



EESTI KONJUNKTUURIINSTITUUT

ESTONIAN INSTITUTE
OF ECONOMIC RESEARCH

Eesti toidusektori tarneaahela toimimine ja ebaausate kauplemistavade mõjud

Tallinn
Mai 2018

Vastutav täitja: Marje Josing (töö esimesel etapil Piret Hein)

Projektigrupi koosseis: Ülo Mattheus, Katrin Nittim, Evelin Ahermaa, Mati Reiman, Bruno Pulver, Eva Priedenthal, Viivika Savina, Ingrid Niklus, Lia Lepane, Albert Hansa.

Eesti Konjunkturiinstituut

Rävala pst 6, 19080 Tallinn

Tel. +372 668 1242

E-mail: eki@ki.ee

<http://www.ki.ee>

Copyright © Eesti Konjunkturiinstituut

Sisukord

Sisukord	3
Töös kasutatavad lühendid	4
Sissejuhatus.....	5
1. Jaekaubanduse kontsentratsioon	6
1.1. Jaekaubanduse kontsentratsioon Euroopas	6
1.2. Jaekaubandus Eestis	7
2. Jaekettide turujõud ja reguleeriv roll.....	9
2.1. Austraalia näide	9
2.2. Jaekettide liivakellaefekt	10
3. Euroopa Komisjoni seisukohad ja tegevus eaausate kauplemispraktikate osas.....	12
3.1. Kokkuvõtte tegvustest 2011-2018.....	12
3.2. JRC töögrupi ülevaade eaausatest kauplemistavade	14
3.3. Meetodid eaausate kauplemistavade ja nende mõju uurimiseks	16
3.4. Euroopa Komisjoni direktiivi ettepanek	17
4. Euroopa Liidu liikmesriikide kogemused eaausate kauplemistavade	19
4.1. JRC töögrupi kokkuvõtted valitud liikmesriikidest	19
4.2. Näited liikmesriikides kasutusel olevatest meetmetest.....	20
4.3. Heade kauplemistavade järgimine Eestis.....	22
5. Euroopa Komisjoni läbi viidud uuringud	24
5.1. Konsultatsioon sidusrühmadega	24
5.2. Euroopa Komisjoni küsitlusuuringud.....	24
5.3. Euroopa Komisjoni järeldused eaausate kauplemistavade allikatest	25
6. Eesti toiduainetööstuse ettevõtete kokkupuude eaausate kauplemistavade	26
6.1. Metoodika ja valim.....	26
6.2. Kokkupuude eaausate kauplemistavade	26
6.3. Sagedamini esinenud eaausad kauplemistavad.....	28
6.4. Eaausate kauplemistavade mõjud	34
Kokkuvõtte	37
Lisad	40
Lisa 1. Eesti head tavad toiduainete vertikaalses tarneahelas. Heade kauplemistavade üldpõhimõtted	40
Lisa 2. Küsitlustulemuste protsentjaotused	42
Kasutatud kirjandus	46

Töös kasutatavad lühendid

AFCC – Põllumajandusliku Toidutootmise Ahela Konsultatsioonid (*Agro Food Chain Consultations*)

AMTF – Euroopa Komisjoni põllumajandusturgude rakkerühm (*Agricultural Markets Task Force*)

B2B – ettevõtetevaheline kaubandus, äriturundus

DGCCRF – Prantsusmaa Konkurentsi, Tarbijakaitse ja Pettustevastase Kontrolli Amet (*Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes*)

EKI – Eesti Konjunktuuriinstituut

GCA – Suurbritannia Tööstuskaubanduskoodeksi Arbiiter (*Groceries Code Adjudicator*)

HTP – heade tavade põhimõtted

JRC –Teadusuuringute Ühiskeskus (*Joint Research Center*)

JRC töögrupp – Euroopa Komisjoni Põllumajanduse ja Maaelu Arengu Peadirektoraadi ja Euroopa Komisjoni Teadusuuringute Ühiskeskuse töögrupp

VVO – valitsusväline organisatsioon

ÜPP – Euroopa Liidu ühine põllumajanduspoliitika

Sissejuhatus

Toiduainetööstuse ja jaekaubanduse turujõus on viimaste aastakümnete jooksul toimunud märkimisväärsed muutused. Kui veel 1980-ndatel oli tööstustel toidutarneahelas juhtiv roll ja nemad kontrollisid nii tootmist kui ka oma toodangu müüki, siis järgneval perioodil on toimunud tööstuse ja kaubanduse turujõus oluline nihe ning on tekkinud olukord, kus eelkõige jaemüüja dikteerib toiduainete tootjatele ja tarnijaile oma tingimusi. Kuna toiduainete puhul on suures osas tegemist kiiresti rikneva kaubaga, paneb see toidutootjad sageli sundolukorda, kus neil on raske omapoolsete tingimuste üle kaubelda.

Kasvutrendi näitab ka tendents, kus jaemüüjad arendavad teatud kaubagruppide osas välja oma kaubamärgitooted, tõrjudes sellega välja teised kaubamärgid. Lisaks on suured jaeketid omandanud teatud regulaatori rolli, dikteerides tootjaile muuhulgas tootmise tingimusi ja kvaliteedi näitajaid, lähtudes n-ö tarbija eelistustest. Üheks näiteks on kanamunad või ka muud loomsed saadused, mille puhul tarbija eelistab, et need oleksid toodetud loomade/lindude heaolu arvestades.

Nagu oma uuringus märgivad Christine Parker ja Gyorgy Scrinis Austraalia näitel, võimaldab tekkinud turujõud suruda jaekettidel tootjatele peale oma standardid toidu kvaliteedi, bioturvalisuse ja värskuse osas, mis on sageli kõrgemad, kui õigusruumis ette nähtud. Enamasti täidavad need reeglid jaeketi jaoks ka mainekujunduse eesmärgi, rõhutades, et jaekett seisab tervisliku toidu ja tootmise humaansete põhimõtete eest (Parker and Scrinis 2014).

Jaekettide ebaproportsionaalselt suur turujõud on nähtus, mida on tunnistanud enamik Euroopa Liidu liikmesriike, samas on neil väga erinev praktika selle teemaga tegelemisel. Osa liikmesriike on seda reguleerinud seaduste tasemel, mõnes riigis on piiratud ühiskondliku eneseregulatsiooniga.

Teemaga on järjekindlalt tegelenud ka Euroopa Komisjon, mis tuli 2018. aasta aprillis välja direktiivi ettepanekuga¹ reguleerida ebaausate kauplemistavade seotud küsimused ühtselt kogu Euroopa Liidu õigusruumis, nähes muuhulgas ette vastava ametkonna loomise igas liikmesriigis ja vajalike sunnimeetmete kehtestamise, et õigusrikkumisi vältida.

Käesoleva töö eesmärk on uurida ebaausate kauplemistavade esinemist ja mõju Eesti toiduainete tarneahelale ning Eesti toiduainete sektorile laiemalt. Töö annab ülevaate ja kaardistab ebaausate kauplemistavade kasutamise Eesti toidukaupade tarneahelas tööstuse ning kaubanduse lülides ja võrdleb muutusi Eesti Konjunkturiinstituudi 2015. aasta uuringuga. Ettevõtjate hulgas läbi viidud küsitlused puudutasid ennekõike toiduainetööstuste ja jaekettide vahelisi lepingulisi suhteid ning probleeme.

Töös on laiemalt vaadeldud, mida on valdkonna kaardistamiseks tehtud Euroopa Liidus ning kuhu Euroopa Liit selle protsessiga on jõudnud. Kuivõrd Euroopa Komisjon on tulnud ebaausate kauplemistavade vastu võitlemiseks välja vastavasisulise direktiivi ettepanekuga, on sellel otsustav tähendus ka Eesti jaoks.

Näitena jaekettide kontsentratsioonist ja selle mõjust on vaadeldud Austraaliat, kus sellel protsessil on pikk ajalugu ja kus tänaseks domineerivad kaks suurt müüjat. Mitmed nende jaekettide käitumise olulistest ilmingutest (õrre- ja vabakäigukanade munade eelistamine, sellega seotud omakaubamärgitooted, mainekujundus jms) on päevakorras ka Eestis.

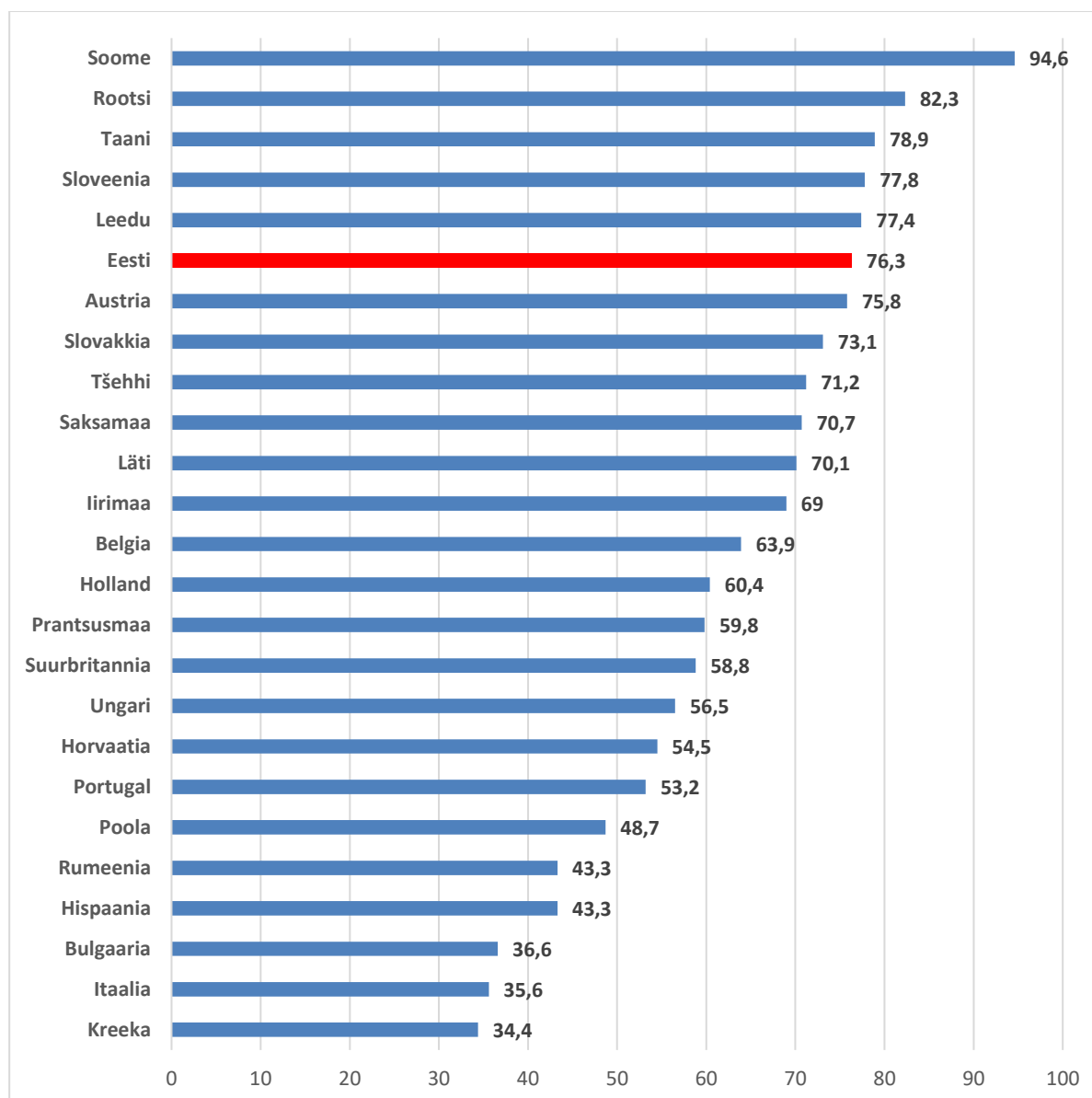
¹ Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on unfair trading practices in business-to-business relationships in the food supply chain. {SWD(2018) 91 final} - {SWD(2018) 92 final} - {SWD(2018) 93 final}

1. Jaekaubanduse kontsentratsioon

1.1. Jaekaubanduse kontsentratsioon Euroopas

Eesti kuulub jaekaubanduse kontsentratsioonilt Euroopa juhtivate riikide hulka (joonis 1). Euromonitori andmetel oli Eesti (5 suurema jaeketi arvestuses) 76,3%-ga kuuendal kohal.

Joonis 1. Jaekettide kontsentratsioon Euroopa Liidus 2016. aastal (5 suurema jaeketi turuosa, %)



Märkus: Küprose, Malta ja Luksemburgi kohta andmeid ei kogutud.

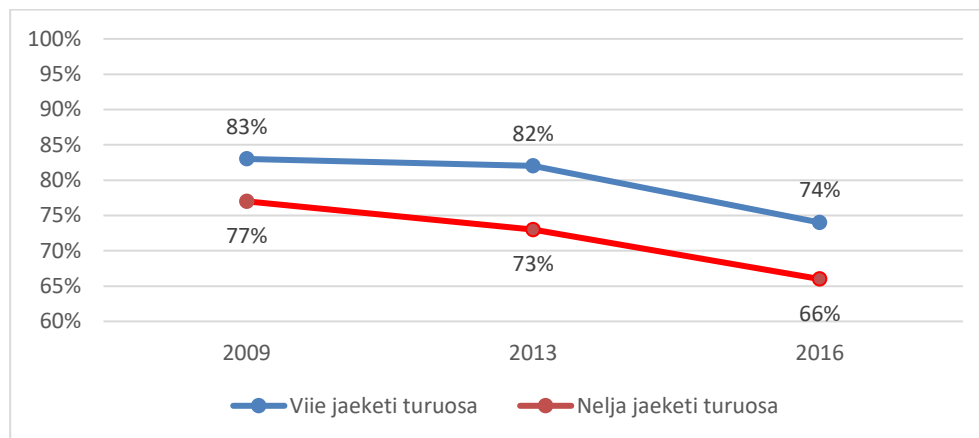
Allikas: Euroopa Komisjon 2018a, lk 109

Võrreldes Eesti Konjunkturiinstituudi 2015. aasta uuringus (EKI 2015) välja toodud näitajatega, on jaekettide kontsentratsioon Eestis siiski mõnevõrra vähenenud (joonis 2)². Eesti 5 suurema jaeketi

² 2016. aasta näitaja osas on arvestatud jaekettide turuosa kõikides spetsialiseerimata kaupluste arvestuses, kus on ülekaalus toidukaubad, joogid ja tubakatooted (v.a mootorsõidukid ja mootorrattad) vastavalt Statistikaameti ja äriregistri andmeile, mis 2016. aasta osas veidi erinevad Euromonitori andmeist.

туруosa moodustas 2009. aastal 83%, 2013. aastal 82% ja 2016. aastal 74%. Eesti 4 suurema jaeketi turuosa oli 2009. aastal vastavalt 77%, 2013. aastal 73% ja 2016. aastal 66% (EKI 2015, äriregister). Kuigi viidatud suhtarvud on vähenenud ja osutavad kontsentratsiooni väikesele langustrendile, kõnelevad need jätkuvalt kaubanduskettide domineerivast rollist Eesti jaemüügiturul.

Joonis 2. Eesti suurimate jaekettide turuosa (4 ja 5 jaeketi arvestuses) 2009-2016 (%)

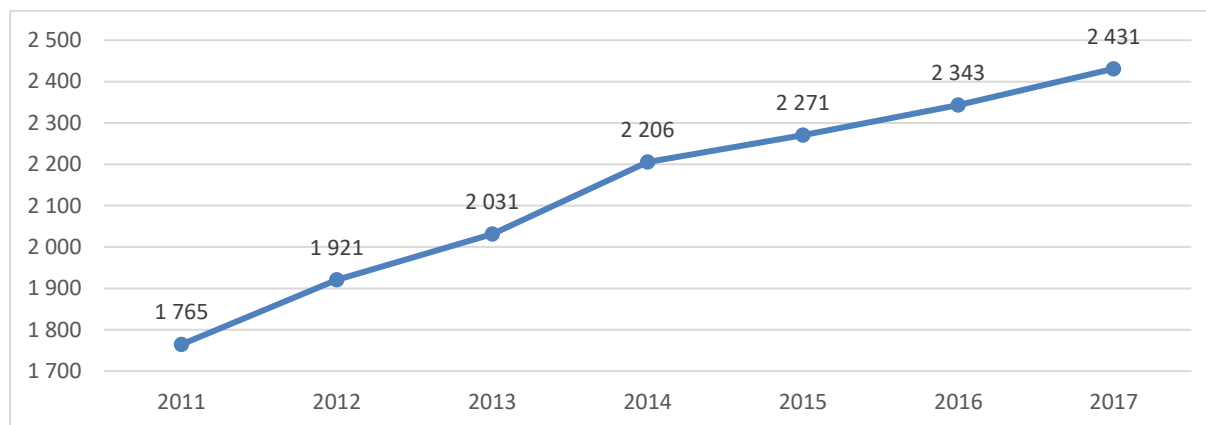


Allikad: EKI (2015), äriregister, Statistikaamet

1.2. Jaekaubandus Eestis

Eesti jaekaubanduse müügitulu (spetsialiseerimata kauplustes, kus olid ülekaalus toidukaubad) oli 2017. aastal kokku enam kui 2,4 mld eurot. Võrreldes 2011 aasta ligi 1,8 mld euroga on jaekaubanduse maht oluliselt kasvanud (joonis 3).

Joonis 3. Eesti jaekaubanduse müügitulu 2011-2017 (mln eurot)

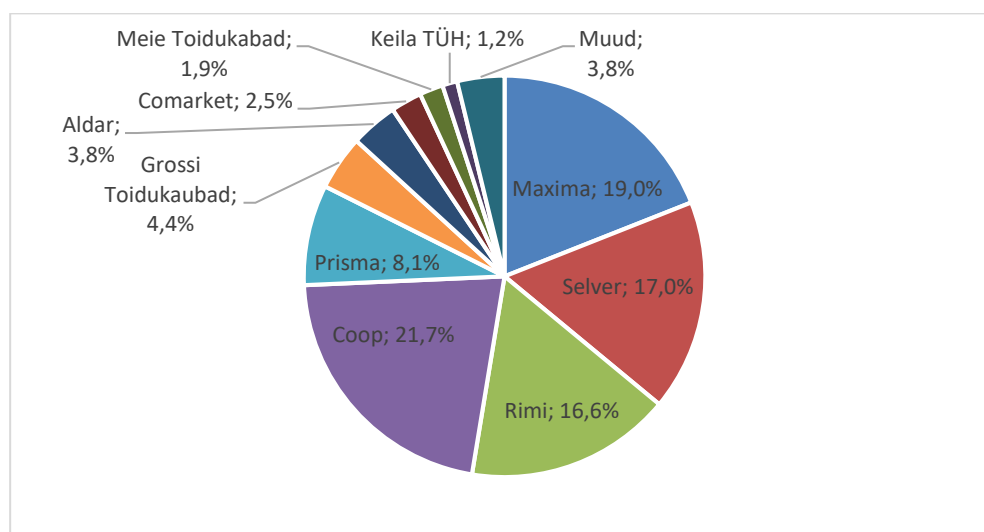


Allikas: Statistikaamet. Jaemüük spetsialiseerimata kauplustes, kus on ülekaalus toidukaubad, joogid ja tubakatooted (v.a mootorsõidukid ja mootorrattad)

Eesti 5 suurema jaeketi müügitulu (spetsialiseerimata kauplustes, kus olid ülekaalus toidukaubad) oli 2016. aastal kokku rohkem kui 1,7 mld eurot. Jaekaupluste kettidest oli 2016. aastal suurima müügituluga Coop Eesti, mille turuosa moodustas müügitulu järgi 21,7%. Coopis oli ka kõige rohkem töötajaid (5 000). Järgnesid Maxima (19%, 4 300 töötajat), Selver (17%, 2 442 töötajat) ja Rimi (16,6%, 2 202 töötajat) (joonis 4, tabel 1).

Kaupluste arvult oli suurim Coop (351 kauplust), järgnesid Rimi (88 kauplust), Maxima (75 kauplust), Meie Toidukaubad (67 kauplust) ja Grossi Toidukaubad (60 kauplust).

Joonis 4. Jaekettide turuosad, müügitulu järgi 2016, %



Allikad: äriregister, ettevõtete aastaaruanded, Statistikamet

Tabel 1. Eesti jaekettide turuosa müügitulu järgi 2016. aastal

Ettevõtte/jaeketi nimi	Kaupluste arv	Töötajate arv	Müügitulu (mln eurot)	Turuosa
Coop Eesti	351	5000	508,3	21,7%
A&O				
Konsum				
Maksimarket				
E-Ehituskeskus				
Maxima Eesti OÜ	75	4 300	445,2	19,0%
Maxima				
Selver AS	47	2 442	398,7	17,0%
Selver				
Rimi Eesti Food AS	88	2 202	388,7	16,6%
Rimi				
Prisma Peremarket OÜ	8	927	190,4	8,1%
Prisma				
OG Elektra AS	60	713	102,9	4,4%
Grossi Toidukaubad				
Aldar Eesti AS	35	378	89,1	3,8%
Aldar Market				
City Alko				
Super Alko				
ABC SUPERMARKETS AS	21	431	57,6	2,5%
Comarket				
Meie toidukaubad (RR Lektus AS)	67	324	45,0	1,9%
Keila Tarbijate Ühistu	11	275	28,2	1,2%
KOKKU KAUBANDUSKETID	763	16 992	2 254,1	96,2%
JAEMÜÜK KOKKU*			2 342,9	100%

* Statistikaameti andmed: jaemüük spetsialiseerimata kauplustes, kus on ülekaalus toidukaubad, joogid ja tubakatooteid (v.a mootorsõidukid ja mootorrattad)

Allikad: äriregister, ettevõtete aastaaruanded, Statistikamet

2. Jaekettide turujõud ja reguleeriv roll

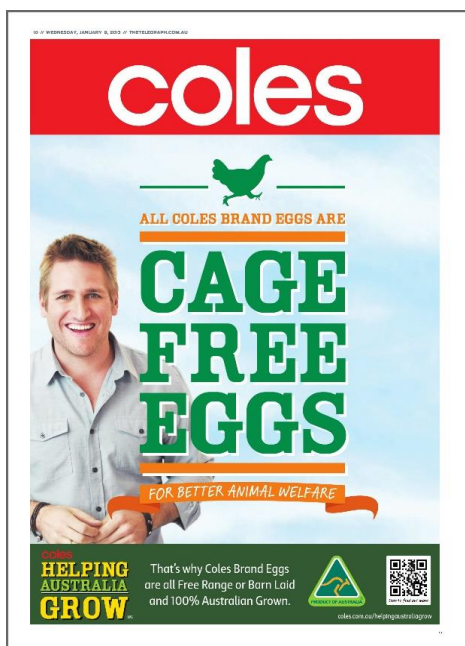
2.1. Austraalia näide

Austraalia on maailma üks kontsentreerituma jaekaubandusega riike, kus jaeturul domineerivad vaid kaks kaubandusketti – Woolworths ja Coles –, mis sõltumatu tarbijakaitseühing CHOISE³ andmeil kontrollivad kogu jaeturst 73% (CHOISE 2016). Need kaks supermarketit haarasid juhtpositsiooni enda kätte 1980-ndatel aastatel ja on seejärel oma haaret laiendanud. Tegemist on ka ühe pikema ajalooga kontsentratsiooni näitega.

Christine Parker ja Gyorgy Scrinis osutavad oma uurimuses Austraalia jaekettide turujõust, et kui varem oli toidutarneahelas tööstustel juhtiv roll ja nemad kontrollisid nii tootmist kui ka müüki, siis 1980-ndatel läks see üle jaekettidele. Tekkinud duopol on võimaldanud neil varustusahelaid lühendada ning jätta nii hulгимүүjad, muud vahendajad kui ka konkureerivad kaubamärgid kõrvale ning sõlmida lepingud otse toiduainetööstustega. Tekkinud turujõud soosis olukorda, kus jaeketid said suruda tarnijale peale oma standardid toidu kvaliteedi, bioturvalisuse ja värskuse osas, mis olid autorite väitel sageli kõrgemad kui õigusruumis ette nähtud. Nii võtsid need jaeketid endale sisuliselt ka regulaatori rolli. Parkeri ja Scrinise väitel riik sellesse ei sekkunud, jättes standardid jaekettide enda otsustada (Parker ja Scrinis 2014, lk 320-322).

1990-ndatel aastatel alustasid Austraalia jaeketid standardiseerimise teise faasiga ja tulid välja oma kaubamärgi toodetega, mis koos kaubamärgiga rõhutasid garanteeritud kvaliteeti, konkureerides teiste sama laadi toodetega ja neid kõrvale tõrjudes. Parker ja Scrinis osutavad, et järgides ühiskonna

Joonis 5. Austraalia jaeketi Coles puurivabade munade reklaam.



Allikas: NewsMediaWorks 10.01.2013.
<http://www.newsmediaworks.com.au/coles-builds-brand/>

muutunud hoiakuid ja tarbija soove, reklaamisid jaeketid omaenda bränditooteid kui tervislikke, looduslähedasi, keskkonnasõbralikke, õiglase kaubanduse põhimõttel ja ka humaansel viisil toodetuid. 2011. aastaks kasvas nende kahe jaeketi omakaubamärgitoodete osakaal 25%-ni ja kanamunade osas koguni 50%-ni (Ibid., 321).

Parkeri ja Scrinise sõnul toimivad regulaatoritest jaeketid kui vahendajad tarbija ootuste ja toiduainete tootjate huvide vahel, tõlkides tarbija tervise-, loomakaitse-, keskkonnaalased ja muud ootused valikuliselt endale sobivateks nõueteks, mis esitatakse toiduainetööstustele, põllumajandustootjatele ja tarnijatele. Muuhulgas puudutavad need nõuded loomsete saaduste tootmist loomasõbralikes tingimustes. Nii rääkisid jaeketid omalt poolt kaasa ühiskonna hoiakute kujundamisse ja ka muutsid neid otsustavalt. Autorid märgivad, et kaubandusketid, mis varem lõikasid loomselt toodangult kasu ka siis, kui seda toodeti loomade heaolu mitte arvestades, muutsid ühiskonna ootustest tulenevalt järsult oma hoiakuid.

Parker ja Scrinis toovad näiteks munade tootmise, mille osas andsid mõlemad kaubandusketid

³ CHOISE asutati 1959. aastal, 1960. aastal anti välja esimene ajakiri CHOISE. Algselt 50 liikme poolt moodustatud ühingus on nüüd üle 160 tuhande liikme. Sõltumatusena tegutsev organisatsioon tegeleb tarbijate nõustamise ja nende õiguste kaitsega.

teada, et soovivad lindude ja loomade heaolu parandada ning suurendada oma kaubamärgi toodete nomenklatuuri, mida võimendati suurejoonelise reklaamkampaaniaga. Coles'i sõnum oli järgmine:

„Me teame, et paljud austraallased tahavad end selle toidu osas, mida söövad, hästi tunda. Me oleme uhked, et kõik Coles'i kaubamärgiga munad on puurivabade kanade munetud. Örrekanad ja vabalt peetavad kanad on vabad ringi käima, õrrel istuma ja mullas tuhnima, mis on nende loomumodus. See tähendab, et 350 tuhat kana ei panda enam kunagi puuri“ (Parker ja Scrinis 2014, lk 324).⁴

Sellele reageeris sarnaselt ka Woolworths, teatades 2014. aasta septembris, et ei müü Austraalia pealinna alal enam ühtegi puurikana muna.

Uuringu autorite hinnangul parandasid kaubandusketid sellega küll oma mainet, samas kui suur osa nende müüdavast kaubast toodeti endiselt tööstuslike, loomade huve mitteamestavate meetoditega, mis tagas kõige suurema tootlikkuse. Parkeri ja Scrinise kinnitusel kandsid kahe superketi rakendatud meetmed eelkõige eesmärgi suurendada oma turujõudu, kasutades selleks tarbija hoiakuid kui vahendit (Parker ja Scrinis 2014, lk 344).

2.2. Jaekettide liivakellaefekt

Catherine Nicholson ja Bob Young märgivad oma 2012. aastal ilmunud uuringus, et suurte jaekettide turujõud tuleneb asjaolust, et tarnijaid on palju ja jaekette vaid väike arv. Kui suuri jaekette on ühes riigis keskmiselt 4-5, siis toidukaupade tootjaid ja töötlejaid on sageli tuhandeid, mis tekitab nn liivakella efekti ja muudab suured jaeketid filtriks tootjate ja miljonite tarbijate vahel (joonis 6).

Autorid osutavad, et oma turujõust tingituna esitavad kaubandusketid tootjaile ja vahendajaile sageli tingimusi, mis toovad viimastele kaasa suuri lisakulusi. Näiteks on jaeketid kehtestanud tasu kaubandusketi nimekirja kuulumise ja kaubaleti pinna eest; ka nõutakse tarnijalt kauba allahindlusi, tehakse tagantjärele tasaarveldusi tarnija arvelt, tagastatakse müümata kaup, keelatakse müüa kaup konkurentidele odavamalt hinnaga jne (Nicholson ja Young 2012, lk 5-6).

Myriam Vander Stichele ja Bob Young osutavad, et kaubanduskettide esitatud nõudmised (vaadeldaval perioodil 2000-2008) vähendasid tarnija müügitulu Itaalias ja Ungaris kuni 50% ja Prantsusmaal koguni 70% (Vander Stichele ja Young 2009, lk 4).

Kuigi ka tööstuse tuntud brändide omanikel on suur turujõud, nagu märgivad Nicholson ja Young, seisneb nende erinevus jaekettidest selles, et nad ise ei müü oma kaupa, mis annab jaekettidele (sh viimaste enda kaubamärgitoodetele) suure eelise, tõrjudes teisi brände lettidele välja ja survestades ka väga tugevaid kaubamärke nagu Heinz või Coca-Cola (Nicholson ja Young 2012, lk 8).

Joonis 6. Jaekettide liivakellaefekt Suurbritannia näitel: 4 jaeketti versus 7000 tarnijat



Allikas: Nicholson ja Young 2012, lk 5.

Austraalia tarbijakaitse vabatahtlik ühendus CHOICE väidab, et teiste kaubamärkide kõrvaletõrjumine poelettidelt ei lähtu mitte niivõrd tarbija huvist, mis eeldab võimalikult laia kaubavalikut, vaid pigem jaeketi ärihuvist, võimaldades viimasel kulusid kokku hoida. Coles'i turundusjuhi John Durkani sõnul on oma kaubamärgiga tooted üks kasumi mootoreid, kuna nende reklaam on odavam, ehk nagu Durkan märkis, Coles'ile piisab, kui reklaamida vaid Coles'i (CHOICE 2014).

Nicholson ja Young järelavad oma uuringu kokkuvõttes, et müüjate suurem turujõud pigem kahjustab tarbijat. Autorite arvates on samas puudu akadeemilistest majandusuuringutest, mis müüjate turujõudu ammendavalt käsitleksid. Selle kaardistamine ja kogu kaasnevate mõjude hindamine looks vajaliku raamistiku, kuidas antud probleemi lahendamiseks edasi liikuda (Nicholson ja Young 2012, lk 22-23).

Samale järeldusele, et akadeemilisi uurimusi ei ole teema kaardistamiseks piisvalt, jõudis 2017. aastal ebaausa kauplemise käsitlemiseks kogunenud Euroopa Komisjoni Põllumajanduse ja maaelu arengu peadirektoraadi ja Euroopa Komisjoni Teadusuuringute Ühiskeskuse töögrupp (*Joint Research Center*, edaspidi JRC töögrupp), mille arvates on uuringute tegemine vähemalt kahest aspektist oluline. Esiteks on see vahend, mis suunab ebaõiglase kauplemise vastu suunatud reeglite järgimisele ning teiseks aitab see kaasa kogu tarneahela paremale koostööle ja teatud lepinguliste standardite väljatöötamisele (Fałkowski *et al.* 2017, lk 63-64).

3. Euroopa Komisjoni seisukohad ja tegevus ebaausate kauplemispraktikate osas

3.1. Kokkuvõtte tegvustest 2011-2018

Ebaausad kauplemistavad kerkisid Euroopa Liidu (EL) tasandil aktuaalseks teemaks 2009. aastal, mil toorainete järsu hinnatõusu järel kerkisid ka tarbijahinnad. Leiti, et turu läbipaistmatus, ebavõrdsed läbirääkimispositsioonid ja konkurentsi välistavad tavad moonutasid turgu, millel võis olla negatiivne mõju kogu toidukaupade tarneahela konkurentsivõimele, ning tekkis vajadus tarneahela toimimise analüüsi järele (Roheline raamat 2013). 2010. aastal loodi Euroopa Komisjoni poolt kõrgetasemeline foorum toidukaupade tarneahela funktsioneerimise edendamiseks, mille raames on toimunud mitmeid arutelusid ebaausate kauplemistavade problemaatika üle. Foorum peaks plaanikohaselt jätkama tegevust vähemalt 2019. aastani⁵. Foorumi raames töötati välja nn tarneahelaalgatus toiduainete tarneahela toimimise parandamiseks, millega liitusid nii toiduainete tarneahelaga seotud Euroopa Liidu liikmesriikide ministeeriumite asutused, Euroopa Liidu vastavad katusorganisatsioonid, ettevõtjate esindusorganisatsioonid nii põllumajandustootjate, tööstuste, tarnimise kui ka jaemüügi poolelt ja vastavust pädevust omavad VVO-d.

2011. aasta novembris leppisid kõik foorumi ebaausate kauplemistavade töörühmas osalenud esindajad ühiselt kokku toiduainete tarneahela vertikaalsete suhete heade tavade põhimõtetes. Nende põhimõtete hulka kuuluvad lepingutingimuste muutuste prognoositavus, vastutus isikliku äririski eest ning taotluste ja tasude põhjendatus.

2011. aastal töötati ettevõtetevahelise (edaspidi B2B) ekspertide grupi poolt välja ausate kauplemistavade põhimõtted toidukaupade tarneahela vertikaalsetes suhetes⁶. Tegemist oli heade kauplemistavade põhimõtetega, mille algselt esitasid 11 toidu- ja jaekaubandusega seotud organisatsiooni Euroopas.

2013. aastal avati vabatahtlik platvorm *Tarneahela Initsiatiiv* liitumiseks kõigile, kes soovisid järgida heade tavade põhimõtteid ning probleemide korral kasutada erinevaid väljapakutud lahendusi⁷.

2013. aastal valmis ka „Roheline raamat ebaausate kauplemistavade kohta Euroopa ettevõtjatevahelises toiduainete ja muude kaupade tarneahelas“ (edaspidi Roheline raamat), mis koondas erinevate osapoolte arvamused ebaausate kauplemistavade esinemise ja võimalike meetodite kohta nendega võitlemiseks.

Roheline raamat tõi välja kaks probleemolukorda, mille korral peaks Euroopa Komisjoni hinnangul ebaausate kauplemistavade vastu midagi ette võtma, nimelt kui on ohustatud innovatsioon/tootearendus või kui siseturu toimimine on ohus. Komisjon oli seisukohal, et turu osalistega tuleks toimida erinevalt, lähtuvalt sellest, kas on tegemist „ostja turujõu kuritarvitamisega“, mis on konkurentsivõime reeglite objekt või kui on tegemist „läbirääkimispositsiooni kuritarvitamisega kahe osapoolte vahelistel läbirääkimistel“, mis võib viia ebaausate kauplemistavade kasutamiseni kahe ettevõtte vahelistes suhetes. Läbirääkimispositsiooni kuritarvitamise osas (põllumajandustootja ning neilt toodangu ostjate suhetes) on konkurentsireegleid muudetud ja EL ühise põllumajanduspoliitika (ÜPP) raames võimaldatud põllumajandustootjatel ühistgevuse kaudu oma läbirääkimispositsiooni tugevdada.

⁵ Euroopa Liidu Teataja. „Komisjoni otsus, millega luuakse toiduainete tarneahela toimimise parandamist käsitlev kõrgetasemeline foorum.“ (2015/C 179/03) [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:32015D0602\(01\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:32015D0602(01)&from=EN)

⁶ Vt „Vertikaalsed suhted toiduainete tarneahelas: heade tavade põhimõtted.“ <http://www.supplychaininitiative.eu/sites/default/files/entr-2013-00308-00-01-et-tra-00.pdf>

⁷ The Supply Chain Initiative. <http://www.supplychaininitiative.eu/>

Komisjoni arvates võiks läbirääkimispositsiooni kuritarvitamise vastu lepingulistes suhetes kõige paremini aidata lepinguõigus ja (vabatahtlikud) käitumiskoodeksid (Roheline raamat 2013).

2014. aasta veebruaris avaldas Euroopa Komisjon uuringu EL-i liikmesriikides kehtiva õigusliku raamistiku kohta, mis puudutas ebaausaid kauplemistavasid jaekaubanduses⁸. 2014. aasta juulis võttis Euroopa Komisjon Rohelise raamatu tulemuste alusel vastu teatise "Ebaausate kauplemistavade vastu võitlemise kohta ettevõtjate vahelises toiduainete tarneahelas"⁹.

Teatis tõi välja 5 soovitud, kuidas edendada vabatahtlikku tegevust ebaausate kauplemistavade vastu võitlemisel ja kutsuti üles liituma vabatahtlike algatuste, eelkõige tarneahelaalgatusega, ja jagati näpunäiteid, kuidas tarneahelaalgatusega edasi minna.

2016. aasta jaanuaris ilmus Euroopa Komisjoni aruanne Euroopa Parlamendile ja EL Nõukogule ettevõtjate vaheliste ebaausate kauplemistavade kohta toiduainete tarneahelas¹⁰, mis visandas regulatiivsed meetmed ja tulevikuplaani ebaausate kauplemistavade vastu võitlemiseks.

Aruandes leiti, et toiduainete tarneahela turuosaliste vahelised tavad on enamasti ausad ja jätkusuutlikud mõlema osapoole suhtes. Sellest hoolimata nõustusi tarneahela kõik sidusrühmad, et ebaausad kauplemistavad on olemas, ning eriti väikeettevõtjad rõhutasid, et selliseid tavasid kasutatakse suhteliselt tihti ning need mõjuvad negatiivselt väikeettevõtjate majanduslikule elujõulisusele ja ärisuutlikkusele.

Aruandessoovitati ebaausate kauplemistavade käsitlemiseks kombineerida vabatahtlik raamistik õiguslikuga raamistikuga, määrata kindlaks ebaausad kauplemistavad ja nende käsitlemise põhimõtted, võttes arvesse liikmesriikide erinevaid olusid ja lähenemisviise.

2016. aasta juunis võttis Euroopa Parlament vastu resolutsiooni, mis tegi Euroopa Komisjonile ettepaneku see raamistik ebaausate kauplemistavade vastu võitlemiseks välja töötada¹¹.

2016. aasta novembris tutvustas Euroopa Komisjoni kokku kutsutud ekspertide grupp raportit „Turutulemuste parandamine – põllumajandustootjate positsiooni tugevistamine tarneahelas“¹², mis soovitas valdkonda reguleerida EL tasandi seadusaktidega, tõi esile vajaduse suurendada toiduainete tootjate koostööd ja turu läbipaistvust.

2016. aasta detsembris tegi EL Nõukogu Euroopa Komisjonile ettepaneku kujundada ebaausate kauplemistavade osas välja EL õigusraamistik kui ka rakendada vabatahtlikkusele suunatud meetmeid¹³.

⁸ European Commission (2014). "Study on the Legal Framework covering Business-to-Business Unfair Trading Practices in the Retail Supply Chain. Final Report." DG Internal Market, February 2014.

http://ec.europa.eu/internal_market/retail/docs/140711-study-utp-legal-framework_en.pdf

⁹ Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja sotsiaalkomiteele ning regioonide komiteele "Ebaausate kauplemistavade vastu võitlemine ettevõtjatevahelises toiduainete tarneahelas."

Strasbourg, 15.7.2014 COM(2014) 472 final. [https://eur-lex.europa.eu/legal-](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/HTML/?uri=CELEX:52014DC0472&from=EN)

[content/ET/TXT/HTML/?uri=CELEX:52014DC0472&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/HTML/?uri=CELEX:52014DC0472&from=EN)

¹⁰ "Komisjoni aruanne Euroopa Parlamendile ja Nõukogule. ettevõtjatevaheliste ebaausate kauplemistavade kohta toiduainete tarneahelas." Brüssel, 29.1.2016 COM(2016) 32 final. [https://eur-lex.europa.eu/legal-](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/?uri=CELEX%3A52016DC0032)

[content/ET/TXT/?uri=CELEX%3A52016DC0032](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/?uri=CELEX%3A52016DC0032)

¹¹ European Parliament resolution of 7 June 2016. "Unfair trading practices in the food supply chain." (2015/2065(INI)) www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&language=EN&reference=P8-TA-2016-0250

¹² "Improving Market Outcomes – Enhancing the Position of Farmers in the Supply Chain." Report of the Agricultural Markets Task Force. Brussels, November 2016.

https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/agri-markets-task-force/improving-markets-outcomes_en.pdf

¹³ "Council conclusions on Strengthening farmers' position in the food supply chain and tackling unfair trading

2017. aasta detsembris tegi Euroopa Parlament koos EL Nõukoguga Komisjonile ettepaneku 2018. aasta keskpaigaks välja töötada õiguslik raamistik ebaausate kauplemistavade vastu võitlemiseks¹⁴.

Samal kuul ilmus ka ebaausa kauplemise käsitlemiseks kogunenud Euroopa Komisjoni põllumajanduse ja maaelu arengu peadirektoraadi ja Euroopa Komisjoni Teadusuuringute Ühiskeskuse töögrupi (JRC töögrupi) raport, mis võttis valdkonnaga seotud probleemid põhjalikumalt kokku (vt Fałkowski *et al* 2017).

12. aprillil 2018 tuli Euroopa Komisjon välja EL direktiivi ettepanekuga, mida on lähemalt vaadeldud allpool.

3.2. JRC töögrupi ülevaade ebaausatest kauplemistavadest

JRC töögrupi 2017. aasta raport annab ülevaate erinevate ekspertrühmade ja dokumentide poolt välja toodud ebaausate kauplemistavade tunnustest järgnevalt:

2011. aasta B2B ekspertide grupi raport¹⁵:

- * keeldumine oluliste tingimuste kirjalikust fikseerimisest või sellest kõrvalehoidmine;
- * selliste üldtingimuste kehtestamine, mis sisaldavad ebaõiglasi klausleid;
- * ärisuhte ühepoolne lõpetamine ette teatamata või põhjendamatult lühikese etteteatamistähtajaga ning objektiivselt õigustatud põhjusega;
- * lepingulisi sanktsioone rakendatakse läbipaistmatul viisil ning need on ebaproportsionaalsed võrreldes tekkinud kahjuga;
- * sanktsioone kohaldatakse ilma kokkuleppes või kohaldatavates õigusaktides esitatud põhjendusega;
- * lepinguvälised tagasiulatuvad ühepoolised muudatused toodete või teenuste maksumuses või hinnas;
- * sellise tähtsa teabe varjamine, mis on teise osapoole jaoks lepingu sõlmimisel oluline;
- * lepinguosaline kasutab või jagab kolmanda osapoolega tundlikku teavet;
- * põhjendamatu või ebaproportsionaalse riski ülekandmine lepinguosalisele;
- * reklaami rahastamise nõude kehtestamine;
- * lepinguosalise takistamine tema toodete õiguspärasel turustamisel ja reklaamimisel;
- * toote müügiavalikusse lisamise tasude kehtestamine, mis on ebaproportsionaalsed võrreldes uue toote säilitamisel tekkinud riskiga;
- * äritegevuse häirega või ärisuhte lõpetamisega ähvardamine eeliste saamiseks ilma objektiivse põhjendusega;
- * ühe lepinguosalise kohustamine selliste toodete või teenuste ostmiseks või tarnimiseks, mis on seotud muude toodete või teenustega.

practices.” Brussels, 12 December 2016. www.consilium.europa.eu/media/22604/st15508en16.pdf

¹⁴ “Regulation (EU) 2017/2391 of the European Parliament and of the Council of 12 December 2017.” Official Journal of the European Union, L350. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:L:2017:350:FULL&from=EN>

¹⁵ “Vertikaalsed suhted toiduainete tarneahelas: heade tavade põhimõtted.” <http://www.supplychaininitiative.eu/sites/default/files/entr-2013-00308-00-00-et-tra-00.pdf>

Roheline raamat 2013¹⁶:

- * kaubanduspartneri poolt selliste lepingutingimuste ärakasutamine, mis pole selgelt sõnastatud;
- * kulude ja riskide ootamatu ja põhjendamatu ülekandmine kaubanduspartnerile;
- * konfidentsiaalse informatsiooni väärkasutamine;
- * lepingusuhete ebaaus lõpetamine.

Euroopa Komisjoni põllumajandusturgude rakkerühm (AMTF)¹⁷ 2016:

- * põhjendamatu viivitamine tasude ülekandmisega;
- * riskide ebaaus jätmine partneri kanda;
- * lepingute ebaaus, sh lühikese etteteatamisajaga lõpetamine.

Euroopa Komisjoni aruanne Euroopa Parlamendile ja Nõukogule 2016¹⁸:

- * oma kulude või äririskide alusetu ja ebaõiglane ülekandmine teisele poolele;
- * üks pool küsib teiselt poolelt eeliseid või hüvesid küsitud eelise või hüvega seotud teenust osutamata;
- * üks pool muudab lepingut ühepoolset ja/või tagantjärele ka juhul, kui leping seda ei võimalda;
- * lepinguliste suhete ebaõiglane lõpetamine või sellega ähvardamine.

Gortoni, Lemke ja Alfarsi ettekanne 2017¹⁹:

- * ootamatud kulud ja mahaarvamised;
- * hilinenud maksmine või mittemaksmine;
- * jaemüüja poolt hindade sage ja ühepoolne muutmine;
- * jaemüüja poolt täiendavate teenuste nõudmine;
- * tarnijale esitatav jaemüügi puudujääkide hüvitamise nõue;
- * informatsiooni ebaaus kasutamine;
- * piirkondlike tarnepiirangute seadmine. (Fałkowski *et al*, 7-9)

¹⁶ "Roheline raamat ebaausate kauplemistavade kohta Euroopa ettevõtjatevahelises toiduainete ja muude kaupade tarneahelas." Brüssel, COM(2013) 037, 31.1.2013. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013DC0037&from=ET>

¹⁷ Vt viide 12.

¹⁸ Komisjoni aruanne Euroopa Parlamendile ja Nõukogule ettevõtjatevaheliste ebaausate kauplemistavade kohta toiduainete tarneahelas <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/HTML/?uri=CELEX:52016DC0032&from=EN>

¹⁹ Gorton, M., F. Lemke, F. Alfarsi (2017). "Methodological framework: review of approaches applied in the literature to analyse the occurrence and impact of UTPs." Paper presented at the workshop on "Unfair Trading Practices in the Food Supply Chain", European Commission, Brussels 17-18 July 2017.

3.3. Meetodid ebaausate kauplemistavade ja nende mõju uurimiseks

JRC töögrupp tegi põhjaliku ülevaate ebaausatest kauplemistavade Euroopa Liidu riikides ja nende mõjust majandusele ning vaatles muuhulgas ka ebaausate kauplemistavade uurimismeetodeid, sedastades, et ebaausad kauplemistavad sisaldavad endas uurimisainena nii palju erinevaid seoseid, et on väga raske välja arendada kõikehõlmavat teooriat toidukaupade tarneahela toimimisest.

Gortoni, Lemke ja Alfarsi 2017. aastal peetud ettekandele viidates toob JRC töögrupi raport välja kolm olemasolevat metodoloogilist lähenemist:

- 1) tehingute maksumuse ökonoomika (*transactions-cost economics*)²⁰;
- 2) asümmeetrilise võimu ja kahepoolsete ähvarduste teooria (*asymmetric power and bilateral deterrence theory*)²¹;
- 3) suhete turundus (*relationship marketing*)²².

Tehingute maksumuse ökonoomika raamistikus rõhutatakse, et ebakindlust põhjustab sage äripartnerite vahetus ja sellega kaasnevad teistsugused kauplemistavad, mis suurendavad tõenäosust, et rakendatakse ebaausaid kauplemistavasid, samas kui kauakestvad ärisuhted vähendavad selle tõenäosust.

Ebaausat kauplemist vähendab ka olukord, kus äripartnerite turujõud on sümmeetriline, mida käsitleb asümmeetrilise võimu ja kahepoolsete ähvarduste teooria. Autorid märgivad, et kuigi selle teooria kontekstis pole toidukaupade tarneahelat uuritud, siis ühe poole ülekaal tõenäoliselt suurendab ebaausate kauplemistavade rakendamist.

Suhete turunduse teooria kõneleb sellest, et kui ei pühendata piisavalt vastastikuste suhete arendamisele või kaob vastastikune usaldus, võivad selle tulemuseks olla ka ebaausad kauplemistavad.

Autorid sedastavad akadeemiliste tööde vähesusest selles valdkonnas, tuues välja teemad, mis vajaksid uurimist. Nii näiteks pole piisavalt tõestatud andmeid järgmiste teemade käsitlemiseks:

- 1) millised on heade kauplemistavade peamised rikkumised ja nende ulatus;
- 2) kui levinud on ebaausad kauplemistavad mitme riigi vahelistes ärisuhetes;
- 3) kas ebaausad kauplemistavad on rohkem levinud toidutarneahelas või ka teistes sektorites nagu näiteks ehitus;
- 4) kuidas seaduste erinevad regulatsioonid ebaausate kauplemistavade piiramiseks on mõjutanud tootjaid ja tarbijaid.

Raportis tõdetakse, et teaduslikus mõttes pole ebaausate kauplemistavade uurimiseks materjali piisavalt, kuna tarnijad ei anna rikkumistest teada, peljates kättemaksu ja jaekettide tarnijate nimekirjast väljaarvamist.

Gorton, Lemke ja Alfarsi soovivad oma ettekandes nelja meetodit uuringute läbiviimiseks:

- * interpreteerivad meetodid, mis tuginevad intervjuudele;
- * uuringud, mis tuginevad *online*, telefoni- või näost näkku küsitlustele;
- * juhtumi uuringud;
- * modelleerimine.

²⁰ Weaver, K.M. and P.H. Dickson (1998). "Outcome quality of small- to medium- sized enterprise-based alliances." *Journal of Business Venturing* 13, 505-522.

²¹ Kumar, N., L.K. Scheer, and J.-B.E.M. Steenkamp (1995). "The effects of perceived interdependence on dealer attitudes." *Journal of Marketing Research* 32: 348-356.

²² Morgan, R.M. and S.D. Hunt (1994). "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing." *Journal of Marketing* 58: 20-38.

Autorid peavad interpreteerivaid meetodeid igati kohasteks, et mõista inimeste motivatsiooni-mehhanisme ja vastastikust toimimist, kuid märgivad, et tegemist on sotsiaalsete protsessidega, mida ei saa vaadelda väljaspool konteksti. Probleemiks on ka üksikuhtumitest üldistuste tegemine.

Erinevad uuringumeetodid samas võimaldavad vaadelda valdkonda ristlõikes ja teha tänu sellele ka rohkem üldistusi, kuid heade kauplemistavade rikkumise korral ilmnevad siingi piirangud, kuna enamasti on võimalik saada andmeid vaid ühe osapoolle kohta.

Modelleerimist võiks Gortoni, Lemke ja Alfarsi hinnangul kasutada juhtumite korral, mida pole võimalik uurida teiste meetoditega, kuid hoiatavad, et täpsete andmete puudumisel peaks olema üldistuste tegemisel väga ettevaatlik (Fałkowski *et al.* 2017, 10-12).

3.4. Euroopa Komisjoni direktiivi ettepanek

Euroopa Komisjoni algatatud direktiivi ettepanek (12.04.2018) keelustab tegevused, mis toiduainete tarneahelas kvalifitseeruvad ebaausate kauplemistavadena, et tagada ahela kõige nõrgema osapoolle – väike- ja keskmiste tootjate – õiglane kohtlemine. Direktiiv näeb ette meetmed, mille liikmesriigid peaksid rikkumiste peatamiseks viima oma seadustesse ning välja tuleks kujundada ametkond, mis peaks nende meetmete täitmist jälgima ja millel oleks piisav seaduslik jõud nende rakendamiseks.

Ettepaneku kohaselt oleksid keelatud ja kvalifitseeruksid ebaausa kauplemise alla muuhulgas sellised tegevused nagu lepingupunktide ühepoolne või tagasiulatuv muutmine, tellimuste viimasel hetkel tühistamine, tasuga viivitamine kiiresti riknevate kaupade puhul jms.

Direktiivi ettepanek sisaldab 14 artiklit.

Artikkel 1 defineerib direktiivi eesmärgi ja näeb ette minimaalsed nõuded liikmesriikide seaduste harmoneerimiseks, et tõkestada ebaausate kauplemistavade kasutamine. Direktiiv puudutab vaid toiduainete tarneahela väike- ja keskmisi ettevõtteid müügi korral ettevõttele, mis ei kvalifitseeru väike- või keskmisteks ettevõtteks.

Artikkel 2 defineerib põhilised mõisted, nagu „ostja“, „tarnija“, „väike- ja keskmine ettevõtte“, „toidukaup“ ja „kiirelt riknev kaup“. Direktiiv hõlmab „toidukaupu“, mis on loetletud Euroopa Liidu lepingu esimeses lisas²³, sh kala- ja vesiviljeluse tooteid ning töödeldud toiduaineid, mida ei ole selles lisas loetletud.

Artikkel 3 toob välja nõuded, mis aitavad vältida ebaausat kauplemist. Direktiiv seab kauba ostjale maksimaalseks maksetähtajaks 30 päeva tarnijale kauba eest tasumiseks ja keelustab sellised tegevused nagu tellimuste viimasel hetkel tühistamine, lepingupunktide ühepoolne või tagasiulatuv muutmine.

Artikkel 4 näeb ette ametkonna loomise, mis peaks tegelema ebaausa kauplemise kontrollimisega. Seda rolli võib täita ka olemasolev amet, näiteks konkurentsiamet, mis peaks nende meetmete täitmist jälgima ja millel oleks piisav seaduslik jõud, et kauplejaid vajadusel sundida vajalikke meetmeid rakendama.

Artikkel 5 sätestab, et nimetatud amet peab tagama kaebuste konfidentsiaalse menetlemise. Kaebuste esitamise õigus laieneb lisaks tootjatele ka neid esindavaile tootjaorganisatsioonidele ja tootjaorganisatsioonide liitudele.

Artikkel 6 näeb ette, et uuel või ümber kujundatud ametil oleks piisav seaduslik jõud algatada uurimisi nii enda initsiatiivil kui ka kaebuste alusel, koguda informatsiooni ja määrata trahve. Ametil oleks õigus tehtud otsused hoiatava mõju saavutamiseks ka avaldada.

²³ Euroopa Liidu lepingu ja Euroopa Liidu toimimise lepingu konsolideeritud versioonid, https://www.ecb.europa.eu/ecb/legal/pdf/oj_c_2016_202_full_et_txt.pdf, lk 331-333.

Artikkel 7 kohustab liikmesriikide vastavaid ametkondi üksteist abistama ja tegema vastastikku koostööd ning näeb ette, et iga liikmesriik koostab kord aastas omapoolse raporti, milles tõstatatud teemasid arutatakse iga-aastaselt koosolekul Euroopa Komisjoni eestvedamisel. Euroopa Komisjon seab sisse ka veebilehe, mis võimaldab liikmesriikide ametkondadel ja Komisjonil omavahel informatsiooni vahetada.

Artikkel 8 deklareerib, et liikmesriigid võivad kehtestada ka täiendavaid regulatsioone lisaks direktiivis sätestatud miinimumile.

Artikkel 9 sätestab liikmesriikide kohustuse esitada igal aastal Euroopa Komisjonile aruanne, mis puudutab ettevõtete vahelisi ebaõiglasid kauplemistavasid toiduainete tarneahelas.

Artikkel 10 sätestab, et Euroopa Komisjoni abistab põllumajandusturgude ühise korralduse komitee²⁴.

Artikkel 11 näeb ette, et kolm aastat peale direktiivi jõustumist hindab komisjon direktiivi täitmist ja esitab omapoolse raporti Euroopa Parlamendile, EL Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ja Euroopa Regioonide Komiteele.

Artiklid 12, 13 ja 14 kirjeldavad ettenähtud protseduure direktiivi jõustamiseks. (Euroopa Komisjon 2018).

²⁴ Euroopa Parlamendi ja Nõukogu määrus (EL) nr 1308/2013, 17. detsember 2013, artikkel 229, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R1308&from=ET>

4. Euroopa Liidu liikmesriikide kogemused ebaausate kauplemistavade

4.1. JRC töögrupi kokkuvõtteid valitud liikmesriikidest

JRC töögrupi uuring toob välja juba varem osutatud seisukoha, et Euroopa Liidus puudub ebaausaid kauplemistavasid käsitlev ühtne regulatsioon ja see on jäetud liikmesriikide enda kanda. JRC töögrupi uuringu kohaselt on 15 Euroopa Liidu riigis ebaausad kauplemistavad reguleeritud eraldiseisva seadusega, 8 riigis on selleks kas eraldiseisev amet või see on delegeeritud konkurentsiga tegelevale ametile. Neist 15 riigist, mis reguleerivad valdkonda eriseadusega, on 14 riigis olemas asutus, millel on õigus ex officio algatada ja läbi viia uurimist ning teha ka sellest lähtuvaid otsuseid. Kõige ulatuslikumalt on kauplemistavad reguleeritud Itaalias, Horvaatias, Sloveenias, Prantsusmaal ja Suurbritannias. 8 riigis, nende hulgas ka Eestis, seadus kauplemistavasid ei reguleeri ja ainus võimalus vaidluste lahendamiseks on pöörduda kohtusse. Üle poolte EL riikidest on heade kauplemistavade kokkulepe sõlminud vabatahtlikult (tabel 2) (Fałkowski *et al* 2017, 42-45).

Uuringu autorid toovad eeskujuks ühelt poolt Belgia, kus on kõige pikemat aega toiminud valdkonna vabatahtlik regulatsioon, kuid teiselt poolt osutavad nn hirmufaktorile, millest ülesaamine eeldab vastavaid regulatsioone seadustes, mis võimaldavad esitada konfidentsiaalseid kaebusi, teostada uurimist ja rakendada ka sunnimeetmeid rikkumiste peatamiseks. Seejuures on hirmufaktor üks peamisi põhjuseid, miks mitmed riigid on otsustanud valdkonda reguleerida just seaduste kaudu. Samas osutab Belgia kogemus, et hirmufaktorist on võimalik siiski üle saada ka vabatahtlikke meetmeid rakendades (Fałkowski *et al* 2017, 50).

Tabel 2. Ebaausate kauplemistavade käsitus toiduainete tarneahelas EL-i liikmesriikides

	Riik	Regulatsioon seadustes	Mõjutusvahendid			Regulatsioonide ammendavus seadusandluses,%	Hea tava
			Rakendav asutus	Ex officio	Konfidentsiaalsus		
1	Horvaatia	Eriseadus	Eraldiseisev	Jah	Jah	91	Jah
2	Prantsusmaa	Eriseadus	Eraldiseisev	Jah	Jah	73	Jah
3	Suurbritannia	Eriseadus	Eraldiseisev	Jah	Jah	73	Jah
4	Ungari	Eriseadus	Eraldiseisev	Jah	Jah	55	Ei
5	Hispaania	Eriseadus	Eraldiseisev	Jah	Jah	27	Jah
6	Rumeenia	Eriseadus	Eraldiseisev	Jah	Ei	64	Ei
7	Slovakkia	Eriseadus	Eraldiseisev	Jah	Ei	55	Ei
8	Portugal	Eriseadus	Eraldiseisev	Jah	Ei	18	Jah
9	Sloveenia	Eriseadus	Konkurentsiamet	Jah	Jah	91	Jah
10	Tšehhi	Eriseadus	Konkurentsiamet	Jah	Jah	64	Jah
11	Leedu	Eriseadus	Konkurentsiamet	Jah	Jah	55	Jah
12	Läti	Eriseadus	Konkurentsiamet	Jah	Jah	45	Jah
13	Itaalia	Eriseadus	Konkurentsiamet	Jah	Ei	100	Ei
14	Bulgaaria	Eriseadus	Konkurentsiamet	Jah	Ei	18	Jah
15	Iirimaa	Eriseadus	Konkurentsiamet	Ei	Ei	55	Ei
16	Saksamaa	Üldine	Konkurentsiamet	Jah	Jah	45	Jah

	Riik	Regulatsioon seadustes	Mõjutusvahendid			Regulatsioonide ammendavus seadusandluses,%	Hea tava
			Rakendav asutus	Ex officio	Konfident- siaalsus		
18	Austria	Üldine	Konkurentsiamet	Ei	Ei	55	Ei
19	Soome	Üldine	Konkurentsiamet	Ei	Ei	18	Jah
20	Kreeka	Üldine	Kohus	Ei	Ei	55	Ei
21	Belgia	Vabatahtlik	Kohus	Ei	Ei	36	Jah
22	Eesti	Vabatahtlik	Kohus	Ei	Ei	36	Jah
23	Holland	Vabatahtlik	Kohus	Ei	Ei	36	Jah
24	Rootsi	Puudub	Kohus	Ei	Ei	0	Jah/Ei
25	Poola	Puudub	Kohus	Ei	Ei	0	Jah/Ei
26	Malta	Puudub	Kohus	Ei	Ei	0	Ei
27	Luksemburg	Puudub	Kohus	Ei	Ei	0	Ei
28	Taani	Puudub	Kohus	Ei	Ei	0	Ei

Allikas: Fałkowski *et al* 2017, lk 45

4.2. Näited liikmesriikides kasutusel olevatest meetmetest

JRC töögrupi hinnangul toimib ebaausaid kauplemistavasid reguleeriv mehhanism kõige paremini Prantsusmaal, kuid töögrupp tõstab esile ka sarnaseid regulatsioone Horvaatias, Suurbritannias ja Hispaanias. Eraldi näidetena regulatsioonide mitmekesisusest toob töögrupp oma uuringus välja Prantsusmaa, Suurbritannia, Saksamaa, Belgia ja Taani (Fałkowski *et al* 2017, 45-50).

Prantsusmaa

Prantsuse äriseadustik (*Code de Commerce*) sisaldab nimekirja ebaausatest kauplemistavade, mis on spetsiifilised toidukaupade tarneahelale ja põllumajandusele. Ebaausaid kauplemistavasid on võimalik uurida ja menetleda ka konkurentsiseaduse kontekstis, eriti osas, mis puudutab majanduslike sõltuvussuhete tekitamist. Spetsiaalsed regulatsioonid on sisse viidud põllumajandust ja kalandust puuduvatesse seadustesse.

Reeglistiku täiendamisel toetub riik seejuures ka erasektorile ja vabatahtlikule initsiatiivile. Protsessi-osaliste motiveerimiseks on välja arendatud tiitel „*Relations fournisseur responsables*“²⁵, millega tunnustatakse ettevõtteid, kelle suhted oma tarnijatega on jätkusuutlikud ja vastutustundlikud.

Majandusministeeriumi juures tegutseb lepinguliste vaidluste vahendamiseks tootjate ja müüjate vahel eraldi büroo (*Mediateur inter-entreprises*). Olemas on ka toimiv sunnimehhanism, kus selleks pädeval ametkonnal, majandusministeeriumi alluvuses tegutseval bürool *Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes* (DGCCRF)²⁶ on õigus menetleda tarnijate esitatud kaebusi, algetada uurimisi ja esitada vajadusel hagi ka kriminaalkohtusse, millel omakorda on õigus määrata nii rahalisi kui ka vabaduskaotuslikke karistusi. Lisaks eelnevale on ministeeriumil õigus teha ettevõttele rikkumiste korral ettekirjutusi oma vara müügiks konkurentidele.

²⁵ Vastutustundlik ettevõtja

²⁶ Konkurentsi, Tarbijakaitse ja Pettustevastase Kontrolli Amet

Suurbritannia

JRC töögrupi hinnangul võib oluliseks tähiseks Suurbritannia ebaausate kauplemistavade vastu võitlemise arengus pidada 2001. aastat, kui riigi Konkurentsiamet (*Competition Commission*) otsustas võtta toidukaupade sektoris toimuva oma vaatluse alla. Peale seda leppisid suuremad kaubandusketid ja nende kaubaga varustajad kokku käitumiskodeksis (*Supermarket Code of Practice*), millest vastastikku juhinduda. Selle vabatahtliku initsiatiivi mõju polnud siiski kuigi ulatuslik, kuivõrd kaubatootjate kaebuste arv jätkas kasvamist. Lõpuks, 2008. aastal algatas Konkurentsiamet uue uurimise, jõudes järeldusele, et Suurbritannia jaekaubandus oli kodeksile vaatamata ära kasutanud oma turujõudu ning jätnud ülemääraseks riskid ja ootamatud kulud tarnija kanda. Seetõttu otsustati luua uus kodeks (*Groceries Supply Code of Practice*)²⁷ ja selle rakendamiseks seati sisse ombudsmani ametikoht. Kodeks jõustus 2009. aastal. Ombudsmani rolli määratlemiseks töötati välja eraldi kodeks *Groceries Code Adjudicator (GCA)*²⁸, mis jõustus 2013. aastal. GCA roll piirdub siiski vaid 10 suurema Suurbritannia kaubandusketi (neist igaühe aastane müügitulu on enam kui 1 mld eurot) ja nende otseste tarnijatega. GCA-l on õigus algatada kaubanduskettide-poolsete rikkumiste suhtes uurimine või täita vahendaja rolli tarnijate ja kauplejate vahel. Ka võimaldab GCA määrata kauplejatele rikkumiste korral trahve kuni 1% ulatuses kaupleja aastasest käibest.

Saksamaa

Erinevalt Prantsusmaast pole Saksamaa loonud ebaausate kauplemistavadega võitlemiseks eraldi seadust, kuid on täiendanud selles osas oma konkurentsiseadust, kõlvatu konkurentsivastast seadust ja tsiviilseadustikku, mille ebaausaid kauplemistavasid puudutavad regulatsioonid osaliselt kattuvad ja täiendavad üksteist. Konfidentsiaalse kaebuse esitamist ja sunnimeetodite rakendamist reguleerib konkurentsiseadus ning ettevõtete ja nende tarnijate vahelisi suhteid kõlvatu konkurentsivastane seadus. Varem, enne vastavate regulatsioonide sisseviimist, käsitles kõlvatu konkurentsivastane seadus vaid ettevõtete ja tarbijate vahelisi suhteid.

2013. aastal lepitati kokku ka ausaid kauplemistavasid puudutav vabatahtlik platvorm nelja organisatsiooni poolt, kes kokku esindavad kõiki toidukaupade tarnijaid. Platvorm tugineb Euroopa toidukaupade tarnijate initsiatiivile ja nende poolt heaks kiidetud heade tavade põhimõtetele (vt HTP 2011) ja pakub selle osalistele vaidluste lahendamiseks välja ka tööriista, mis tugineb vahendamisele, arbitreerimisele ja vajadusel ka eksperthinnangutele.

Belgia

Belgia on JRC töögrupi väitel kõige pikema kogemusega riik selles osas, mis puudutab ebaausate kauplemistavade vastu võitlemise vabatahtlikkust. Vajaliku skeemi töötas välja töörühm nimetusega Põllumajandusliku Toidutootmise Ahela Konsultatsioonid (*Agro Food Chain Consultations*, edaspidi AFCC), milles osalesid kõik toidutootmise ahela osapooled alates põllumajandustootjatest ja tarnijatest kuni jaekaubanduse esindajateni. Konsultatsioonidega alustati 2009. aastal ja 2010. aastal kiideti heaks kaubandussuhete head tavad tarnijate ja kauba ostjate vahel.

JRC töögrupi hinnangul on see kodeks ka edukalt toiminud, mida kinnitab põllumajandustootjate üha suurem osalus selles leppes ja asjaolu, et Belgia mudel võeti aluseks ka Euroopa toidukaupade tarnijate initsiatiivile.

Kodeks hõlmab toiduainete tootmise ja sellega kauplemise kõiki lülisid ning piiritleb tingimused selle ahela osaliste jätkusuutlikuks toimimiseks, toiduainete hoolikaks käitlemiseks ja omamaise toodangu eelistamiseks, kuid ka tasakaalu leidmiseks ühiskonna, keskkonna ja majanduse vahel. Kodeksi sügavam eesmärk ja filosoofia on vältida seda, et vabatahtlik skeem varustajate ja müüjate vahel

²⁷ Toidutarneahela tegutsemisjuhised

²⁸ Toidukaubanduskodeksi arbiiter

muutuks nullsumma mänguks, mis juhtuks, kui asi piirduks koodeksi loojate hinnangul vaid ebaausate kauplemistavadega.

Koodeks pakub palju erinevaid võimalusi pooltevaheliste vaidluste lahendamiseks. Nii üksikettevõtjad kui ka nende katusorganisatsioonid võivad pöörduda nn heade tavade komisjoni poole, mis käsitleb heade tavade rikkumisi. Heade tavade komisjoni poole pöördudes on võimalik algetada ka tervet valdkonda puudutav laiem protsess, kus näiteks põllumajandustootjate katusorganisatsioon tõstatab teema AFCC kontekstis. See võimaldab muuhulgas vältida nn hirmufaktorit, kus kauba tarnija ise ei soovi teemat tõstatada, peljates müüjapoolseid sanktsioone.

Taani

Taani on näide, kus ebaausate kauplemistavade osas puuduvad JRC töögrupi raporti kohaselt igasugused seaduslikud regulatsioonid ja ka vabatahtlik initsiatiiv, olgugi et Taani jaekaubandus on üks enam kontsentreerunud. Oma põhjendustes Euroopa Komisjonile märgivad Taani esindajad, et Rohelises raamatus välja toodud probleemid on Taani konkurentsi ja turu toimimist käsitlevates seadustes juba adekvaatselt reguleeritud. Ennekoike viitavad nad Taani turuseadusele (*Danish Marketing Practices Act*), mis on osa ebaausaid kauplemistavasid puudutavast regulatsioonist ja töötati välja Euroopa Liidu vastava direktiivi²⁹ põhjal, kuid ka konkurentsiseadusele ja lepinguseadusele, mis samuti valdkonda reguleerivad. Ka avaldasid Taani esindajad kartust, et edasine reguleerimine võib viia seni hästi toiminud süsteemi (mis sisaldab ühelt poolt lepinguvabadust ja teiselt poolt lepingu nõrgema osapoole kaitsmist) tasakaalust välja. Taani esindajad, vastavalt töögrupile antud selgitustele, on veendunud, et lepingulised suhted toimivad Taanis hästi ja heade kauplemistavade rikkumine on pigem erand kui reegel.

Nn hirmufaktori osas on Taani seisukohal, et konfidentsiaalsed kaebused ja sunnimeetmed võivad rikkuda jaekaupmeeste õigust õiglasele kohtupidamisele.

4.3. Heade kauplemistavade järgimine Eestis

JRC-i raporti kohaselt kuulub Eesti nende riikide hulka, kus ebaausate kauplemistavade seotud probleeme püütakse lahendada vabatahtlike kokkulepete kaudu. Spetsiaalset ametkonda ebaõiglase kauplemistavade kontrollimiseks ei ole ja oma õiguste tagamiseks tuleb pöörduda kohtusse. Euroopa Liidus järgivad vabatahtlikkuse printsiipi lisaks Eestile veel kolm riiki – Belgia, Holland ja Soome.

Täiendavalt JRC töögrupi raportile võib lisada, et *Hea kauplemistava* järgimise vabatahtlik protsess on Eestis arenenud juba pikemat aega. Selle alguseks võib pidada 7. oktoobrit 1998, kui Kaupmeeste Liit võttis oma üldkoosolekul ühepoolset vastu *Hea Kaubandustava*, uuendades seda 31. jaanuaril 2008. *Hea Kaubandustava* eesmärk oli liidu kinnitusel „sõnastada põhimõtted, millest lähtuvad oma tegevuses Kaupmeeste Liidu liikmed ning mis loovad pinnase kaubandusettevõtete vahelisele üksteisemõistmisele, ausale ja vabale konkurentsile ning ärilise suhtlemise eetiliselele ja kaubandusala hea maine kindlustamisele“³⁰.

31. mail 2018 allkirjastasid kaubanduse, toiduainetööstuse ja põllumajandusettevõtete esindajad uue juhise „Eesti head tavad toiduainete vertikaalses tarneahelas. Heade kauplemistavade üldpõhimõtted“. Head tavad töötati välja Eesti Toiduainetööstuse Liidu, Eesti Kaupmeeste Liidu, Eesti Kaubandus-Tööstuskoja ja Eesti Põllumajandus-Kaubanduskoja koostöös, nende koostamist koordineeris Eesti Kaubandus-Tööstuskoda. „Heade kauplemistavade üldpõhimõtted“ toovad välja 12 juhust, millest peaksid lähtuma ausad kauplejad. Need on tarbija huvidega arvestamine, lepingutest

²⁹ Euroopa Parlamendi ja Nõukogu direktiiv 2005/29/EÜ, 11. mai 2005, mis käsitleb ettevõtja ja tarbija vaheliste tehingutega seotud ebaausaid kaubandustavasid siseturul.

³⁰ „Head Kaubandustavad. Juhend kaubandusalal tegutsevatele ettevõtjatele.“

<http://kaupmeesteliit.ee/juhendid-ja-seadused/juhendid/head-kaubandustavad/>

kinnipidamine, õiglaste tehingute sõlmimine, vastastikuseid huve arvestav teabevahetus, tundliku teabe konfidentsiaalsus, riskide õiglane jagamine, ähvarduste vältimine, nõuete põhjendatus, poolte võrdsus lepingute sõlmimisel ja mõistliku toimimise põhimõtted (vt Lisa 1).

Allkirjastamise ajaks olid heade tavadega liitunud Kaupmeeste Liidu poolt Selver, Rimi, Prisma, Coop ja Maxima, Toiduainetööstuse Liidu poolt Salvest, Dava Foods Estonia, HKScan, Balbiino, Saarioinen ja veel 19 liidu liiget ning Põllumajandus-Kaubanduskoja poolt Anu Ait, Eesti Pagar, Kaiu LT, Krootuse Agro, Kärla Põllumajandusühistu, Linnamäe Lihetööstus, Sagro, Wiru Vili, E-Piim Tootmine ja Väätsa Agro³¹.

³¹ "Turuosalised allkirjastasid täna Eesti head tavad toiduainete vertikaalses tarneahelas." Eesti Kaubandus-Tööstuskoda. <https://www.koda.ee/et/uudised/turuosalised-allkirjastasid-tana-eesti-head-tavad-toiduainete-vertikaalses-tarneahelas>

5. Euroopa Komisjoni läbi viidud uuringud

5.1. Konsultatsioon sidusrühmadega

2017. aastal viis Euroopa Komisjon direktiivi ettepanekut välja töötades läbi avaliku konsultatsiooni ja ankeetküsitluse, et kaardistada ebaausate kauplemistavadega seotud olukorda ja vajadust õigusruumi muutmiseks.

17. juulist kuni 6. detsembrini 2017 toimunud konsultatsioonide käigus küsitleti 66 sidusrühma esindajat, kellest 33% olid põllumajandustootjad või nende katusorganisatsioonide esindajad, 17% liikmesriikide ametnikud, 15% valitsusvälised organisatsioonid (edaspidi VVO-d), 11% töötajad ja nende esindajad, 8% edasimüüjad ja nende esindajad ning 17% muude organisatsioonide esindajad (akadeemilised ringkonnad, ametiühingud, anonüümsed vastajad jt).

90% vastanuist nõustus, et ebaausad kauplemistavad toidutarneahelas on olemas (5% ei vastanud ja 5% ei omanud selget seisukohta). 76% vastas, et ebaausad kauplemistavad põhjustavad tõsiseid probleeme, 14% arvas, et ei põhjusta, 5% leidis, et see mõjutab positiivselt kaubanduse efektiivsust. 71% avaldas arvamust, et Euroopa Liidu poolne regulatsioon on vajalik. (Euroopa Komisjon 2018a, 82).

5.2. Euroopa Komisjoni küsitlusuuringud

25. augustist kuni 17. novembrini 2017 viis Euroopa Komisjon läbi küsitlusuuringu liikmesriikides, millele vastas 1 432 isikut, kellest 56% olid üksikisikud ja 44% organisatsioonide esindajad. Kõigist vastanud üksikisikuist 71% olid põllumajandustootjad. Vastanud organisatsioonideks olid eraettevõtted (38%) ja nende esindusorganisatsioonid (31%) ja VVO-d (20%). Valdkondadest olid kõige aktiivsemad põllumajandustootjad (53%) ja toiduainete töötajad (22%). Järgnesid kaubandussektori (7%), jaekaubanduse (4%), VVO-de (7%), uurimisasutuste esindajad (1%) ning lisaks muud vastajad (6%).

Sarnaselt sidusrühmade konsultatsiooni tulemusega nõustus või osaliselt nõustus 90% vastanuist, et toidutarneahelas on probleeme, mida võib käsitleda kui ebaausaid kauplemistavasid. Seda seisukohta jagasid kõikide gruppide esindajad peale jaemüüjate. Viimastest nõustus või osaliselt nõustus ebaausate kauplemistavade olemasoluga 12% ning 88% ei nõustunud või osaliselt ei nõustunud.

Küsimused puudutasid ka konkreetseid ebaausaid kauplemise tavasid. 80% vastanuist märkis, et seda on maksetähtaeg, mis ületab 30 päeva, ja 93%, et seda on ka lepingute ühepoole või tagantjärele muutmine. 87% vastanuist kinnitas, et heade kauplemistavade rikkumine on sage või väga sage.

95% küsitletuist nõustus, et probleemi lahendamisega tuleb tegeleda. 87% leidis, et sellega peaks tegelema Euroopa Liit – neist 58% arvas, et tegutseda tuleks koos liikmesriikidega, 29% leidis, et sellega peaks tegelema Euroopa Liit üksi, 8% arvas, et see on puhtalt Euroopa Liidu küsimus ja 4%, et see tegevus peaks toimuma vabatahtlikkuse alusel (nii arvas 54% jaekaubanduse esindajaist).

87% vastanute hulgast, kes leidsid, et sellega peaks tegelema Euroopa Liit, arvas 51%, et see olukord tuleks reguleerida seadustega ja 46%, et nii seaduslike kui ka vabatahtlike meetmetega. 3% eelistas vabatahtlikke meetmeid.

Sunnimeetmete osas nõustus või osaliselt nõustus 92% vastanuist, et vähemasti minimaalsed sunnimeetmed ebaausate kauplemistavade tõkestamiseks tuleks kehtestada. Meetmete osas pidas 94% vajalikuks läbiviidavate uuringute läbipaistvust, 93% trahvide kehtestamist, 92% võimalust kollektiivsete kaebuste esitamiseks, 89% kaebuste menetlemise konfidentsiaalsust, 89% vastava ametkonna loomist ja 73% neile ametkondadele iseseisvate uuringute läbiviimise õiguse andmist.

Euroopa Komisjon viis läbi ka tarbijaorganisatsioonide sihtküsitluse, et uurida, kas ebaausad kauplemistavad toidutarneahelas mõjutavad tarbijaid. Küsitletud arvasid, et tõkestavate meetmete rakendamine suurendab usaldust toidutarneahela lülide vahel ja soodustab investeringuid, kuid tarbijahindu see nende arvates ei tõsta (Euroopa komisjon 2018a, 83-87).

5.3. Euroopa Komisjoni järeldused ebaausate kauplemistavade allikatest

Euroopa Komisjon toob välja põhilised toimetehhanismid, mis täiendavalt turudünaamikast tulenevatele põhjustele soodustavad ebaausat kauplemist. Need on osapoolte erinev turujõud ja tasakaalu puudumine, liikmesriikide erinev regulatsioon ja koostöö puudumine liikmesriikide vastavate ametkondade vahel. Sellest lähtuvad on välja töötatud ka direktiivi ettepanekus ära toodud meetmed liikmesriikide seadusandluse ja õigusruumi täiendamiseks (joonis 7).

Joonis 7. Skemaatiline kokkuvõte turudünaamikast, toimetehhanismidest, probleemidest ja tagajärgedest

Turudünaamika		Toimetehhanismid	Probleemid	Tagajärjed
EL turu-orientatsioon (müügitoetuste puudumine)	Põllumajandus- ja toidutöötlemise seotud ettevõtete väiksus	Tasakaalu puudumine turujõus	Ebaausad kauplemistavad on olemas	Riskide ülemäärane jätmine nõrgemale poolele
EL toidutarneahela seotus maailmaturuga		Erinevused liikmesriikide ausate kauplemistavade reeglistikus	Vähene kaitstus ebaausate kauplemistavade vastu	Lisandväärtusest jääb toiduainete tarneahela nõrgematele osapooltele väiksem osa
Jaemüüjate ja toidu töötlemise kontsentreerumine	Hinnatõus ja erinev sissetulek põllumajanduses	Koostöö puudumine liikmesriikide ametkondade vahel		Erinev ärireeglistik EL liikmesriikides

Allikas: Euroopa Komisjon 2018a, lk 11.

6. Eesti toiduainetööstuse ettevõtete kokkupuude ebaausate kauplemistavadega

6.1. Metoodika ja valim

Selgitamaks välja Eesti toiduainetööstuse kokkupuuteid ebaausate kauplemistavadega viis Eesti Konjunkturiinstituut 2018. aasta aprillis läbi küsitluse ettevõtjate seas (vt küsimustulemusi lisas 2), mille põhjal analüüsiti ebaõiglaste kauplemistavade kokkupuute mõju Eesti toiduainetööstuse ettevõtetele.

Küsitluse valimi moodustas 240 toiduainetööstuse ettevõtet kõikidest toiduainetööstuse valdkondadest, välja arvatud alkoholitootjad, loomasööda tootjad ja kalatööstuse ettevõtted. Valimisse kuulunud ettevõtete müügitulu oli 2016. aastal 829,1 mln eurot. Statistikaameti andmetel moodustas kogu toiduainetööstuse müügitulu (v.a alkoholitootjad, loomasööda tootjad ja kalatööstuse ettevõtted) 2016. aastal 2,4 mld eurot, seega valim kattis 34,5% kogu toiduainetööstuse käibest. Küsitlusele vastas 76 ettevõtet. Vastanud ettevõtete arv moodustas valimisse kaasatud ettevõtete arvust 32% ja vastanute müügitulu moodustas valimisse kaasatud ettevõtete müügitulust 17%. Tulemuste analüüsimiseks jaotati ettevõtted müügitulu järgi kahte gruppi. Ettevõtted käibega üle 5 mln euro liigitati suuremate ja käibega alla 5 mln väiksemate ettevõtete hulka. Suured ettevõtted moodustasid küsitlusele vastanud ettevõtete arvust 15,8%. Vastanud ettevõteteist olid piimatööstusest 9, lihatööstusest 13, pagaritööstusest 10 ja muudest valdkondadest (munad, puu- ja köögivilja, puu- ja köögivilja konservid, mahlad, toiduõli jm) 44 ettevõtet (tabel 3).

Enne küsitluslehe koostamist viis EKI läbi antud teemadel arutelud Eesti Kaupmeeste Liidus, Eesti Toiduainetööstuse Liidus, Eesti Kaubandus-Tööstuskojas ja Eesti Põllumajandus-Kaubanduskojas.

Tabel 3. Küsitlusele vastanud ettevõtete arv ja jaotus käibe ning valdkonna järgi

	Suuremad ettevõtted (müügitulu ≥ 5 mln eurot)	Väiksemad ettevõtted (müügitulu < 5 mln eurot)	Kokku	Vastanute osakaal haruti
Piimatööstus	5	4	9	11,8%
Lihatööstus	3	10	13	17,1%
Pagaritööstus	0	10	10	13,2%
Muud harud	4	40	44	57,9%
Kokku	12	64	76	
	15,8%	84,2%	100%	100%

Võrreldes Eesti Konjunkturiinstituudi poolt 2015. aastal läbi viidud uuringuga, mis puudutas ebaausaid kauplemistavasid 2014. aastal, oli nii valim (2015 – 161 ettevõtet, 2018 – 240 ettevõtet) kui ka vastanute arv (2015 – 46, 2018 – 76) 2018. aasta küsitlusel märkimisväärselt suurem.

6.2. Kokkupuude ebaausate kauplemistavadega

Kõikidest küsitlusele vastanud ettevõtetest 27 ettevõtet (35,5%) vastas, et ettevõtte on 2017. aasta jooksul kokku puutunud ebaausate kauplemistavadega ja 49 ettevõtet (75,5%) vastas, et ei ole kokku puutunud. Suurematest ettevõtetest (müügitulu üle 5 mln euro) oli ebaausate kauplemistavade kokku puutunud küsitlusele vastanud 12 ettevõttest 11 (91,7%) ja väiksematest 64-st ettevõttest 16 (25%) (tabel 4).

Tabel 4. Küsitlusele vastanud ettevõtete kokkupuude ebaausate kauplemistavadega 2017. aastal

	Kokku	Osakaal vastanutest	Suuremad ettevõtted (müügitulu $\geq$ 5 mln eurot, %)	Väiksemad ettevõtted (müügitulu < 5 mln eurot, %)
Vastanud ettevõtete arv	76		12	64
On kokkupuude ebaausate kauplemistavadega	27	35,5%	91,7%	25,0%
Ei ole kokkupuudet ebaausate kauplemistavadega	49	64,5%	8,3%	75,0%
Kokku	76	100%	100%	100%

Kui 2015. aasta uuringus (2014. aasta kohta) osutas 59% vastanuist, et on kokku puutunud ebaausate kauplemistavadega, siis 2018. aasta uuringus (2017. aasta kohta) 36%. Kokkuvõttes kõneleb see positiivsest nihkest tarneahela toimimises. Ka telefonikontaktides selle valimi osaga, kes esialgu loobus küsimustikule vastamast, toodi selle põhjuseks enamasti väide, et probleeme ei ole. Vaid mõnel üksikul juhul osutati, et vastamata jäeti põhjusel, et kardeti võimalikke sanktsioone kaubanduskettide poolt.

Ettevõtetest, kes olid kokku puutunud ebaausate kauplemistavadega, väitis 76,9% (20 ettevõtet), et kokkupuuted ebaausate kauplemistavadega on viimase kolme aasta jooksul jäänud samaks; 7,7% (2 ettevõtet) leidis, et probleemid on sagenenud ja 15,4% (4 ettevõtet) kinnitas, et probleeme on jäänud vähemaks. Probleemide jätkumist samal tasemel ja kahel juhul ka teravnemist osutasid eelkõige puu- ja köögivilja ning lihatööstuse ettevõtted; probleemide teravnemist kinnitas ka üks piimatööstuse ettevõtte.

Kõige enam tunnistasid probleeme piimatööstuse ettevõtted, kellest oli ebaausate kauplemistavadega kokku puutunud 88,9% vastanuist, lihatööstuses oli ebaausate kauplemistavadega kokku puutunud ettevõtete osakaal 38,5%, muudes harudes (munad, puu- ja köögivilja, puu- ja köögivilja konservid, mahlad, toiduõli jm) 27,3% ja pagaritööstuses 20% (tabel 5).

Tabel 5. Kokkupuude ebaausate kauplemistavadega toiduainetööstuse harudes

	Vastanud ettevõtete arv	Probleeme tunnistanud ettevõtete arv	Probleeme omanute osakaal haruettevõtete hulgas, %
Piimatööstus	9	8	88,9%
Lihatööstus	13	5	38,5%
Pagaritööstus	10	2	20,0%
Muud harud	44	12	27,3%
Kokku	76	27	35,5%

11 probleeme tunnistanud suurest ettevõttest liigitusid suuruselt esimeste hulka ka kõigi vastanud 76 ettevõtte võrdluses. Tegemist on väga suurte, valdavalt piima- ning lihatööstuse ning muude töötleva tööstuse ettevõtetega, mille müügitulu jäi vahemikku 10 mln kuni 50 mln eurot. 27 ettevõttest 5 ettevõtte müügitulu jäi vahemikku 1 kuni 5 mln eurot, ning 11 ettevõtte puhul oli see 50 tuhat kuni 1 mln eurot. Väiketootjatest nägid ebaausates kauplemistavades probleeme kõigi nelja valdkonna ettevõtjad.

Asjaolu, et vastanuist näevad ebaausate kauplemistavadega probleeme väga suured toiduainetetoöstuse ettevõtted, mis müüvad oma toodangut kõigis või enamikus suuremates kaubanduskettides, osutab, et probleem ebaausate kauplemistavadega on lai ja puudutab kogu jaekaubandust.

6.3. Sagedamini esinenud ebaausad kauplemistavad

2018. aasta uuringu kohaselt oli ettevõtetel ebaausatest kauplemistavadeist kõige rohkem kokkupuuteid leppetrahvidega, mille suurust, võrreldes tekkinud kahjuga, pidas ebaproportsionaalseks kokku 82% ebaausaid kauplemistavasid kogenud ettevõtetest. Neist 56% väitel oli see korduv probleem, 26% oli seda kogenud vähemalt ühe korra (joonis 8).

Järgmiste suurte probleemidena toodi välja ähvardamine kas toodete nimekirjast välja arvamise, et peale suruda ettevõttele ebasoodsamaid lepingutingimusi, või ähvardamine ärisuhte lõpetamisega, kui ettevõtte soovis kaitsta oma õigusi. Mõlemal juhul oli seda kogenud 70% ebaausaid kauplemistavasid märkinud ettevõttest. Ähvardusi tooted nimekirjast välja arvata oli korduvalt kogenud 59% ja vähemalt ühe korra 11% ettevõttest. Ärisuhete lõpetamise ähvardus oli korduvalt osaks saanud 30% ja vähemalt ühe korra 40% ebaausaid kauplemistavasid kogenud ettevõttele.

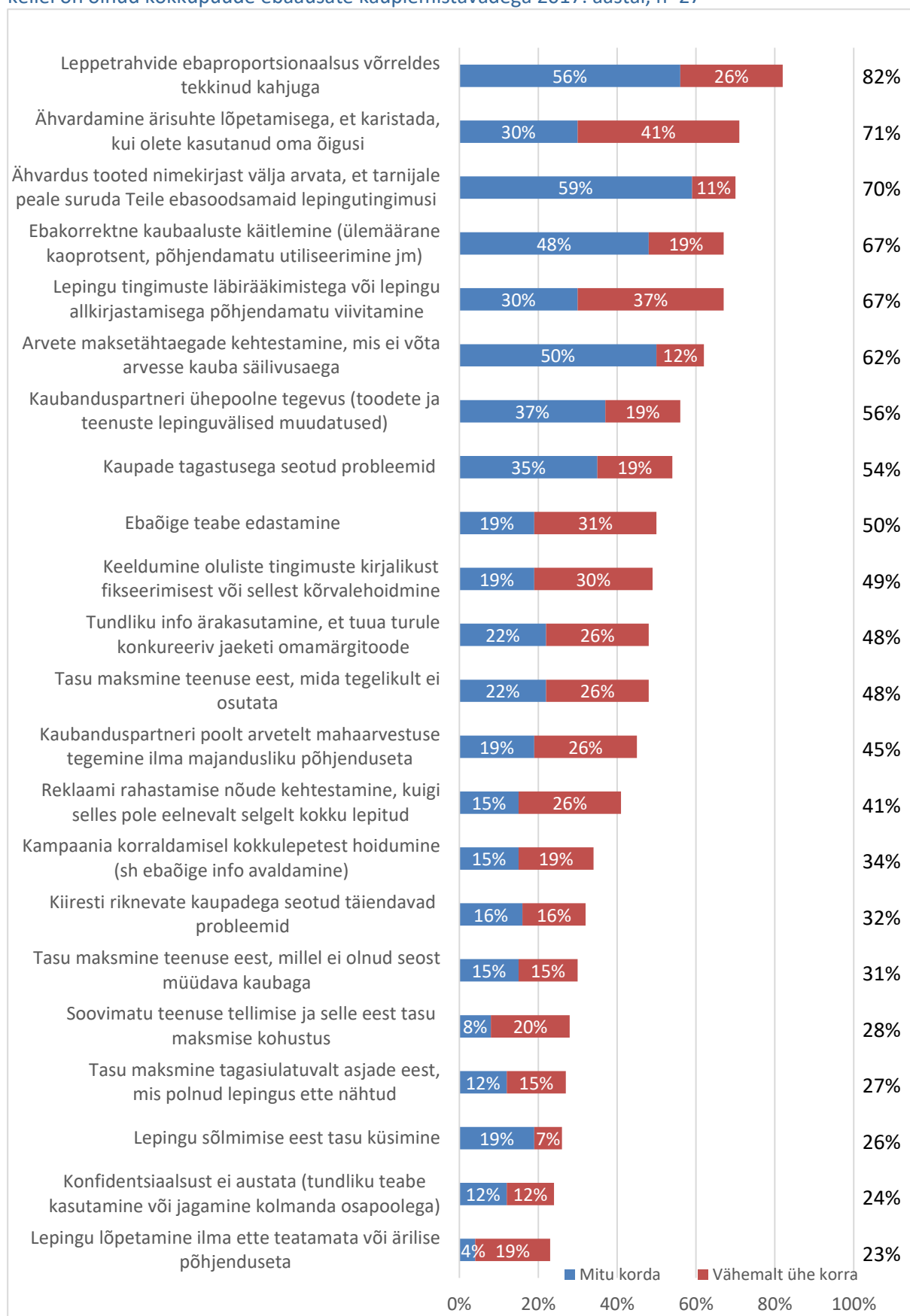
Ebakorrektse kaubaaluste käitlemisega (ülemäärane kaoprotsent, põhjendamatu utiliseerimine jm) ning lepingu sõlmimise ebamõistliku viivitamisega oli kokku puutunud 67% ebaausaid kauplemistavasid kogenud ettevõtetest. Ebakorrektset kaubaaluste käitlemist oli korduvalt kogenud 48% ja vähemalt ühe korra 19% ettevõttest, lepingutega viivitamist vastavalt 30% ja 37% ettevõttest.

Arvete maksetähtaegade kehtestamist, mis ei võta arvesse kauba säilivusaega, tõi 62% probleemide olemasolu märkinud ettevõttest; kaubanduspartneri ühepoolset tegevust (toodete ja teenuste lepinguvälised muudatused) koges 56% ja kaupade tagastusega seotud probleeme 54% ettevõttest.

Kaupade tagastusega seotud probleemidest tõi üks vastanu välja asjaolu, et ei anta tagasi aegunud kaupa, samas mitmed teised, vastupidi, nägid probleemi just kaupade tagastamises, seda eelkõige kiiresti riknevate kaupade osas. Üks vastanu märkis, et kauba tagasivõtmisest keeldumisel ähvardatakse kauba tellimisest edaspidi loobuda. Leiti ka, et tagastused toimuvad liiga pika perioodi järel (pea kvartal peale kampaania lõppu). Samuti märgiti, et vigastatakse pakendit, et kaup tagasi saata; üritatakse tagastada aeguvat kaupa, põhjendades seda kauba kvaliteediveaga; soovitakse pigem tagastada aegunud kaupa vaatamata sellele, et tarnija soov on selle asemel kaubakoguseid vähendada. Üks tarnija tegi ettepaneku keelata kaubanduse poolt tellitud toidukauba, mida ei suudeta maha müüa, tagasisaatmine tootjale.

Ebaõige teabe edastamist jaemüüja poolt tunnistas 50% ettevõttest. 48% märkis ära sellised probleemid nagu keeldumine oluliste tingimuste kirjalikust fikseerimisest või sellest kõrvalehoidmine. Sama palju leidis, et nad on maksnud teenuse eest, mida tegelikult ei osutatud, ja et neile tundlikku infot on ära kasutatud selleks, et tuua turule konkureeriv jaeketi omamärgitoode.

Joonis 8. Eesti toidusektori tarnijate kokkupuude ebaausate kauplemistavade, % ettevõtetest, kellel on olnud kokkupuude ebaausate kauplemistavade 2017. aastal, n=27



Kaubanduspartneri poolt arvetelt mahaarvestuse tegemist ilma majandusliku põhjendusega koges 45% ettevõttest, reklaami rahastamise nõude kehtestamist, kuigi selles polnud pooled eelnevalt kokku leppinud, 41% vastanuid. 34% märkis ära kampaania korraldamisel kokkulepetest hoidumise (sh ebaõige info avaldamise) ja 32% kiiresti riknevate kaupadega seotud täiendavaid probleeme.

Jaemüüjatele heideti täiendavate märkuste korras ette, et puudub koguste planeerimine, toodete kvaliteedikontroll on ebaselge ja kui kaupa ei müüda realiseerimisaja jooksul ära, siis saadetakse see tootjale tagasi. Üks vastanu märkis, et kiiresti ringleva kauba puhul nõutakse, et toote säilivusjast oleks alles 4/5 ja et väga lühikese säilivusajaga (1 päev) tooteid tellitakse liiga väikestes kogustes, kuid samas igapäevaselt, mistõttu müügikõlblikud partiid jäävad tehnilistel põhjustel müümata.

31% probleeme kogenud ettevõttest tunnistas, et on vähemalt ühe korra maksnud teenuse eest, millel ei olnud seost müüdava kaubaga ja 28% kinnitas, et oli sunnitud tellima ja maksuma teenuse eest, mida ta ei soovinud. Vastanud tõid välja täiendava kulu, mis oli seotud kaubakastide ja -aluste ning toodete kampaaniatega. Üks vastanu märkis, et koos kampaaniatasude ja allahindlusega on toote müük sageli kahjumlik. Ka märgiti, et kampaaniakulusid sunniti kandma ähvardusega, et vastasel juhul langeb toode kaubaketi valikust välja.

27% ebaausate kauplemistavade kokku puutunud ettevõttest tunnistas, et on maksnud tagasiulatuvalt asjade eest, mida polnud lepingus ette nähtud; 26% kinnitas tasu küsimist lepingu sõlmimise eest; 23% konfidentsiaalsusnõuete rikkumist ja tundliku teabe kasutamist või jagamist kolmanda osapoolega ning 22% lepingu lõpetamist ilma ette teatamata või ärilise põhjendusega.

Muude probleemide all, kus vastajal paluti need ise sõnastada, toodi välja järgmised murekohad: pidev maksetähtaegade ületamine ja mittereageerimine sellekohastele meeldetuletustele; tasu nõudmine kaubandusketi reklaampindade eest ilma garantiita, et toode oleks sellel eksponeeritud; probleemid kaua säiliva kaubaga, kus on nõutud, et 2/3 toote säilivusajast oleks alles – näiteks keeldutakse vastu võtmast 3-aastase nominaalsäilivusega kaupa, millel on jäänud säilivusaega veel 1,5 aastat.

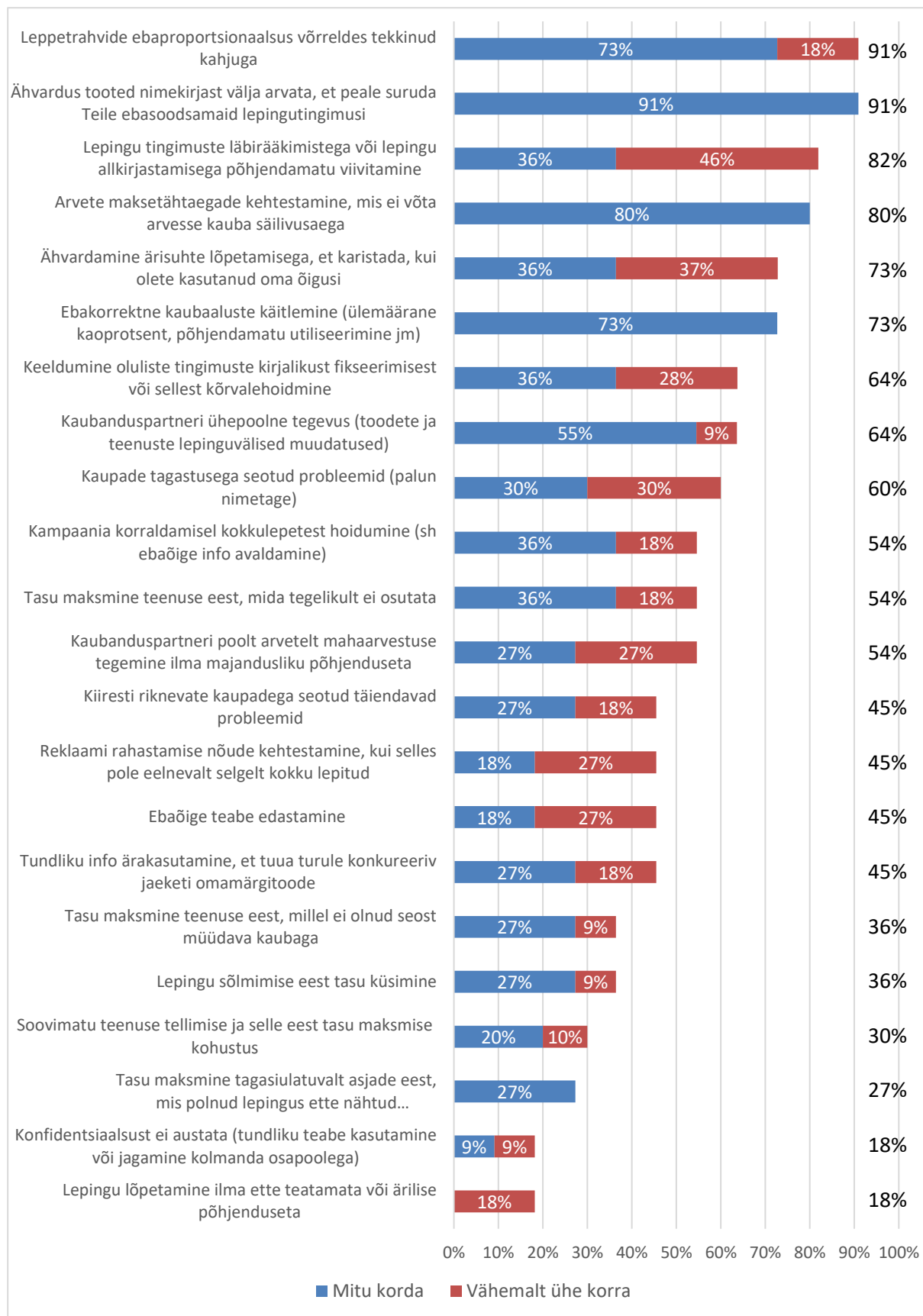
Kokkuvõttes osutavad küsitlused, et toiduainete tootjad (kes kogesid ebaausaid kauplemistavasid) näevad jätkuvalt probleeme kõigis esitatud küsimuste spektris.

Suurte ja väikeste ettevõtete võrdluses joonistusi välja mitmed probleemid, mis olid mõlemale grupile ühised. Mõlemad grupid tõid kõige sagedamini välja leppetrahvide ebaproportsionaalsuse võrreldes tekkinud kahjuga; suuremate ettevõtetest olid seda kogenud 91% ja väiksematest 75%, kusjuures suurtest ettevõttest oli seda korduvalt kogenud 73% ja väikestest 44% (joonised 9 ja 10). Mõlemad grupid olid kogenud ka ähvardusi tooted nimekirjast välja arvata (vastavalt 91% ja 57%) või ähvardust ärisuhte lõpetamisega, kui ei täideta jaemüüja esitatud tingimusi (vastavalt 73% ja 69%). Mõlemad grupid tõdesid ka kaubaaluste ebakorrektselt käitlemist (vastavalt 73% ja 62%) ja lepingu sõlmimisega viivitamist (vastavalt 82% ja 56%). Pretensioone oli mõlemal grupil ka seoses arvete maksetähtaegade kehtestamisega, mis ei võta arvesse kauba säilivusaega (vastavalt 80% ja 50%).

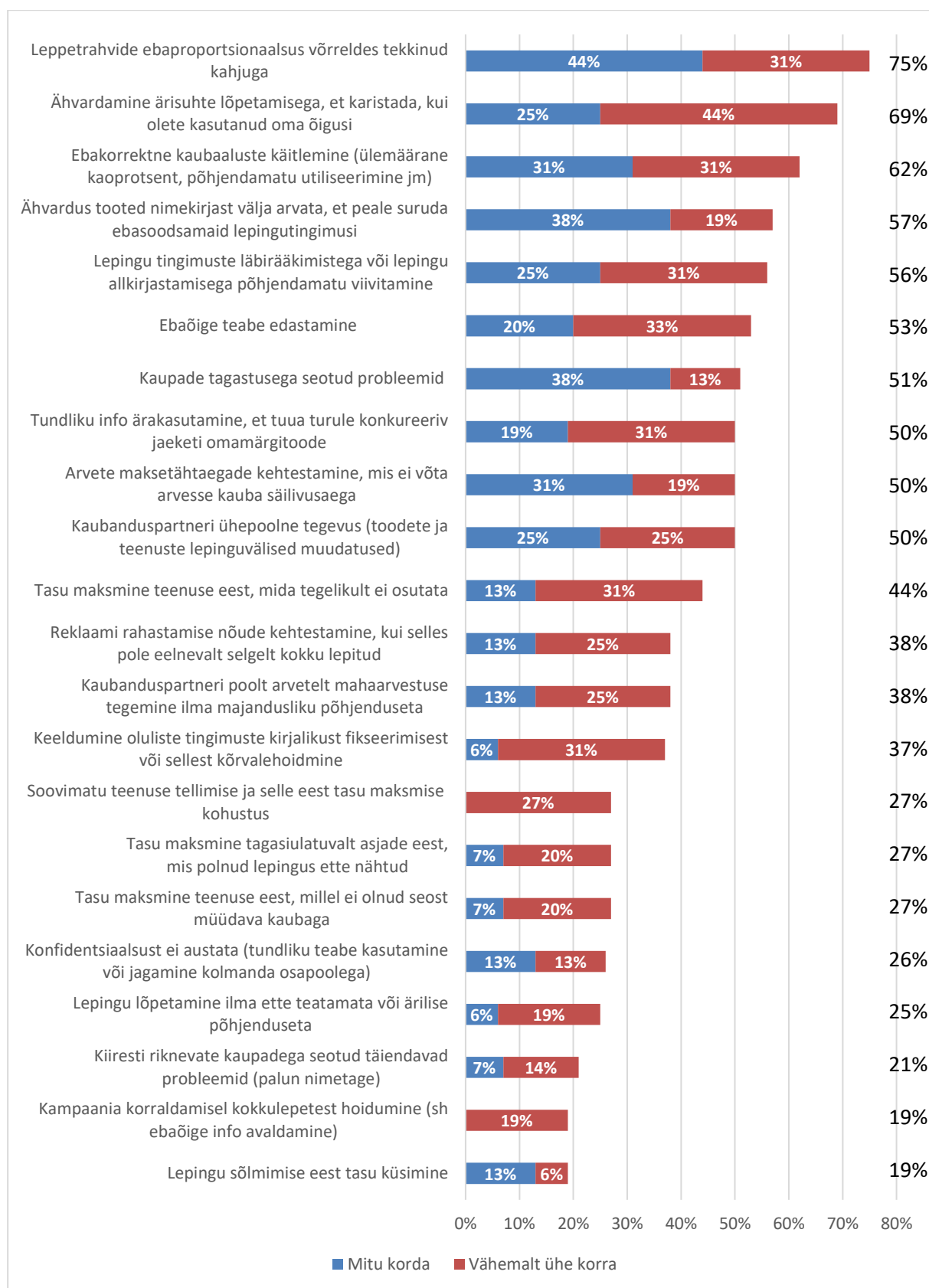
Üldisema tendentsina joonistub välja tõsiasi, et probleemsemad on just suurte ettevõtete ja jaemüüjate suhted, või siis on suuremad ettevõtted seda julgemalt tunnistanud. 12 vastanud suurest ettevõttest kinnitas probleemide olemasolu 11 (91,7%) ja seejuures kõikides küsitluses esitatud teemades.

Kõige vähem tõid suured ettevõtted esile probleeme, mis on seotud lepingu lõpetamisega ilma ette teatamata või ärilise põhjendusega (18%) või konfidentsiaalse info väärkasutusega (18%). Väikeettevõttele valmistas kõige vähem muret lepingu sõlmimise eest tasu küsimine ja kampaania korraldamisel kokkulepetest hoidumine, sh ebaõige info avaldamine (mõlemal juhul 19%).

Joonis 9. Eesti toidusektori tarnijate kokkupuude ebaausate kauplemistavade, % suurtest ettevõtetest, kellel on olnud kokkupuude ebaausate kauplemistavade 2017. aastal, n=11



Joonis 10. Eesti toidusektori tarnijate kokkupuude ebaausate kauplemistavadega, % väikestest ettevõtetest, kellel on olnud kokkupuude ebaausate kauplemistavadega 2017. aastal, n=16



2015. ja 2018. aasta EKI uuringute võrdluses (uuringud puudutasid vastavalt 2014. ja 2017. aastat) ebaausatest kauplemistavadest joonistus välja mitmed sarnaseid ja mitmeid erinevaid jooni, mis tulenes osalt sellest, et 2018. aasta uuringusse oli lisatud täiendavaid küsimusi.

Ühe ühise murekohana ebaausates kauplemistavades tõusis mõlemas uuringus esile lepingutingimuste pealesurumine ja ähvardamine vastasel juhul tooted nimekirjast välja arvata, 2015. aasta uuringus märkis selle ära 82% ja 2018. aastal 70% neist vastanuist, kes tõdesid ebaausate kauplemistavade olemasolu (lepingutingimuste pealesurumist üldisemalt märkis 2015. aasta uuringus ära 96%).

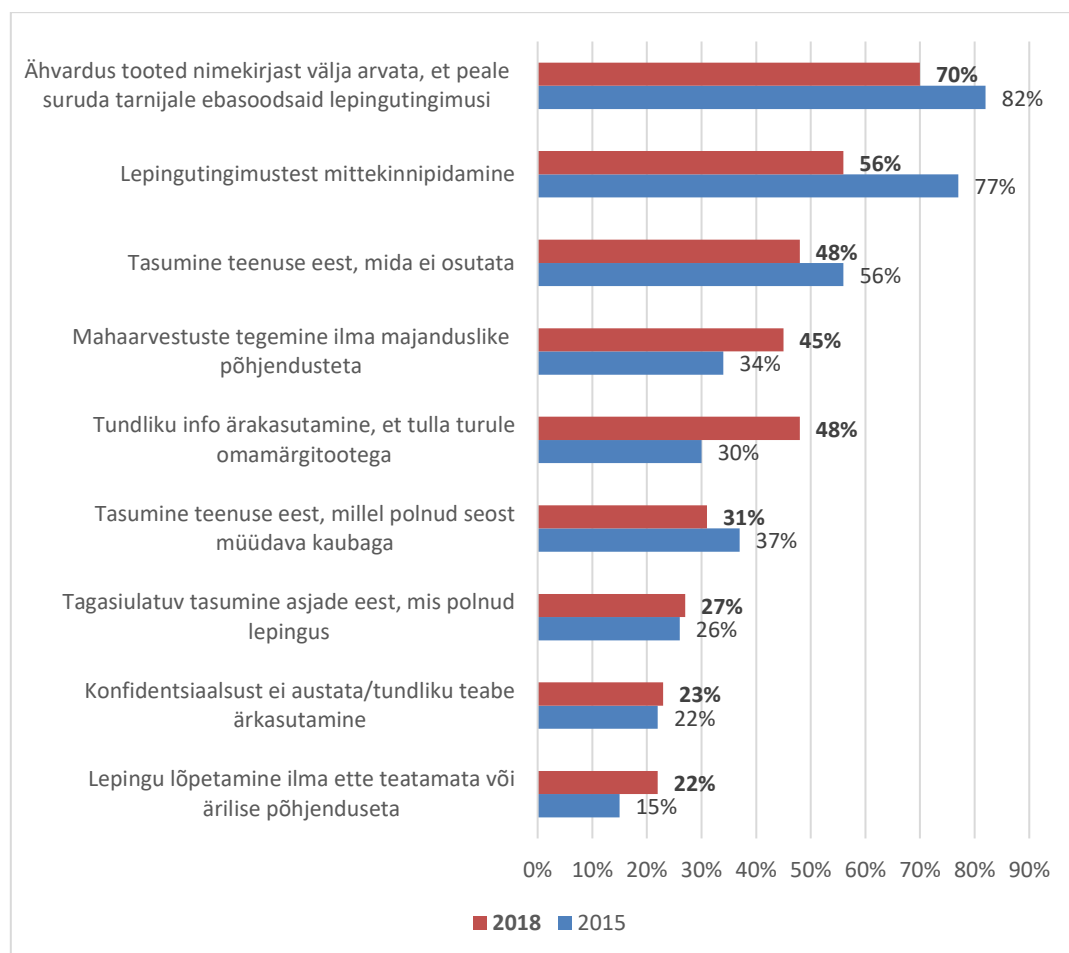
Lepingutingimustest mittekinnipidamist tunnistas 2015. aasta uuringus 77%, 2018. aasta uuringus osutas kaubanduspartneri ühepoolsele, lepinguvälisele tegevusele 56% vastanuist.

Mõlemal uuritava aastal olid tarnijad pidanud maksma teenuse eest, mida neile tegelikult ei osutatud (vastavalt 56% ja 48%) või millel polnud seost müüdava kaubaga (vastavalt 37% ja 31%).

Kaubanduspartneri poolt arvetelt mahaarvestuse tegemist ilma majandusliku põhjendusega tunnistas 2015. aastal 34% ja 2018. aastal 45% vastanuist, mis kõneleb selle tendentsi süvenemisest (joonis 11).

Joonis 11. Eesti toidusektori tarnijate kokkupuude ebaausate kauplemistavadega 2015. ja 2018. aasta uuringu võrdluses, % ettevõtetest, kellel on olnud kokkupuude ebaausate kauplemistavadega 2017. aastal, n=27.

Joonis 11. 2015 ja 2018. aasta uuringu võrdlus
(% vastanutest, kellel oli kokkupuuteid ebaausate kauplemistavadega)



Uue teemana uuriti 2018. aastal leppetrahvide proportsionaalsust võrreldes tekkinud kahjuga. Selle tõi esile 82% vastanuist, kellest 56% märkis antud ebaõiglase kauplemistava esinemise ära kui pideva

tendentsi. Kõige enam puudutas see lihatoodete tarnijaid (ebaausaid kauplemistavasid kogenuist märkis selle ära 100%) ja piimatoodete tarnijaid (vastavalt 88%). Muude harude puhul märkis selle ära 75% ja pagaritööstuse osas 50%.

Karistamist, juhul kui tootja kasutab oma õigusi, nimetas 70%. Selle märkisid ära kõik pagaritoodete tarnijad, 88% piimatoodete tarnijaist, 60% lihatoodete tarnijaist ja 58% muude toodete tarnijaist, kes olid kokku puutunud ebaausate kauplemistavadega.

Kaubaaluste ebakorrektsed käitlemist tõi esile 67% vastanuist. Selles nägi probleemi 75% piimatoodete tarnijaist, 80% lihatoodete tarnijaist, 58% muude valdkondade ja 50% pagaritööstuse tarnijaist, kes olid kokku puutunud ebaausate kauplemistavadega.

Lepingu tingimuste läbirääkimistega või lepingu allkirjastamisega põhjendamatut viivitamist tunnistas samuti 67% vastanuist, kes kinnitasid ebaausate kauplemistavade olemasolu. Selles nägid probleemi 88% piimatoodete tarnijaist, 80% lihatoodete tarnijaist ning 50% pagaritoodete tarnijaist ja muude valdkondade tarnijaist.

62% tõi esile arvete maksetähtaegade kehtestamise, mis ei võtnud arvesse kauba säilivusaega. Selle märkisid ära kõik pagaritoodete tarnijad, 80% lihatoodete tarnijaist, 75% piimatoodete tarnijaist ja 36% muude valdkondade tarnijaist.

2015. aasta uuringus tõid ebaausat kauplemist esile kõige enam lihatoodete (80%) ja piimatoodete tarnijad (56%). Pagaritoodete ja muude toodete tarnijaist märkis seda 50% vastanuist, kellel oli kokkupuuteid ebaausate kauplemistavadega (EKI 2015, 23).

Kokkuvõttes näitavad kahe uuringu võrdlused, et probleemid on püsinud ning enim on tarnijaid häirinud kauplejapoolne ähvardamine lepingulistest suhetest loobumisega, lepingutest mitte-kinnipidamine ja täiendavate tasude nõudmine.

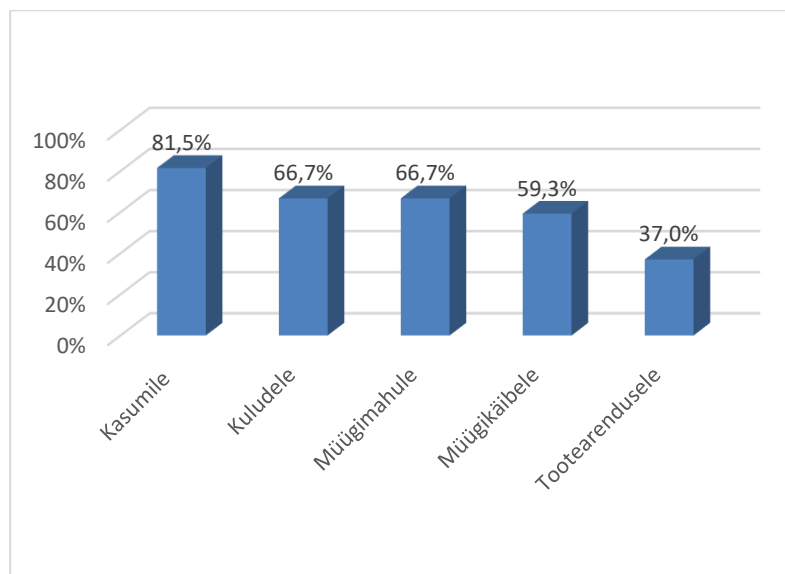
6.4. Ebaausate kauplemistavade mõjud

Ebaausate kauplemistavade mõjudest tõid Eesti toiduainetööstuse ettevõtted kõige sagedamini välja negatiivse mõju kasumile (81,5% ettevõttest, kes olid ebaausate kauplemistavade kokku puutunud). 66,7% märkis, et ebaausad kauplemistavad on avaldanud negatiivset mõju kuludele ja müügitulule, 59,3% märkis ära, et see on mõjutanud nende müügitulule ja 37%, et see on mõjutanud nende tootearendust (joonis 12).

Negatiivse mõju tootearendusele tõi välja 37% ettevõttest, kes olid 2017. aastal ebaausate kauplemistavade kokku puutunud. Nendest kõik ettevõtted (100%) märkisid, et investeeringud uutesse toodetesse pole end ära tasunud kaubanduspartneripoolse ennatliku või ebaõiglase sortimendist kõrvaldamise tõttu (80% oli seda kogenud korduvalt ja 20% vähemalt ühe korra). 87,5% vastanud ettevõttest kinnitas, et kõrged kulud seoses ebaausate praktikatega on vähendanud nende võimekust investeerida tootearendusse. Tootearendusega seotud probleeme tunnistasid nii suured kui ka väikesed ettevõtted. 66,6% kinnitas, et jaeketi omatoote versioon toodi turule nende konfidentsiaalset infot kasutades kas korduvalt (44,4%) või vähemalt ühe korra (22,2%).

Ettevõtetel paluti ka hinnata, kui suur osakaal müügitulust jäi neil kaubanduse poolt võetavate trahvide või tasude tõttu saamata. Saamata jäänud müügitulu tunnistas 70% sellele küsimusele vastanuist. 1 ettevõtte hindas oma saamata jäänud müügitulu suuruseks 30%, 1 ettevõtte 25%, 2 ettevõtet 10% ja ülejäänud alla 10%. Keskmiselt (suured ja väikesed kokku) jäi ettevõttele enda hinnangul müügitulu saamata 7,1%. Eraldivõetuna hindasid suured ettevõtted oma saamata jäänud müügitulu suuruseks keskmiselt 4,2% ja väikesed ettevõtted 9,7%. Kuigi väiksematest ettevõtetest kannatas ebaausate kauplemistavade tõttu väiksem osa kui suurtest ettevõtetest, siis mõju müügitulule oli nende jaoks oluline.

Joonis 12. Ebaausate kauplemistavade negatiivsed mõjud ettevõttele 2017
(% vastanutest, kellel oli kokkupuuteid ebaausate kauplemistavadega)



Ettevõtetele küsiti samuti, mida nad on ette võtnud kokkupuutumisel ebaausate kauplemistavadega. 81,5% ebaausate kauplemistavadega kokku puutunud ettevõttest kinnitas, et on rääkinud kaubanduspartneriga, samas kui 22,2% ei olnud midagi ette võtnud. 18,5% oli kasutanud probleemi lahendamiseks vahendajat ja sama palju (18,5%) juriidilist abi. Konkurentsiameti poole polnud pöördunud ükski vastajaist.

Ettevõttele oli võimalus ka ise kirjeldada, mida nad olid teinud, kokku puutudes ebaausate kauplemistavadega. Üks vastaja märkis, et oli probleeme tõstatanud erialaliitudes, ministeeriumides ja Riigikogus. Üks vastaja kasutas võimalust, osutamaks, et jaemüüjaga seotud probleemi tõstatamine toob kaasa koheselt tema toodete sortimendist väljaarvamise ja teine vastaja leidis, et probleemi tõstatamine on mõttetu aja- ja rahakulu. Mitmel korral (täiendavates kommentaarides) juhiti tähelepanu sellele, et tarnijad pelgavad jaekettidega tulla minna.

Neilt tarnijailt, kes ei olnud probleemide lahendamiseks midagi ette võtnud, küsiti ka põhjuste kohta, miks nad ei ole seda teinud. Neist enamik, 83,3%, väitis, et kardab kaubanduspartneri sanktsioone, 66,7% ei uskunud, et kehtiv seadusandlus või mõni avalik institutsioon (nt Konkurentsiamet) suudaks probleemi lahendada, 33,3% väitis, et oli saanud kaubanduspartnerilt kättemaksuähvarduse, juhul kui nad midagi ette võtavad ning 33,3% märkis, et ei ole teadlik, mida teha või kuhu pöörduda.

Tarnijaile anti ka võimalus välja pakkuda, millised meetmed aitaksid nende arvates vähendada ebaausate kauplemistavade kasutamist. Neile küsimustele vastanuist 77% leidis, et selleks on vajalik ebaausaid kauplemistavasid täpselt määratleva riigisisese regulatsiooni vastuvõtmine koos vastava järelevalveameti määramisega, 65% arvas, et tuleb kehtestada üldisi kauplemistavasid määratlev riigisisene regulatsioon, 72% hinnangul aitaks olukorda parandada heade kauplemistavade põhimõtetega liitumine ja nende järgimine, 60% märkis ära, et ebaausate kauplemistavade esinemise kahtluse korral tuleks anda Konkurentsiametile suurem pädevus koos õigusega tutvuda töötajate ja jaekaubandusettevõtete vaheliste lepingutega ning 44% pidas vajalikuks otsekohalduva regulatsiooni kehtestamist üle kogu Euroopa Liidu.

Lisaks eelnevale paluti ettevõttele hinnata, milliste kaubanduskettidega on neil olnud enam probleeme heade kauplemistavade järgimisel. Sellele küsimusele vastas 92,6% neist, kes olid ebaausate kauplemistavadega kokku puutunud.

Järgnevas tabelis (tabel 6) on iga kaupluseketi puhul arvestatud vaid neid vastanuid, kes on selle ketiga kokku puutunud (tulp 5). Tabel toob välja, et probleeme ebaausate kauplemistavadega on toiduainete

tarnijate hinnangul kõigi tabelis nimetatud jaekettidega. Kõige probleemsemaks on osutunud Maxima, kellega pole rahul 93,3% nendega lepinguliselt seotud või kokku puutunud tarnijaist ja Rimi, kellega pole rahul 88,9% nendega lepinguliselt seotud või kokku puutunud tarnijaist. Maxima puhul torkab silma, et suurem oli nende osakaal (60%), kelle hinnangul on selle ketiga palju probleeme. Rimi puhul nägi palju probleeme 33,3% selle ketiga kokkupuutunuist.

Tabel 6. Tarnijate hinnang kaubanduskettidele (vastajaid kokku 25)

	Probleeme on palju	On mõningaid probleeme	Probleeme ei ole	Ei kauple, st ei oska öelda	Kokku tarnijaid, tulbad (1), (2) ja (3)	Kokku tulbad (1) ja (2), % tarnijaist, kellel olid probleemid	Tulp (3), % tarnijaist, kellel polnud probleeme
	1	2	3	4			
Maxima	9	5	1	10	15	93,3%	6,7%
Rimi	6	10	2	7	18	88,9%	11,1%
Coop	0	12	8	6	20	60,0%	40,0%
Comarket	1	9	9	6	19	52,6%	47,4%
Prisma	1	8	9	5	18	50,0%	50,0%
Selver	1	8	12	2	21	42,9%	57,1%
Grossi Toidukaubad	0	5	9	11	14	35,7%	64,3%

Kõige vähem probleeme oli vastanute hinnangul Grossi Toidukaupadega, kellega seoses ei näinud probleeme 64,3% ja mõningaid probleeme nägi 35,7% vastanuist, samas kui sagedast probleemide olemasolu selle keti puhul ei märgitud. Ka teiste jaekettide puhul domineeris vastuste hulgas vaid mõningate probleemide olemasolu.

Täiendavalt paluti ettevõtjail hinnata oma kauplemiskogemusi Lätiga, kus kauplemistavad on 2016. aastast alates seadusandlikult reguleeritud. Ettevõtjail paluti vastata, kuidas on see mõjutanud nende kauplemist kaubanduspartneritega Lätis perioodil 2017-2018. Lätiga kauplemist möönis 6 ettevõtjat, kellest üks arvas, et probleeme on sama palju kui varem ja 5 ettevõtjat leidis, et neid on vähem.

Vastates küsimusele, millised kokkupuuteid on ettevõttel olnud ebaausate kauplemistavadega Lätis perioodil 2017-2018, märkis üks vastaja, et Lätis kaitstakse oma kohalikku tootjat ka siis, kui Eesti tootja pakub odavamalt hinda. Lisaks märgiti positiivse nihkena, et peale vastava seaduse vastuvõtmist on Lätis kadunud varjatud kulud, st boonused jms.

Kokkuvõte

Selgitamaks välja Eesti toiduainetööstuse kokkupuuteid ebaausate kauplemistavadega viis Eesti Konjunktuuriinstituut ettevõtjate seas 2018. aasta aprillis läbi küsitluse, mille põhjal analüüsiti ebaõiglaste kauplemistavadega kokkupuute mõju Eesti toiduainetööstuse ettevõtetele 2017. aastal. Varem viis Konjunktuuriinstituut samalaadse uuringu läbi 2014. aasta kohta 2015. aastal. Nende uuringute võrdlus osutab, et olulisemad vastuolud peades kauplemistavades on püsunud. Käesolev, 2018. aasta uuring, toob välja ka mitmeid uusi valupunkte.

- Ettevõtetest, kes olid kokku puutunud ebaausate kauplemistavadega väitis 76,9%, et kokkupuuted ebaausate kauplemistavadega on viimase kolme aasta jooksul jäänud samaks; 7,7% leidis, et probleemid on sagenenud ja 15,4% kinnitas, et probleeme on jäänud vähemaks.
- Üldisema tendentsina ilmnes, et probleemsemad olid suurte ettevõtete ja jaemüüjate suhted. 12 vastanud suurest ettevõttest (müügituluga 10 mln kuni 70 mln eurot) tunnistas probleemide olemasolu 91,7% piima- ning lihatööstuse ning muud töötleva tööstuse ettevõtet. Kuna tegemist on väga suurte ettevõtetega, kes kauplevad kõigis suuremates jaekettides, viitab see, et tarneahela probleemid on märkimisväärselt esil. Väikeettevõtete puhul oli see näitaja mõnevõrra väiksem – 80%.
- Suurte ja väikeste ettevõtete võrdluses tõid mõlemad grupid kõige sagedamini välja leppetrahvide ebaproportsionaalsuse võrreldes tekkinud kahjuga; suurematest ettevõtetest oli seda kogenud 91% ja väiksematest 75%.
- Mõlemad grupid olid kogenud ka ähvardusi tooted nimekirjast välja arvata, vastavalt 91% ja 57%, või ähvardust ärisuhted lõpetada, kui ei täideta jaemüüja esitatud tingimusi, vastavalt 73% ja 69%.
- Nii suurtootjad kui ka väiketootjad tõdesid kaubaaluste ebakorrektselt käitlemist, vastavalt 73% ja 62%, ning lepingu sõlmimisega viivitamist, vastavalt 82% ja 56%.
- Pretensioone oli nii suurtel kui väikestel ettevõtetel seoses arvete maksetähtaegade kehtestamisega, mis ei võtnud arvesse kauba säilivusaega (seda nimetas vastavalt 80% ja 50%). Selle märkisid ära kõik pagaritoodete tarnijad, 80% lihatoodete tarnijaist, 75% piimatoodete tarnijaist ja 36% muude valdkondade tarnijaist.
- Kõige enam tunnistasid 2017. aasta osas probleeme piimatööstuse ettevõtteid, kellest oli ebaausate kauplemistavadega kokku puutunud 88,9% vastanuist. Lihatoöstuses oli ebaausate kauplemistavadega kokku puutunud ettevõtete osakaal 38,5%, muudes harudes (munad, puu- ja köögiviljad, puu- ja köögivilja konservid, mahlad, toiduõli jm) 27,3% ja pagaritööstuses 20%.
- Ühe ühise murekohana ebaausates kauplemistavades joonistus nii 2014. kui ka 2017. aasta osas välja lepingutingimuste pealesurumine ja ähvardus vastasel juhul tooted nimekirjast välja arvata, 2014. aasta osas märkis selle ära 82% ja 2017. aasta osas 70% neist vastanuist, kes tunnistasid ebaausate kauplemistavade olemasolu (lepingutingimuste pealesurumist üldisemalt märkis 2014. aasta osas ära 96%). Lepingutingimustest mittekinnipidamist tunnistas 2014. aasta osas 77%, 2017. aasta osas osutas kaubanduspartneri ühepoolsele, lepinguvälisele tegevusele 56% vastanuist.
- Uue teemana uuriti leppetrahvide proportsionaalsust võrreldes tekkinud kahjuga. Selle tõid esile 82% vastanuist, kellest 56% märkis selle ära kui pideva tendentsi. Kõige enam puudutas see lihatoodete tarnijaid (ebaausaid kauplemistavasid kogenuist märkis selle ära 100%) ja piimatoodete tarnijaid (vastavalt 88%). Muude harude puhul märkis selle ära 75% ja pagaritööstuse osas 50%.
- Karistamist, juhul kui tootja kasutab oma õigusi, nimetas 70%. Selle märkisid ära kõik pagaritoodete tarnijad, 88% piimatoodete tarnijaist, 60% lihatoodete tarnijaist ja 58% muude toodete tarnijaist, kes olid kokku puutunud ebaausate kauplemistavadega.

- Kaubaaluste ebakorrektselt käitlemist tõi esile 67% vastanuist. Selles nägi probleemi 75% piimatoodete tarnijaist, 80% lihatoodete tarnijaist, 58% muude valdkondade ja 50% pagaritööstuse tarnijaist, kes olid kokku puutunud ebaausate kauplemistavadega.
- Lepingu tingimuste läbirääkimistega või lepingu allkirjastamisega põhjendamatut viivitamist tunnistas samuti 67% vastanuist, kes kinnitas ebaausate kauplemistavade olemasolu. Selles nägid probleemi 88% piimatoodete tarnijaist, 80% lihatoodete tarnijaist ning 50% pagaritoodete tarnijaist ja muude valdkondade tarnijaist.
- Üldise tendentsina, millele osutasid ka Euroopa Liidu uuringud, tõid Eesti küsitlused välja nn hirmufaktori, kus tootja pelgab kaubandusketiga seotud probleeme avalikult tõstatada või oma õiguse rikkumisi vaidlustada, peljates toodete väljalangemist kaubandusketi nimekirjast. Seda kinnitab küsitlustele vastanute suur osakaal nendest, kes tunnistasid jaeketipoolseid ähvardusi, kuid ka telefonikõnedes välja toodud põhjused, miks jäeti esialgu EKI küsimustikule vastamata.
- Nagu osutas Euroopa Liidu Põllumajanduse ja Maaelu Arengu Peadirektoraadi ja Euroopa Komisjoni Teadusuuringute Ühiskeskuse (JRC) töögrupi uuring, eeldab hirmufaktorist ülesaamine vastavaid regulatsioone seadustes, mis võimaldab esitada konfidentsiaalseid kaebusi, teostada reaalselt ka uurimist ja rakendada sunnimehhanisme rikkumiste peatamiseks, mis motiveeriks tootjaid rikkumismenetlusi algatama.
- Ebaausate kauplemistavade mõjudest tõid Eesti toiduainetööstuse ettevõtted kõige sagedamini välja negatiivse mõju kasumile, seda nimetas 81,5% ettevõttest, mis olid ebaausate kauplemistavade kokku puutunud. 66,7% märkis, et ebaausad kauplemistavad on avaldanud negatiivset mõju kuludele ja müüginahule ning 59,3%, et see on mõjutanud nende müügikäivet.
- Negatiivse mõju tootearendusele tõi välja 37% tarnijaist, kes olid 2017. aastal ebaausate kauplemistavade kokku puutunud. Nendest kõik tarnijad (100%) märkisid, et investeeringud uutesse toodetesse pole end ära tasunud kaubanduspartneripoolse ennatliku või ebaõiglase sortimendist kõrvaldamise tõttu; neist 80% olid seda kogenud korduvalt ja 20% vähemalt ühe korra. 88% nimetatud tarnijaist kinnitas, et kõrged kulud seoses ebaausate praktikatega on vähendanud nende võimekust investeerida tootearendusse ja 67% kinnitas, et jaeketi omatoote versioon toodi turule nende konfidentsiaalset infot kasutades kas korduvalt (44%) või vähemalt ühe korra (22%). Tootearendusega seotud probleeme tunnistasid peaaegu võrdselt nii suured kui ka väikeettevõtted.
- Jaekettide võrdlus tõi välja, et probleeme ausate kauplemistavade oli toiduainete tootjate hinnangul kõigi vaadeldud suuremate jaekettidega. Kõige probleemsemaks osutus Maxima (94% tarnijatest omas probleeme) ja Rimi (89%). Maxima puhul torkas silma, et suurem oli nende osakaal (60%), kelle hinnangul on selle ketiga palju probleeme. Rimi puhul nägi palju probleeme 33% selle ketiga kokku puutunuist. Kõige vähem probleeme oli vastanute hinnangul Grossi Toidukaupadega, kellega seoses ei näinud probleeme 64% ja mõningaid probleeme nägi 36% vastanuist, samas kui sagedast probleemide olemasolu selle keti puhul ei märgitud. Ka teiste jaekettide puhul (välja arvatud Maxima ja Rimi) domineeris vastuste hulgas vaid mõningate probleemide olemasolu.

Kokkuvõtvalt saab öelda, et toiduainetööstuste kokkupuuted ebaausate kauplemistavade on viimase 3 aastaga mõnevõrra vähenenud. Kui 2015. aasta uuringus (2014. aasta kohta) osutas 59% vastanuist, et on kokku puutunud ebaausate kauplemistavade, siis 2018. aasta uuringus (2017. aasta kohta) 36% vastanuist, mis kõneleb positiivsest nihkest toiduainete tarneahela toimimises.

Ebaausate kauplemistavade vähenemise põhjusena võib näha asjaolu, et Eesti tarnijad ja jaeketid on selle teemaga pidevalt tegelenud, mille tulemusena kirjutati 31. mail 2018 alla „Heade kauplemistavade üldpõhimõtted“. Allkirjastamise ajaks oli kauplemise heade tavadega liitunud tarnijate kõrval Eesti viis suuremat jaeketti: Selver, Rimi, Prisma, Coop ja Maxima.

Edasistes uuringutes tuleks vaadelda, milline on „Heade kauplemistavade üldpõhimõtete“ mõju ja millised on nihked heade kauplemistavade järgimisel. Tegemist on vabatahtliku protsessiga, mille edukusest järeldeb, kui vajalik või mittevajalik (ning mil määral vajalik) on vastavate kokkulepete normeerimine seadustes. Need on küsimused, millele tuleb vastata ka Euroopa Liidu direktiivi ettepaneku raames, mis näeb ette antud valdkonna üleeuroopalise regulatsiooni loomise.

Seega on Eestis oluline antud temaatikaga edasi tegeleda. Olukord saab paremuse poole liikuda koos heade kauplemistavade järgimisega.

Lisad

Lisa 1. Eesti head tavad toiduainete vertikaalses tarneahelas.

Heade kauplemistavade üldpõhimõtted³²

Head tavad töötati välja Eesti Toiduainetööstuse Liidu, Eesti Kaupmeeste Liidu, Eesti Kaubandus-Tööstuskoja ja Eesti Põllumajandus-Kaubanduskoja koostöös, nende koostamist koordineeris Eesti Kaubandus-Tööstuskoda. Üldpõhimõtted kirjutati alla 31. mail 2018.

1. TARBIJATE HUVIDEGA ARVESTAMINE

Lepinguosalised arvestavad ettevõtjate vaheliste suhete puhul alati tarbijate huvide ja tarneahela üldise jätkusuutlikkusega. Lepinguosalised tagavad kauplemisel ressursside maksimaalselt efektiivse ärakasutamise ja optimeerimise kogu tarneahelas.

2. LEPINGUVABADUS

Lepinguosalised on sõltumatud majandusüksused, kes austavad üksteise õigust töötada välja oma strateegiad ja juhtimispoliitika, sealhulgas vabadust iseseisvalt otsustada lepingute sõlmimise või sõlmimata jätmise üle.

3. ÕIGLASE TEHINGU PÕHIMÕTE

Lepinguosalised lävivad üksteisega vastutustundlikult, heas usus ja kooskõlas ametialase hoolikuse nõuetega.

4. KIRJALIKUD LEPINGUD

Lepingud peavad olema sõlmitud kirjalikult või kirjalikku taasesitamist võimaldavas vormis, välja arvatud juhul, kui see on võimatu või kui suulised kokkulepped on kõigile lepinguosalistele vastuvõetavad ja mugavad. Lepingud peavad olema selged ja läbipaistvad ning hõlmama nii palju asjaomaseid ja ettenähtavaid elemente kui võimalik, sealhulgas lepingu lõpetamise õigused ja kord.

5. PROGNOOSITAVUS

Lepingutingimusi ei tohi ühepoolset muuta, välja arvatud siis, kui sellises võimaluses ning selle asjaoludes ja tingimustes on eelnevalt kokku lepitud. Lepingus peab olema kirjeldus selle kohta, mil viisil osapooled üksteisega lepingu rakendamiseks vajalikke või ettenägematute asjaolude tõttu tehtavaid muudatusi vastavalt lepingu sätestatule arutavad.

6. JÄRGIMINE

Lepinguid tuleb järgida.

7. TEABE EDASTAMINE

Teabevahetuse korral tuleb rangelt järgida konkurentsioigust ja muid kohaldatavaid õigusakte ning lepinguosalised peavad mõistlikult tagama, et esitatav teave on täpne ega ole eksitav ning oleks lepinguosalisele edastatud õigeaegselt.

8. KONFIDENTSIAALSUS

Järgida tuleb teabe konfidentsiaalsuse põhimõtet, välja arvatud juhul, kui teave on juba avalik või teabe saaja on selle ise hankinud seaduslikul teel ja heas usus. Konfidentsiaalset teavet kasutab selle saaja ainult sel eesmärgil, milleks teave edastati.

9. VASTUTUS RISKI EEST

³² Vt "Toiduliit kinnitas toiduainete heade kauplemistavade põhimõtted." <http://toiduliit.ee/83-uudised/530-toiduliit-kinnitas-toiduainete-heade-kauplemistavade-pohimotted>

Tarneahela kõik lepinguosalisel peavad ettevõtlusega seotud asjakohaste riskide eest ise vastutama.

10. PÕHJENDATUD NÕUDMINE

Lepinguosaline ei tohi teisi ähvardada, et saada põhjendamatut eelist või kanda üle põhjendamatut kulu. Kõik teisele lepinguosalisele esitatud nõudmised peavad olema põhjendatud ja tulenema seadusest või osapoolte vahelistest kokkulepetest

11. VÕRDSUS

Lepinguosalised on võrdsed partnerid ja leping peab olema mitmepoolne kokkulepe, millega on nõus kõik lepinguosalisel.

12. MÕISTLIKKUS

Lepinguosalised peavad arvestama mõistlikkuse põhimõttega. Lepinguosalised loevad mõistlikuks seda, mida samas olukorras heas usus tegutsevad isikud loeksid tavaliselt mõistlikuks.

Lisa 2. Küsitlustulemuste protsentjaotused

1. Kas Teie ettevõtte puutus 2017. aastal kaubandusega suheldes kokku ebaausate kauplemistavadega? (% vastanutest, n=76)

Jah	35,5
Ei (aitäh vastamast, ankeedi lõpp)	64,5

2. Kuidas on Teie ettevõtte kokkupuuted ebaausate kauplemistavadega viimase kolme aasta jooksul muutunud? (% vastanutest, kellel oli kokkupuuteid ebaausate kauplemistavadega, n=26)

Probleemid on sagenenud	7,7
Probleeme on sama palju	76,9
Probleeme on vähem	15,4

3. Kas Teie ettevõttel on viimase aasta jooksul ette tulnud järgmisi olukordi kaubanduspartneritega? (% vastanutest, kellel oli kokkupuuteid ebaausate kauplemistavadega, n=27)

	Jah, mitmeid kordi	Jah, vähemalt ühe korra	Pole ette tulnud
Lepingu tingimuste läbirääkimistega või lepingu allkirjastamisega põhjendamatu ja ebamõistlik viivitamine	29,6	37,0	33,3
Keeldumine oluliste tingimuste kirjalikust fikseerimisest või sellest kõrvalehoidmine	18,5	29,6	51,9
Ähvardamine ärisuhte lõpetamisega, et karistada, kui olete kasutanud oma õigusi	29,6	40,7	329,6
Lepingu sõlmimise eest tasu küsimine	18,5	7,4	74,1
Ähvardus tooted nimekirjast välja arvata, et peale suruda Teile ebasoodsamaid lepingutingimusi	59,3	11,1	29,6
Kaubanduspartneri poolt arvetelt mahaarvestuse tegemine ilma majandusliku põhjendusest	18,5	25,9	55,6
Olete maksnud teenuse eest, mida tegelikult ei osutata	22,2	25,9	51,9
Olete maksnud teenuse eest, millel ei olnud seost müüdava kaubaga	15,4	15,4	69,2
Olete maksnud tagasiulatuvalt asjade eest, mis polnud lepingus ette nähtud	11,5	15,4	73,1
Olete sunnitud tellima ja maksma teenuse eest, mida Te ei soovinud	8,0	20,0	72,0
Lepingu lõpetamine ilma ette teatamata või ärilise põhjendusest	3,7	18,5	77,8
Teie tundliku info ärakasutamine kaubanduspartneri poolt, et tuua turule konkureeriv jaeketi omamärgitoode	22,2	25,9	51,9
Konfidentsiaalsust ei austata (tundliku teabe kasutamine või jagamine kolmanda osapoolega)	11,5	11,5	76,9
Ebaõige teabe edastamine	19,2	30,8	50,0
Leppetrahvide ebaproportsionaalsus võrreldes tekkinud kahjuga	55,6	25,9	18,5

Kaubanduspartneri ühepoolne tegevus (toodete ja teenuste lepinguvälised muudatused)	37,0	18,5	44,4
Reklaami rahastamise nõude kehtestamine, kui selles pole eelnevalt selgelt kokku lepitud	14,8	25,9	59,3
Kampaania korraldamisel kokkulepitud tingi- mustest hoidumine (sh ebaõige info avaldamine)	14,8	18,5	66,7
Ebakorrektna kaubaaluste käitlemine (ülemäärane kaoprotsent, põhjendamatu utiliseerimine jm)	48,1	18,5	33,3
Kaupade tagastusega seotud probleemid	34,6	19,2	46,2
Arvete maksetähtaegade kehtestamine, mis ei võta arvesse kauba säilivusaega	50,0	11,5	38,5
Kiiresti riknevate kaupadega seotud täiendavad probleemid	16,0	16,0	68,0
Muu: märkis 11% vastanutest, kellel oli kokkupuuteid ebaausate kauplemistavade			

4. Kui olete viimase aasta jooksul kogenud mõnda ülaltoodud olukorda kaubanduspartneriga, siis kas nendel olukordadel on olnud negatiivne mõju Teie ettevõttele? Mitme vastuse võimalus! (% vastanutest, kellel oli kokkupuuteid ebaausate kauplemistavade, n=27)

Kuludele	66,7
Müügi mahule	66,7
Müügikäibe	59,3
Kasumile	81,5
Tootearendusele	37,0
Ei ole olnud negatiivset mõju	7,4
Midagi muud	0

5. Kui valisite eelmises küsimuses "tootearendus", siis palun märkige, kas mõni alljärgnevatest olukordadest on ette tulnud Teie ettevõttes? (% vastanutest, kes kogesid negatiivset mõju tootearendusele)

	Jah, mitmeid kordi	Jah, vähemalt ühe korra	Pole ette tulnud
Kõrged kulud seoses ebaausate praktikatega on vähendanud võimekust investeerida tootearendusse	87,5	0,0	12,5
Investeeringud uutesse toodetesse pole ära tasunud kaubanduspartneri poolse ennatliku või ebaõiglase sortimendist kõrvaldamise tõttu	80,0	20,0	0,0
Jaeketi omatoote versioon toodi turule Teie konfidentsiaalset infot kasutades	44,4	22,2	33,3

6. Mitu protsenti planeeritud müügitulust jääb Teie ettevõttel hinnanguliselt kaubanduse poolt võetavate trahvide või ebaõiglaste tasude tõttu saamata?

Vastused vahemikus 0,05%–30%

7. Mida Te olete ette võtnud puutudes kokku ebaausa kauplemistavaga? Mitme vastuse võimalus! (% vastanutest, kellel oli kokkupuuteid ebaausate kauplemistavade, n=27)

Rääkinud kaubanduspartneriga	81,5
Esitanud kaebuse Konkurentsiametile	0,0
Kasutanud probleemi lahendamiseks vahendajat	18,5
Kasutanud juriidilist abi/teenust	18,5
Ei ole midagi ette võtnud	22,2
Midagi muud	3,7

8. Kui Te ei ole midagi ette võtnud, siis miks? Mitme vastuse võimalus! (% vastanutest, kes ei olnud ebaausate kauplemistavade vastu midagi ette võtnud)

Kardame kaubanduspartneri sanktsioone	83,3
Oleme saanud kaubanduspartnerilt kättemaksu ähvarduse, juhul kui midagi ette võtame	33,3
Ei usu, et kehtiv seadusandlus või avalik institutsioon (nt Konkurentsiamet) suudaks probleemi lahendada	66,7
Ei ole teadlik, mida teha või kuhu pöörduda	33,3
Midagi muud	0

9. Millised meetmed aitaksid Teie hinnangul vähendada ebaausate kauplemistavade kasutamist? (% vastanutest, kellel oli kokkupuuteid ebaausate kauplemistavade, n=27)

	Kindlasti	Tõenäoliselt jah	Tõenäoliselt ei	Kindlasti mitte	Ei oska öelda
Heade kaubandustavade põhimõtetega liitumine ja nende järgimine, st sektorite vaheline eneseregulatsioon ehk Hea Tava	20,0	52,0	20,0	4,0	4,0
Üldisi kauplemistavasid kehtestava riigisisese regulatsiooni vastuvõtmine	30,8	34,6	23,1	3,8	7,7
Ebaausaid kauplemistavasid täpselt määratleva riigisisese regulatsiooni vastuvõtmine koos järelevalveameti määramisega	38,5	38,5	11,5	3,8	7,7
Üle Euroopa Liidu kehtestatud otsekohalduv regulatsioon (kehtib sõna-sõnalt ka Eestis)	24,0	20,0	32,0	4,0	20,0
Ebaausa kauplemistava esinemise kahtluse korral Konkurentsiametile suurema pädevuse andmine lisaks õigusele tutvuda töötajate ja jaekaubandusettevõtete vaheliste lepingutega	12,0	48,0	16,0	0,0	24,0
Midagi muud: ettepanekuid ei märgitud					

**10. Palun hinnake, milliste kaubanduskettidega on Teil olnud enam probleeme heade kaubandus-
tavade järgimisel? (% vastanutest, kellel oli kokkupuuteid ebaausate kauplemistavadega, n=27)**

	Probleeme on palju	On mõningaid probleeme	Probleeme ei ole	Ei kauple, st ei oska öelda
Comarket	4,0	36,0	36,0	24,0
Coop	0,0	44,0	32,0	24,0
Grossi Toidukaubad	0,0	20,0	36,0	44,0
Maxima	36,0	20,0	4,0	40,0
Prisma	4,3	34,8	39,1	21,7
Rimi	24,0	40,0	8,0	28,0
Selver	4,3	34,8	52,2	8,7
Muud: lisavastuseid ei märgitud				

**11. Lätis on kauplemistavad reguleeritud 2016. aastast alates seadusandlikult. Palun hinnake,
kuidas on see mõjutanud Teie kauplemist kaubanduspartneritega Lätis perioodil 2017-2018?
(% vastanutest, kellel oli kokkupuuteid ebaausate kauplemistavadega, n=27)**

Probleemid on sagenenud	0,0
Probleeme on sama palju	3,7
Probleeme on vähem	18,5
Ei kauple Lätis, st ei oska öelda	77,8

**12. Kui Teie ettevõttel on olnud kokkupuuteid ebaausate kauplemistavadega Lätis perioodil 2017-
2018, siis milliseid?**

Märkis 16,7% vastanutest, kellel oli kokkupuuteid kaubanduspartneritega Lätis.

Kasutatud kirjandus

CHOISE 2014. „The situation on the supermarket shelves.“

<https://www.choice.com.au/shopping/everyday-shopping/supermarkets/articles/choice-supermarket-special>

CHOISE 2016. „Squeezing out the competition.“ <https://www.choice.com.au/shopping/everyday-shopping/supermarkets/articles/market-concentration>

EKI 2015 (Eesti Konjunktuuriinstituut 2015). „Muutuv konkurentsiolekord toidukaupade tarneahelas ja ebaausad kauplemistavad.“

<https://www.agri.ee/sites/default/files/content/uuringud/2015/uuring-2015-ebaausad-kauplemistavad.pdf>

Euroopa Komisjon 2014. „Study on the Legal Framework Covering business-to-business unfair trading practices in the retail supply chain.“ http://ec.europa.eu/internal_market/retail/docs/140711-study-utp-legal-framework_en.pdf

Euroopa Komisjon 2018. „Euroopa parlamendi ja nõukogu direktiiv, milles käsitletakse toiduainete tarneahelas ettevõtjatevahelistes suhetes esinevaid ebaausaid kaubandustavasid“. Brüssel, 12.4.2018. COM(2018) 173 final - {SWD(2018) 91 final} - {SWD(2018) 92 final} - {SWD(2018) 93 final} https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/initiatives/com-2018-173_en

Euroopa Komisjon 2018a. Commission staff working document. Impact assessment. „Initiative to improve the food supply chain (unfair trading practices)“. Accompanying the document „Proposal for a directive of the European Parliament and of the Council on unfair trading practices in business-to-business relationships in the food supply chain.“ {COM(2018) 173 final} - {SWD(2018) 91 final} - {SWD(2018) 93 final} <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018SC0092&from=EN>

Euroopa Komisjon 2016. „Komisjoni aruanne Euroopa Parlamendile ja Nõukogule ettevõtjatevaheliste ebaausate kauplemistavade kohta toiduainete tarneahelas.“ COM(2016) 32 final. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/?uri=CELEX:52016DC0032>

Fałkowski, Jan; Ménard, Claude; Sexton, Richard J.; Swinnen, Johan and Senne Vandevelde 2017. „Unfair trading practices in the food supply chain.“ Publication is a Technical report by the Joint Research Centre (JRC). Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC108394/jrc_report_utps_final.pdf

HTP 2011 („Vertikaalsed suhted toiduainete tarneahelas: heade tavade põhimõtted“) (2011) <http://www.supplychaininitiative.eu/sites/default/files/entr-2013-00308-00-00-et-tra-00.pdf>

Nicholson, Catherine ja Young, Bob 2012. „The relationship between supermarkets and suppliers: What are the implications for consumers?“ Consumers International. http://www.europe-economics.com/publications/the_relationship_between_supermarkets_and_suppliers.pdf

Parker, Christine ja Scrinis, Gyorgy 2014. „Out of the cage and into the barn: supermarket power food system governance and the regulation of free range eggs“. Griffith Law Review, 2014. Vol. 23, No. 2, 318–347. <http://dx.doi.org/10.1080/10383441.2014.980879>

Roheline raamat 2013 („Roheline raamat ebaausate kauplemistavade kohta Euroopa ettevõtjatevahelises toiduaine ja muude kaupade tarneahelas.“) COM(2013) 037, 31.1.2013. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013DC0037&from=ET>

Vander Stichele, Myriam ja Young, Bob 2009. „The Abuse of Supermarket Buyer Power in the EU Food Retail Sector. Preliminary Survey of Evidence.“ Amsterdam: Agribusiness Action Initiatives. <https://www.somo.nl/the-abuse-of-supermarket-buyers-power-in-the-eu-food-sector/>