on kehtiva seadusega lubatud ja kas kõrvalekalduv kokkulepe oleks võimalik. Agenditasu maksmise eeldused on dispositiivsed ja kokku saab leppida agendile soodsamas lahenduses.²⁴² Siiski ei saa asuda seisukohale, et niivõrd erinev käsitus seaduses toodud põhimõttest saab olla lubatud praegusel juhul, kuna sellisel juhul on teadmata põhilepingu sõlmimine või vahendamine, mida ei pruugigi tulla. Kui veebiplatvorm saab andmeid kui tasu ilma lepingute vahendamise või sõlmimiseta, tekib veebiplatvormil alusetu rikastumine nii tarbija kui ka kaupleja arvelt. Kehtiv õigus andmetega maksmise võimalusele lahendusi ei paku. Andmekaitseõigus käesoleval hetkel probleemi lahendada ei saa, sest ei tegele omandiõigusega, mistõttu võib leida õiguskirjandusest arvamusi, mille kohaselt oleks vaja kehtestada täiendav regulatsioon.²⁴³ Kehtiva agendilepingu regulatsiooni valguses, eelkõige VÕS § 679 lg 1 kohaselt ei ole võimalik pidada andmeid agenditasuks. Andmeid on võimalik pidada agenditasuks, kui põhileping sõlmitakse ja täidetakse. Samas peab siis arvestama, et

²³⁷ K. Tang. VÕS III komm vlj. § 680/4.

²³⁸ *WhatsApp* on kiirsõnumeid edastav vabavara rakendus nutitelefonidele, mis kasutab interneti helistamiseks, videokõnede tegemiseks, sõnumite ja muu digitaalse sisu saatmiseks.

²³⁹ European Commission. Case No COMP/M.7217 - FACEBOOK/ WHATSAPP. Regulation (EC) No 139/2004 Merger Procedure, 03.10.2014, lk 2. – Arvutivõrgus: http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7217_20141003_20310_3962132_EN.pdf (02.02.2017).

²⁴⁰ V. Reding. Data protection reform: restoring trust and building the digital single market. 4. Annual European Data Protection Conference. Brussels, 17.09.2013, p 1. Arvutivõrgus: http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-13-720_en.htm (18.04.2017).

²⁴¹ K. Tang. VÕS III komm vlj. § 679/3.1.

²⁴² P. Tamm, lk 45.

²⁴³ L. Moerel, lk 25; K-H. Fezer. Theorie des immaterialgüterrechtlichen Eigentums an verhaltensgenerierten Personendaten der Nutzer als Datenproduzenten. – MultiMedia und Recht 2017/1, lk 3.

isikuandmete kaitse on isiku põhiõigus ja vajalik on tarbija kui nõrgema poole kaitsmine. Seejuures ei ole keelatud kokku leppida, et tarbija agenditasu maksuma ei pea. Seda tõlgendust toetab ka DCFR artikkel IV.D.–2:102 lõige 1, mille kohaselt ei pea agenditasu maksuma, kui käsundiandja saab mõistvalt eeldada, et tasu ei pea maksuma.²⁴⁴

Olukorras, kus tarbija ja veebiplatvormi vahelisele kokkuleppele võib kohaldada agendilepingu sätteid, tuleb arvestada VÕS § 623 lg-s 1 sätestatud huvide konflikti piiranguga. Nimelt sätestab VÕS § 623 lg 1, et agendil ei ole keelatud sellist tehingut teha, kus lepingu poolteks on käsundiandjad, keda agent esindab, kui huvide konflikt on välistatud. Huvide konfliktiga on tegemist siis, kui agendil on huvid mõlema poolel, kusjuures huvid on vastandlikud ja esineb võimalus, et ühe poole huve kahjustatakse.²⁴⁵ Vastavalt TsÜS § 131 lg-le 1 eeldatakse kahtluse korral huvide konflikti, kui esindaja tegutses ühtlasi teise poole esindajana või kui esindaja tegi tehingu iseendaga.²⁴⁶

Veebiplatvorm peab mõlema käsundiandja suhtes käituma lojaalselt, kuid veebiplatvorm ei eelista kumbagi käsundiandjat sellisel viisil, et ühele poolele oleks võimalik kahju tekkimine või negatiivsesse olukorda sattumine. Nimelt on kauplejad vabad kaupade või teenuste hindade kujundamisel ning olenevalt kokkulepitust on kauplejal või teenuse osutajal võimalik aktsepteerida vahendatud leping. Näiteks Taxify puhul saab sõitjateveo teenuse osutaja otsustada, kas ta osutab tarbijale teenust või mitte, aktsepteerides tarbija pakkumist.²⁴⁷ Samuti, kui platvorm aktsepteerib ise pakkumise, siis ei käitu veebiplatvorm ebalojaalselt. Kaupleja on saanud ise valida müügi- või teenuse osutamise hinna ja nõustunud, et veebiplatvorm saab teda esindada lepingu sõlmimisel. Oksjoniplatvormide nagu eBay puhul muutub hind sõltuvalt osalejatest, kuid analoogselt klassikalisele oksjonile peab kaupleja taluma riski ja ettenägematust, olles varasemalt oksjoni tingimustega tutvunud. Sarnaselt kauplejale eksisteerib tarbijal võimalus teha ofert lepingu sõlmimiseks ja veebiplatvorm kui agent ei tee seda tema eest. Seega ei saa tarbija võtta endale kohustusi, neist mitte teades. Omaette küsimus on sellisel juhul tarbija piisav teavitamine, kuid see ei ole käesoleva peatükki uurimisküsimus. Seega ei ole käsundiandjate huvid vastandlikud, sest üks käsundiandja soovib toodet osta või teenust tarbida ja teine seda müüa või osutada mõlemale poolele teada oleva hinnaga ja tingimustel. Seega tuleb käesoleval juhul asuda seisukohale, et veebiplatvormi puhul huvide konflikti ei teki.

²⁴⁴ C. von Bar et al (ed), lk 2094.

²⁴⁵ P. Varul. VÕS III komm vlj. § 623/3.1.

²⁴⁶ M. Käerdi. TsÜS komm vlj. § 131/3.1.1.

²⁴⁷ Taxify rakenduse kasutustingimused. Taxify, p 3.1. Arvutivõrgus: <https://taxify.eu/et/tingimused/conditions/> (25.03.2016).

Kokkuvõttes võib asuda seisukohale, et veebiplatvormi ja tarbija vahelist õigussuhet Eesti õiguses ei ole kohane kvalifitseerida agendilepinguna VÕS § 670 lg 1 tähenduses. Teistsugusele seisukohale on aga asunud jagamismajanduse töögrupp. Nimelt leidis töögrupp, et veebiplatvorm tegutseb kui agent tarbijaga suhtes. Eesti õiguse kohaselt ei tegutse platvorm tarbija suhtes püsivalt, sest tarbija poolt veebiplatvormi kasutamisest ei tulene veebiplatvormi jaoks püsivat kohustust lepinguid vahendada või sõlmida, erinevalt veebiplatvormi ja kaupleja vahelisest õigussuhtest. Klassikaliselt kasutavad tarbijad veebiplatvormi ainult üksikute toodete või teenuste hankimiseks. Isegi kui tehingute tegemine toimub korduvalt, ei tegutse veebiplatvorm sama ja piiritletud ülesande raames järjepidevalt tarbija hüvanguks. Seejuures ei saa välistada, et teatud veebiplatvormide puhul võib olla tegemist püsiv tegutsemisega, seda näiteks juhul, kui veebiplatvorm vahendab tarbija kui ostja kuulutusi erinevate toodete tarbimiseks. Sellisel juhul tegutseb veebiplatvorm agendina. Teiseks võimaluseks on kohaldada veebiplatvormi ja tarbija vahelisele õigussuhtele maaklerilepingu sätteid.

3.2. Veebiplatvorm kui maakler

3.2.1 Maaklerileping müüjaga või teenuseosutajaga

Veebiplatvormi iseloomulikuks funktsiooniks on olla vahendaja kahe erineva kasutajagrupi – tarbija ja kaupleja. Veebiplatvormi ja kaupleja vaheline õigussuhe võib olla agendileping, kui agendilepingule iseloomulikud omadused on täidetud. Õiguskirjanduses on leitud, et lisaks agendile või selle asemel võivad veebiplatvormid käituda ka maaklerina.²⁴⁸ Näiteks on Itaalia õiguses käsitletud veebiplatvormi kui turuplatsi haldajat maaklerina.²⁴⁹ Samuti on jagamismajanduse töögrupp leidnud, et Hispaania õiguses võib Airbnb ja tarbija vahel sõlmitud leping kvalifitseeruda maaklerilepinguks.²⁵⁰ Eestis lepingu sõlmimise vahendamise teenust pakuvad platvormid nagu Metsaoksjon.ee kasutustingimuste järgi sõlmivad platvorm ja metsa müüja maaklerilepingu (punkt 3.3.)²⁵¹ Sarnaselt agendilepingule on ka maaklerilepingu puhul tegemist käsunduslepingu tüüpi lepinguga, mis on suunatud teenuse osutamisele kui protsessile.²⁵² Arvestada tuleb, et veebiplatvormid tegutsevad erinevate

²⁴⁸ O. Lobel. The Law of the Platform. Legal Studies Research Paper Series. Research Paper No. 16-212. University of San Diego: 2016, lk 5. Arvutivõrgus: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2742380 (12.03.2017); Maxwell/Pénard, lk 10; M. Colangelo, lk 84; I. Kull. The Adequacy of Existing Estonian Laws for the Platform Economy, lk 56.

²⁴⁹ Spindler/Börner (ed), lk 382.

²⁵⁰ R. Koolhoven, lk 94.

²⁵¹ Oksjoni kord. Metsaoksjon.ee, 05.04.2017, p 3.3. Arvutivõrgus: <https://www.metsaoksjon.ee/index.php?f=tekstid&i=1> (18.04.2017).

²⁵² P. Varul. VÕS III komm vlj. 35. peatükk, lk 2.

ärimudelite alusel ja seetõttu eksisteerib võimalus, et kõik veebiplatvormid ei kvalifitseeru agendiks, eelkõike asjaolu tõttu, et veebiplatvorm ei tegutse püsivalt kaupleja huvides. Järelikult on kohane analüüsida veebiplatvormi õigussuhteid maaklerilepingu alusel ning selgitada välja, kas on võimalik antud suhet kvalifitseerida maaklerilepinguks VÕS § 658 lg 1 tähenduses.

Sarnaselt agendile on ka maakleri puhul tegemist õigussuhtega, millesse on kaasatud kolm osapoolt, esiteks on käsundiandja²⁵³, kelle huvides maakler tegutseb, teiseks on maakler ehk käsundisaaja, kes peab toimima käsundiandja huvides ja viimasena on kolmas isik²⁵⁴, keda maakler vahendab käsundiandjale kui võimalikku lepingupartnerit. Selliselt tegutseb maakler kahe osapoole vahendajana, mis on iseloomulik tunnus ka veebiplatvormile. Analoogselt agendilepingule, tuleb ka maaklerilepingu puhul uurida, kas maaklerilepinguga sarnane õigussuhe saab eksisteerida veebiplatvormil nii kauplejaga kui ka tarbijaga, kuna veebiplatvorm tegutseb faktiliselt mõlema osapoole huvides.

Eesti õiguses võib maakleri olemust selgitada maaklerilepingu mõiste kaudu. VÕS § 658 lg 1 kohaselt kohustub maaklerilepinguga üks isik (maakler) vahendama teisele isikule (käsundiandja) lepingu sõlmimist kolmanda isikuga või osutama kolmanda isikuga lepingu sõlmimise võimalusele, käsundiandja aga kohustub maksma talle selle eest tasu (maakleritasu). Maakleri ehk käsunditäitja põhikohustuseks on vahendada käsundiandjale lepingu sõlmimist kolmanda isikuga või osutada sellisele võimalusele, ilma põhilepingut sõlmimata.²⁵⁵ Sarnaselt maaklerile tegutsevad ka veebiplatvormid, kes vahendavad kaupleja ja tarbija vahel kaupu või teenuseid ehk loovad ühese nn virtuaalse turuplatsi. Seejuures tuleneb maaklerilepingu mõistest, et maakler osutab kahte erisugust teenust – lepingu sõlmimise vahendamine ja lepingu sõlmimisele osutamist, mistõttu võib küsida, millist neist funktsioonidest saab täita veebiplatvorm.

Maakleri teenuseid saab jagada kaheks, kus esiteks on tegemist vahendamise ja ehk käsundiandja ja kolmanda isiku kokku viimisega, sh lepingute sõlmimiseks vajalike ettevalmistuste tegemisega.²⁵⁶ Sellisel juhul tegutseb maakler vahendajana, leides käsundiandjale kui kauplejale kas siis ostja või teenuse tarbija. Vahendamine ei tähenda seejuures olukorda, kus maakler esindab käsundiandjat või kolmandat isikut TsÜS § 115 lg 1

²⁵³ Käsundiandjana on käesolevas peatükis mõeldud veebiplatvormil olevat kaupade või teenuste osutajat. Käsundiandjaga kasutatakse ka samas tähenduses sõna kaupleja.

²⁵⁴ Kolmanda isikuna on käesolevas peatükis mõeldud veebiplatvormil olevat tarbijat, kes ostab kauba või tarbib teenust.

²⁵⁵ P. Varul. VÕS III komm vlj. § 658/3.1; C. von Bar et al (ed), lk 2044.

²⁵⁶ P. Varul. VÕS III komm vlj. § 658/3.1.

mõttes ehk maakler ei tee tehingut käsundiandja nimel. Selline õigus võib kaasneda täiendavalt kauplejalt maaklerile antud volitusega, kuid selline õigus ei ole hõlmatud *de jure* maaklerilepinguga.²⁵⁷ Vahendamise puhul on tegemist olukorraga, kus maakler tegutseb eraldiseisva poolena ehk ta ei ole mitte mingil viisil vahendatava lepingu osapool ega saa selleks, mistõttu saab maakler kanda üksnes vahendamisega seotuid kohustusi.²⁵⁸ Lepingu sõlmimise võimaluse osutamise korral osutab maakler käsundiandjale, et viimasel on võimalus sõlmida leping kolmanda isikuga. Selle puhul on tegemist olukorraga, kus maakler juhhib käsundiandja tähelepanu või suunab võimalusele leping sõlmida, kuid ei vahenda selle sõlmimist.

Võlaõigusseaduse kommentaarides leitakse, et vahendamise ja osutamise mõisteline eristamine ei ole praktikas oluline, sest maaklerilepingus sätestatakse maaklerile konkreetsed kohustused, mida peab järgima.²⁵⁹ Veebiplatvormile maaklerilepingu sätete kohaldamisel on antud eristamine siiski oluline, sest veebiplatvormi kasutustingimuste järgi ei tegutse platvorm maaklerina, vaid vahendajatena. Taxify esitleb ennast aga hoopis kommunikatsioonivahendina²⁶⁰ ning ei pea ennast vahendajaks.²⁶¹ Airbnb tüüptingimuste kohaselt nimetab osutatavaks teenuseks osapoolte ühendamist veebiplatvormil²⁶². Seega on küsimus selles, kas veebiplatvormi tegevus, sh ärimudel, vastab tegelikult maaklerilepingu tunnustele, sh lepingu sõlmimise vahendamisele või lepingu sõlmimisele osutamisele.

Lepingu sõlmimise vahendamise puhul on oluline maakleri aktiivsus kolmanda isiku veenmisel lepingulisse suhtesse astumiseks, kuid lepingu sõlmimise osutamise puhul see nii ei pea olema.²⁶³ Maakleri aktiivsuse nõue lepingu vahendamise puhul on analoogne agendi kohustusele tegutseda aktiivselt. Kuna tegemist on käsunduslepingu alaliigina ja käsundi tüüpi lepinguga, siis sellisel juhul ongi asjaomane asjaolu, et käsunditaitja peab tegema kõik endast oleneva käsundi täitmiseks. Selle avaldusvormiks on maakleri kui ka agendi puhul aktiivne tegevus. Kuigi veebiplatvorm ei tegutse eriti suure aktiivsusega klientide otsimisel kaupleja tarbeks, avaldub veebiplatvormi aktiivsus platvormi kasutajate arvu suurendamisel.

²⁵⁷ J. C. T. Chuah. Law of international trade. London: Sweet & Maxwell 2001, lk 58; D. Busch, L. Macgregor (ed). The Unauthorised Agent Perspectives from European and Comparative Law. Cambridge University Press: New York 2009, lk 108; C. von Bar et al (ed), lk 2044.

²⁵⁸ G. Reiner. HGB § 93/12. – D. Joost, L. Strohn (Hrsg). Handelsgesetzbuch: HGB Band 1: §§ 1-342e. 3. Aufl. München: C.H.BECK/Vahlen 2014; N. Kouladis, lk 131.

²⁵⁹ P. Varul. VÕS III komm vlj. § 658/3.1.

²⁶⁰ Taxify rakenduse kasutustingimused. Taxify, p 4.3. Arvutivõrgus: <https://taxify.eu/et/tingimused/conditions/> (21.03.2017)

²⁶¹ Taxify rakenduse kasutustingimused, p 6.1.

²⁶² Terms of Service. Airbnb, p 1. (27.10.2016) Arvutivõrgus: <https://www.airbnb.com/terms> (21.03.2017).

²⁶³ P. Varul. VÕS III komm vlj. § 658/3.1..

Maakleri aktiivsuskohustus lepingute vahendamisel on seega sarnane agendi aktiivsuskohustusele.

Veebiplatvormide aktiivsus lepingu vahendamisel vastab maaklerilepingu järgi osutatavatele teenustele. Veebiplatvormid toovad nii käsundiandja kui ka kolmanda isiku kokku ning teevad võimalikuks lepingu sõlmimise, teatud veebiplatvormid korral ka automatiseeritud toimingutega. Veebiplatvorm teeb ettevalmistusi lepingu sõlmimiseks, pakkudes informatsiooni pakutavate kaupade või teenuste ning lepingutingimuste kohta. Kuigi üldjuhul ei ole maakleril esindusõigust käsundiandja nimel tegutsemiseks ja ta saab üksnes olla poolte kokkuviija lepingu sõlmimiseks,²⁶⁴ võib kaupleja anda maaklerile anda ka esindusõiguse.

Veebiplatvormid pakuvad digitaalset keskkonda, milles on võimalik leping sõlmida. Maakleri ülesanne on vahendada käsundiandjale lepingu sõlmimist kolmanda isikuga, mis on oma sisult laiem kui üksnes poolte kokku viimine. Maakleri kohustuste hulka kuulub veel dokumentide, sh lepinguprojektide, ettevalmistamine ning koostamine ja muud toimingud seos põhilepingu sõlmimisele kaasaaitamisega.²⁶⁵ Veebiplatvorm valmistab ette müügi- või teenuse osutamise lepingu, mis sõlmitakse kaupleja ja kliendi vahel. Seega vastab platvormi tegevus maakleri tegevusele lepingu sõlmimisel, pakkudes enda keskkonnas lepingu sõlmimise võimalust ehk lepingut vahendades.

Lepingu sõlmimise võimalusele tähelepanu juhtimiseks lubab platvorm kauplejal välja panna oma tooted või teenuste kirjeldused veebiplatvormile, klient teeb pakkumuse, mis edastatakse kauplejale. Näiteks Taxify puhul saab sõiduteenuse osutaja valida, kelle pakkumise ta vastu võtab ehk kinnitab.²⁶⁶ Lepingu sõlmimisele osutamise kohustuse täitmiseks on platvormi tegevus piisav.²⁶⁷

Eeltoodust nähtub, et veebiplatvormid nii vahendavad käsundiandjale ehk kauplejale lepingu sõlmimist tarbijaga, kui ka osutavad tarbijaga lepingu sõlmimise võimalusele ehk tegutsevad sarnaselt agendile. Maakleri iseloomulikuks tegevuseks on tehingute ühekordne vahendamine, erinevalt agendist, kes vahendab või sõlmib lepinguid püsivalt.²⁶⁸ Tõusetub küsimus, kas veebiplatvorm osutab kauplejale ühekordsete tehingute vahendamist ja neile osutamist või mitte. Kaupleja soovib klassikaliselt võimalikult palju enda tooteid või teenuseid müüa tarbijatele. Selleks on kauplejad veebiplatvormile enda tooted või teenused pannud, kus saab

²⁶⁴ P. Varul. VÕS III komm vlj. § 658/3.6.

²⁶⁵ TlnMKo 18.03.2008, 2-07-22244.

²⁶⁶ Taxify rakenduse kasutustingimused. Taxify, p 3.1.

²⁶⁷ RKTko 3-2-1-123-13 p 18.

²⁶⁸ P. Varul. VÕS III komm vlj. § 658/3.6.

valida koguste vahel ja tavaliselt viibivad kaubad veebiplatvormil pikema ajaväljel, st seni kuni neid jagub, mis on omane näiteks Amazon'ile. Järelikult tuleb antud juhul välja selgitada kaupleja tegelik tahe, kuna tõlgendamisreegleid kohaldatakse, kui tehingu sisuks olevate asjaolude sisu on ebaselge.²⁶⁹ Vastavalt TsÜS § 75 lg-le 1 tuleb kindlale isikule tehtuid tahteavaldusi tõlgendada vastavalt tahteavalduse tegija tahtele. Kaupleja tahe on sõlmida võimalikult palju lepinguid, seega ei soovi kaupleja, et veebiplatvorm vahendaks tehingut ühekordselt. Ilmselt tuleb asuda seisukohale, et veebiplatvormi arusaam on analoogne kaupleja tahtele, st veebiplatvorm mõistab, et tegutseb püsivalt või vähemalt peab võimalikuks püsivalt tegutsemist kaupleja tarbeks. Veebiplatvormi sellekohase tahte tuvastamiseks tuleb tahteavaldusi tõlgendada kolmanda isiku arusaamisvõimet arvestades.²⁷⁰ Kolmanda isiku positsioonilt võib platvormi tegevust tõlgendada kui tahet püsivalt vahendada tehingute tegemist kaupleja huvides.

Samas, kui kaupleja on veebiplatvormil kättesaadavaks teinud mitu toodet või teenust ja platvormi vahendusel õnnestub neist müüa ainult üks, ei saa seda pidada maaklerina tegutsemiseks. Eesmärk on võõrandada mitu toodet või osutada mitut teenust ehk soovitakse platvormi püsivat tegutsemist. Samuti, on tegeleb platvorm püsivalt kaupleja huvides, kui kaupleja toode või teenus ei ole koguaeg veebiplatvormil ostetav, näiteks kui toode on läbimüüdud. Veebiplatvormi saab käsitada maaklerina siis, kui platvorm vahendab ainult ühe tehingu või eraldiseisvad ühekordsed tehingud. Maaklerina tegutsedes ei ole platvormil kohustust sõlmida leping kaupleja nimel, st platvorm peab ainult tegema kõik võimaliku lepingu sõlmimiseks.

VÕS §-i 659 kohaselt võib maakler tema poolt vahendatud või osutatud lepingu poolte nimel vastu võtta makseid ja lepingust tuleneva muu kohustuse täitmist, kui ta on selleks eraldi volitatud. Veebiplatvormil lepingut sõlmides maksab tarbija esmalt hinna veebiplatvormile, kes selle seejärel kauplejale edasi maksab. Selline tegevus ei ole maaklerile omane, kuna maakler ei ole üldjuhul õigustatud vastu võtma tema osutatud või vahendatud lepingu täitmist, sest maakleri roll lõppeb lepingu sõlmimise hetkel.²⁷¹ Käsundiandja ehk kaupleja võib aga veebiplatvormile sellise õiguse anda.²⁷²

Eeltoodust nähtub, et veebiplatvormi ja kaupleja vaheline õigussuhe vasta üldjuhul maaklerilepingu tunnustele. Kuigi maakleri kohustused – vahendada lepingu sõlmimist või

²⁶⁹ P. Varul jt. Tsiviilõiguse üldosa, lk 109.

²⁷⁰ P. Varul jt. Tsiviilõiguse üldosa, lk 112; I. Kull jt. Võlaõigus I Üldosa, lk 110.

²⁷¹ P. Varul. VÕS III komm vlj. § 659/3.

²⁷² *Ibid.*

lepingu sõlmimise võimalusele osutamine – langevad kokku veebiplatvormi tegevusega, iseloomustab kaupleja ja platvormi vahel sõlmitud lepingut püsiv tegutsemine teise isiku huvides, mis ei ole iseloomulik tunnus maaklerilepingule. Pigem vastab veebiplatvormi ja kaupleja vaheline õigussuhe agendilepingu tunnustele. Euroopa Kohus on lahendis *Poseidon Chartering* tõlgendanud agendilepinguna lepingut, mida saab tavapäraselt pidada maaklerilepinguks.²⁷³ Arvestada tuleb, et mõnel üksik juhtumil saab veebiplatvormi ja kaupleja suhe olla kvalifitseeritav siiski maaklerilepinguga, st ühekordse lepingu vahendamisel. Selliseks võimaluseks saab olla näiteks käsitööna individuaalse toote või kasutatud eseme müümine olukorras, kus kaupleja teeb seda üksnes ühekorra või vähemalt piisavalt harva. Näiteks Letgo veebiplatvormile võib kohalduda maaklerilepingu regulatsioon, kuna see on mõeldud kasutatud esemete müümiseks. Kuid ühekordsete lepingute vahendamisteks mõeldud veebiplatvorm võib muutuda püsivalt lepingute vahendajaks, tulenevalt asjaolust, kuidas kauplejad veebiplatvormi kasutavad. Näiteks osta.ee on oksjonikeskkond, mis alguses oli mõeldud pigem üksikute tehingute vahendamiseks, kuid veebiplatvormil tegutsevad ka kauplejad, kes müüvad hulgaliselt sama toodet, mitte ei pane ühte toodet enampakkumisele. Olukorras, kus kohaldub maaklerilepingu regulatsioon, tuleb arvestada asjaoluga, et maaklerileping on sarnaselt agendilepingule tasuline ja käsundiandja peab maksma maaklerile tasu samadel põhimõtetel, nagu agendilepingus.

3.2.2 Maaklerileping tarbijaga

Täiendavalt eelnevas peatükis analüüsitud õigussuhtele tekib õigussuhe ka veebiplatvormi ja tarbija vahel. Õiguskirjanduses on veebiplatvormi peetud nii agendiks kui ka maakleriks.²⁷⁴ Näiteks on jõutud Airbnb näitel järeldusele, et Hispaania õiguses saab pidada veebiplatvormi tarbija suhtes maakleriks.²⁷⁵ Veebiplatvorm aitab tarbijal leida sobivat toodet või informatsiooni, mis päädib lepingu sõlmimisega, seega on vajalik analüüsida, kas selline tegevus saab langeda maaklerilepingu regulatsiooni alla. Arvestada tuleb, et sellise veebiplatvormi tegevuse on tõlgendanud Jagamismajanduse töögrupp, kvalifitseerides veebiplatvormi Prantsusmaa ja Hollandi õiguses käesolevas suhtes hoopis agendiks.²⁷⁶ Käesoleva töö osas 3.1.2 on jõutud järeldusele, et Eesti õiguses ei kvalifitseeru platvormi ja tarbija vaheline õigussuhe agendilepinguks VÕS § 670 lg 1 tähenduses. Mõistlik on lähtuda

²⁷³ E. Eftestøl-Wilhelmsson, lk-d 177-178; *Poseidon Chartering*, p-d 24-25.

²⁷⁴ O. Lobel, lk 5; Maxwell/Pénard, lk 10.; Colangelo/Zeno-Zencovich, lk 84; I. Kull. The Adequacy of Existing Estonian Laws for the Platform Economy, lk 56.

²⁷⁵ R. Koolhoven. et al, lk 97.

²⁷⁶ *Ibid.*, lk 41.

sellisest veebiplatvormi funktsioonist ja analüüsida järgnevalt, kas veebiplatvormi ja tarbija vahelist õigussuhet saab kvalifitseerida maaklerilepinguna VÕS § 658 lg 1 mõttes.

Veebiplatvorm tegutseb tarbijaga suhtes sarnaselt kauplejaga vahendajana, mis on üheks iseloomulikus maaklerilepingu tunnuseks. VÕS § 658 lg 1 sätestab, et maaklerilepinguga kohustub üks isik (maakler) vahendama teisele isikule (käsundiandja²⁷⁷) lepingu sõlmimist kolmanda isikuga²⁷⁸ või osutama kolmanda isikuga lepingu sõlmimise võimalusele, käsundiandja aga kohustub maksma talle selle eest tasu (maakleritasu). Maaklerilepingut kasutatakse praktikas eelkõige müügilepingute sõlmimiseks, aga ka muude lepingute sõlmimiseks, näiteks korteri omanik ja kinnisvaramaakler, kes kohustub leidma müüja või ostja või üürniku. Samas ei piira maaklerilepingu definitsioon maakleri tegutsemist ka ostja kui tarbija heaks, sest eelkõige on oluline lepingu vahendamise või lepingu sõlmimise võimalusele osutamise funktsiooni täitmine.

Maakleri teenuseid liigituvad lepingu sõlmimise vahendamiseks, mille puhul leiab maakler käsundiandjale kui tarbijale vastava kaupleja ja lepingu sõlmimise võimalusele osutamiseks, kus maakler näitab tarbijale võimalust, et tal on võimalus sõlmida leping kolmanda isikuga ehk kauplejaga.²⁷⁹ Seega on küsimus kas veebiplatvorm osutab vähemalt ühte neist teenustest, kui ta teeb võimalikuks tarbijale informatsiooni enda veebilehel ja seeläbi aitab tarbijal leida sobivat toodet või teenust, mis viib lepingu sõlmimiseni kauplejaga. Vahendamise puhul on oluline asjaolu, et viiakse kokku käsundiandja ja kolmas isik eesmärgiga leping sõlmida. Veebiplatvorm pakub tarbijale koha, kus viiakse kokku kaks osapoolt ja kus valib kaupleja poolt pakutud kaupu ning neid ostukorvi lisades võib jõuda kuni lepingu sõlmimiseni kauplejaga.

Tarbija ei sõlmi veebiplatvormil alati lepingut, st ei osta toodet või teenust, vaid ta võib platvormi kasutada ka muul eesmärgil, näiteks hindade võrdlemiseks. Maaklerilepingu mõistest ei tulene, et iga lepingu vahendamine maakleri kaudu peab lõppema selle lepingu sõlmimisega. Maaklerilepingu puhul peab käsunditaitja, st veebiplatvorm tegutsema parimal võimalikul viisil, et pooled lepingu sõlmiksid, kuid kui lepingu sõlmimiseni ei jõuta, siis puudub üksnes maakleril õigus maakleritasule.²⁸⁰ Seega tuleb asuda seisukohale, et ei ole oluline, kas tarbija tegevus veebiplatvormil viib alati lepingu sõlmimiseni või mitte.

²⁷⁷ Käsundiandjana on käesolevas peatükis mõeldud veebiplatvormil olevat tarbijat, kes ostab kauba või tarbib teenust.

²⁷⁸ Kolmanda isikuna on käesolevas peatükis mõeldud veebiplatvormil olevat kaupade müüjat või teenuste osutajat. Terminiga „kolmas isik“ kasutatakse samas tähenduses sõna kaupleja.

²⁷⁹ P. Varul. VÕS III komm vlj. § 658/3.1; M. Pihlak. Eluruumi kvaliteedi mittevastavus lepingutingimustele müüja ja kinnisvaramaakleri vastutuse alusena. Magistritöö. Tartu Ülikool: Tartu 2015, lk 49.

²⁸⁰ P. Varul. VÕS III komm vlj. § 664/3.1.

Olukorras, kus lepingu sõlmimiseni ei jõuta, puudub veebiplatvormi ja tarbija vahel maaklerilepingule omane vahendamise suhe. Sellisel juhul on tegemist üksnes lepingu sõlmimise võimalustele osutamisega. Kui tarbija sõlmib veebiplatvormi kaudu kauplejaga lepingu, saab rääkida maaklerilepingu vahendamise suhtest, mis on lõpule viidud ja see vastab maaklerile iseloomulikule ülesandele.

Maakleri vahendamise kohustuse täitmisel on lisaks vahendamise funktsioonile vastava tegevuse juures veel oluline asjaolu, et maakler peab seda tegema aktiivselt, st veenma kolmandat isikut lepingulisse suhtesse astuma.²⁸¹ Maakleri aktiivsuse nõue on aga analoogne agendi aktiivsuse kohustusega. Sarnaselt agendilepingu analüüsimise käigus jõutud järeldusele osas 3.1.2, ei näi veebiplatvormide tegevus lepingute vahendamise protsessis olevat aktiivne, st kauplejaid ei veenda otseselt lepingulisse suhtesse astuma, vaid nad pigem edastavad tarbijale informatsiooni ja seekaudu pakuvad tarbijale võimalust kauplejaga lepingu sõlmida. Maakleri aktiivsus lepingute vahendamisel ei erine agendi aktiivsuskohustusest. Käesoleva töö osas 3.1.1. veebiplatvormi ja agendi suhet analüüsid leidis kinnitust väide, et veebiplatvorm kui agent tegutseb aktiivsena, näiteks väljendab aktiivset tegevust kauplejate leidmine platvormile. Samas kui sellist tegevust ei toimu ja veebiplatvorm eksisteerib üksnes analoogselt teadetetahvlina, ei saa seda pidada aktiivseks tegevuseks ja sellisel juhul pole tegemist vahendamisega maaklerilepingu tähenduses. Sellisel juhul saab eksisteerida olukord, kus veebiplatvorm kui maakler osutab lepingu sõlmimise võimalusele, kuna see ei eelda endas maakleri aktiivset käitumist.²⁸²

Veebiplatvormide aktiivsel käitumisel saab neid pidada maakleriteks selles tähenduses, et nad osutavad lepingu vahendamist. Osas 3.2.1 leidis veebiplatvormi ja kaupleja vahelist õigussuhet analüüsid leidis kinnitust väide, et veebiplatvormidel lepingu vahendamine kuulub maaklerilepinguga hõlmatud tegutsemise hulka, st platvormid pakuvad võimalust ja kohta lepingu sõlmimiseks, kuid nad ei muutu ise põhilepingu pooleks. Seega saavad veebiplatvormid suhtes tarbijaga täita lepingu vahendamise rolli, kui nad teevad seda vähemalt teatud liiki aktiivsusega. Käesoleva töö autor on seisukohal, et veebiplatvormi aktiivsus ei pea olema ülemäära suur, piisab, kui ta on midagi rohkem teinud, kui üksnes loonud sobiva veebiplatvormi. Aktiivseks tegevuseks tuleks seega lugeda ka kauplejate otsimist võrguefekti suurendamiseks, veebiplatvormi reklaamimist jms. Seejuures reklaami

²⁸¹ P. Varul. VÕS III komm vlj. § 658/3.1.

²⁸² *Ibid.*

puhul tuleb eristada asjaolu, et kaupleja poolt ostetud reklaami²⁸³ ei saa pidada veebiplatvormi aktiivseks tegevuseks tarbija jaoks, sest sellisena tegutseb veebiplatvorm siiski kaupleja hüvanguks.

Lisaks lepingu vahendamise funktsiooni täitmisele saab veebiplatvorm osutada kolmanda isikuga lepingu sõlmimise võimalusele. Sellisel juhul peab maakler kui veebiplatvorm juhtima tarbija tähelepanu sellele, et viimasel on võimalus sõlmida leping kauplejaga, kuid tõusetub küsimus, mida platvormil lepingu sõlmimise võimalusele osutamine endas kujutab ja kuidas see avaldub. Veebiplatvormil on välja toodud kaupleja tooted ja teenused, mille vahel saab tarbija valida ja sobiva kauba puhul teeb tarbija offerdi, näiteks Amazon'i ja Taxify puhul. Grammatiliselt tõlgendades tähendab osutamine kui näitamine või viitamine endast aktiivset tegevust, milleks saab olla näiteks e-kirja saatmine või verbaalselt teavitamine. Veebiplatvormi puhul sellist konkreetset tegevust ei toimu, v.a olukorras, kus veebiplatvorm saadab reklaamina e-kirja²⁸⁴ või analoogse teate²⁸⁵ tarbijale pakkumistega. Samas veebiplatvorm kuvab tooteid ja teenuseid, mis on passiivne tegevus, kuid ometi demonstreerib tarbijale võimalust toote või teenuse omandamiseks leping sõlmida ja samuti seda, millise kaupmehega leping sõlmida. Käesoleva töö autor on seisukohal, et selliselt toodete või teenuste avalikult näitamise ja sobiva toote leidmise abistamisega osutab veebiplatvorm lepingu sõlmimise võimalusele. Tarbijal on seejärel võimalus vastavalt enda poolt valitud kaup osta ja leping sõlmida. Seejuures ei ole oluline asjaolu, et veebiplatvorm peaks osutama üksnes ühele konkreetsele võimalusele leping sõlmida, vaid osutamine võib kätkeda endas mitut võimalikku varianti.²⁸⁶ Maaklerilepinguga on hõlmatud üksikjuhtumitena lepingute sõlmimisele kaasa aitamine ja tegemist ei ole püsiva tegutsemisega. Asjaolu, et veebiplatvorm osutab mitmele erinevale lepingu sõlmimise võimalusele ei saa pidada püsivaks teenuse osutamiseks, sest püsiv tähendab määramatul arvul tegutsemist koos õigusliku tagajärjega ehk lepingu sõlmimisega. Järelikult tuleb asuda seisukohale, et veebiplatvorm osutab lepingu sõlmimise võimalusele sellega, et ta teeb tarbijale võimalikuks informatsioonile ligipääsemise ja seejärel saab tarbija valida, kellega ta lepingulisse suhtesse astub.

²⁸³ Kaupleja poolt ostetud reklaami puhul on käesoleval juhul peetud silmas samasse veebiplatvormi, kus kaupleja müüb enda tooteid või teenuseid, ostetud reklaami, nagu veebibännerid või otsingunimekirjas eespool olemist.

²⁸⁴ E-kirja turunduse puhul saadetakse veebilehe, sh veebiplatvormi kasutajatele, kes on enda e-posti aadressi veebilehega jaganud, kaubanduslik sõnum, mis sisaldab näiteks nädala parimaid pakkumisi, allahindlusi, uusi tooteid jms, eesmärgiga kutsuda kasutajat veebilehele.

²⁸⁵ Teadete arhitektuur on erinev, kuid eelkõige on nendeks nutitelefonide rakenduste tõukemärguanded, mis lubavad rakendusel, mis ei tööta nutitelefonil ekraanil, edastada nutitelefonikasutajale teateid.

²⁸⁶ P. Varul. VÕS III komm vlj. § 658/3.1.

Maaklerilepingu kohaselt peaks käsunditajita tegutsema püsivalt käsundiandja huvides. Tarbija ja veebiplatvormi vahel aga ei ole reeglina kokkulepet püsivalt tegutsemise kohta ning tarbija pöördub veebiplatvormi poole pigem konkreetse kauba saamiseks. Püsivaks tegutsemiseks ei saa pidada veebiplatvormi olemasolu ja võimalust selle kaudu leping sõlmida, sest puudub tarbija huvides tegutsemise ja veebiplatvormi tegevuse vaheline põhjuslik seos. Veebiplatvormi kui maakleri tegevus lepingute vahendamisel või lepingute sõlmimisele osutamisel kujutab endast pigem üksikjuhtumit. Kuigi selliseid üksikjuhtumeid võib olla mitu, ei muuda see siiski veebiplatvormi tegutsemist tarbija jaoks püsivaks.

Veebiplatvormi tegevusel on mitmeid tunnuseid, mis on vastavad maaklerilepingu tunnustele. VÕS § 658 lg 1 kohaselt peab käsundiandja ehk tarbija maksma maaklerile tasu. VÕS § 664 lg 1 kohaselt on maakleril õigus maakleritasule alates tema vahendamise või osutamise tulemusena lepingu sõlmimisest. Veebiplatvormi vahendusel sõlmitavate lepingute eest maksab tasu mitte tarbija, vaid seda teeb kaupleja. Veebiplatvormid võtavad tavapäraselt kauplejalt vahendustasu müüdüd toodete väärtuselt või kindlaks määratud summas, nagu seda teevad nt Amazon või osta.ee. Tarbijad edastavad veebiplatvormile üksnes andmeid, mida saab pidada tasuks.²⁸⁷ Agendilepingu puhul saab võlaõigusseaduse kohaselt agenditasuks olla ka muu objekt kui raha, eelkõige rahaliselt hinnatav asi või teenus. VÕS § 665 näeb ette maakleritasu suuruse, kuid ainult siis, kui pooled ei ole kokku selles ise kokku leppinud.²⁸⁸ Õiguskirjanduses on välja toodud, et maakleritasu makstakse eelkõige rahas, kuid ei ole välistatud ka teistsugune kokkulepe võlaõigusseaduse tähenduses, st muus vormis rahaliselt määratletav teenus või asi.²⁸⁹ Vastavalt privaatautonomia põhimõttele on pooled vabad tasu suuruses või selle objektis kokku leppima ja selleks võib olla tarbija poolt edastatud andmed kui rahaliselt hinnatav teave.

Kui eeldada, et andmed kui rahalist väärtust omav teave saab tänapäeva infoühiskonnas olla tasuks teenuste eest, sh maakleritasuks, siis jääb üles küsimus, kas maaklerilepingu regulatsiooniga on kooskõlas asjaolu, et tarbija edastab andmeid veebiplatvormile pidevalt. Selliselt saab veebiplatvorm maakleritasu kui andmed kätte olenemata asjaolust, kas põhileping veebiplatvormi kaudu sõlmitakse või mitte, mis aga on maakleritasu maksmise eelduseks. Kui tarbija ehk käsundiandja kolmanda isikuga lepingut ei sõlmi, ei ole maakleril õigust maakleritasu saada.²⁹⁰ Samas ei ole keelatud leppida osapoolte vahel kokku, et maakleritasu makstakse ka siis, kui põhilepingut ei sõlmita, kuid maakler on enda kohustuse

²⁸⁷ Langhanke/Schmidt-Kessel, lk 129.

²⁸⁸ P. Varul. VÕS III komm vlj. § 665/4.

²⁸⁹ P. Varul. VÕS III komm vlj. § 665/3.1.

²⁹⁰ P. Varul, P. VÕS III komm vlj. § 664/3.1.

täitnud – kas lepingu vahendanud tarbija tarbeks või lepingu sõlmimisele osutanud.²⁹¹ Lepingu sõlmimisele osutamise protsessiks saab juba pidada olukorda, kui tarbijale esitatakse võimalikud variandid kaupade tellimiseks. Sellega täidab veebiplatvorm enda kohustuse, milleks on lepingu sõlmimise võimalusele osutamine ning andmeid võib lugeda tasuks maakleriteenuste osutamise eest.²⁹²

Teoreetiliselt saab asuda seisukohale, et veebiplatvormi ja tarbija vahelist lepingut võib kvalifitseerida maaklerilepinguks, kui tarbija edastatuid andmeid lugeda maakleritasuks. Veebiplatvormi tegevus vastab maakleri kohustustele nii lepingu vahendamise kui ka lepingu sõlmimisele osutamise puhul suhtes tarbijaga. Maaklerilepingu sätete muutmine ei ole vajalik, kuivõrd olukorras, kus tarbija ei maksa veebiplatvormile tasu ning tasuks ei loeta ka andmete edastamist, tuleb lepingut tõlgendada kui tasuta teenuste osutamise lepingut. Vastavalt võlaõigusseaduse kommentaarile on tasuta teenuse osutamise lepingu puhul tegemist käsunduslepinguga (VÕS § 619), mitte maaklerilepinguga.²⁹³ VÕS § 619 kohaselt kohustub käsunduslepinguga üks isik (käsundisaaja) vastavalt lepingule osutama teisele isikule (käsundiandja) teenuseid (täitma käsundi), käsundiandja aga maksma talle selle eest tasu, kui selles on kokku lepitud. Käsunduslepingu kohaldamine maaklerilepingu asemel ei too kaasa erinevusi lepingupoolte kohustustes, sest maaklerileping on käsunduslepingu alaliik, st maaklerilepingu korral kohaldatakse käsunduslepingu kohta sätestatud, kui maaklerilepingu normid ei sätesta teisiti. Maaklerilepingu sätted sätestavad üksnes täpsemad põhimõtted, näiteks VÕS § 669 lg 1 kohaselt eeldatakse, et maakler ei vastuta vahendatud või osutatud lepingu täitmise eest, siis agendilepingu korral kohaldub VÕS § 103 lg-t 1, mille kohaselt vastutab käsundisaaja kohustuse rikkumise eest, v.a. kui rikkumine oli vabandatud ja eeldatakse, et rikkumine ei ole vabandatud. Samas on võimalik käsundiandja ja veebiplatvormi vahelises lepingus sätestada käsundisaaja kohustused ja vastutus välistada.

²⁹¹ *Ibid.*

²⁹² Kuna lepingu üheks pooleks on tarbija kui nõrgem pool, võib olla vajalik andmete edastamist tasuna reguleerida võlaõigusseaduses. Eelkõige kohustust tarbijat lepingueelselt informeerida, milliseid andmeid kasutab platvorm ise ja kuidas on tagatud andmete hoidmise ja kasutamise vastavus andmekaitse nõuetele. Antud teema väljub selle töö raamidest.

²⁹³ P. Varul. VÕS III komm vlj. § 664/4.

Kokkuvõte

Käesoleva töö eesmärgiks oli uurida lepingu sõlmimise protsessi kaudu, millised õigussuhted tekivad veebiplatvormil tehinguid tegevate isikute vahel Eesti õiguses, st millised õigussuhted on platvormil nn kolmiksuhtes olevate isikute – veebiplatvormi, tarbija ja müüja või teenuseosutaja – vahel, ja kas veebiplatvorm kvalifitseerub Eesti õiguses agendiks või maakleriks. Töös jõuti järgmistele järeldustele.

Veebiplatvormi läbivaks tunnuseks on kahe eri kasutajagrupi kokku toomine ühte keskkonda internetis, mille tulemusena saavad mõlemad kasutajagrupid kasu. Euroopa Komisjoni veebiplatvormi definitsioon sisaldab küll kõiki veebiplatvormile iseloomulikke tunnuseid, kuid see ei sisalda piisavalt eristavaid tunnuseid veebiplatvormi ja muude digitaalsete vahendite eristamiseks. Samas on OIP direktiivis sätestatud veebiplatvormi määratus kohane e-kaubanduses, kuid piirab veebiplatvormi tegevuse üksnes B2C suhtele ehk ühele platvormi liigile. Veebiplatvorme on võimalik liigitada vahendatavate kasutajagruppide alusel. Selle alusel saab eristada nelja platvormi liiki, milleks on B2C, B2B, P2P ja C2B. Teiseks veebiplatvormide liigitamise aluseks saab olla osutatav teenuse vahendamine, mille alusel on võimalik eristada viite liiki platvorme. Nendeks on eelkõige e-kaubanduse veebiplatvorm, mobiiltelefonide ökosüsteemide ja rakenduste levitamise platvormid, otsingumootorid, sotsiaalmeedia veebiplatvorm ja veebireklaami platvormid. Veebiplatvormi liigid sarnanevad üksteisele selles osas, et täidavad tuumikfunktsioonina vahendaja rolli, näiteks otsingumootor vahendab informatsioon veebilehelt infootsijale. Veebiplatvormi põhiline tunnus on vahendada kahte kasutajagruppi, näiteks müüjat või teenuse osutajat ja tarbijat digitaalses keskkonnas.

Leidis kinnitust, et üldjuhul teeb kaupleja ettepaneku teha ofert, sest tooted on platvormil suunatud määramatule arvule isikutele, ja tarbija esitab veebiplatvormi vahendusel toote või teenuse tellimisega pakkumise vastavalt VÕS §-le 16. Olukord on vastupidine, kui tooted on suunatud kindlale või kindlatele isikutele, milleks võib olla veebiplatvormil üksikute registreeritud kasutajatele tahteavalduse tegemine. Kui kaupleja on nimeliselt teada ja veebiplatvorm üksnes vahendab tahteavaldusi ehk käitub nn käskjalana poolte vahel, ei ole tegemist esindamisega TsÜS § 115 lg 1 mõttes.

Müüja või teenuseosutaja nimi ei pea alati olema esitatud, kuid tarbijale peab vähemalt nähtuma veebiplatvormi tegutsemine esindajana, et veebiplatvormi saaks pidada esindajaks. Platvormide poolt kasutatud üldtingimustes sisalduv viide platvormile kui „vahendajale“ ei ole piisav, et seda käsitleda platvormile antud esindusõigusest teavitamiseks. Eelkõige

sarnaneb termin „vahendaja“ tahteavalduste vahendamisega, mis ei ole käsitletav esindussuhtena Eesti õiguses TsÜS § 115 lg 1 kohaselt. Sarnaselt ei saa veebiplatvormi *de facto* esindajaks pidada oma tegevusega, st veebiplatvormi mudelist kui kahe kasutajagrupi vahendajast ja platvormi kujundusest ei ilmne üheselt tarbijale, et platvorm tegutseb esindajana. Kuna esindajana tegutsemise aluseks on esindusõigus ja esindatava nimel tegutsemine, asus töö autor seisukohale, et kaupleja tegutsemine peab konkreetselt ilmnema lepingu sõlmimisel tehtud tahteavaldustest.

Kui ofert on suunatud kauplejale vastavalt VÕS § 16 lg-le 1, tuleb lepingupooleks lugeda esindatav ehk kaupleja. Sellisel juhul saab veebiplatvorm tarbija pakkumise vastu võtta esindajana, kui veebiplatvorm tegutseb esindajana. Nimelt saab TsÜS § 122 lg 2 mõttest tuletada, et esindaja saab taheavaldusi vastu võtta. Kui esindajana tegutsemine ei ole tarbijale arusaadav, tekib tal põhjendatud arvamus, et veebiplatvorm müüb ise kaupu ja seega peab teda lepingupooleks. Töö autor on seisukohal, et kui tarbijale oli väliselt nähtav, et lepingu sõlmimise ettepanek tuleb platvormilt, muutub platvorm ise lepingu pooleks. Töö autor leidis, et analoogselt Saksamaa käsitleusega, kus tarbijal on võimalus valida lepingulises suhtes olemise või kahju hüvitamise vahel, tuleb sarnane võimalus luua ka tarbijale eesti õiguses või vähemalt asuda seisukohale, et leping tarbija ja platvormi vahel kehtib.

Töö autor oli seisukohal, et tarbija parema huvide kaitsmiseks peab veebiplatvorm selgelt ja üheselt esitama kaupleja andmed, näiteks nii toote või teenuse veebilehel kui ka tellimuse esitamise hetkel. Vastasel juhul ei pruugi tarbija üheselt mõista, kellele pakkumuse teeb, sest kaupleja kaob platvormi *branding*’u varju.

Töö autor leidis, et kui kaupleja on teada ja pakkumine on talle tehtud, siis kasutab pakkuja platvormi üksnes aktsepti edastamiseks. Selliselt tegutseb veebiplatvorm nn kommunikatsioonivahendina ja toimetab nõustumise tarbijale kätte. Kui platvorm ja kaupleja on kokku leppinud esindusõiguses, siis saab platvorm anda kaupleja nimel nõustumise. Veebiplatvormi ülesandeks on toimetada nõustumine tarbijale kätte enda platvormil nii tahteavalduse vahendamisel kui ka esindajana tegutsemisel. Eristada tuleb VÕS § 62¹ lg-s 3 sätestatud tellimuse elektroonilist kinnitamist ja nõustumise andmist. Kui veebiplatvorm kvalifitseerub infoühiskonna teenuse osutajaks, siis kinnitab platvorm tellimuse, kuid platvormil peab olema täiendavalt nõustumise andmiseks volitus.

Täiendavalt asus töö autor seisukohale, et veebiplatvormi kasutatavat arvutiprogrammi, mis annab nõustumise ja tellimuse kinnituse ei ole võimalik pidada eraldiseisvaks nn tarkvaraagendiks kui esindajaks vastavalt TsÜS § 115 lg-le 1. Nimel ei ole tegemist vabalt

tegutseva isiksusega, arvutiprogrammid täidavad korraldusi üksnes selles ulatuses, milleks programmiautorid või -haldajad on neid programmeerinud tegema ja arvutiprogrammid ei saa teha muid tegevusi. Seega tuleb neid lugeda üksnes veebiplatvormi vahendiks lepingu sõlmimise vahendamisel.

Platvormidel on võimalik tüüptingimustes reguleerida tahteavalduste kättetoimetamise hetke ja see kindlaks määrata vastavalt VÕS §-le 16. Kui veebiplatvorm tahteavalduse kättesaamise hetke ja aktsepti siduvust ei reguleeri, tuleb platvormi pidada kommunikatsioonivahendiks analoogselt e-postkastiga ja seetõttu on tahteavaldus kätte saadud, kui see on saabunud veebiplatvormi hallatavasse serverisse ja teisel poolel on mõistlik võimalus sellega tutvumiseks vastavalt TsÜS § 69 lg-le 2. Tahteavalduse kättesaamist saab eeldada majandus- ja kutsetegevuses tegutseva kaupleja poolt hiljemalt järgmisel päeval pärast platvormi serverisse jõudmist.

Töö autor asus seisukohale, et arvutivõrgu kaudu sõlmitud lepingute osaks muutuvad veebilehel sätestatud tüüptingimused vastavalt VÕS § 37 lg-le 1, kui neist on tarbijat teavitatud. Kohaseks teavitamise meetmeks saab olla üksnes klikiga nõustumise tehnika ehk *click-wrap*, kuna see eeldab tarbija aktiivset tegevust. Kohaseks teavitamise meetmeks autori seisukohalt ei ole sirvimisega nõustumise tehnika ehk *browse-wrap*. Eristada tuleb tellimuse esitamist kui pakkumise tegemist ja tüüptingimustega nõustumist, sest antud tahteavalduste tähendused erinevad. Tingimustega nõustumine peab selgelt erinema pakkumisest ja üldjuhul ei saa tüüptingimustega nõustumine ja pakkumise esitamine olla tehtud ühe tegevusega, näiteks ühe nupu vajutusega.

Tüüptingimustega nõustumisel platvormil saavad tingimused platvormilepingu osaks veebiplatvormi ja tarbija ning veebiplatvormi ja kaupleja vahel. Samas võivad platvormilepingu tüüptingimused reguleerida tarbija ja kaupleja vahel tekkivat õigussuhet. Käesoleva töö autor asus seisukohale, et veebiplatvormi tüüptingimused, millega tarbija nõustus platvormilepingu sõlmimisel, ei muutu põhilepingu osaks platvormilepingu sõlmimisega. Lähtuvalt Saksamaa Trausteni maakohtu lahendist, asus töö autor seisukohale, et platvormilepingu tüüptingimusi on võimalik kohaldada tahteavalduste tõlgendamiseks, sest mõlemad platvormi osapooled arvestavad tingimustega ja on teadlikud neist. Kuid platvormilepingu tüüptingimusi ei ole võimalik pidada põhilepingu osaks.

Käesoleva töö autori seisukohalt saavad veebiplatvormilepingu või platvormi veebilehel olevad tingimused kohalduda põhilepingule, kui nendega nõustutakse igakordselt tellimuse esitamisel. Töö autori seisukohalt võib olla võimalik tõlgendada platvormi ja tarbija ning

platvormi ja kaupleja vahel sõlmitud lepingut raamlepinguks. Antud raamleping peaks eelduslikult kohalduma kõikidele platvormil sõlmitavatele lepingutele. Platvormilepingule võib kohaldada kolmandat isikut kaitsva lepingu regulatsiooni (VÕS § 81). See annaks tarbijale võimaluse kasutada õiguskaitsevahendina platvormi poolt kohustuste rikkumise korral kahju hüvitamise nõude esitamist. Samas võib tekkida probleem VÕS § 81 lg-s 1 sätestatud eelduste täitmisega.

Kui kaupleja on veebiplatvormil ennast identifitseerinud, siis on veebiplatvorm üksnes n-ö kommunikatsioonivahend, v.a. kui teisiti tuleneb tüüptingimustest. Sellisel juhul on VÕS §-st 62¹ tulenevad kohustused, sh viivitamatu tellimuse elektrooniline kinnitamine, üksnes kauplejal kaupade elektroonilisel müümisel infoühiskonna teenuse osutajana. Kui platvorm tegutseb esindajana või platvorm on tegelik lepingu pool, siis omandab VÕS §-s 62¹ sätestatud kohustused platvorm. Samas on võimalik veebiplatvormi ja müüja või teenuseosutaja vahelises lepingus sätestada, et osad müüja või teenuse osutaja kui infoühiskonna teenuse osutaja ülesanded täidab platvorm, eelkõige näiteks tellimuse viivitamatu elektrooniline kinnitamine vastavalt VÕS § 62¹ lg-le 3.

Veebiplatvormi ja kaupleja vaheline platvormileping vastab tunnustelt agendilepingule VÕS § 670 lg 1 tähenduses. Nimelt vahendab või sõlmib platvorm lepinguid kaupleja nimel ja huvides. Samas, kui platvorm ei tegutse kaupleja nimel või huvides ei ole tegemist agendilepinguga ja veebiplatvorm võib olla edasimüüja või komisjonär. Kui kaupleja soovib kasutada veebiplatvormi teenust pikema aja jooksul, on täidetud ka teenuse osutamise püsivuse kriteerium. Kui platvorm ei tegutse püsivalt, ei pruugi olla tegemist agendilepinguga ja kohalduda võib maaklerilepingu regulatsioon.

Töö autor jõudis järeldusele, et veebiplatvormi ja tarbija vahelisele platvormilepingule ei kohaldu agendilepingu regulatsioon, kui tarbija ei soovi ega teadvusta lepingu sõlmimise vahendamist püsivalt. Samuti siis, kui tarbija kasutab platvormi konkreetse toote või teenuse jaoks, seda ka siis, kui tegemist on registreeritud kasutajaga ja kui see on ainuke viis platvormi kaudu lepingu sõlmimiseks.

Autor asus seisukohale, et maaklerilepingus sätestatud maakleri kohustused – vahendada lepingu sõlmimist ja osutada lepingu sõlmimise võimalusele – on vastavuses veebiplatvormi tegevusega. Kuid platvormi ja müüja või teenuse osutaja vaheline suhe ei ole üldiselt suunatud ühe või ühekordsete lepingute vahendamisele või osutamisele, mistõttu on kohasem agendilepingu kohaldamine.

Platvormi ja tarbija vahelist õigussuhet maaklerilepingu valguses analüüsidis jõudis autor järeldusele, et maaklerilepingu regulatsiooni ei saa pigem kohaldada tarbija ja platvormi vahelisele õigussuhtele. Eelkõige on probleem selles, et VÕS § 658 lg 1 peab tarbija maksma platvormile maakleritasu, kuid tavaliselt maksavad vahendamise eest kauplejad. Töö autor asus seisukohale, et maakleritasuks võivad olla tarbija andmed kui rahaliselt hinnatav asi või õigus vastavalt VÕS § 658 lg-le 1. Autori arvates peab olema tarbija kui nõrgema poole isikuandmete tasuna käsitlemine reguleeritud võlaõigusseaduses, eelkõige võib selleks olla tarbija lepingueelne teavitamine andmete kasutamise kohta. Autori arvates on vajalik täiendavalt selgitada välja andmekaitse ja lepinguõiguse vahekord andmete tasuks lugemiseks. Kui tarbija platvormile tasu ei maksa, tuleb see suhe kvalifitseerida käsunduslepinguna VÕS § 619 mõttes.

Käesoleva töö autor on seisukohal, et veebiplatvormi vahendusel tehingute tegemine ei vaja Eesti õiguses eriregulatsiooni kehtestamist. Autori arvates on võimalik nn kolmiksuhte raames tekkivad võimalikud lüngad tehingute tegemisel kehtivas õiguses ületada tõlgendamise teel.

Qualification of the legal relations of the online platform as intermediary in the law of Estonia

Summary

In forgoing electronic age of instantaneous communications, the growth of information technology has facilitated the use of electronic contracts. Concluding contracts in the digital environment has led to multiple questions from which one question can be considered to be most important - is the current legal system in force adequate and does it solve the problems which arise with concluding contracts in the cyberspace or the digital environment requires individual regulation. As originally the problems with concluding contracts in Internet were generally related to concluding so-called bilateral agreement between business and consumer, then development of information technology has highlighted new issues. With the new progress in the information technology and the internet access various types of online platforms are participating in the process of concluding contracts. The online platforms define themselves as the intermediaries, who are connecting different types of internet users. However, this has provoked new issue about the necessity to regulate so-called triangular relationship in European Union. The legal literature has identified that the existing regulation focus on bipolar relationship between consumer and business and because of that does not apply or at least does not provide sufficient solution for triangular relationship and transaction between online platform, consumer and seller or service provider.

The work will focus on the online platforms through which conclusion of contracts takes place between a consumer and a seller or a service provider and will also analyse the online platform legal relationships and classify them under the law of Estonia.

The term “online platform” does consist of various types of platforms and fields of activities on the market, however one centre point in all online platforms is intermediation of multiple parties. For the term “online platform” the mostly used synonyms are “digital platform”, “online intermediary platform” and “platform”. These synonyms are highlighting some specific identification of platform, but in general they all mean online platform which intermediates between two groups of users. The legal literature does not provide one uniform definition about online platforms, nor has it been defined clearly in the documents of European Union institutions. Also, the concept “online platform” has not been provided in the law of the Estonia. There are multiple possibilities to categorise or to limit the scope of the concept “online platform”, for example it is possible to identify social media, e-commerce

marketplaces, search engines etc. as online platforms. However, there is numerous possibilities and types of business models which could classify as online platforms, then one prime functions stand out in all of them – mediation.

The concept of online platforms is not totally new, for example eBay was founded in 1995 and eBay fundamental business model is that eBay acts as online action environment, where consumers can sell or buy goods in the format of action, but the approach of eBay has also changed, so that the businesses can also put things on action. The popularity of the online platforms has rapidly increased in last years, it is possible to argue that most certainly each product or service is accessible through online platform.

According to the above presented problems the purpose of this master's theses is to find answer to the question - which legal relationships emerge between the parties who are concluding contract through online platform by analysing the process of concluding contracts, and is it possible to apply the provisions governing agency contract or brokerage contract to the online platform.

The hypothesis of this master's thesis is that the concluding contracts via platform shall not require the establishment of a special regulation in the law of Estonia.

The master's thesis is divided into three chapters based on presented purpose and hypothesis. The first chapter is assessing the term "online platform" and author is identifying the key characters of the platform to distinguish platforms from other regular websites. The concept of online platform is analysed through jurisprudence, economics and computer science. Also, the author is providing possible classifications of online platforms based on the platform groups of users and operations. The second chapter is analysing firstly concluding contract via online platform according to section 9(1) of Estonian Law of Obligation Act (hereinafter also referred to as "LOA"). Author is identifying who and in which cases makes an offer, an acceptance and in which circumstances the contract is concluded. It is also analysing which parties are making declarations of intention, in which cases the declarations of intent is made through platform. Furthermore, it is analysed in which circumstances the online platform could become a contracting party. This is also analysed in the aspect of in which circumstances the platform can act as representative of other parties according section 115(1) of General Part of Civil Code Act (hereinafter also referred to as "GPCCA") The second part of the second chapter is analysing how and on what conditions the Terms of Conditions or the Terms of Service, i.e. standard terms in the meaning of section 35(1) of LOA, on website of

online platform shall become part of the contract. Furthermore, the author will analyse if the standard terms of the platform, which became a part of the so-called platform contract between online platform and consumer, could also become part of the intermediated contract which was concluded through platform by consumer and seller or service provider. In the third part of the second chapter will be analysed which party could qualify as information service provider in case of selling good online in the scope of information society service. Author will identify who and in which circumstances must fulfil obligations under section 62¹ of LOA. The section 62¹ of LOA provides same obligations as articles 10 and 11 of directive 2000/31/EC (e-commerce directive). The third chapter of this master's thesis is analysing legal relationships between platform and seller or service provider, and platform and consumer to find out if it is possible to apply provisions governing agency contract or brokerage contract to these legal relationships according to the law of Estonia.

The topic about online platform economy is relatively new, therefore there are no relevant publications in Estonia concerning legal aspects of online platforms, incl. conclusion of contract or legal relationship of parties in these triangular transactions. It must be pointed out that the Commentary of Estonian Law of Obligation Act does point out briefly the possible legal relations on online platforms in one section. Author used primarily publications by foreign authors, nevertheless the Commentary of Estonian Law of Obligation and the Commentary of General Part of Civil Code Act are used as the basis to understand if the Estonian Law of Obligation Act and General Part of Civil Code Act provide possible regulations for online platforms. In addition, the additional empirical sources were also used.

For achieving the objective of the master's thesis, the author used foremost systematic and analytical research methods. Through these research methods the author reached the following opinions and conclusions.

The main concept and identificatory for online platform is to bring together into one environment, i.e. platform, at least two different groups of users so that in the end both groups of users could benefit. Because of these two groups, the platform acts as intermediary which is mutual sign between platforms. For example, European Commission as defined online platform as follows: [it] "refers to an undertaking operating in two (or multi)-sided markets, which uses the internet to enable interactions between two or more distinct but interdependent groups of users so as to generate value for at least one of the groups. Certain platforms also qualify as Intermediary service providers". Also, author identified, that platforms can be classify by the groups of users which platform intermediate. These would-be business-to-

business (B2B), peer-to-peer (P2P), business-to-consumer (B2C) and consumer-to-business (C2B). Furthermore, it is possible to distinguish platforms based on intermediary service type as follows: marketplaces and e-commerce platforms, mobile ecosystems and applications distribution platforms, search engine platforms, social media and (digital) content platforms and online advertising platforms.

It was confirmed that in general the seller or service provider is making an invitation to make an offer, because the goods and services are offered to an indefinite number of persons. In this case, the consumer is making an offer to the seller or service provider. It could be opposite if seller or service provider declaration of intention is directed to specific persons, which could be deemed to be in few cases with registered users of platform. Author concluded that if the seller or service provider is named on the platform, then the platform will just mediate, i.e. communicate declarations of intent of the parties, which does not classify as representation according to section 115(1) of GPCCA. If the offer is directed to the seller or service provider, then the contracting party is seller or service provider. However, according to the Estonian legislation the platform could receive offer if it is authorised to do so. Furthermore, it is possible to state representations and authorisations in the agreement between platform and seller or service provider.

If the name of the seller or service provider is not presented, then according to Estonian legislation must be presented at least that platform acts as representative. Author concluded the opinion that the term “mediation” in Terms and Conditions of platform is not adequate to consider platform as representative. Mediation points to transmission of statements which does not classify as representation according to section 115(1) of GPCCA. In the case, if it is not clear to the consumer that the platform acts as representative, the author held that the consumer sees platform as party to the contract, so the contract will be concluded between consumer and platform. The opinion of the master’s thesis author was that in this case analogously to approach of Germany the consumer should be given a possibility to choose between being in contractual relationship or to demand damages, from which the latter is only provided in Estonian legislation. Alternatively, Estonian legislation should take at least a position that the contract is valid, which it is not deemed to be according to current legislation.

Furthermore, author opinion was that to protect the interest of consumer the presentation of data about seller or service provider must be represented on the online platform clearly and unambiguously. Otherwise it could not be clear to the consumer to whom he or she forwards

offer, because seller or service provider could disappear or fade next to the branding of platform.

As in general the acceptance is given by seller or service provider and then the platform just communicates the declaration of intent to consumer. However according to section 115(1) of GPCCA the platform as representative can make acceptance if it is authorised by seller or service provider. It must be noted that the platform has concluded its Terms of Conditions and Terms of Service they can foresee the level and size of their authorisations, because seller or service provider cannot change these standard terms. The obligation of the platform is to deliver declarations of intention in both situations despite if the platform is used just for communication or the platform is acting as representative of seller or service provider. The platforms are using software or software agents to conclude contracts or communicate statements, however they cannot be deemed to be separate representatives in the view of author. They are merely the equipment that platform, i.e. platform service provider, is using, because they are programmed by the platform service provider to do only things that are allowed within the code and cannot do different actions.

Platforms can define and determinate the time of delivery of declaration of intention and the time of concluding contract according to Estonian legislation in force. However, if it is not determined in platform contracts, the declaration of intention shall be delivered if it is reached to the server of platform and the other party has had reasonable time to access it according to section 69(2) of GPCCA. According to the valid judicial practice in Estonia it is deemed to be accessed by seller or service provider at the latest of the next day after it has reached platform server.

Author of this master's theses concluded that the Terms and Conditions or Terms of Service are standard terms in sense of section 35(1) of LOA which shall be part of the contract, i.e. platform contract, between consumer and platform, if they are accepted by click-wrap. The platforms state in the platform contract some clauses that affect relationship between consumer and seller or service provider, however the author concluded that these standard terms which are part of platform contract shall not be validly part of the main contract between consumer and seller or service provider, if the main contract is concluded on platform. The author opinion is that these standard terms should be considered as a part of the main contract and one possible way could be to use them for interpretation the declarations of intentions of both parties as they are or at least should have been aware of these standard terms, as the Trausten County court did in Germany in case of eBay. Alternatively, it would

be possible to consider the whole triangular relationship as framework agreement or principles of contract with protective effect for third party (section 81 of LOA). Author stated that by accepting standard terms for platform contract, they would not automatically apply for main contract between consumer and seller or service provider.

Furtherly author analysed that one of the service for internet service provider is selling goods online according to the e-commerce directive recital 18. Author concluded that if the seller or service provider is identifiable on platform, i.e. are selling or providing service under their name they are selling goods (incl. services) online in the meaning of information society service. In this case, it is seller or service provider duty to follow obligations of section 62¹ of LOA (article 10 and 11 of e-commerce directive), e.g. confirm immediately in electronic form the receipt. The platform is then not directly subject to these duties. If platform is acting as representative, the situation is opposite and platform must follow these duties. In general, the duties can be shared by platform and seller or service provider if it is concluded in their agreement.

The platform contract concluded between seller or service provider and online platform does meet characteristics of agency contract in the sense of section 670(1) of LOA. The platform does negotiate, i.e. intermediate, or enter into contract in the name and on account of the seller or service provider on permanent basis, if there is corresponding authorisation stated in the contract between these parties. However, the author concluded that the agency agreement does not exist between consumer and online platform, because the consumer does not see the action of platform permanent. The consumer is using platform for concrete product or service, the same applies in the view of author when the consumer is registered user of platform.

In addition, author concluded that legal relationship between seller or service provider and online platform does not in general characterise as brokerage contract according the section 658(1) of LOA. It is concluded so, because the seller or service provider are using or at least their intention is to use platform on permanent basis, which is characteristic to agency contract. However, if the platform only enables to intermediate one or single separate groups of contracts the relationship can be interpreted as brokerage contract according Estonian legislation. It must be pointed out that the main characteristics of brokerage contract – acting as intermediary to conclude contracts or indicating the opportunities to enter into contract – follow platform actions. The relationship between consumer and platform can be considered as brokerage contract under Estonian legislation, however only when the data of consumer is considered as consideration of brokerage fee. The opinion of author was that it can be

considered brokerage fee, however addition regulation may be needed to protect consumer, the weaker party in the relationship, for example obligation to notify consumer prior concluding the contract with platform. If the consumer does not pay brokerage fee to platform, it is considered a free service agreement and it will qualify as authorisation agreement (section 619 of LOA) in Estonia legislation.

The outcome of this master's theses provided that the existing legislation in Estonia can deal with so-called triangular transaction which online platforms has brought on. In authors opinion, the Estonian legislation does not need special regulation to deal with online platforms, as all the "gaps" in the existing legislation can be overcome by interpretation. In the end the platforms are not totally new phenomenon and the legal systems have had similar situations previously which were solved by interpretation.

_____ . _____ . _____

_____/signature/
Mait Valberg

Kasutatud kirjandus

1. Awad, T., El-Shiby, D. Assessing the Effect of Consumers' Profiles and Attitude towards Push Notifications and Future Shopping Intentions. – Global Journal of Emerging Trends in e-Business, Marketing and Consumer Psychology 2014/2. Arvutivõrgus: http://globalbizresearch.org/files/id_3001_gjetemcp_tamer-awad_dina-ashraf-el-shihy-57357.pdf (21.03.2017).
2. Baldwin, C., Woodard, C. The Architecture of Platforms: A Unified View. Working paper 09-034. Harvard Business School 2008. Arvutivõrgus: http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/09-034_149607b7-2b95-4316-b4b6-1df66dd34e83.pdf (18.02.2017).
3. Batura, O. et al. Online Platforms and the EU Digital Single Market. A response to the call for evidence by the house of lord's internal market sub-committee. E-Conomics, 23.11.2015. Arvutivõrgus: http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-7/nikolai_van_gorp_-_response_e-economics_to_the_uk_house_of_lords_call_for_evidence_14020.pdf (12.02.2017).
4. Busch, C. et al. Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms. - Journal of European Consumer and Market Law 2016/5.
5. Busch, C. et al. Ein neues Vertrags- und Verbraucherrecht für Online-Plattformen im Digitalen Binnenmarkt? Diskussionsentwurf für eine mögliche EU-Richtlinie. – MultiMedia und Recht 2016/12.
6. Busch, C. et al. The Rise of the Platform Economy: A new Challenge for EU Consumer Law? - Journal of European Consumer and Market Law 2016/1.
7. Busch, D., Macgregor, L. (ed). The Unauthorised Agent Perspectives from European and Comparative Law. New York: Cambridge University Press 2009.
8. Cauffman, C. The Commission's European Agenda for the Collaborative Economy – (Too) Platform and Service Provider Friendly? Working paper No. 2016/07. Maastricht University 2016. Arvutivõrgus: <https://ssrn.com/abstract=2883845> (13.04.2017).
9. Chopra, S., White, L. A Legal Theory for Autonomous Artificial Agents. Ann Arbor: The University of Michigan Press 2014.
10. Chuah, J. C. T. Law of international trade. London: Sweet & Maxwell 2001.
11. Colangelo, M., Zeno-Zencovich, V. Online Platforms, Competition Rules and Consumer Protection in Travel Industry. - Journal of European Consumer and Market Law 2016/2.

12. Conelius, K. Vertragsabschluss durch autonome elektronische Agenten. – MultiMedia und Recht 2002/6.
13. De Francesch, A. (ed). European Contract Law and the Digital Single Market. The implications of the Digital Revolution. Cambridge: intersentia 2016.
14. Eftestøl-Wilhelmsson, E. EC agency law and intermediaries in shipping. - Scandinavian Institute of Maritime Law Yearbook 2006/7. Arvutivõrgus: http://www.helsinki.fi/katti/english/EE-W_Publications/EE-W_SIMPLEY_2006.pdf (13.03.2017).
15. Ellison, N., Boyd, D. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. – Journal of Computer-Mediated Communication 2007/1. Arvutivõrgus: <http://online.library.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full> (25.02.2017).
16. European Commission. Commission Staff Working Document Online Platform. Accompanying the Document Communication on Online Platforms and the Digital Single Market {COM(2016) 288}, SWD(2016) 172. Arvutivõrgus: http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=15947 (20.02.2017).
17. European Commission. Commission staff working Document. A Digital Single Market Strategy for Europe - Analysis and Evidence. SWD (2015) 100 final, 06.05.2015. Arvutivõrgus: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015SC0100&from=EN> (18.02.2017).
18. European Commission. Regulatory environment for platforms, online intermediaries, data and cloud computing and the collaborative economy. Public consultation, 24.09.2015. Arvutivõrgus: http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=10932 (18.02.2017).
19. European Data Protection Supervisor. Privacy and competitiveness in the age of big data: The interplay between data protection, competition law and consumer protection in the Digital Economy, March 2014. Arvutivõrgus: <http://www.statewatch.org/news/2014/apr/eu-edps-competition-law-big-data.pdf> (18.04.2017).
20. Evans, D. Platform Economics: Essays on Multi-sided Businesses. Competition Policy International, 2011. Arvutivõrgus: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1974020 (18.02.2017).
21. Evans, D. Schmalenese, R. The Antitrust Analysis of Multi-sided Platform Businesses, Coase-Sandor Institute for Law & Economics Working Paper No. 623, 2012. Arvutivõrgus: http://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1482&context=law_and_economics (18.02.2017).

22. Evans, T. Personal data as the digital currency: implications for newspapers' business models. Arvutivõrgus: <http://www.media-management.eu/wp-content/uploads/Evens-2016-Personal-data-as-digital-currency.pdf> (18.04.2017).
23. Ferrari, F. Brief Remarks on the Conclusion of Contracts on the Internet and the United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG). – The European Legal Forum 2001/5.
24. Fezer, K-H. Theorie des immaterialgüterrechtlichen Eigentums an verhaltensgenerierten Personendaten der Nutzer als Datenproduzenten. – MultiMedia und Recht 2017/1.
25. Forder, J., Svantesson, D. Internet and E-Commerce Law. Victoria: Oxford University Press 2008.
26. Furmston, M. Law of Contract. Twelfth Edition. Butterworth and Co Ltd 1991.
27. Hesselink, M. et al. Principles of European Law. Study. Group on a European Civil Code. Commercial Agency, Franchise and Distribution Contracts (PEL CAFDC). Munich: European Law Publishers 2006.
28. Hoeren, T. et al (Hrsg). Handbuch Multimedia-Recht. Rechtsfragen des elektronischen Geschäftsverkehrs. München: C.H. Beck 2016.
29. Joost, D., Strohn, L. et al (Hrsg). Handelsgesetzbuch: HGB Band 1: §§ 1-342e. 3. Aufl. München: C.H.BECK/Vahlen 2014.
30. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus-ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide Komiteele Euroopa digitaalse ühtse turu strateegia {SWD(2015) 100 lõplik}. Euroopa Komisjon COM(2015) 192 lõplik, 06.05.2015. Arvutivõrgus: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015DC0192&from=EN> (11.01.2017)
31. Koolhoven, R. et al. Impulse paper on specific liability issues raised by the collaborative economy in the accommodation sector. European Commission, 14.03.2016. Arvutivõrgus: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16946/attachments/1/translations/en/renditions/native> (01.03.2017).
32. Kouladis, N. Principles of Law Relating to International Trade. Springer 2006.
33. Kull, I. jt. Võlaõigus I Üldosa. Tallinn: Juura 2004.
34. Kull, I. The Adequacy of Existing Estonian Laws for the Platform Economy. - Journal of European Consumer and Market Law 2016/1.
35. Köts, H., Flessner, A. European Contract Law. Volume one: Formation, Validity, and Content of Contracts; Contracts and Third Parties. Oxford: Clarendon Press 1997.

36. Langhanke, C., Schmidt-Kessel, M. Consumer Data as Consideration. - Journal of European Consumer and Market Law 2015/6.
37. Leupold, A., Glossner, S. Münchener Anwaltshandbuch IT-Recht. 3. Aufl. München: C.H. Beck 2013.
38. Lobel, O. The Law of the Platform. Legal Studies Research Paper Series. Research Paper No. 16-212. University of San Diego 2016. Arvutivõrgus: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2742380 (12.03.2017).
39. Loos, M. Standard terms for the use of the Apple App Store and the Google Play Store. - Journal of European Consumer and Market Law 2016/1.
40. Loos, M. The Regulation of Digitaal Content B2C Contracts in CESL. Amsterdam Law School Legal Studies Research Paper No. 2013-60, 18.10.2013. Arvutivõrgus: <https://ssrn.com/abstract=2343176> (03.04.2017).
41. Maxwell, W., Pénard, T. Regulating digital platforms in Europe – a white paper. Hogan Lovells 2015. Arvutivõrgus: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2584873 (12.03.2017).
42. Mckendrick, E. Contract law. 7th ed. Wales: Palgrave Macmillan 2007.
43. Moerel, L. Big Data Protection How to Make the Draft EU Regulation on Data Protection Future Proof. Lectures. Tilburg University 2014. Arvutivõrgus: http://www.debrauw.com/wp-content/uploads/NEWS%20-%20PUBLICATIONS/Moerel_oratie.pdf (18.04.2017).
44. Monopolkommission. Competition policy: The challenge of digital markets. Special Report No 68, 2015. Arvutivõrgus: http://www.monopolkommission.de/images/PDF/SG/s68_fulltext_eng.pdf (18.02.2017).
45. Moses, L. B. Adapting the law to technological change: a comparison of common law and legislation. University of New South Wales Law Journal 2003. Arvutivõrgus: <http://www.austlii.edu.au/au/journals/UNSWLawJl/2003/33.html> (11.11.2016).
46. Munday. R. J. C. Agency: law and principles. Oxford University Press 2010.
47. Kim, N. Wrap Contracts foundation and Ramifications. New York: Oxford University Press 2013
48. Nuth, M. Electronic Contracting in Europe. Benchmarking of National Contract Rules of United Kingdom, Germany, Italy and Norway in Light of the EU E-commerce Directive. Complex nr. 2008/2. Arvutivõrgus: <http://www.complexserien.net/sites/complexserien/files/Complex%202008-02.pdf> (04.11.2016).
49. O’Conor, D., Schuers, M. Against Platform Regulation. Draft for Presentation. September 2016. Arvutivõrgus: <http://ipp.oii.ox.ac.uk/sites/ipp/files/documents/>

OConnor-Schruers%2520-%2520Against%2520Platform%2520Regulation.pdf

(17.02.2017).

50. Pagallo, U. The Laws of Robots. Crimes, Contracts, and Torts. Dordrecht: Springer 2013.
51. Pihlak, M. Eluruumi kvaliteedi mittevastavus lepingutingimustele müüja ja kinnisvaramaakleri vastutuse alusena. Magistritöö. Tartu: Tartu Ülikool: 2015.
52. Pistorius, T. Shrink-wrap and click-wrap agreements. Can they be enforced? – Juta's business law 1999/3.
53. Randolph, F., Davey, J. Guide to the Commercial Agents Regulations. Oxford: Hart 2003.
54. Redeker, H. IT-Recht. 6. Aufl. Nördlinger: C.H. Bech 2017.
55. Reding, V. Data protection reform: restoring trust and building the digital single market. 4. Annual European Data Protection Conference/Brussels, 17.09.2013. Arvutivõrgus: http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-13-720_en.htm (18.04.2017).
56. Russ, B. All Wrapped Up and Nowhere to *Gogo*: Wrap Contracts Meet the Wrapture, 12.12.2016. Arvutivõrgus: <https://ssrn.com/abstract=2731804> (03.04.2017).
57. Saintier, S. et al (ed). Commercial Agency Law: a comparative perspective. Aldershor 2002.
58. Sartor, G. Cognitive automata and the law: electronic contracting and the intentionality of software agents. - Artificial Intelligence and Law 2009/4.
59. Schulze, R., Staudenmayer, D. (ed). Digital Revolution: Challenges for Contract Law in Practice. Baden-Baden: Nomos 2016.
60. Seletuskiri Infoühiskonna teenuse seaduse eelnõu juurde. - Õigusaktide eelnõude elektroonilise koostamise süsteem. Dok. Reg. Nr. 1-15-1-1/35, 10.02.2004, lk 3. Arvutivõrgus: http://eoigus.just.ee/?act=6&subact=1&OTSIDOC_W=27613 (12.03.2017).
61. Smith, G. Internet Law and Regulation. 4th ed. London: Sweet & Maxwell 2007.
62. Spindler, G. Internet-Auctions versus Consumer Protection: The Case of the Distance Selling Directive. - German Law Journal 2005/3.
63. Spindler, G., Börner, F. (ed). E-commerce Law in Europe and the USA. Berlin: Spingler 2002.
64. Stefan, A. et al. Mobile Ecosystems in a Nutshell. Romania: Editura Universitara 2010. Arvutivõrgus: <https://goo.gl/psBm17> (16.04.2017).

65. Tamm, P. Võlaõigusseaduse agendilepingu regulatsiooni muutmise vajalikkusest Euroopa lepinguõiguse ühtse tugiraamistiku projekti DCFR valguses. Bakalaureusetöö. Tallinn: Tartu Ülikool 2013.
66. Tikk, E., Nõmper, A. Informatsioon ja õigus. Tallinn: Juura 2007.
67. Treitel, G. The law of contract. Eleventh Edition. Sweet & Maxwell 2003.
68. Turban, E. et al. Electronic Commerce. A Managerial and Social Networks Perspective. 8th ed. Šveits: Springer 2015.
69. Turk, K. Teabe talletaja deliktiõiguslik vastutus. Magistritöö. Tartu: Tartu Ülikool 2010.
70. Tuul, K. Pilveteenuse osutamisel tekkiva õigussuhte kvalifitseerimine Eesti õiguses. Magistritöö. Tartu: Tartu Ülikool 2014.
71. Uusen-Nacke, T. Kolmandat isikut kaitsev leping. Asjatundja vastutus kolmandate isikute suhtes. – Juridica 2003/8.
72. Walden, I., Hörnle, J. (ed). E-commerce law and practice in Europe. Cambridge: Woodhead Publishing Limited 2001.
73. Van Gorp, N., Batura, O. Challenges for Competition Policy in a Digitalised Economy. European Parliament, IP/A/ECON/2014-12, juuli 2015. Arvutivõrgus: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL_STU\(2015\)542235_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL_STU(2015)542235_EN.pdf) (18.02.2017).
74. Wandtke, A-A. Ökonomischer Wert von persönlichen Daten. Diskussion des „Warencharakters“ von Daten aus persönlichkeits- und urheberrechtlicher Sicht. – MultiMedia und Recht 2017/1.
75. Wang, F. Law of Electronic Commercial Transactions. Contemporary Issues in the EU, US and China. 2nd ed. New York: Routledge 2014.
76. Varul, P jt (koost). Tsiviilseadustiku üldosa seadus. Kommenteeritud väljaanne. Tallinn: Juura 2010.
77. Varul, P. jt (koost). Võlaõigusseadus I. Kommenteeritud väljaanne. Tallinn: Juura 2016.
78. Varul, P. jt (koost). Võlaõigusseadus III. Kommenteeritud väljaanne. Tallinn: Juura 2009.
79. Varul, P. jt (koost). Tsiviilõiguse üldosa. Tartu: Juura 2012.
80. Wendehorst, C. Platform Intermediary Services and Duties Under the E-Commerce Directive and the Consumer Rights Directive. - Journal of European Consumer and Market Law 2016/1.

81. von Bar, C. et al (ed). Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law Draft Common Frame of Reference (DCFR). Prepared by the Study Group on a European Civil Code and the Research Group on EC Private Law (Acquis Group). Arvutivõrgus: http://ec.europa.eu/justice/contract/files/european-private-law_en.pdf (12.02.2017).
82. Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseseaduse muutmise seaduse eelnõu. 505 SE algteksti seletuskiri. Arvutivõrgus: www.riigikogu.ee (04.03.2017).

Kasutatud normatiivmaterjalid

Kasutatud Eesti normatiivmaterjalid

83. Võlaõigusseadus, RT I 2001, 81, 487, RT I, 31.12.2013, 10.
84. Võlaõigusseadus, RT I 2001, 81, 487, RT I, 31.12.2016, 7.
85. Tsiviilseadustiku üldosa seadus, RT I 2002, 35, 216, RT I, 12.03.2015, 106.
86. Infoühiskonna teenuse seadus, RT I 2004, 29, 191, RT I, 12.07.2014, 48.

Kasutatud Euroopa Liidu normatiivmaterjalid

87. Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv (EL) 2015/1535, 9. september 2015, millega nähakse ette tehnilistest eeskirjadest ning infoühiskonna teenuste eeskirjadest teatamise kord (kodifitseeritud tekst) – ELT L 241, 17.09.2015, lk 1-15.
88. Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 2000/31/EÜ, 8.06.2000, infoühiskonna teenuste teatavate õiguslike aspektide, eriti elektroonilise kaubanduse kohta siseturul (direktiiv elektroonilise kaubanduse kohta) – ELT L 178, 17.07.2000, lk 1-16.
89. 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 – ELT L 304, 22.11.2011, lk 64-88.
90. Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 98/34/EÜ, 22. juuni 1998, millega nähakse ette tehnilistest standarditest ja eeskirjadest teatamise kord. – EÜT L204, 21.07.1998, lk 37-48.
91. Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 98/48/EÜ, 20. juuli 1998, millega muudetakse direktiivi 98/34/EÜ, millega nähakse ette tehnilistest standarditest ja eeskirjadest teatamise kord. – EÜT L217, 05.08.1998, lk 8-15.
92. Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrus (EL) nr 524/2013, 21. mai 2013, tarbijavaidluste internetipõhise lahendamise kohta, millega muudetakse määrust (EÜ) nr 2006/2004 ja direktiivi 2009/22/EÜ (tarbijavaidluste internetipõhise lahendamise määrus) – ELT L 165, 18.06.2013, lk 1-12.
93. Nõukogu direktiiv, 18. detsember 1986, füüsilisest isikust ettevõtjana tegutsevate kaubandusagentide tegevust käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (86/653/EMÜ) – EÜT L 382, 31.12.1986, lk 17-21.

Kasutatud Euroopa Liidu liikmesriikide normatiivmaterjalid

94. Code de la consommation. Version en vigueur au 22 février 2017. Arvutivõrgus: https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do;jsessionid=49A2EA1C448897342EC90A89A9A51AF1.tpdila23v_1?cidTexte=LEGITEXT000006069565&dateTexte=20170222 (20.02.2017).
95. Bürgerliches Gezezbuch. - BGBI. I S. 42, 2909; 2003 I S. 738, BGBI I 2017, 905.

Kasutatud kohtupraktika

Kasutatud Eesti kohtupraktika

97. RKTko 19.12.2007, 3-2-1-117-07.
98. RKTko 21.12.2007, 3-2-1-123-07.
99. RKTko 13.11.2013, 3-2-1-123-13.
100. RKTko 18.01.2006, 3-2-1-155-05.
101. RKTko 31.01.2013, 3-2-1-180-12.
102. TlnMKo 18.03.2008, 2-07-22244.

Kasutatud Euroopa Liidu kohtupraktika

103. EKo 9.11.2000, C-381/98, *Ingmar GB*.
104. EKo, 10.02.2004, C-85/03, *Mavrona*.
105. EKo 16.03.2004, C-3/04, *Poseidon Chartering*.
106. EKo 7.12.2010, C-585/08, *Pammer ja Hotel Alenhof*.
107. EKo 12.07.2011, C-324/09, *L'Oréal and Others*.
108. EKo 5.07.2012, C 49/11, *Content Service*.
109. EKo 11.09.2014, C-291/13, *Papasavvas*.
110. EKo 21.05.2015, C-322/14, *El Majdoub*.
111. EK eelotsusetaotlus 16.10.2015, C-434/15, *Asociación Profesional Elite Taxi*.
112. EKo 28.07.2016, C-191/15, *Verein für Konsumenteninformation*.

Kasutatud Euroopa Liidu liikmesriikide ja Ameerika Ühendriikide kohtupraktika

113. BGH, Urteil vom 3. 11. 2004 - VIII ZR 375/03 (LG Traunstein). Arvutivõrgus: https://www.jurion.de/urteile/bgh/2004-11-03/viii-zr-375_03/ (25.04.2017).
114. *Comb v. PayPal, Inc.*, 218 F. Supp. 2d 1165 (N.D. Cal. 2002). Arvutivõrgus: https://scholar.google.com/scholar_case?case=15174879769896251427&q=%22218+F.Supp.2d+1165&hl=en&as_sdt=2002 (04.04.2017).
115. Employment Tribunal, case no 2202550/2015, *Aslam & Farrar v Uber BV & others*, Arvutivõrgus: <https://www.judiciary.gov.uk/wp-content/uploads/2016/10/aslam-and-farrar-v-uber-reasons-20161028.pdf> (20.04.2017).

116. England and Wales Court of Appeal, *Page v Combined Shipping and Trading Co Ltd* [1996] EWCA Civ 13123, 24.05.1996. Arvutivõrgus: <http://www.bailii.org/ew/cases/EWCA/Civ/1996/1312.html> (02.03.2017).
117. *Pharmaceutical Society of Great Britain v Boots Cash Chemist (Southern) Ltd.* [1953] 1 All ER 482. Arvutivõrgus: <http://www.diprist.unimi.it/fonti/811.pdf> (03.03.2017).
118. *Pollstar v. Gigmania, Ltd.*, 170 F. Supp. 2d 974, 976 (E.D. Cal. 2000). Arvutivõrgus: <http://www.internetlibrary.com/pdf/Pollstar-Gigmania-ED-Ca.pdf> (04.04.2017).
119. *Register.com, Inc. v. Verio, Inc.*, 356 F.3d 393 (2d Cir. 2004). Arvutivõrgus: <http://www.internetlibrary.com/pdf/Register-Verio-Dist-Crt.pdf> (04.04.2017).
120. *Specht v. Netscape Communications Corp.*, 150 F. Supp. 2d 585 (S.D.N.Y. 2001). Arvutivõrgus: https://cyber.harvard.edu/stjohns/Specht_v_Netscape.pdf (04.04.2017).

Kasutatud muud allikad

122. Balkovich E. et al. Electronic Surveillance of Mobile Devices. Understanding the Mobile Ecosystem and Applicable Surveillance Law. RAND 2015. Arvutivõrgus: http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_reports/RR800/RR800/RAND_RR800.pdf (16.04.2017).
123. Bjornsson, M. The History of eBay (2001). Arvutivõrgus: <http://www.cs.brandeis.edu/~magnus/ief248a/eBay/history.html> (18.02.2017).
124. Codagnone, C., Martens, B. Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues. European commission. Institute for prospective technological studiesdigital economy working paper 2016/01. Arvutivõrgus: <https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/JRC100369.pdf> (25.04.2017).
125. Eesti (Investly Holding OÜ) kasutustingimused. Investly. Arvutivõrgus: <https://www.investly.co/et/kasutusleping> (24.04.2017).
126. Eesti Keele Instituut. Keelenõuanne. Arvutivõrgus: <http://keeleabi.eki.ee/index.php?leht=8&id=54> (18.02.2017).
127. Eggers, W. et al. Data as the new currency Government's role in facilitating the exchange. – Deloitte Review 2013/13. Arvutivõrgus: http://deloitte.wsj.com/riskandcompliance/files/2013/11/DataCurrency_report.pdf (18.04.2017).
128. European Commission. Case No COMP/M.7217 - FACEBOOK/ WHATSAPP. Regulation (EC) No 139/2004 Merger Procedure, 03.10.2014. – Arvutivõrgus: http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7217_20141003_20310_3962132_EN.pdf (02.02.2017).
129. Evans, P., Gawer, A. The Rise of the Platform Enterprise. A Global Survey. The Emerging Platform Economy Series 2016/1. Arvutivõrgus: http://thecge.net/wp-content/uploads/2016/01/PDF-WEB-Platform-Survey_01_12.pdf (25.04.2017).
130. Fees and Pricing. Amazon. Arvutivõrgus: <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=1161240> (01.03.2017).
131. Google Inc. — Written evidence (OPL0017). “Online Platforms and the EU Digital Single Market”, 15.10.2015. Arvutivõrgus: <http://data.parliament.uk/writtenevidence/committeeevidence.svc/evidencedocument/eu-internal-marketsubcommittee/online-platforms-and-the-eu-digital-single-market/written/22990.html> (18.02.2017).
132. Kasutustingimused. Autolevi. Arvutivõrgus: <https://autolevi.ee/kasutustingimused/> (25.04.2017).

133. Kohtuasja informatsioon, EK eelotsusetaotlus 16.10.2015, C-434/15, Asociación Profesional Elite Taxi. Arvutivõrgus: <https://goo.gl/6xADIi> (25.04.2017).
134. Monopolkommission — Written evidence (OPL0046), 20.10.2015. Arvutivõrgus: http://data.parliament.uk/writtenevidence/committeeevidence.svc/evidencedocument/eu-internal-market-subcommittee/online-platforms-and-the-eu-digital-single-market/written/23265.html#_ftnref2 (18.02.2017).
135. Oksjoni kord. Metsaoksjon.ee, 05.04.2017. Arvutivõrgus: <https://www.metsaoksjon.ee/index.php?f=tekstid&i=1> (18.04.2017).
136. Online platforms. Digital Single Market. Arvutivõrgus: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/online-platforms-digital-single-market> (18.02.2017).
137. Piletilevi piletipoe kasutamise tingimused. Piletilevi, 06.06.2016. Arvutivõrgus: <http://www.piletilevi.ee/est/uldinfo/kuidasosta/piletipoe-kasutamise-tingimused/> (24.04.2017).
138. Professor Tom Rodden—written evidence (OPL0074), 07.12.2015. – Arvutivõrgus: <http://data.parliament.uk/writtenevidence/committeeevidence.svc/evidencedocument/eu-internal-market-subcommittee/online-platforms-and-the-eu-digital-single-market/written/25677.html> (10.03.2017).
139. Ratliff, J., Rubinfeld, D. Online Advertising: Defining Relevant Markets. - Journal of Competition Law and Economics 2010/3. Arvutivõrgus: <https://ssrn.com/abstract=1734015> (16.04.2017).
140. Suunised komisjoni täitetegevuse prioriteetide kohta EÜ asutamislepingu artikli 82 kohaldamisel turgu valitsevate ettevõtjate kuritahtliku konkurentide tõrjuva tegevuse suhtes - ELT II 24.02.2009, 2009/C 45/02, lk 7-20.
141. Taxify rakenduse kasutustingimused. Taxify. Arvutivõrgus: <https://taxify.eu/et/tingimused/conditions/> (25.03.2017).
142. Terms of Service. Airbnb, 27.10.2016. Arvutivõrgus: <https://www.airbnb.com/terms> (21.03.2017).
143. Toitla. Arvutivõrgus: <http://toitla.com/home> (25.04.2017).
144. Yahoo—Written evidence (OPL0042), 20.10.2015. Arvutivõrgus: <http://data.parliament.uk/writtenevidence/committeeevidence.svc/evidencedocument/eu-internal-market-subcommittee/online-platforms-and-the-eu-digital-single-market/written/23220.html> (18.02.2017).

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, **Mait Valberg**

Sündinud 05. detsembril 1992. a.

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

„Veebiplatvormi kui vahendaja õigussuhete kvalifitseerimine Eesti õiguse järgi“,
mille juhendajad on **prof Irene Kull** ja **Liisi Jürgen, MA õigusteadus**

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 Tartu 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, **02. mai 2017. a.**