EUROPOS
KOMISIJA

Briuselis, 2012 11 29
COM(2012) 698 final

ŽALIOJI KNYGA

Integruota siuntinių pristatymo rinka ES e. prekybos augimui paskatinti

(Tekstas svarbus EEE)

1. Įžanga

Plačiai pripažįstama, kad e. prekyba – labai svarbus ekonomikos augimo veiksnys ir kad ji padeda didinti užimtumą Europos Sąjungoje[1]. Komisijos komunikate dėl e. prekybos ir internetu teikiamų paslaugų[2] nurodoma, kad internetu įsigytų prekių pristatymas yra vienas iš penkių prioritetų siekiant iki 2015 m. paskatinti e. prekybą. Šio prioriteto svarbą dar kartą patvirtino Europos Sąjungos Taryba ir Europos Parlamentas[3]. Pristatymas daro didelį poveikį e. prekybos plėtrai ir yra labai svarbus užtikrinant pardavėjų ir pirkėjų tarpusavio pasitikėjimą[4].

Komerciniams ir apskritai ekonominiams e. mažmenininkų ir vartotojų santykiams būdingos sudėtingos logistinės operacijos. Šiame dokumente pristatymas reiškia internetu užsakytų fizinių prekių siuntimą iki galutinio pristatymo vietos, kai jos pasiekia galutinį klientą. Šiame pristatymo procese tam tikras vaidmuo tenka daugeliui paslaugų teikėjų. Šiame dokumente jie vadinami siuntų pristatymo paslaugų teikėjais ir jiems priskiriami: vežėjai, pašto ir skubių siuntų paslaugų teikėjai ir kiti logistikos paslaugų teikėjai. Šioje žaliojoje knygoje siuntinys apibrėžiamas plačiausia prasme ir apima iki 30 kg sveriančius daiktus[5].

Labai sparčiai ir iš esmės kinta tai, kaip Europoje prekės perkamos ir pristatomos. ES vartotojai vis dažniau ieško galimybių pirkti ir perka internetu, įskaitant ir tarpvalstybiniu mastu, todėl didėja poreikis sukurti pristatymo sistemą, kuri atitiktų jų lūkesčius ir padėtų palengvinti jų kasdienybę; taip užtikrinamas didesnis pasitikėjimas ir aktyvesnis naudojimasis e. prekybos paslaugomis[6]. Be to, pristatymo sistemos veikimas ir priimtina kaina yra svarbus daugelio MVĮ taikomų verslo modelių tvarumo, o ypač – jų gebėjimo teikti paslaugas savo klientams veiksnys. MVĮ yra Europos inovacijų ir augimo varomoji jėga[7], todėl tobulinti visą

---

[1] Per pastaruosius penkerius metus interneto ekonomika lėmė 21 % BVP augimo. Be to, joje sukuriama 2,6 darbo vietos vietoj vienos prarastos darbo vietos; tam tikrais laikotarpiais interneto ekonomikoje sukuriama apie 25 % naujų darbo vietų (COM(2011) 942 galutinis).

[2] „Darni sistema, kuria siekiama padidinti pasitikėjimą bendrąja skaitmenine elektroninės prekybos ir internetu teikiamų paslaugų rinka“, COM(2011) 942 galutinis.

[3] ES Tarybos išvados dėl bendrosios skaitmeninės rinkos ir bendrosios rinkos valdymo, 2012 m. gegužės 31 d.; 2010 m. rugsėjo 21 d. Rezoliucija (P7_TA82010)0320) dėl e. prekybos vidaus rinkos kūrimo užbaigimo.

[4] 42 % Jungtinės Karalystės interneto įmonių pirmenybę teikia geresnėms pristatymo paslaugoms, o 18 % – Investicijoms į spartesnį interneto ryšį.

[5] Trumpai tariant, bet kokius mažus daiktus ir prekes, kuriuos gali tvarkyti vienas žmogus.

[6] 66 % visų atsisakymų pirkti lemia pristatymo veiksniai, žr. *Royal Mail* dokumentą „2011 consumer trends in multi-channel retailing“ (*2011 m. vartojimo tendencijos daugiakanalės prekybos sektoriuje*).

[7] *FTI Consulting* skaičiavimais, mažiems mažmenininkams tenka 22 % tarpvalstybinės e. prekybos. Eurostatas apskaičiavo, kad per ketvirtadalį visų įmonių siunčia e. prekybos užsakymus į kitas ES šalis; iš jų 23 % yra mažos įmonės, 41 % – didelės, o 33 % – vidutinės.

Europos internetu užsisakytų prekių pristatymo sistemą gali būti labai naudinga augimo ir darbo vietų kūrimo srityje[8].

Daugelio apklausų ir sektoriaus ataskaitų duomenys[9], taip pat rengiant šią žaliąją knygą surengti pokalbiai su įvairiomis suinteresuotosiomis šalimis leidžia patvirtinti pristatymo paslaugų tyrimo rezultatus, pateiktus Komunikate dėl e. prekybos ir interneto paslaugų.

Tarpvalstybinį pristatymą kaip kliūtį vertina 57 % mažmenininkų[10], o 46,7 % vartotojų teigia, kad jiems kelia susirūpinimą pristatymas kitoje šalyje. Pristatymo ir prekių grąžinimo problemos yra du pagrindiniai susirūpinimą keliantys dalykai, susiję su apsipirkimu internetu[11]. Prekių nepristatymas, sugadinimas ar praradimas ir didelė pristatymo kaina yra tarp dešimties vartotojams didžiausią susirūpinimą keliančių dalykų; tai prisideda prie mažo vartotojų pasitikėjimo tarpvalstybine e. prekyba. Vartotojai aktyviau pirks internetu, jei jie bus tikri, kad jų pirkiniai juos pasieks geros būklės ir per nurodytą laiką ir kad bus taikomos paprastos grąžinimo procedūros[12].Didesnė naujų technologijų pasiūla ir aktyvesnis naudojimasis jomis teikia naujų galimybių gerinti pristatymo paslaugų kokybę ir vartotojų pasitenkinimą. Socialinių tinklų atsiradimas ir augimas taip pat daro didelį poveikį vartotojų požiūriui į prekės ženklus ir tam, kaip jie perka internetu. E. mažmenininkų, paslaugų teikėjų ir klientų elektroninės komunikacijos naujoviškos priemonės gali padėti užtikrinti efektyvesnį ir patogesnį pristatymo bei grąžinimo procesą ir geresnę nuomonę apie užtikrinamą kokybę. Geriau veikianti e. prekybos rinka užtikrins apčiuopiamą abipusę naudą vartotojams ir MVĮ,

---

[8] *Civic Consulting* atlikto tyrimo duomenimis, ES neišnaudoja e. prekybos galimybių; apskaičiuota, kad, jei e. prekybos dalis mažmeninės prekybos sektoriuje išaugtų iki 15 % (palyginti su 3,5 % 2010 m.), ES vartotojų gerovė per metus padidėtų 204,5 mlrd. EUR, arba 1,7 % ES BVP.

[9] „Focus on the Future“ (*Dėmesys į ateitį*) BCG, 2012 m. gegužė; IMRG; ACSEL; „Intra-community cross-border parcel delivery“ (*Tarpvalstybinis siuntinių pristatymas Bendrijoje*), FTI 2011 m.; Interneto aukcionų svetainės *E-bay* nacionalinių interneto barometrų rinkinys; „The evolution of the European Postal market since 1997“ (*Europos pašto rinkos raida po 1997 m.*), ITA/ WIK 2009 m.; 2010 m. Tarptautinės pašto korporacijos (angl. santr. IPC) tarpvalstybinės e. prekybos ataskaita, Eurobarometras, „Consumer market study on the functioning of e-commerce and Internet marketing and selling techniques in the retail of goods“ (*E. prekybos veikimo ir interneto rinkodaros bei pardavimo būdų prekių mažmeninės prekybos srityje vartotojų rinkos tyrimas)*, *Civic* 2011 m..

[10] Eurobarometras, „Business attitude Towards cross-border sales and consumer protection“ (*Verslo požiūris į tarpvalstybinę prekybą ir vartotojų apsaugą*), analitinis pranešimas, greitoji Eurobarometro apklausa Nr. 224, 2008 m. liepos mėn., 2 skyrius, 2.1 skirsnis, p. 21.

[11] "Consumer market study on the functioning of e-commerce and Internet marketing and selling techniques in the retail of goods" (*E. prekybos veikimo ir interneto rinkodaros bei pardavimo būdų prekių mažmeninės prekybos srityje vartotojų rinkos tyrimas*), *Civic Consulting*, 2011 m. rugsėjo mėn., p. 132 ir 40.

[12] Neseniai Jungtinėje Karalystėje atlikto apklausos duomenimis, beveik 65 % respondentų kaip priežastį, dėl kurios jie atsisako pirkti internetu, nurodė pavojų, kad prekės nebus pristatytos (dėl to, kad pristatant prekes nieko nebus namie) . Apie 43 % respondentų nurodė, kad jiems susirūpinimą kelia neapibrėžtas pristatymo laikas ir pavojus, kad prekė gali būti nepateikta laiku („A study of online fulfilment requirements“„(*Prekybos internetu reikalavimų įgyvendinimo tyrimas*, IMRG *2012 m. Jungtinės Karalystės vartotojų prekių pristatymo į namus apžvalga*)).

taip pat visoms susijusioms šalims ir pramonės sektoriams, dalyvaujantiems e. prekybos veikloje.

Siuntimo ir pristatymo svarba dar labiau sustiprėja tarptautiniame kontekste. Vis daugiau vartotojų perka Azijos ir Ramiojo vandenyno regiono ir Šiaurės Amerikos šalyse ir vis daugiau Europos e. mažmenininkų nori eksportuoti į tuos regionus, todėl atitinkami prekybos srautai sparčiai auga. Su tuo susijęs siuntimas ir pristatymas yra dar sudėtingesni, dėl jų papildomai kyla susirūpinimas ir saugumo klausimų; be to, tai yra didelis iššūkis, o kartu ir išskirtinė Europos e. prekybos plėtros galimybė, visų pirma mažosioms ir vidutinėms įmonėms[13].

Tinkamesnė ES e. prekybos pristatymo grandinės struktūra darytų teigiamą poveikį keliose politikos srityse, kaip antai:

- ***Sanglaudos*** – būtų užtikrinta, kad vykdant tinkamai parengtas pristatymo operacijas visoje Europoje e. prekybos privalumais galėtų naudotis visi piliečiai ir įmonės, kad ir koks būtų jų dydis.
- ***Užimtumo*** – būtų užtikrintos tinkamos įdarbinimo sąlygos pristatymo sektoriuje, kuris verčiamas mažinti sąnaudas ir didinti lankstumą.
- ***Inovacijų*** – būtų skatinama pristatymo sistemose plačiai taikyti naujas informacines technologijas, kurios tiesiogiai naudingos visiems piliečiams bei įmonėms ir kurios pritaikytos prie naujos socialinės žiniasklaidos aplinkos.
- ***Aplinkos*** – būtų skatinama tvari plėtra ir optimizuojama pristatymo logistika, kad būtų galima sutaupyti daugiau energijos ir apskritai sumažinti neigiamą išorės veiksnių poveikį.
- ***Europos pramonės konkurencingumo*** – būtų remiamasi Europos pramonės (e. mažmenininkų ir siuntų pristatymo paslaugų teikėjų) privalumais, siekiant skatinti investicijas į Europos pristatymo tinklą, kuris susiduria su aktyvia konkurencija tarptautinėje aplinkoje.

Šioje žaliojoje knygoje vertinama, kaip Europoje vystosi e. prekyba ir pristatymo rinkos, nagrinėjama, ko reikia, kad būtų sukurta bendroji pristatymo rinka, analizuojami pagrindiniai įvairioms šalims kylantys uždaviniai ir atkreipiamas dėmesys į galimybes gerinti pristatymą piliečiams ir įmonėms, visų pirma MVĮ. Remdamasi per konsultacijas sukaupta informacija, Komisija tiksliau nustatys spręstinus klausimus ir 2013 m. pavasarį pateiks išvadas dėl veiksmų, kurių reikia imtis siekiant sukurti bendrąją siuntinių rinką.

[13] Komisijos komunikatas „Smulkusis verslas dideliame pasaulyje– nauja partnerystė, kuria MVĮ padedama pasinaudoti pasaulinėmis galimybėmis“, COM(2011) 702 galutinis.

2. Dabartinė rinkos padėtis ir perspektyvos

2.1 Europos e. prekybos rinka ir pristatymo svarba

Vartotojų įpročiai, apmokestinimo nuostatos, produktų prieinamumas, plačiajuosčio ryšio prieiga ir konkurencingos pristatymo rinkos skiriasi, todėl ES e. prekybos rinkos yra labai diversifikuotos ir skirtingo išsivystymo lygio. Nacionalinėse rinkose taikomi prekybos principai[14] taip pat yra labai svarbūs pristatymui[15], o dėl tarpvalstybinio pristatymo Europoje ir vartotojams, ir e. mažmenininkams vis dar kyla problemų[16]. Be to, atsižvelgiant į ilgo sąrašo (angl. *long tail*) principą[17] veiksmingas tarpvalstybinis pristatymas padės užtikrinti naujų rinkos nišų augimo galimybes.

E. prekybos rinka sparčiai vystosi; ją plėtojant reikia vis naujų inovacinių verslo sprendimų ir didėja vartotojų lūkesčiai. Su pristatymu susiję sektoriaus poreikiai vis įvairesni, nes sektorius apima vis daugiau skirtingos vertės, skirtingo svorio ir dydžio paketų produktų segmentų (tokių kaip knygos, DVD, drabužiai, maži elektronikos prietaisai, buitinė elektronika, baldai, buitiniai prietaisai). Socialiniai tinklai, tiesioginio bendravimo informacinės technologijos ir mobiliųjų bei delninių prietaisų paplitimas taip pat padidino vartotojų lūkesčius, kad bus rasti sprendimai, pagrįsti realiojo laiko informacija ir lanksčiomis pristatymo galimybėmis.

E. prekybininkus spaudžia laikas. Naujas koncepcijas ir idėjas būtina greitai įgyvendinti. Jų verslo gyvybingumas ir sėkmė priklauso nuo logistikos sektoriaus gebėjimo prekes pristatyti mažomis sąnaudomis ir patogiai[18]. Tai taikoma visų pirma mažiems e. prekybos rinkos dalyviams, kurie neturi nei derybinės galios užsitikrinti dideles siuntų pristatymo paslaugų teikėjų nuolaidas, nei gebėjimų investuoti į savo pačių logistikos tinklą. Dėl to aplinkoje, kuriai būdinga masto ekonomija, kyla pavojus, kad sumažės jų konkurencingumas didesnių

[14] „E-commerce in the Nordics 2012“ (E. prekyba Šiaurės šalyse 2012 m.), *Postnord*.

[15] Tarpvalstybiniam siuntimui taikomi skirtingi modeliai, kaip antai: nacionalinių pašto tarnybų bendradarbiavimas, tiesioginis siuntimas į nacionalinę pašto sistemą arba kiti susitarimai su logistikos paslaugų teikėjais.

[16] 27 ES valstybėse tik 9 % ES vartotojų ir 18 %[16] ES mažmenininkų naudojasi tarpvalstybine e. prekyba; 48 % vartotojų nurodė, kad jie labiau pasitiki pirkimu savo šalyje nei kitoje šalyje (Europos Komisijos Vartotojų sąlygų rezultatų suvestinė „Bendrosios rinkos vidaus vartotojai“, 2011 m. kovo mėn.).

[17] Jei pardavėjai gali pasiūlyti didesnį pasirinkimą, produktų, kurių paklausa yra nedidelė arba kurių prekybos mastas yra mažas, gali būti parduodama tie pat, kiek ir geriausiai parduodamų produktų rinkos daliai, ar net daugiau.

[18] Pavyzdžiui, 57 % mažmenininkų mano, kad tarpvalstybinis pristatymas yra kliūtis (greitoji Eurobarometro apklausa Nr. 224, 2008 m. liepos mėn.). 78 % interneto aukciono svetainės *eBay* pardavėjų kaip pagrindinę kliūtį tarpvalstybinei e. prekybai vertina pristatymo išlaidas, o 42 % – blogą pristatymo paslaugų kokybę (*FreshMinds*, Crossborder trade survey in the UK, Germany and France (*Tarpvalstybinės prekybos tyrimas Jungtinėje Karalystėje, Vokietijoje ir Prancūzijoje*)).

e. mažmenininkų atžvilgiu, kadangi vartotojai pirkdami internetu vis dažniau tikisi nemokamo pristatymo pasiūlymų[19].

2.2 Europos pristatymo rinka

Apskaičiuota, kad 2008 m. ES siuntinių rinkos vertė buvo 42,4 mlrd. EUR; segmentas „verslas vartotojams“ sudarė 15 % šios rinkos[20]. Per pastaruosius 5 metus dėl e. prekybos augimo siuntinių ir paketų rinkų segmentas „verslas vartotojams“ sparčiai auga. Remiantis šiandieninio prekybos masto skaičiavimais, šis segmentas šiuo metu sudaro 20–40 % visos kiekio tokiose pažangesnėse e. prekybos rinkose kaip Jungtinės Karalystės.

Rinka tradiciškai skirstoma į skubųjį ir standartinį siuntinių pristatymą. Tačiau dabartinėse apibrėžtyse[21] neatsispindi nei skirtingų pasiūlymų (standartinio, atidėto, skubaus ar tos pačios dienos pristatymo; sekimo, pristatymo patvirtinimo, registravimo) sudėtingumas ir santykinė svarba, nei padėtis e. prekybos sektoriuje, susijusi su paketų (mažesnių nei 2 kg siuntinių) naudojimu.

Eurostato skaičiavimais, per ketvirtadalį visų įmonių e. prekybos užsakymus siunčia į kitas ES šalis. Iš jų 23 % – mažos įmonės, 41 % – didelės, o 33 % – vidutinės įmonės[22]. Nedažnai ir mažai užsakymų teikiančių mažų klientų galimybės derėtis su paslaugų teikėjais yra ribotos, todėl jie turi daug mažiau pristatymo variantų. FTI skaičiavimais, skelbiamos nacionalinių pašto paslaugų teikėjų tarpvalstybinio siuntinių siuntimo kainos (nenuolatiniams klientams) vidutiniškai dvigubai didesnės už siuntimo nacionaliniu mastu kainas.

Pašto paslaugų tinkluose tvarkoma tik dalis siuntinių (kiekvienoje šalyje rinkos dalis labai skirtinga)[23], ir tik mažai tų siuntinių daliai (5–10 %) taikomi universaliųjų paslaugų įpareigojimai, pagal kuriuos valstybės narės turi užtikrinti bazinį paketų pristatymą visiems vartotojams priimtinomis kainomis ir nacionaliniu, ir tarpvalstybiniu mastu bet kur jų

---

[19] Per Jungtinėje Karalystėje atliktą apklausą nemokamą pristatymą 67 % atsakovų minėjo kaip svarbiausią veiksnį, kuris lemia, ar jie toliau arba dar aktyviau naudosis e. mažmenininko paslaugomis (Delivery Matters, 2011 Consumer Trends in multi-channel retailing (*Pristatymas svarbu. 2011 m. Vartojimo tendencijos daugiakanalės mažmeninės prekybos sistemoje*), Royal Mail).

[20] ITA/WIK 2009. Šie skaičiai susiję su 2008 m. ir apima siuntinių ir skubių siuntų rinką. Kito IPC tyrimo duomenimis, ES sudėtingų įvykių informacijos apdorojimo (angl. santr. CEP) rinkos vertė 2008 m. sudarė 37,38 mlrd. EUR (išskyrus paketus), o segmentas „verslas vartotojui“ sudarė 26 % visos ES CEP rinkos.

[21] Pašto paslaugų direktyvoje (Direktyva 97/67/EB su pakeitimais, padarytais direktyvomis 2002/39/EB ir 2008/6/EB) korespondencija ar dokumentai iki 2 kg vertinami kaip laiškas, o prekės iki 20 kg vertinamos kaip siuntiniai.

[22] Eurostatas (Isoc_ec_ebuyn2) 11 pav.

[23] Universaliųjų paslaugų teikėjų rinkos dalis įvairiose valstybėse narėse labai skiriasi: mažiau nei 10 % Bulgarijoje, Ispanijoje ir Jungtinėje Karalystėje, 10–15 % tokiose valstybėse narėse kaip Vengrija ar Italija ir per 25 % Čekijoje, Danijoje, Prancūzijoje ir Estijoje. The Evolution of the European Postal Market since 1997 (*Europos pašto paslaugų rinkos raida po 1997 m.*).

teritorijoje[24]. Kadangi dėl šių įsipareigojimų susitarta gerokai iki e. prekybos atsiradimo, jie nebuvo pritaikyti dabartiniams šio sparčiai augančio sektoriaus poreikiams tenkinti. Pašto tinklais paprastai galima siųsti 2–30 kg siuntinius, tačiau jie nėra pakankamai lankstūs ir neturi pajėgumų, kurių reikia augant prekybai internetu[25]. Vis dėlto pastaraisiais metais kai kurie paslaugų teikėjai, kurie nacionalinėje rinkoje susiduria su didele konkurencija šiame sektoriuje, savo siuntinių tinklą sugebėjo pertvarkyti arba tai daro.

Skubių siuntų paslaugų teikėjų sėkmė ir infrastruktūra grindžiama specialiu integruotu tinklu, kuris sukurtas užtikrinti pristatymą segmentui „verslas verslui“ siūlant aukštesnio lygio paslaugas (užtikrinant didesnę spartą, siūlant sekimo ir stebėjimo galimybę). Jie pripažįsta e. prekybos augimo galimybes ir tai, kad visos Europos e. prekybos sektoriaus šalims neužtikrinama tinkamų sprendimų, todėl vis aktyviau veikia segmente „verslas vartotojui“.

Kitiems logistikos rinkos dalyviams, tokiems kaip ekspeditoriai, brokeriai, užsakymų vykdymo tarnybos ir trečiųjų šalių logistikos paslaugų teikėjai[26], tenka vis didesnis vaidmuo užpildant nišą tarp e. prekybos ir siuntų pristatymo paslaugų teikėjų tokiose srityse kaip inovacijos, lankstumas, atsargų valdymas, transportas ir siuntinių grąžinimas. Jų siūlomi sprendimai dar nėra plačiai žinomi, ypač mažosioms ir vidutinėms įmonėms. Padidėjus žinomumui jie galėtų aktyviau padėti lengvinti e. mažmenininkų logistikos operacijas. Sutelkdami mažų pristatomų prekių kiekių šaltinius jie galėtų užsitikrinti palankesnes pristatymo sąlygas ir (arba) sandorius ir atitinkamai pasiūlyti geresnes sąlygas savo klientams, o galiausiai ir vartotojams.

Randasi **nišinių rinkos dalyvių**. Tai paslaugų teikėjai, kurie yra parengę konkrečius sprendimus konkrečiam prekių segmentui (pavyzdžiui, specialias internetu užsakytų drabužių siuntimo ir pristatymo paslaugas). Be to, pastaruoju metu kai kurie **pirmaujantys e. mažmenininkai** vis aktyviau užsiima logistika bei pristatymu ir plečia savo logistikos paslaugas, siekdami įtraukti mažesnius e. mažmenininkus.

Kurti **siuntinių kioskus** (sistemą automatinių užrakinamų spintelių, į kurias padedamos siuntos, kurias klientai pasiima pasinaudoję specialiu kodu) bando įvairių šalių paslaugų teikėjai; tokios paslaugos populiarumas priklausys nuo to, ar ji vartotojams pasirodys pakankamai patogi ir ar tuo būdu bus pristatoma pakankamai siuntinių.

Siuntinių atsiėmimo punktai (technologine platforma remiami parduotuvių tinklai, kuriuose vartotojai gali atsiimti siuntinius) tradiciškai diegiami nuotolinės prekybos segmente. Tie

[24] Daugiau informacijos pateikiama Pašto paslaugų direktyvos 4 skyriuje.

[25] Pažymėtina, kad ir vartotojams, ir MVĮ nesiūloma pigaus paketų (iki 2 kg) siuntimo varianto; tokių papildomų paslaugų, kaip sekimo ir stebėjimo, esama, tačiau jos gali būti pasiūlytos tik kartu su didesnės pridėtinės vertės paslaugomis.

[26] Trečiųjų šalių logistika naudojamasi visas logistikos paslaugas (tokiomis kaip surinkimas ir perpakavimas (angl. *pick and pack*), sandėliavimas, dokumentacija, ženklinimo procedūros ir paskirstymas) ar jų dalį klientams teikiant kaip užsakomąsias paslaugas. Interneto brokeriai ir siuntų ekspeditoriai taiko nuolaidas pavieniams siuntiniams, kuriuos siunčia nacionaliniai paslaugų teikėjai.

tinklai atnaujinti įdiegus naujas informacines sistemas ir yra alternatyva brangesnėms pristatymo į namus paslaugoms. Jų sėkmė priklauso nuo vietos pirkimo įpročių ir tradicijų, tačiau esama požymių, kad jie yra veiksminga ir daug žadanti alternatyva e. prekybos pristatymui.

2.3 E. prekybos ir pristatymo rinkų sąsajos

Siuntų pristatymo paslaugų teikėjai pripažįsta e. prekybos teikiamas galimybes. Norint sukurti naujus pristatymo modelius segmentui „verslas vartotojams“, gali prireikti didelių investicijų ir iš esmės pertvarkyti veiklą. Tačiau veikla tampa sudėtinga, kai norima apimti visą teritoriją, o pristatomų prekių kiekis nepastovus ir sunkiai nuspėjamas[27].

Siūlomi papildomi galutinio pristatymo variantai, tokie kaip pristatymas į biurą ar kaimyno adresu, kartu vis aktyviau teikiama geresnė informacija ir užtikrinamas pasirinkimas; tuo būdu vartotojams suteikiama galimybė nuspręsti, kur ir kada jie norėtų gauti siuntinius. Be to, randasi naujų verslo modelių, kurie leidžia užtikrinti geresnes prekių grąžinimo paslaugas.

Tačiau tie nauji sprendimai diegiami lėtai ir vis dar dažnai siejami su brangiomis pridėtinės vertės paslaugomis, kurios ne visada reikalingos. Egzistuoja paklausa, susijusi su mažų pavienių paketų pristatymu už priimtiną kainą[28] ir taikant paprastus sekimo sprendimus[29], tačiau šiuo metu tokia paklausa nepatenkinama.

Veiklos požiūriu pristatymo paslaugos yra sudėtingos ir jas teikiant susiduriama su daugeliu apribojimu. Tradicinės siuntinių paslaugos (kurias sudaro pagrindinės paslaugos ir kurioms būdingi dideli tarpvalstybiniai mokesčiai) arba didelės pridėtinės vertės skubios operacijos (tradiciškai priskiriamos segmentui „verslas verslui“) dar nėra pritaikytos prie konkrečių dėl e. prekybos atsiradusių poreikių. Pašto paslaugų teikėjų tarpusavio sąveika vykdant tarpvalstybinio pristatymo veiklą, visų pirma Europos siuntinių grupėje[30], gerėja. Tačiau šis kanalas naudojamas tik daliai srauto, o sekamų paketų paslaugoms ar neprioritetinių siuntinių siuntimui alternatyvos nėra.

---

[27] Kiekio apskaičiavimas, pajėgumų planavimas ir grafikai, kai reikia atsižvelgti į kiekį, maršrutus ir vartotojų lūkesčius.

[28] Remiantis IRMG apklausa, kurios duomenys naudoti jos 2012 m. Jungtinės Karalystės prekių pristatymo vartotojams į namus apžvalgai, 85 % respondentų prieigą prie sekimo internetu informacijos nurodė kaip svarbiausią būdą užtikrinti, kad pristatymas taptų patogesnis („IRMG UK Consumer Home Delivery Review 2012 – a study of online fulfilment requirements“ (*IRMG 2012 m. JK pristatymo vartotojams į namus apžvalga – paslaugų teikimo internetu poreikių tyrimas*)). 2011 m. Europos e. prekybos apklausoje, kurią Europos mažmeninės prekybos apskritajam stalui atliko bendrovė *Accenture*, tiekimo grandinės ir pristatymo problemas kaip kliūtį patekti į rinką nurodė 34 % respondentų, o 42 % respondentų nurodė siuntimo infrastruktūros problemas (European Cross-border E-commerce – the challenge of achieving profitable growth" (*Europos tarpvalstybinė e. prekyba – uždavinys užtikrinti pelningą augimą*), *Accenture*, 2012 m. sausio mėn.).

[29] FTI (2011); *Civic Consulting* (2011); „Mystery Shopping Evaluation of Cross-Border e-commerce in the EU“ (*Tarpvalstybinės elektroninės prekybos ES įvertinimas kontrolinių pirkimų būdu*) (2009).

[30] Pašto paslaugų teikėjai, pristatantys prioritetinius siuntinių produktus per Europos siuntinių grupės integruotą pristatymo tinklą, naudojasi sekimo ir stebėjimo sistema ir automatizuota klientų paslaugų sistema, kuri sujungia kiekvieno pašto paslaugų teikėjo skambučių centrus.

Iš esmės paraleliai egzistuoja dvi skirtingos sritys; viena (e. prekybos) grindžiama rinkodara, o kita (logistikos) – įvairiais veiklos poreikiais. Skiriasi jų verslo terminai, pagrindas, IT sistemų ir sprendimų naudojimas ir jų verslo veiklos rodikliai. Todėl ir e. prekybos, ir pristatymo rinkos susiduria su dideliais esminiais iššūkiais – e. prekybos modelis nevisiškai nusistovėjęs, o logistikos sektoriaus nevisiškai prisitaikė prie e. prekybos reikalavimų ir poreikių. Todėl taip sparčiai kintančioje aplinkoje investicinius sprendimus sunku priimti.

3. Pagrindiniai skirtingų sektoriaus dalyvių uždaviniai

3.1 Vartotojų patirtis ir lūkesčiai

Vartotojai nori, kad pristatymas būtų patogesnis, be kita ko, kad būtų užtikrinta daugiau pristatymo variantų, įskaitant galimybę pasirinkti tinkamą variantą, geresnė išankstinė informacija apie pristatymo procesą, lengvesnės grąžinimo procedūros ir naujomis technologijomis grindžiamos vartotojui patogios pristatymo proceso stebėjimo paslaugos (išmaniaisiais telefonais, planšetiniais kompiuteriais, perspėjimu žinute)[31]. Jie tikisi skaidresnių sąlygų, kuriomis jų užsakymai yra vykdomi, o visų pirma – didesnio skaidrumo, kai paketus vėluojama pristatyti, jie sugadinami ar prarandami. Be to, didesnio skaidrumo tikimasi tokiose srityse kaip kainų aiškumas bei palyginamumas ir konkurencijos lygis.

Vartotojo, kaip prekių gavėjo, sprendimui pirkti labai didelę įtaką turi tai, ar prekes galima gauti (ir grąžinti) nemokamai arba pigiai. Be to, vartotojai vis aktyviau žvalgosi į kitas nacionalines rinkas, tačiau sudėtingas ir nepakankamai skaidrus tarpvalstybinis pristatymas yra didelė kliūtis. Vartotojai, kuriems tenka siųsti siuntinius ir grąžinti užsisakytas prekes, yra palyginti uždaras rinkos segmentas; kaip viena iš pagrindinių jų nepasitenkinimo, susijusio su pirkimu internetu, priežasčių minima didelė pristatymo kaina[32]. Apskritai kainų veiksnys ir toliau yra svarbiausias renkantis tarpvalstybinio pristatymo paslaugų variantą[33].

Patogumas skirtingose nacionalinėse rinkose ir pristatant skirtingus produktus nevienodas. Vartotojų pasirinkimo apklausų duomenimis, patogumo aspektai gali būti susiję su visu pristatymo procesu.

---

[31] Atlikta keletas apklausų siekiant nustatyti vartotojų poreikius, susijusius su internetu užsakytų prekių pristatymu. Pavyzdžiui, „Home delivery in the UK 2011“ (*Pristatymas į namus Jungtinėje Karalystėje 2011 m.*), *Snow Valley*, 2010 m. IPC tarpvalstybinės e. prekybos ataskaita; IRMG (2012), CIVIC (2011).

[32] Atlikus vartotojų pirkimo internetu patirčies tyrimą paaiškėjo, kad dauguma problemų, kurių vartotojai patiria pirkdami internetu, yra susiję su pristatymu: pristatymas užtrunka ilgai (šią problemą nurodė 28 % vartotojų), prekė pristatyta sugadinta (20 %), prekė nepristatyta (17 %), pristatyta ne ta prekė (14 %), pristatymo kaina arba galutinė kaina buvo didesnė nei nurodyta interneto svetainėje (7 %).

[33] IPC tarpvalstybinės e. prekybos ataskaita.

Pavyzdžiui, per Jungtinėje Karalystėje atliktą apklausą nustatyti šeši pagrindiniai aspektai, kuriems vartotojai teikia pirmenybę: lanksčios pristatymo galimybės, prieinami pristatymo mokesčiai, lankstumas dėl užsakytų prekių pristatymo vietos, veiksmingas bendravimas pristatymo klausimais, paslaugos teikimo sparta ir gera paties prekių priėmimo patirtis[34]. Vis svarbesnis, ypač jaunesniajai kartai, tampa realiojo laiko informacijos teikimas[35]. Jie nori kontroliuoti prekių pristatymą ir tikisi, kad jiems bus pasiūlyta sekimo ir žinučių (t. y. įspėjimų žinute) sprendimų[36].

3.2 Uždaviniai, kylantys e. mažmenininkams, pristatantiems prekes savo klientams

Reaguodami į vartotojų poreikius ir lūkesčius, **e. mažmenininkai** nori teikti paprastas, skaidrias ir patikimas siuntimo paslaugas[37]. Jie labai gerai žino, kad vartotojų atsiliepimams labai didelę įtaką daro pats pristatymas, o tai turi tiesioginį poveikį jų prekės ženklui ir įvaizdžiui.

Jiems reikia daugiau variantų, kuriuos galėtų užtikrinti konkurencingesnė pristatymo rinka (t. y. rinka, kurioje daugiau veikėjų teikia skirtingus pasiūlymus ir alternatyvius pristatymo variantus). Jie gali turėti konkrečių pristatymo poreikių, susijusių su konkrečiais produktais (pvz., vaistais, šviežiais produktais ar didelės vertės prekėmis). Tačiau net konkurencingiausiose rinkose išlieka skirtumų tarp rinkodara grindžiamų e. prekybos pasiūlymų ir operacijomis grindžiamų logistikos procesų.

Logistikos dalis yra labai svarbi siekiant užtikrinti e. mažmenininkų, visų pirma MVĮ, verslo tvarumą. Galimybė pasinaudoti veiksmingais pristatymo sprendimais už priimtiną kainą ypač aktuali toms MVĮ ir labai mažoms įmonėms, kurios veikia atokiose teritorijose arba periferiniuose regionuose.

Labai konkurencingoje aplinkoje spaudimas mažinti kainas yra labai svarbus veiksnys nustatant, kam teks didesnė rinkos dalis. MVĮ, kurios ieško galimybių užsidirbti tarpvalstybiniu mastu, labai priklauso nuo integruotos Europos pristatymo sistemos, kurią dar reikia sukurti. Jos ieško galimybių plėsti veiklą kitose nacionalinėse rinkose, tačiau tarpvalstybinio siuntimo segmente susiduria su didesnėmis sąnaudomis, sudėtingesnėmis procedūromis ir nepakankamu skaidrumu[38]. Dideli pardavėjai turi daug daugiau galimybių derėtis dėl tarifų ir sąlygų su siuntų pristatymo paslaugų teikėjais.

---

[34] 2011 m. interneto mažmeninių prekių pristatymo ataskaita, *Snow Valley*.

[35] *Consumer Focus*.

[36] Vis daugiau Jungtinės Karalystės vartotojų norėtų gauti žinutę, patvirtinančią informaciją apie pristatymo būklę; 80 % pirkėjų internetu teigia, kad jie norėtų gauti pranešimus kiekviename pristatymo etape, „Deliver matters“ (*Pristatymas svarbu*), 2011 m.

[37] IPC tarpvalstybinės e. prekybos ataskaita, 2010 m.

[38] Dvi didžiausios kliūtys tarpvalstybiniam siuntimui Prancūzijoje yra didelė siuntimo kaina (78 %) ir prasta siuntimo paslaugų kokybė (42 %), taip pat paklausos trūkumas (28 %) ir kultūrų skirtumai (12 %) (*eBay* pranešimas).

Ir dideliems, ir smulkiems e. mažmenininkams būtinas didesnis pristatymo paslaugų lankstumas apskritai, ypač vežėjų pajėgumo ir technologinių inovacijų srityje. E. mažmenininkai susiduria su konkrečiu iššūkiu piko laikotarpiais, pvz., prieš Kalėdas, kai vežėjų pajėgumai gali būti nepakankami paklausai patenkinti. Tai labai svarbus augimo ir prekybos veiksnys, atsižvelgiant į šio laikotarpio svarbą metinei apyvartai.

E. mažmenininkai vis dažniau nori kontroliuoti siuntimo (pristatymo) procesą ir sudaro partnerystės susitarimus su siuntų pristatymo paslaugų teikėjais. Nepaisant to, ar jie imasi patys užtikrinti logistikos operacijų valdymą, ar jį perduoda subrangovams, jiems vis tiek reikia, kad jų pristatymo paslaugų teikėjai pateiktų daug daugiau informacijos ir užtikrintų daug didesnį skaidrumą. Tam, kad savo verslo modelius galėtų pritaikyti prie realiojo laiko poreikių (atsargų valdymo, mokėjimo, grąžinimo), jiems reikia daugiau siuntimui taikytinų bendrai suderintų veiklos rodiklių.

Tolesnei jų verslo plėtrai trukdo tai, kad nėra pristatymo tinklo, kuris būtų sukurtas atsižvelgiant į konkrečius jų poreikius (o ne paprasčiausiai pritaikant tradicinius siuntinių ar skubių siuntinių logistikos modelius). Kad būtų pasinaudota augimo galimybėmis, būtina didesnė integracija. Jų veikla labai pagerėtų, jei būtų geriau dalijamasi informacija ir būtų teikiami lankstesni sprendimai siekiant reaguoti į jų rinkodaros pasiūlymus.

3.3 Siuntų pristatymo paslaugų teikėjams kylantys uždaviniai

Siuntų pristatymo paslaugų teikėjai yra tie sektoriaus dalyviai, kuriems tenka tam tikras vaidmuo siunčiant internetu užsakytas prekes iki pat galutinio pristatymo vartotojui, įskaitant, pvz., vežėjus, siuntinių pristatymo ir logistikos paslaugų teikėjus, kitus logistikos paslaugų teikėjus, pašto ir skubių siuntų paslaugų teikėjus segmente „verslas vartotojams“. Paprastai logistikos sektoriui būdinga didelių fiksuotų sąnaudų struktūra, o pelno maržos mažos. Siuntų pristatymo paslaugų teikėjams tenka susidurti su labai dideliu didžiųjų e. mažmenininkų (didžiųjų siuntėjų) spaudimu susitarti dėl mažų tarifų.

Antra vertus, siuntų pristatymo paslaugų teikėjams reikia tvarių ilgalaikių tarifų, kad galėtų prisitaikyti prie didelių jų tinklo fiksuotų sąnaudų[39]. Kainos, dėl kurių susitariama su didžiaisiais siuntėjais, negali būti taikomos mažiesiems siuntėjams, jau nekalbant apie pavienius klientus.

Siuntų pristatymo paslaugų teikėjai vis dažniau susiduria su e. mažmenininkų reikalavimu per labai trumpą laiką pasiūlyti naujų paslaugų ir variantų žemomis kainomis. Tačiau jiems reikia laiko pritaikyti savo logistikos operacijas, kurios yra sudėtingos ir kurioms taikoma daug išorės apribojimų. Be to, iš jų (ir jų darbuotojų) tikimasi labai didelio lankstumo.

Didelė kliūtis, visų pirma mažesniems siuntėjams, – nepakankama transporto ir logistikos grandinės įmonių elektroninio ryšio sistemų integracija; tai labai riboja tų siuntėjų galimybes pasirinkti transporto ir logistikos sprendimus. Didesnis sąveikumas galėtų padėti paspartinti informacijos mainus, sumažinti transporto poreikių, siuntinių pristatymo ir sąskaitų išrašymo

[39] Įskaitant transporto parko atnaujinimo sąnaudas, būtinas siekiant atsižvelgti į aplinkos standartus.

konsolidavimą, palengvinti lanksčiojo vežimo galimybių diegimą ir mažinti administracines ir IT diegimo sąnaudas[40].

[40] Kaip demonstracinėje priemonėje *DiSCwise*, (http://www.discwise.eu/).

4. Dabartinės reguliavimo ir institucinės sistemos tinkamumas

Pristatymo sektoriui taikomos įvairios taisyklės ir nuostatai, kurie daro poveikį tam, kaip tvarkomas siuntimas ir pristatymas. Aktualiausieji aprašyti ir įvertinti toliau:

- **Pašto paslaugų direktyva**[41]. Pašto paslaugų direktyvos nuostatos sutelktos į (pagrindinės) universaliosios pašto paslaugos užtikrinimą. Dauguma jos nuostatų taikoma tik mažai siuntinių rinkos daliai, kuriai nustatytas universaliųjų paslaugų įpareigojimas (apie 10 % siuntinių kiekio)[42].

  Taisyklės, susijusios su (minimaliais) kokybės standartais, sąnaudų ir kainų principais, kainų reguliavimu ir informacijos bei duomenų rinkimu, yra tiesiogiai (dažniausiai – išimtinai) susijusios su universaliųjų paslaugų įpareigojimu.

  Keletas nuostatų (visų pirma 19 straipsnis dėl skundų procedūrų) suteikia galimybę taikyti papildomas reguliavimo priemones siuntinių pristatymui ne pagal universaliųjų paslaugų įpareigojimą. Teoriškai tos nuostatos galėtų būti tinkamos siekiant spręsti su paslaugų kokybe susijusius klausimus. Tačiau jos nebūtų taikomos daugumai nustatytų problemų (kaip antai: netinkamas pristatymo laikas; paėmimo ar surinkimo paslaugų, sekimo ir stebėjimo galimybių ir grąžinimo procedūrų nebuvimas; neaiški atsakomybė prekių praradimo, vagystės, sugadinimo ar vėlavimo jas pristatyti atveju ir nepakankamas paslaugų teikimo ar susijusios informacijos skaidrumas). Apibendrinant galima teigti, kad dabartinė pašto paslaugų reguliavimo sistema nėra pritaikyta tenkinti internetu perkančių klientų poreikius.

- **Vartotojų apsaugos sistema**. Tikimasi, kad paslaugų kokybė ir vartotojų apsauga (visų pirma pirkimo internetu srityje) pagerės, kai iki 2014 m. birželio 13 d. bus pradėtos visapusiškai taikyti nacionalinės taisyklės, kuriomis įgyvendinama Vartotojų teisių direktyva. Keletu Vartotojų teisių direktyvos nuostatų bus užtikrinta, kad būtų pateikiama daugiau informacijos ir padidėtų skaidrumas: a) bus pašalinti užslėpti mokesčiai ir bus užtikrintas didesnis kainų skaidrumas sudarant nuotolinės prekybos sutartis ir ne prekybai skirtose patalpose sudaromas sutartis; b) bus taikomas ilgesnis teisės atsisakyti sutarties laikotarpis (14 dienų); c) bus užtikrintos geresnės pinigų grąžinimo teisės (pvz., pristatymo išlaidų kompensavimas, kai taikoma); d) vartotojas turės galimybę pildyti standartinę sutarties atsisakymo formą (kai kontaktinė informacija ir grąžinimo adresas aiškiai nurodyti); e) bus nustatyti aiškūs informavimo reikalavimai, susiję su įsigytos prekės grąžinimo išlaidomis, jei sutarties nusprendžiama atsisakyti.

[41] Direktyva 97/67/EB su pakeitimais, padarytais Direktyva 2002/39/EB ir Direktyva 2008/6/EB.

[42] Tik 36 % siuntinių rinkos valdo universaliųjų paslaugų teikėjai; iš jų tik mažai daliai taikomi universaliųjų paslaugų įpareigojimai. Pagal Pašto paslaugų direktyvos minimalius reikalavimus numatytas bendrųjų arba pagrindinių siuntinių paslaugų teikimas. Minimalūs universaliųjų paslaugų įpareigojimai išdėstyti direktyvos 3 straipsnyje, tačiau valstybės narės tais reikalavimais gali neapsiriboti.

Be to, Vartotojų teisių direktyva darys poveikį siuntinių pristatymo paslaugoms, nes šios paslaugos (konkrečiai – prekių pristatymo vartotojams atžvilgiu) yra susijusios su nuotolinės prekybos sutartimis ir ne prekybai skirtose patalpose sudaromomis sutartimis, kurioms taikoma Vartotojų teisių direktyva. Kai Vartotojų teisių direktyva bus įgyvendinta, gali padidėti vartotojų pasitikėjimas prekes pirkti tarpvalstybiniu mastu. Tačiau direktyvoje nesvarstomos siuntinių pristatymo kainų problemos; be to, Vartotojų teisių direktyva nėra pagrindas išaiškinti galimą siuntų pristatymo paslaugų teikėjų atsakomybę arba užsitikrinti papildomas kokybiškas paslaugas (sekimo ir stebėjimo galimybes, paėmimo ar surinkimo paslaugas ir pan.), kurių gali tikėtis internetu perkantys vartotojai.

Reglamento dėl Bendrosios Europos pirkimo-pardavimo sutarčių teisės pasiūlymu[43] nustatomos atskiros bendros sutarčių taisyklės, taikomos segmentuose „verslas vartotojams“ ir „verslas verslui“ sudaromoms tarpvalstybinėms sutartims. Jame pateiktos prekių pristatymo ir skaitmeninio turinio pateikimo taisyklės, visų pirma taikomos prekybos sutartims, pagal kurias prekes gabena vežėjas. Šios taisyklės būtų taikomos tik kai šalys pasirenka bendrąją Europos pirkimo-pardavimo sutarčių teisę. Kaip ir Vartotojo teisių direktyvoje, būsimame reglamente dėl bendrosios Europos pirkimo-pardavimo sutarčių teisės nebus sprendžiami siuntinių pristatymo klausimai, susiję su per didelėmis kainomis ar tam tikromis kokybiškomis paslaugomis.

Naujuoju Komisijos pasiūlymu dėl vartotojų ginčų alternatyvaus sprendimo[44] siekiama toliau gerinti vartotojų apsaugą ginčų sprendimo srityje. Esamos vartotojų apsaugos nuostatos, susijusios su (pašto) siuntinių pristatymu (Pašto paslaugų direktyvos 19 straipsnis), bus toliau tobulinamos ginčų alternatyvaus sprendimo teisės aktais[45].

- **Konkurencijos teisė.** Kai siuntiniai pristatomi ne teikiant universaliąją paslaugą, pristatymo kainoms taikomas ne sektoriaus reguliavimas, o konkurencijos teisė. Tiesiogiai taikomi SESV 101 ir 102 straipsniai. Europos Sąjungos tarpvalstybinėje siuntinių rinkoje ES konkurencijos teisė (šiuo atveju – SESV 102 straipsnis) būtų pažeista, jei, pvz., dominuojančią padėtį užimantis (ir tarpvalstybiniu mastu veikiantis) siuntinių pristatymo paslaugų teikėjų, siekdamas neleisti kitiems dalyviams patekti į tarpvalstybinę siuntinių rinką, imtųsi agresyvių komercinių veiksmų.
  SESV 101 straipsniu draudžiami bet kokie įmonių susitarimai, kurie gali paveikti valstybių narių tarpusavio prekybą ir kurių tikslas ar padarinys yra konkurencijos vidaus rinkoje trukdymas, ribojimas arba iškraipymas.

[43] COM(2011) 635 galutinis, 2011 10 11.

[44] 2011 m. lapkričio 29 d. priimtas Komisijos pateiktas Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos dėl vartotojų ginčų alternatyvaus sprendimo, kuria iš dalies keičiamas Reglamentas (EB) Nr. 2006/2004 ir Direktyva 2009/22/EB (Direktyva dėl vartotojų GAS), pasiūlymas, COM(2011) 793 galutinis.

[45] Pašto paslaugų direktyvos 19 straipsnyje valstybės narės raginamos skatinti kurti nepriklausomas neteismines ginčų sprendimo schemas.

- Su tam tikrais apribojimais pristatymo sektoriui taip pat taikomos **Paslaugų direktyvos**[46] nuostatos ir atitinkamos nacionalinės įgyvendinimo priemonės. Ypatingą dėmesį būtina atkreipti į tokius du e. prekybos ir susijusio pristatymo aspektus:
    - Paslaugų direktyvos 20 straipsnio 2 dalyje numatytas draudimas bendrosiose paslaugos gavimo sąlygose nustatyti diskriminacines nuostatas, susijusias su gavėjo gyvenamąja vieta. Tuo būdu siekiama palengvinti tarpvalstybinį paslaugų teikimą. 2012 m. birželio 8 d. Komisijos tarnybos nacionalinėms institucijoms nustatė šio įpareigojimo nediskriminuoti taikymo gaires[47]. Tai turėtų padėti užtikrinti didesnį pristatymo apribojimų taikymo skaidrumą (iki tol, kai bus pradėtas taikyti Europos vartotojų teisių direktyvos 8 straipsniu nustatytas įpareigojimas) ir sumažinti vartotojų nepasitenkinimą, kai prekes pristatyti atsisakoma dėl gyvenamosios vietos. Be to, gairėse išaiškinama, kad įmonės argumentas, esą nėra pristatymo variantų, retai gali būti teisėtas pagrindas atsisakyti įsigytą prekę pristatyti į atitinkamą valstybę narę, atsižvelgiant į tai, kad egzistuoja pagrindinės universaliosios pašto paslaugos.
    - Paslaugų direktyvos 22 straipsnyje, kuris susijęs su paslaugų teikėjų informacijos teikimo reikalavimais, siekiama užtikrinti, kad konkreti informacija (pvz., teikėjo pavadinimas ir kontaktiniai duomenys, bendrosios sąlygos, paslaugos kaina) paslaugų gavėjams būtų teikiama lengvai prieinamu būdu.
- Su **transportu** ir logistika susijusiems klausimams ES ir tarptautiniu lygmeniu nustatytos įvairios taisyklės, visų pirma taikomos kuriant transporto vidaus rinką, taip pat aplinkos (pvz., tiekimo grandinės priklausomybės nuo iškastinio kuro mažinimo, variklinių transporto priemonių oro taršos mažinimo) bei saugumo srityse. Pagrindinės politikos iniciatyvos išdėstytos Komisijos baltojoje knygoje „Bendros Europos transporto erdvės kūrimo planas“ ir būsimoje e. krovinių iniciatyvoje[48].
- **Kitos aktualios taisyklės**, kurios gali turėti įtakos sektoriui, yra susijusios su tokiais klausimais kaip miestų planavimas, rinkos priežiūra, PVM, darbo sąlygos, o užsienio prekybos atveju – muitai, saugumas ir kiti tarptautiniai klausimai:
    - Miestų planavimas. Neseniai daugelis valstybių narių ėmėsi nustatinėti konkrečias eismo miesto centre (ar net kituose rajonuose) taisykles, siekdamos, pavyzdžiui, mažinti oro taršą įgyvendinant platesnę geresnės oro kokybės

[46] Direktyva 2006/123/EB.

[47] http://ec.europa.eu/internal_market/services/docs/servicesdir/implementation/report/SWD_2012_146_en.pdf.

[48] Europos Komisijos baltoji knyga „Bendros Europos transporto erdvės kūrimo planas“, COM(2011) 144 galutinis ir E. krovinių iniciatyva http://ec.europa.eu/governance/impact/planned_ia/docs/2013_move_001_e_freight.pdf.

politiką[49] arba išsaugoti kultūros paveldą. Tokios nacionalinės taisyklės gali turėti įtakos siuntų pristatymo paslaugų teikėjų verslo sprendimams, nes gali tekti surinkimo ir pristatymo laiką priderinti prie turimų laiko tarpsnių ar netgi pristatymą užtikrinti kitomis priemonėmis (pvz., dviračiais), kadangi tam tikru metu miesto eismas gali būti draudžiamas.

- Prekėms taikoma rinkos priežiūra. Pristatymo sektoriui taikomos ir rinkos priežiūros nuostatos[50]. Jos taikomos nepaisant paskirstymo kanalo (įskaitant nuotolinę ir elektroninę prekybą) ir jomis numatoma, kad ES rinkai pateikiamas prekes tikrina muitinės ir rinkos priežiūros institucijos. Pavyzdžiui, kai rinkos priežiūros institucijos nustato, kad siuntų pristatymo paslaugų teikėjo į ES įvežamos prekės neatitinka ES teisės aktų, tos institucijos privalo imtis reikiamų veiksmų – be kita ko, prireikus gali būti uždrausta prekę pateikti rinkai. Tai tiesiogiai veikia siuntų pristatymo paslaugų teikėjų, kuriam gali tekti grąžinti prekes arba kurio prekes tam tikrais atvejais gali sunaikinti rinkos priežiūros institucijos.

- PVM. Nacionalinės PVM taisyklės ir tarifai gali turėti įtakos pirkėjams ir pristatymo paslaugų pasirinkimui. Jeigu pristatymo paslauga yra dalis viešųjų pašto paslaugų, PVM jai nebus taikomas; jei ne, PVM (gali būti) įskaičiuojamas į tokių paslaugų naudotojų mokamą kainą[51]. Be to, valstybės narės taiko skirtingus pristatymo paslaugų PVM tarifus. Tai gali turėti įtakos prekybos srautams Europos Sąjungoje.

- Darbo sąlygos. Tradiciškai laikoma, kad pristatymo sektorius yra imlus darbui – didžiausia sąnaudų dalis jame yra susijusi su paskutiniuoju pristatymo etapu. Atsižvelgiant į tai ir priklausomai nuo taikomos reguliavimo sistemos[52], pristatymo sektoriuje parengta daug mokėjimo už pristatymo paslaugas sprendimų (pvz., fiksuotas pristatymo mokestis, mokestis už kiekvieną pristatytą prekę).

- Muitai ir kiti tarptautiniai klausimai. Esama įvairių kitų tarptautinės prekybos susitarimais ar ES teisės aktais nustatytų taisyklių, kurios gali turėti poveikį

[49] Pavyzdžiui, 2008 m. gegužės 21 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvoje 2008/50/EB dėl aplinkos oro kokybės ir švaresnio oro Europoje (OL L 152, 2008 m. birželio 11 d.) numatyta reguliavimo sistema, susijusi su ES oro kokybės tikslais.

[50] Kaip nustatyta 2008 m. liepos 9 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamente (EB) Nr. 765/2008, nustatančiame su gaminių prekyba susijusius akreditavimo ir rinkos priežiūros reikalavimus ir panaikinančiame Reglamentą (EEB) Nr. 339/93, ir Direktyvoje 2001/95/EB dėl bendros gaminių saugos.

[51] Daugiau apie PVM išimties taikymo pašto sektoriuje mastą galima sužinoti ES Teisingumo Teismo prejudiciniame sprendime byloje C-357/07 The Queen, *TNT Post UK Ltd* prieš The Commissioners for Her Majesty's Revenue and Customs, Rink. [2009] I – 03025, 36–40 punktai.

[52] Pavyzdžiui, Pašto paslaugų direktyvos 2 straipsnio 19 punkte kaip vienas iš galimų pagrindinių reikalavimų, taikomų leidimo besikreipiantiems pašto paslaugų teikėjams, nurodoma atitiktis įdarbinimo sąlygoms.

tarpvalstybiniams pristatymo sprendimams, įskaitant srautus Europos Sąjungoje. Pavyzdžiui, siuntų pristatymo paslaugų teikėjams, importuojantiems iš trečiųjų šalių ir eksportuojantiems į trečiąsias šalis, taikomos muitinės procedūros ir saugumo reikalavimai, nustatyti tarptautiniais susitarimais (pvz., Pasaulinės pašto sąjungos taisyklės, Tarptautinės civilinės aviacijos organizacijos taisyklės) arba ES teisės aktais (pvz., Bendrijos muitinės kodeksu[53], Reglamentu (EB) Nr. 2320/2002 dėl aviacijos saugumo).

- Be to, nacionaliniams pašto paslaugų teikėjams taikomos Pasaulinės pašto sąjungos konkrečios taisyklės.

Klausimai. ES siuntinių pristatymo rinkos reguliavimo ir institucinė sistema

1) Šioje žaliojoje knygoje siuntinys apibrėžiamas plačiausia prasme ir apima iki 30 kg sveriančius daiktus. Ar, atsižvelgiant į siekį sukurti labiau integruotą ir veiksmingesnę ES siuntinių pristatymo rinką, yra kokių nors elementų, kurie jūsų nuomone yra labai svarbūs, kad siunčiamas daiktas būtų priskirtas siuntinių kategorijai[54]?

2) Ar esama sistema yra kliūtis (jei taip, kokiu mastu) kurti iš tiesų integruotą Europos siuntinių pristatymo rinką, kuri atitiktų sektoriaus e. mažmenininkų, vartotojų ir darbuotojų poreikius ir lūkesčius?

3) Kokios yra trys didžiausios su reguliavimo sistema susijusios problemos? Kokios priemonės jums padėtų artimiausioje ateityje ir ilgalaikėje perspektyvoje jas spręsti?

4) Ar manote, kad yra reguliavimo spragų arba kad būtina imtis papildomų priemonių (reguliavimo)? Jei taip, nurodykite konkrečiau.

5. Iš tiesų integruotos ES siuntinių pristatymo rinkos kūrimas

Remiantis esamos reguliavimo ir institucinės sistemos analize, tolesniuose skyriuose dėmesys bus sutelktas į tris pagrindinius klausimus, kurie yra vertinami kaip labai svarbūs siekiant sukurti integruotą ES siuntinių pristatymo rinką, kuri ir e. mažmenininkams, ir jų klientams užtikrintų tokius pristatymo sprendimus, kokių jiems reikia:

- Patogumas – didesnis patogumas ir skaidrumas vartotojams[55].

[53] 1992 m. spalio 12 d. Tarybos reglamentas (EEB) Nr. 2913/92, nustatantis Bendrijos muitinės kodeksą, OL L 302, 1992 10 19.

[54] Atkreipiame dėmesį, kad jūsų atsakymai į toliau pateiktus klausimus bet kuriuo atveju turėtų būti pagrįsti Žaliojoje knygoje pateikta apibrėžtimi.

[55] 47 % vartotojų nurodo, kad nepakankamai patogus pristatymas gali priversti juos atsisakyti apsipirkimo internetu (*Consumer Focus* vartotojų poreikių tyrimas, 2010 m. lapkričio mėn.).

- Sąnaudos – ekonomiškai efektyvesni pristatymo sprendimai, visų pirma tarpvalstybiniu mastu.
- Sąveikumas – didesnis pristatymo grandinėje veikiančių paslaugų teikėjų sąveikumas ir geresnis e. mažmenininkų bei siuntų pristatymo paslaugų teikėjų veiklos koordinavimas.

Tolesniuose skirsniuose vertinami skirtingi šių trijų tikslų apsektai, siekiant kuo geriau nustatyti galimus sprendimus, susijusius su dabartinės padėties gerinimu. Be to, atsižvelgiama į poreikį įvertinti, kokiu mastu veiksmingos rinkos galėtų padėti užtikrinti norimus rezultatus, ir ar galėtų būti numatyti dabartinės priežiūros ar reguliavimo sistemos pokyčiai.

5.1 Geresnis vartotojų lūkesčių tenkinimas ir patogumo didinimas

5.1.1 Skaidrumo didinimas

Perkant internetu galima tikėtis, kad vartotojams bus pateikiama daugiau informacijos apie galimus pristatymo variantus, susijusias kainas ir paslaugos lygį, taip pat apie praktinius pristatymo aspektus (t. y. pristatymo laiką ir vietą)[56].

[56] Šalia ES vartotojų teisėje nustatytų reikalavimų, kuriais reikalaujama, kad prekybininkai vartotojams pateiktų aiškią ir skaidrią informaciją, visų pirma apie jų teisę atsisakyti nuotolinės prekybos sutarties.

Per pristatymo procesą ir po jo vartotojai turėtų turėti galimybę pasidalyti nuomone apie jiems suteiktų pristatymo paslaugų kokybę. Skaidresnė informacija apie pristatymą, ypač perkant kitoje šalyje, gali būti naudinga įvairioms reikmėms. Visų pirma vartotojams tai suteiks galimybę priimti geresnius būsimo pirkimo sprendimus ir pasirinkti, kai tai įmanoma, pristatymo variantą, kuriuo jie labiausiai pasitiki ir kuris geriausiai atitinka jų poreikius. Antra, didesnis skaidrumas taip pat paskatins siuntų pristatymo paslaugų teikėjus toliau tobulinti savo veiklą. Trečia, šios pristatymo „juodosios dėžės“ atvėrimas taip pat padės pakeisti klientų požiūrį į faktinį pristatymą tais atvejais, kai toks požiūris yra klaidingas ar nepagrįstas.

Nagrinėjami skirtingi variantai siekiant padidinti paketų ir siuntinių pristatymo skaidrumą.

Klausimai. Geresnis vartotojų lūkesčių tenkinimas ir patogumo didinimas. Didesnis skaidrumas

5) Informacija apie pristatymo variantus ir būdus

a) Kokia informacija[57] turėtų būti pateikiama vartotojams e. mažmenininko svetainėje (siuntų pristatymo paslaugų teikėjo (-ų) pavadinimas ir kontaktinė informacija, pristatymo kaina, vieta ir laikas, informacija apie skundo tvarkymą, sekimo ir stebėjimo paslaugos, gražinimo galimybės)?

b) Atsižvelgiant į informacijos pertekliaus pavojų, ką būtų galima padaryti, kad vartotojams tinkamu metu būtų pateikiama aiški, skaidri ir palyginama informacija apie pristatymą?

6) Informacija apie pristatymo kokybę (rezultatus)

a) Veiklos rodikliai yra susiję, pavyzdžiui, su pristatymo sparta, siuntų pristatymo paslaugų teikėjo geografine aprėptimi, vėlavimu, prekių sugadinimu ar praradimu. Kaip galima vertinti ir rinkti tokią su veikla susijusią informaciją? Ar tokių veiklos rodiklių skelbimas būtų naudingas vartotojams? Ar būtina rengti standartus, kad būtų galima stebėti tokius veiklos lygius?

b) Ar pasitikėjimo ženklai (pvz., sektoriaus asociacijos suteiktas sertifikatas, kuriuo patvirtinama, kad paslaugų teikėjo pristatymo procesu galima pasikliauti, nes jis atitinka geriausia praktika pagrįstus reikalavimus) būtų veiksmingesnis būdas padidinti vartotojų pasitikėjimą?

c) Ar kokybės proceso ISO sertifikavimas, kuriuo siekiama užtikrinti efektyvų pristatymą, galėtų būti tinkama priemonė vartotojui pasitikėjimui padidinti?

[57] Be informacijos teikimo reikalavimų, nustatytų ES vartotojų teisės aktuose ir Paslaugų ir E. prekybos direktyvose (2006/123/EB ir 2000/31/EB).

7) Nepriklausoma priežiūra

Kas turėtų imtis vadovauti veiklos stebėjimui: sektoriaus organizacija, nepriklausoma institucija ar reguliavimo institucija?

5.1.2 Geresnės paslaugos vartotojams ir daugiau vartotojų apsaugos priemonių

Vartotojai didelį dėmesį skiria savo siuntinių pristatymui, tačiau jie ne visada pakankamai žino apie tai, kokio tipo siuntų pristatymo paslaugų teikėjas teikia pristatymo paslaugas. Jiems svarbiausia, į ką kreiptis, kai kyla klausimų dėl pristatymo, ir kas greitai pateiks atsakymus ir tikslią informaciją. Tai ypač aktualu, kai veikiama tarpvalstybiniu mastu (paprastai tokiu atveju dalyvauja keli siuntų pristatymo paslaugų teikėjai).

Esama reguliavimo sistema taikoma tik daliai internetu perkančių vartotojų pristatymo poreikių. ES pašto paslaugų direktyva nebuvo pritaikyta e. prekybos aplinkai, o pašto paslaugų teikėjai yra tik vieni iš daugelio siuntinių pristatymo rinkos dalyvių. Vartotojų teisių direktyvoje numatyta daug saugiklių internetu perkantiems vartotojams, kaip antai pranešimas apie kainą, vėluojantį pristatymą ir grąžinimo procesą. Konkretūs su pristatymu susiję klausimai gali toliau likti svarbūs vartotojams, be to, gali prireikti daugiau konkrečių saugiklių.

Teikiant universaliąją pašto paslaugą apsauga šiuo metu užtikrinama tik kai kuriems siuntinių siuntėjams. Kai kurios suinteresuotosios šalys teigė, kad, atsižvelgiant į e. prekybos augimą segmente „verslas vartotojams“ ir galutinio pristatymo patogumo svarbą, reikėtų naujos (universaliosios paslaugos) apibrėžties, kuri būtų geriau suderinta su interneto vartotojų lūkesčiais. Tokia nauja universalioji paslauga turėtų atitikti vartotojų poreikius, susijusius su minimaliu patogumu (visų pirma pristatymo proceso informacijos ir prekių grąžinimo variantų atžvilgiu), ir patekinti e. mažmenininkų poreikius, susijusius su sekimo paslauga ir jų rinkodaros pasiūlymo kainos priimtinumu. Teigiama, kad kai vartotojams reikalingos papildomos paslaugos, kurios neapsiriboja tokiais minimaliais kokybės standartais, rinkos galėtų pasiūlyti alternatyvių variantų ir paslaugų, kad būtų patenkinti tie didesni poreikiai.

Klausimai. Geresnis vartotojų lūkesčių tenkinimas ir didesnis patogumas. Geresnės paslaugos ir daugiau saugiklių

8) Galimas siuntinių pristatymo universaliųjų paslaugų poreikis ir mastas

a) Ar būtinas naujas universaliųjų paslaugų įpareigojimas siekiant spręsti siuntinių pristatymo paslaugų visuotinio prieinamumo, kainos priimtinumo ir kokybės klausimą?

b) Jei taip, kokios galėtų būti svarbiausios tokios naujos universaliosios paslaugos ypatybės (vertinant paslaugų lygį, patogumą ir kainos priimtinumą)?

c) Ar nemanote, kad, vertinant iš siuntų pristatymo paslaugų teikėjo perspektyvos ir atsižvelgiant į kainos ir pelningumo santykį, universaliąją (siuntinių) paslaugą būtų įmanoma teikti? Jei taip, kokiu mastu?

d) Kokios būtų geriausios tokios koncepcijos įgyvendinimo priemonės (pvz., gairės, Pašto paslaugų direktyvos persvarstymas, nauja reguliavimo priemonė, kuria nacionalinėms reguliavimo institucijoms būtų suteikta daugiau įgaliojimų)?

9) Geresnis vartotojų lūkesčių tenkinimas

a) Atsižvelgiant į esamą vartotojų teisių rinkinį, kaip būtų galima veiksmingai reaguoti į vartotojų susirūpinimą ir skundus dėl pristatymo[58]?

b) Ar jums nekyla susirūpinimas dėl taikomos atsakomybės nustatymo tvarkos[59] siuntinių praradimo ar sugadinimo atveju? Ko reikia imtis siekiant gerinti padėtį?

c) Ar e. prekybos sektorius ir siuntų pristatymo paslaugų teikėjai galėtų rasti tinkamesnių sprendimų, kad būtų galima geriau reaguoti į vartotojų poreikius? Kokių veiksmų būtų galima greitai imtis siekiant gerinti padėtį artimiausioje ateityje? Kokių vidutinio laikotarpio ir ilgalaikių sprendimų būtų galima imtis?

5.2 Ekonomiškai efektyvesni ir konkurencingesni pristatymo sprendimai

Vartotojai ir e. mažmenininkai mano, kad apskritai dabartinis kainų lygis per aukštas. Antra vertus, paslaugų teikėjai teigia, kad jų pelno marža ir taip yra maža ir kad tvarios kainos yra būtinos siekiant užtikrinti jų ilgalaikį ekonominį gyvybingumą.

[58] Žr. Pašto paslaugų direktyvos 19 straipsnį, kuriuo nustatytos skaidrios skundų procedūros, tarpininkavimo paslaugos ir alternatyvaus ginčų sprendimo sistemos.

[59] Konkrečiu daugiarūšės atsakomybės atveju Komisija laukia, kol valstybės narės ratifikuos Roterdamo taisykles.

5.2.1 Sąnaudų kontroliavimas

Kaip nurodyta pirmiau, laikoma, kad tarpvalstybinių siuntinių kainos per didelės, ypač tiems, kas siunčia mažai. Šiame skirsnyje nagrinėjama, kaip būtų galima padidinti pristatymo paslaugų ekonominį efektyvumą, kad sumažinus sąnaudas būtų galima sumažinti tokių paslaugų naudotojų mokamą kainą.

Paslaugų teikėjų sąnaudų struktūra labai įvairi, nes gali skirtis geografiniai ir individualūs veiksniai (tankis, kiekis, laiko apribojimai). Skelbiami tarifai paprastai yra pagrįsti vidutiniu įverčiu, draudimo lygiu ir sparta, tačiau jie nebūtinai atitinka faktines paslaugų teikėjo sąnaudas[60]. Siuntų pristatymo paslaugų teikėjai mano, kad pristatymas, visų pirma paketų, segmente „verslas vartotojams“ yra brangus. Sprendimai, kuriais siekiama užtikrinti, kad prekės būtų pristatytos iš pirmo karto (tokie kaip atnaujinta adresų duomenų bazė, išankstinė pristatymo informacija), gali padėti sumažinti papildomas sąnaudas. Skirtingas pristatymo operacijų pobūdis (kaip antai siuntinių atsiėmimo punktai ar siuntinių kioskai) taip pat gali padėti riboti pristatymo sąnaudas.

Aktyvesnis mažų siuntinių kiekių (visų pirmą tų, kuriuos pateikia MVĮ) konsolidavimas taip pat suteikia galimybę mažinti sąnaudas. Didesnė siuntų pristatymo paslaugų teikėjų veiklos sinergija padėtų padidinti masto ekonomika grindžiamos rinkos našumą. Tarpvalstybiniu mastu tai padėtų užtikrinti sklandesnius siuntinių srautus.

Klausimai. Ekonomiškai efektyvesni ir konkurencingesni pristatymo sprendimai. Sąnaudų kontrolė

10) Galima numatyti įvairius sąnaudų kontrolės variantus

a) Ar esama kokių nors alternatyvių sąnaudas leidžiančių sumažinti pristatymo sprendimų išskirtinių pavyzdžių arba tokių sprendimų geriausios praktikos atvejų?

b) Ar yra kokių nors efektyvumo didinimo gerosios praktikos išskirtinių pavyzdžių[61]?

c) Kokia technologija gali ar galėtų padėti sumažinti pristatymo sąnaudas?

d) Ko, jūsų nuomone, būtų galima imtis siekiant pašalinti ar sumažinti dabartinius reguliavimo apribojimus netrukdant siekti juos pagrindžiančių tikslų[62]?

[60] Sąnaudų paskirstymo tikslais svoris, draudimo lygis ir sparta nebūtinai yra sąnaudų veiksniai, susiję su visa pašto paslaugų teikimo veikla (surinkimu, vežimu, rūšiavimu ir pristatymu). Be to, bendrų sąnaudų paskirstymas įvairiems pašto produktams paprastai yra susijęs su bendrojo paskirstymo kriterijaus (tokio kaip EPMU – vienodai proporcingo antkainio) naudojimu, kai skirtingų sąnaudų aspektai, pvz., svoris, tiesiogiai nėra svarbūs. Tai reiškia, kad taikant tokį sąnaudų apskaičiavimą, pagrįstą pirmiau minėtais sąnaudų paskirstymo principais, nebūtinai užtikrinami tokie patys rezultatai, kaip tuo atveju, kai sąnaudoms įvertinti naudojami svorio ar kiti atskiri veiksniai.

[61] Pvz., didesnis pristatymo proceso suderinimas, didesnis efektyvumas, konsolidavimas ir bendras naudojimasis vietos logistikos mazgų infrastruktūra. Taip pat žr. E. krovinių iniciatyvą: http://ec.europa.eu/governance/impact/planned_ia/docs/2013_move_001_e_freight.pdf.

5.2.2 Konkurencingos, tačiau tvarios kainos

Būtinybė užtikrinti tvarius tarifus

Siuntinių pristatymo paslaugų teikėjams kelia susirūpinimą galimas sąnaudų didėjimas, dėl kurio greičiausiai tektų didinti kainas klientams. Kartu vartotojai ima priprasti prie nemokamo siuntimo pasiūlymų, todėl jie gali neįvertinti faktinių veiklos išlaidų ir visuomeninių sąnaudų, susijusių su pristatymo operacijomis.

Dideli e. mažmenininkai, atsižvelgiant į jų veiklos apimtį, gali derėtis dėl geresnių tarifų. Paslaugų teikėjai gali būti verčiami labai mažinti pelno maržas, o kartu jiems reikia papildomai investuoti, kad savo operacijas galėtų pritaikyti prie e. prekybos poreikių.

Šiame skirsnyje kainų tvarumo principas taikomas kainoms, kurios atspindėtų tikrąsias bazinės paslaugos sąnaudas, kurių susidaro paslaugų teikėjams (t. y. jų ilgalaikio pelningumo užtikrinimo atžvilgiu) ir visai visuomenei (pvz., aplinkos ir socialiniu aspektais), tačiau tik su sąlyga, kad nacionalinės ir tarpvalstybinės pristatymo rinkos yra pakankamai konkurencingos, o todėl ir veiksmingos.

<u>Klausimai. Konkurencingos, tačiau tvarios kainos. Tarifų tvarumas ir skaidrumas</u>

11) Tarifų tvarumas

a) Ar manote, kad dabartinis vartotojams už pristatymą į namus taikomas tarifų lygis yra tvarus vidutiniu ir ilguoju laikotarpiu? Jei ne, ko būtų galima imtis, kad padėtis pagerėtų?

b) Ar realios e. mažmenininkų pristatymo sąnaudos neturėtų būti aiškesnės vartotojams? Jeigu taip, kodėl?

c) Ar tikrosios pristatymo sąnaudos neturėtų būti aiškesnės visai visuomenei? Jeigu taip, kodėl? Ir kaip?

Konkurencingesnės pristatymo rinkos

Vartotojai dažnai mano, kad pristatymo sprendimų pasirinkimas labai ribotas dėl nepakankamo rinkos skaidrumo ir dėl faktinės (arba įsivaizduojamos) konkurencijos rinkoje padėties. Kai kuriais atvejais pristatymo rinkoje gali vyrauti keletas paslaugų teikėjų, kurių elgesys e. mažmenininkams ir vartotojams trukdo visapusiškai pasinaudoti išties konkurencingomis rinkomis.

Galėtų būti numatyti konkretūs vartotojams naudingi *ex ante* reguliavimo sprendimai užtikrinant tvarų pristatymo rinkų konkurencingumą.

[62] Žr. 4 skyrių apie dabartinę reguliavimo sistemą.

Klausimai. Konkurencingos, tačiau tvarios kainos. Konkurencingesnės pristatymo rinkos

12) Konkurencijos pristatymo rinkose lygis

a) Kuriose rinkose ar rinkos segmentuose būtų svarbu užtikrinti didesnę konkurenciją?

b) Kainų palyginimo skelbimas užtikrintų didesnį aiškumą vartotojams ir MVĮ. Kaip tai būtų galima tai daryti? Kokie būtų argumentai „už“ ir „prieš“?

13) Priežiūra ir reguliavimas

Jeigu didelę įtaką rinkoje turintiems siuntų pristatymo paslaugų teikėjams būtų nustatytos *ex ante* reguliavimo priemonės (tokios kaip skaidrumo įpareigojimai, įpareigojimai užtikrinti prieigą prie pristatymo tinklų ir įpareigojimai užtikrinti, kad tarifai būtų susieti su sąnaudomis ir t. t.), būtų galima padidinti rinkų konkurencingumą.

a) Į kokias rinkas reikėtų atkreipti dėmesį šiuo atžvilgiu?

b) Kokios yra tarpvalstybinių operacijų ypatybės, kuriomis būtų galima pateisinti sąnaudų apribojimus? Nurodykite.

c) Ar reguliavimo institucija turėtų turėti daugiau informacijos apie paslaugų teikėjų sąnaudų apskaitos duomenis, kad galėtų geriau įvertinti paketų ir siuntinių sąnaudų ir kainų struktūrą?

d) Ar reguliavimo institucijos ir (arba) kompetentingos institucijos turėtų vaidinti aktyvesnį vaidmenį prižiūrint atitinkamas nacionalines rinkas ar atitinkamus rinkos segmentus?

Konkurencingesnės tarpvalstybinių pristatymo paslaugų kainos

Tarpvalstybinių paslaugų kainos – ypač svarbus veiksnys vartotojams ir e. mažmenininkams, visų pirma MVĮ. Tarifai labai skiriasi[63] net kai užsakomos tos paties asortimento prekės, kurios siunčiamos į tą pačią vietą. Todėl būtina nustatyti sprendimus, kurie leistų apriboti tarpvalstybinio pristatymo poveikį kainai ir sumažinti atotrūkį tarp vietos ir tarpvalstybinių kainų, kai toks atotrūkis objektyviai nepagrįstas.

[63] FTI, CIVIC (2011), Eurobarometras, *Accenture* „European cross border e-commerce“ (*Europos tarpvalstybinė e. prekyba*) (2011), agentūros *YouGov Psychonomics* tyrimas „Mystery Shopping Evaluation of Cross-Border e-commerce in the EU“ (*Tarpvalstybinės elektroninės prekybos ES įvertinimas kontrolinių pirkimų būdu*) (2009). *YouGov Psychonomics* informuoja, kad e. prekybos ir nuotolinės prekybos pardavėjų vartotojams taikoma pristatymo kaina pristatymo į kitą šalį atveju vidutiniškai dvigubai didesnė už pristatymą toje pačioje šalyje – vidutinė siuntimo kaina perkant toje pačioje šalyje buvo 8 EUR, o perkant kitoje šalyje – 16 EUR.

Klausimai. Konkurencingos, tačiau tvarios kainos. Konkurencingesnės tarpvalstybinių pristatymo paslaugų kainos

14) Kaip galima užtikrinti konkurencingesnius ir skaidresnius tarpvalstybinius tarifus?

a) Ar pačiai rinkai turėtų būti palikta galimybė nustatyti tokį tarifų ir skaidrumo lygį, kurio reikalauja e. mažmenininkai ir vartotojai?

b) Ar didesnė reguliavimo priežiūra prisidėtų prie tvarių kainų vartotojams užtikrinimo?

c) Ar nemanote, kad koks nors tarpvalstybiniu mastu siunčiamų pavienių siuntinių ir paketų pristatymo kainų apribojimas būtų įmanomas ir veiksmingas būdas atsižvelgti į e. mažmenininkų ir vartotojų poreikius? Koks būtų tokių kainų ribų poveikis rinkos pasiūlai ir konkurencijai?

5.3 Sąveikumo didinimas pristatymo grandinėje

Didesnis skaidrumas ir geresnė partnerystė yra būtini norint atsižvelgti į e. mažmenininkų poreikius, geriau suprasti, kokia yra geriausia logistikos ir pristatymo praktika, ir veiksmingai nurodyti vartotojams prieinamus pristatymo variantus. Sėkminga partnerystė šiuose dviejuose sektoriuose ir tarp jų bus lemiamas e. prekybos ateities veiksnys.

5.3.1 Investicijos siekiant didinti technologijų naudojimą

Labiau apibendrinta sekimo sistema suteiktų daugiau galių klientams – jie įgytų galimybę nurodyti pristatymo vietą ir laiką. Tai leistų užtikrinti, kad siuntiniai būtų dažniau pristatomi iš pat pirmo karto – taip būtų galima sumažinti sąnaudas. Kartu e. mažmenininkai gautų tinkamą ir aktualią informaciją, todėl galėtų geriau valdyti atsargas, optimizuoti pinigų ir prekių grąžinimo procesus ir supaprastinti administravimo procesus.

Klausimai. Sąveikumo didinimas. Investavimas į technologijas

15) Būtinas investicijų lygis

a) Kokiu mastu (tiek mikrolygmeniu, tiek makrolygmeniu) būtų galima įvertinti apytikslę bendros siuntinių stebėjimo ir sekimo sistemos kainą? Į kokius parametrus turėtų būti atsižvelgiama pirmiausiai?

b) Kokie konkretūs e. prekybos produktų pristatymo bandomieji projektai galėtų būti skatinami, galbūt įgyvendinant platesnes programas, kuriomis siekiama skatinti investicijas į informacines ir ryšio technologijas[64]?

[64] Konkurencingumo ir inovacijų bendroji programa, skaitmeninės konvergencijos veiklos programa arba kitos iniciatyvos kurti konkrečias technologijas, tokios kaip radijo dažnio atpažinimo duomenų naudojimas.

5.3.2 Aktyvesnė e. mažmenininkų ir siuntų pristatymo paslaugų teikėjų partnerystė

Paslaugų teikėjai yra linkę dėmesį sutelkti į didžiuosius klientus ir turi mažiau paskatų investuoti į savo paslaugų pristatymą mažesniems siuntėjams, nors iš esmės jie galėtų padėti padidinti paslaugų teikėjų verslo apimtį. Be to, e. mažmenininkai ne visada žino apie galimus alternatyvius sprendimus ir esamus pasiūlymus.

Klausimai. Sąveikumo didinimas. Aktyvesnė partnerystė

16) Partnerystė ir bendradarbiavimas

a) Ar tikėtina, kad geresnis e. mažmenininkų ir siuntų pristatymo paslaugų teikėjų bendradarbiavimas gali padidinti operacijų sąveikumą? Jei taip, ko konkrečiai mažmenininkai ir paslaugų teikėjai galėtų imtis, kad sukurtų naują ar pagerintų esamą partnerystę?

b) Ar pajėgumai ypatingiems atvejams turėtų būti kuriami bendromis pajėgomis, kad būtų galima tinkamai pasirengti piko laikotarpiams? Jei taip, kaip būtų galima tai padaryti?

c) Ar jums reikės tarpininkų ir trečiųjų šalių logistikos teikėjų paslaugų? Kaip būtų galima tas naujas ar esamas paslaugas vystyti ir apie jas informuoti?

5.3.3 Tarpusavyje susiję tinklai ir platformos

Kad e. mažmenininkai galėtų užtikrinti e. prekybos pirkinių pristatymą, jiems labai svarbu, kad būtų sukurta bendroji rinka. Nepakankama integracija ir nesugebėjimas perduoti duomenis tarp skirtingų informacijos sistemų yra didelė kliūtis tarpvalstybinei prekybai[65], o norint pritaikyti esamas sistemas reikia didelių investicijų.

Tačiau kai nustačius didelius saugumo pavojus oro linijos ir muitinės ėmė reikalauti, kad pašto paslaugų teikėjai, prekes siunčiantys į kitas šalis, užtikrintų aukštesnius saugumo standartus, šiems pavyko rasti sprendimus, kad galėtų keistis reikiamais duomenimis. Panašios pastangos gali būti reikalingos siekiant užtikrinti, kad į e. prekybos poreikius būtų atsižvelgiama bendradarbiaujant su e. mažmenininkais.
Komisijos tarnybos jau ėmėsi keleto demonstracinių veiksmų, kuriais siekiama išmaniai naudojantis informacinėmis technologijomis didinti Europos transporto ir logistikos sektorių konkurencingumą ir į skaitmenines transporto ir logistikos vertės grandines įtraukti mažesnes įmones[66].

[65] Viena vertus, esama skirtumų tarp nacionalinių ir tarpvalstybinių IT platformų, kurios gali skirtis net kai siuntų pristatymo paslaugų teikėjai Europos Sąjungoje veikia tarpvalstybiniu mastu. Antra vertus, esama informacijos, kuria e. mažmenininkai ir siuntų pristatymo paslaugų teikėjai gali keistis, kad būtų pagerintas abipusis pajėgumų planavimas. Pavyzdžiui, e. mažmenininkai turi duomenų apie internetu įsigytas prekes ir žino, kada ir kiek jų bus pateikta pristatyti. Prekių grąžinimo atžvilgiu e. mažmenininkams galėtų būti naudinga gauti realiojo laiko informaciją apie grąžinamų prekių kiekį ir laiką – tai leistų aktyviai rūpintis klientais ir efektyviai valdyti atsargas.

[66] Įmonių generalinio direktorato finansuojamu projektu *DISCwise* (http://www.discwise.eu/) siekiama užtikrinti didesnį suinteresuotųjų šalių įsitraukimą, padedant joms įsitraukti į veiksmingas lanksčiojo tiekimo grandines.

Klausimai. Sąveikumo ir sąveikos didinimas

17) Geresnė sąveika

a) Ar paslaugų teikėjų skirtos logistikos platformos[67] galėtų padėti geriau patenkinti e. mažmenininkų poreikius? Jei taip, tai kaip?

b) Ar sektoriaus darbo grupė[68] galėtų skatinti inovacijas ir aktyvesnį naudojimąsi naujomis technologijomis siekiant užtikrinti didesnę sąveiką? Jei taip, tai kaip?

c) Ar prekių grąžinimo (ir nacionaliniu, ir tarpvalstybiniu lygmeniu) procesai turėtų būti tobulinami? Jei taip, tai kaip?

d) Ar pristatymo grandinėje dirbančioms MVĮ dėl sąveikumo reikalavimų ir skatinimo naudotis naujomis technologijomis kyla sunkumų? Kokie veiksmai galėtų padėti sumažinti tokius sunkumus?

e) Kokie yra trys pagrindiniai veiksmai (jei tokių apskritai yra), kurie leistų padidinti sąveikumą tarp ES valstybių siunčiant internetu užsakytas prekes[69]? Ko būtų galima imtis siekiant pagerinti padėtį artimiausiu metu ir kokių iniciatyvų būtų galima imtis vidutinės trukmės ir ilguoju laikotarpiu? Be to, ko reikia imtis siekiant didinti sąveikumą tarptautiniu lygmeniu?

6. Integruotos Europos siuntinių pristatymo rinkos valdymas

Būsimos Europos e. prekybos sistemos formavimui labai svarbūs bus pristatymo pajėgumai ir tinklai, kurie bus sukurti artimoje ateityje. Šie pokyčiai ir jų poveikis e. prekybos sektoriui turi būti stebimas, o pastangos skatinti kurti veiksmingą ir tvarią Europos e. prekybos užsakymų pristatymo aplinką turėtų būti koordinuojamos.

Tuo būdu užtikrinama, kad transporto ir logistikos paslaugų naudotojams ir teikėjams, visų pirma MVĮ, būtų lengviau dalyvauti vežimo planavimo ir vykdymo veikloje pasinaudojant tvariomis transporto alternatyvomis.

[67] Geriausia būtų, jei tos platformos padėtų racionalizuoti e. prekybos siuntinių pristatymą, integruoti logistikos paslaugas ir bendras informacijos sistemas, pagerinti koordinaciją ir naudotis bendro ar suderinto pristatymo vežėjo paslaugomis (taip ribojant poveikį aplinkai ir lengvinant grąžinamų prekių ir atsargų tvarkymą).

[68] Tokios darbo grupės pavyzdys buvo JAV pašto sektoriaus darbo grupė, kuri buvo sukurta XX a. paskutiniame dešimtmetyje ir kurioje susibūrė pagrindinių sektoriaus suinteresuotųjų šalių vadovaujantys technologijų pareigūnai, siekiantys rasti inovacinius ir pažangius pašto pristatymo sprendimus.

[69] Šiuo metu apie 30 % Jungtinėje Karalystėje internetu perkančiųjų teigia, kad jie perka prekes iš užsienio svetainių (ir iš už Europos ribų). Prekybos internetu tarpvalstybiniu mastu Europos Sąjungoje vidurkis yra apie 10 %. Atsižvelgiant į tai tampa aišku, kad būtina susitarti dėl Europos ir tarptautinių standartų ir užtikrinti didesnį junglumą; ypač tai taikytina MVĮ ir vartotojams, kuriems tai turi neproporcingai didelį poveikį.

Kai kurie rinkos dalyviai jau turi koordinavimo platformas, pavyzdžiui, Europos siuntinių grupė[70] subūrė rinkoje įsitvirtinusius pašto paslaugų teikėjus. Reguliavimo institucijoms atstovaujanti Europos pašto paslaugų reguliuotojų grupė[71] siekia palengvinti nepriklausomų nacionalinių reguliavimo institucijų veiklos koordinavimą ir bendradarbiavimą, kad būtų užtikrintas nuoseklus Pašto paslaugų direktyvos taikymas. Šiuo metu jų veikla ir funkcijos neapima visos e. prekybos veiklos. Nauji forumai gali būti naudingi kuriant Europos bendrąją e. prekybos pristatymo rinką.

Būtinas tikslingesnis bendradarbiavimas, priežiūra ir vykdymo užtikrinimas, siekiant skatinti pastangų koordinavimą ir taip užtikrinti e. prekybos siuntinių pristatymo sektoriaus pažangą. Tai paskatins geresnį e. prekybos prekių pristatymą.

Klausimai. Valdymas

18) Ar esama sričių, kuriose sektorius galėtų imtis veiksmų siekdamas spręsti šioje žaliojoje knygoje iškeltus klausimus? Kaip būtų galima tai skatinti[72]? Kaip įtraukti ir e. prekybos, ir pristatymo sektoriaus asociacijas?

19) Kaip reikėtų spręsti dabartinio valdymo klausimus, susijusius su standartizacija ir sąveikumu[73]? Ar būtina padidinti e. prekybos atstovų, visų pirma MVĮ, ir vartotojų dalyvavimą?

7. Tolesni susiję ir kiti veiksmai

Visos suinteresuotosios šalys raginamos teikti savo nuomonę ir atsakyti į pateiktus klausimus. Pastabos ir atsakymai turėtų būti siunčiami iki 2013 m. vasario 15 d. toliau nurodytais adresais:

markt-delivery@ec.europa.eu

arba

European Commission

DG Internal Market and Services

On line services unit

Rue de la Loi 200

[70] Žr. 17 išnašą.

[71] Komisijos sprendimas 2010/C217/07.

[72] Pavyzdžiui, geriausios praktikos, partnerystės susitarimų, elgesio kodeksų, elektroninio duomenų perdavimo standartų, ženklinimo, adresų duomenų bazių skatinimas, Europos pristatymo ženklo kūrimas.

[73] Šiuo metu standartizacijos klausimai nagrinėjami Europos standartizacijos komiteto Pašto paslaugų techniniame komitete, o kai kurių pašto paslaugų teikėjų sąveikumo klausimus tvarko Europos siuntinių grupė.

1049 Brussels

Teikiant pastabas nebūtina atsakyti į visus šioje žaliojoje knygoje iškeltus klausimus. Aiškiai nurodykite klausimus, su kuriais susijusios jūsų pastabos. Jei įmanoma, pateikite konkrečių argumentų už arba prieš šiame dokumente pristatytus variantus ir požiūrius. Be to, nurodykite, ar yra kokių nors aspektų ar klausimų, kuriuos būtina spręsti, kad būtų sukurta Europos Sąjungos integruota siuntinių pristatymo rinka.

Pastabos bus paskelbtos Vidaus rinkos ir paslaugų generalinio direktorato svetainėje. Gauti atsakymai bus pateikti Komisijos svetainėje, nebent būtų konkrečiai paprašyta užtikrinti konfidencialumą.

Tęsdama žaliąja knyga pradėtą veiklą ir remdamasi gautais atsakymais Komisija 2013 m. pavasarį įvardys veiksmus, kurių reikia imtis siekiant sukurti bendrąją siuntinių rinką.