

- Parkimiskontrolöride petuskeem töötas väidetavalt juba aastaid (50)
- Riigieksameil esinesid parimini eliitkoolid (69)
- Roolijoodik kihutas kiirusega 150 km/h vastu puud (48)
- Suurbritannias pandi müüki kahe meetri laiune maja (11)

>> **Kuu TOP50**

Viited

- Eesti mõisate andmebaas
- Saaga: perekonnaloo digiteeritud allikad
- Soovita meile viidet!

Blogid

- LNR BLG
- Tehnokratt
- Väsiind loom
- Idiootsuse Revolutsoon
- Vastuse-Vadim

Logi sisse

Nimi

Parool

Registreeru

Unustasid parooli?

Riigi rahaga konkurentsi moonutamaks (26)

09.08.2005 00:01

Carri Ginter, Tartu Ülikooli Õigusinstituudi lektor, Advokaadibüroo Sorainen Law Offices vandeadvokaat

Kommenteeri | Loe kommentaare



Carri Ginteri arvates on põllumajandusministeeriumi kava Eesti toidu populaarsuse tõstmiseks sekkumine turureeglitesse.

Põllumajandusminister Ester Tuiksoo arutleb 22. juuli Postimehes võimalusest kasutada riigi raha Eesti toiduainetoodete müügi edendamiseks. Põllumajandusministeerium näeb ohtu asjaolus, et tarbija soov eestimaist toitu osta järjest väheneb.

Lisaks loodetakse Eesti kaupu kergemini edendada tänu sellele, et Euroopa Liidu riikide vahel enam tolle pole. Seda kõike käsitleb lähemalt arengukava «Eesti toit», millest jääb mulje, et lisaks paljule vajalikule soovitakse sekkuda ka kodumaise toidu reklaamimisse. Suure osaga arengukavast võib nõustuda, kuid minu seisukohast ei tohiks riik sekkuda reklaami, millega üritatakse mõjutada tarbijat ostma just Eesti tooteid.

Soovis kasutada riigi raha ja võimu, et moonutada konkurentsi omamaine tootja kasuks, ei ole midagi ennekuulmatut.

Tarbijate suunamine

Traditsiooniliseks viisiks, kuidas sundida tarbijaid nende valikutes, on koguseliste piirangute ja tollimaksude rakendamine. Koguseliste piirangute ja tollimaksude kaudu muutub importkaup oluliselt kallimaks kui omamaine.

Piisavalt raskete piirangute kehtestamisega on võimalik ära võtta pea iga kauba konkurentsieelis ning tarbijal ei jäägi muud üle, kui osta seda, mis on kunstlikult odavam ehk omamaine toode.

Liitumisel Euroopa Liiduga ja ühisturuga väljendas Eesti, et on valmis võtma omaks ühisturul kehtiva «vastastikuse usalduse» printsiibi. Kui kaup on sobilik müügiks ühes liikmesriigis, eeldatakse, et see sobib tarbimiseks ka teises. Kuigi põhimõttele on rida erandeid, väljendub selles siiski arusaam, et otsuse, millist kaupa tarbija ostab, langetab ta ise, mitte riik.

Paljud on kuulnud naljakaid lugusid ameerika kohtupraktikast, kus jääb mulje, et tarbija enda rumalus (kohvi sülle ajamine vms) toob talle kaasa miljonitesse ulatuva kahjunõude.

Euroopa kohus on tarbijate suhtes oluliselt usaldavamal positsioonil ning on oma praktika põhjal korduvalt rõhutanud, et keskmine tarbija on piisavalt hästi informeeritud, piisavalt tähelepanelik ning piisavalt laia silmaringiga.

Ei tahaks kuidagi nõustuda, et Eesti tarbija ei peaks vastama samadele tunnustele. Kodumaist tootjat soodustavad tarbimisharjumused ning emotsionaalne side kodumaise toiduga, kuid kas tarbija sooviks osta kodumaist toodet iga hinnaga – ka siis, kui see on halvema kvaliteediga või oluliselt kallim?

Eelkõige tuleks lähtuda ikkagi eeldusest, et tarbija on ise piisavalt tark, et otsustada, mida ta sööb või joob.

Sekkumist pole tarvis

Milleks siis ikkagi on vaja sekkuda tarbija valikusse – peamiseks eesmärgiks on mõjutada teda loobuma imporditavast kaubast omamaine kauba vastu.

Heaks näiteks siinkohal on kaheksakümnendate algusest kaasus, kus Iiri valitsus toetas kampaaniat «Buy Irish», mille käigus muu hulgas töötati välja ka toodetele «Buy Irish» logo (kaasus C-249/81 Komisjon vs Iirimaa). Kuigi valitsus ei olnud kampaania otsene läbiviija, tehti seda riigi rahade eest. Euroopa Kohtu lahendiga tunnistati süsteem ühenduse reeglitega vastuolus olevaks.

Kohus nägi läbi Iiri valitsuse programmi tegeliku eesmärgi, milleks oli impordi asendamine riigisisese toodanguga.

10:41 ÜRO naftaprogrammi juhti süüdistatakse pistisevõtmises

10:28 300 ametnikku saab võrdõiguslikkuse koolitust (15)

10:11 Ajaleht: Savisaare Vene põlevkivi plaan nurjumaks (22)

09:54 Yahoo kinnitusele otsivad nad Google'ist põhjalikumalt (5)

09:34 Tallinna Järve Selveri juures olev ristmik suletakse liikluseks (11)

09:20 MMi medalitabelit juhib USA (5)

09:05 Brasiilias toimus suur pangarööv (15)

08:49 Riigiameti suvepäevad maksid 250.000 krooni (34)

08:29 New York korraldab õpperünnakuid (2)

08:15 Mustamäe laste mänguväljak ehmatas klaasikildudega (2)

08:06 Eesti valmistub õhutõrjerelvi hankima (10)

07:51 Vihmasadu lükkas karuputke tõrje edasi (28)

07:35 Saaremaa praam jäi keset merd seisma (14)

>> Vanemad uudised

 **Ava uudistetasku**

Fotoreportaazid

00:01 **Fotod: 31. nädal**
06.08 **pildis** (12)

10:25 Pildialbum Erna retke
03.08 **algusest**

13:12 Pildialbum tänavusest
01.08 Viljandi folgist (8)

12:26 **Fotod: 30. nädal**
29.07 **pildis** (3)

>> Vanemad fotod

Arhiiv

AUGUST 2005

E	T	K	N	R	L	P
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

<juuli

september>

Selline sekkumine tarbija valikusse läheb aga vastuollu ühisturu eesmärkidega.

Kuidas me saakski rääkida piirideta ühisturust, kus kaubad ja teenused liiguvad vabalt, kui riigid siiski üritavad iga hinnaga mõjutada tarbijaid loobuma teistest liikmesriikidest tulevatest kaupadest?

Tehke ise reklaami

Kui ettevõtjad soovivad teha reklaami ning suurendada tarbijate soovi osta omamaist, peab see toimuma nende enda vahenditest.

Riigipoolne sekkumine reklaami tekitaks olukorra, kus inimene ei ole oma valikutes enam vaba ning riik kui tarbija «suur vend» teeb otsuse tema eest. Sellega vältendaks riik, et ta ei usu oma tarbijate õigusesse ja võimesse otsustada vabalt, mida ta soovib poest osta.

Arengukava «Eesti toit» on teretulnud ja positiivne nähtus. Loomulikult peab riik investeerima teaduse arendamisesse – selle investeeingu tulemusi lõikab terve ühiskond.

Siiski olen veendunud, et riigi raha kulutamine selleks, et veenda tarbijaid kodumaist toitu sööma, ei ole aus. On ju siililegi selge, et poodi minnes langetab tarbija oma valiku oma maitse-eelistust, rahakotti ning tootja usaldatavust jms kaaludes.

Lojaalsus omamaise tootja suhtes peab tulenema just nendest aspektidest, mitte otseselt või kaudselt riigi rahadega tehtud reklaamist.

Kas soovitate lugu teistele lugejatele?



Hinne: 1.91

HINDA

[Loe ka teisi uudiseid](#) | [Kommenteeri \(26\)](#)

Arvamus: populaarseimad vestlusteemad

Loo uus vestlusteema

- [Riiklik ülekoos \(40\)](#)
- [Riigi rahaga konkurentsi moonutamas \(26\)](#)
- [Vaimne klistiir \(12\)](#)
- [Miks on õppekavadega kiire? \(12\)](#)
- [Abiks minister Aabile \(8\)](#)