



Brüssel, 31.1.2013
COM(2013) 36 final

**KOMISJONI TEATIS EUROOPA PARLAMENDILE, NÕUKOGULE, EUROOPA
MAJANDUS- JA SOTSIAALKOMITEELE NING REGIOONIDE KOMITEELE**

EUROOPA JAEKAUBANDUSE TEGEVUSKAVA LOOMINE

(EMPs kohaldatav tekst)

SISUKORD

1.	SISSEJUHATUS	3
2.	ÜHTSE JAEMÜÜGITURU ELLURAKENDAMINE	4
2.1	Muutused jaekaubandussektoris.....	5
2.2	Jaekaubandussektori ees seisavad mitmed probleemid.....	5
2.3	Kõigi osapoolte huvides toimiv ühtne jaemüügitur	6
3.	VIIS PEAMIST TEGURIT KONKURENTSIVÕIMELISEMATE JA JÄTKUSUUTLIKUMATE JAEMÜÜGITEENUSTE VÄLJATÖÖTAMISEKS	6
3.1	Tarbijate otsustuspädevuse suurendamine	7
3.1.1	Tarbijate teavitamine.....	8
3.1.2	Säästvamad tarbimisvalikud.....	8
3.2	Juurdepääs konkurentsivõimelisematele jaemüügiteenustele	9
3.2.1	Kaubandusettevõtja.....	9
3.2.2	E-kaubandus.....	10
3.3	Tasakaalustatuma ettevõtjatevahelise toiduainete ja muude kaupade tarneahela väljatöötamine	11
3.3.1	Ebaausate kaubandustavade suhtes võetavad meetmed.....	12
3.4	Jaekaubanduse säästvama tarneahela väljatöötamine	12
3.4.1	Säästvam tootmine ja tarbimine	12
3.4.2	Toidujäätmete vähendamine	13
3.5	Innovaatilisemate lahenduste väljatöötamine	14
3.5.1	Toodete märgistamine	15
3.5.2	Elektronilised maksed	15
3.6	Parema töökeskkonna loomine	17
3.6.1	Oskuste ja vajaduste mittevastavus.....	18
3.6.2	Mitteametlik majandus.....	19
3.7	Rahvusvaheline mõõde	19
4.	KOKKUVÕTE: JÄTKUV DIALOOG JAEKAUBANDUSSEKTORIGA	20

1. SISSEJUHATUS

Jae- ja hulгимüügiteenused, mida tuntakse ka turustuskaubanduse nime all, moodustavad 11 % ELi SKPst ning kõnealuses valdkonnas on tegev peaaegu 15 % ELi kogutööjõust. Kõnealuses sektoris tegutseb rohkem kui 6 miljonit ettevõtjat, st 29 % kõigist ELis tegutsevatest ettevõtjatest. Jaekaubandussektorit iseloomustab VKEde ja eelkõige mikroettevõtjate väga suur osakaal (enam kui 95 %)¹. Jae- ja hulгимüük on lisaks omavahelisele tihedale seotusele tihedalt seotud ka muude majandussektoritega nagu põllumajandus, tootmine, IT-teenused, energeetika, logistika ja transport². Kõnealused sektorid on omavahel üha rohkem integreeritud ning nende vaheline piir muutub üha vähem tajutavamaks, kuna mõned jaemüüjad tegutsevad ka hulгимüüjatena või isegi tootjatena.

Jae- ja hulгимüügisektoril on strateegia „Euroopa 2020” raames majanduskasvu ja töökohtade loomisel täita oluline roll: tegemist on tähtsate sektoritega, mis võivad edendada üleminekut nii jätkusuutlikumale majandusele kui ka säästlikumatele tarbimisharjumustele. Tõhus tegutsemine kõnealuses sektoris mõjutab nii konkurentsi, innovatsiooni, hinnasuundumusi kui ka konkurentsivõimet.

Jaemüüjatel on ühtse turu ELi tarbijatele lähemale toomisel täita oluline roll. Siiski eksisteerib jätkuvalt tõkkeid, mis takistavad tõhusa ja konkurentsivõimelise ühtse jaekaubandusturu loomist. 2012. aasta mais avaldatud tarbijate tulemustabeli kohaselt ei ole ELi ühtne jaekaubandusturg „veel kaugeltki täielikult integreeritud”³. Mitmesugused tõkked takistavad ka piiriülest sisseostmist ning jaemüüjate turule sisenemist. Ühtse jaekaubandusturu arengut takistavad asjaolud määrati kindlaks komisjoni kaubandus- ja turustusturu järelevalve aruandes,⁴ Euroopa Parlamendi aruandes „Tõhusama ja ausama jaemüügisektori suunas”⁵ ning komisjoni poolt käesoleva tegevuskava ettevalmistamise käigus korraldatud õpikodades⁶. Kui teenuste direktiivis⁷ ja selle järelmeetmetes⁸ määratakse kindlaks teenuste valdkonna üldstrateegia, siis käesolev tegevuskava keskendub konkreetselt jae- ja hulгимüügisektorile. Tegemist on ühtse jaekaubandusturu tegevuskavaga.

Jaekaubandussektoris tuvastatud kitsaskohad, mis sageli ulatuvad mitmesse poliitikavaldkonda, tuleb kõrvaldada sidusa kava abil, millega edendada sektori majanduslikku, sotsiaalset ja keskkonnaalast võimekust ning tagada strateegia „Euroopa

¹ Allikas: Eurostat SBS (2010).

² Kõnealune tegevuskava hõlmab kõiki kaubanduse ja turustuse liike (NACE Rev.2 liigituse jagu G: NACE), sealhulgas auto-, hulgi- ja jaemüük. Seetõttu on pealkirjal „Jaekaubanduse tegevuskava” laiem tähendus, kui „jaekaubandus” kitsamas tõlgenduses.

³ http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/editions/docs/7th_edition_scoreboard_en.pdf

⁴ Jaeturu järelevalve aruanne „Tõhusam ja õiglasem siseturg kaubanduse ja turustuse valdkonnas 2020. aastaks” (KOM(2010) 355 (lõplik), 5. juuli 2010).

⁵ Euroopa Parlamendi 5. juuli 2011. aasta resolutsioon tõhusama ja ausama jaeturu kohta (2010/2109(INI)).

⁶ Õpikojad korraldati 2012. aasta esimeses kvartalis koos jaekaubanduse tarneahela peamiste sidusrühmade esindajatega (kohtumiste kokkuvõtted on kättesaadaval aadressil http://ec.europa.eu/internal_market/retail/index_en.htm).

⁷ Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 2006/123/EÜ, 12. detsember 2006, teenuste kohta siseturul (ELT L 376, 27 detsember 2006, lk 36).

⁸ Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide Komiteele teenuste direktiivi rakendamise kohta: „Teenindussektori majanduskasvu edendamise partnerlus 2012-2015” (COM (2012) 261 final, 8. juuni 2012 ja talituste 8. juuni 2012. aasta töödokumendid (2012) 461 final, 147 final ja 148 final).

2020” eesmärkide täielik täitmine. Nagu juba nõukogu poolt 2012. aasta juulis esitatud riigipõhistes soovitustes märgiti, eksisteerib ELi jaekaubandussektoris kaks peamist probleemi: i) piirangud asutamisdõigusele ning üldisemalt ii) konkurentsivõime puudumine eelkõige teatavate liikmesriikide jaekaubandussektoris, ning vajadus vähendada tõkkeid ja tegevuspiiranguid.

Käesolev tegevuskava on suunatud eespool nimetatud peamiste takistuste kõrvaldamisele, et luua jaekaubandussektori konkurentsivõime parandamise strateegia abil ühtne jaemüügitur ning edendada sektori majanduslikku, sotsiaalset ja keskkonnaalast võimekust. Tegevuskava strateegilisi eesmärke ei ole siiski võimalik saavutada ülevalt alla suunatud meetmetega, vaid selleks on vaja jaekaubandussektori aktiivset koostööd ning algatusvõimet. Näiteks vastutust oskustesse investeerimise eest tuleb jagada ning jaekaubandussektoril peab siin koos valitsuste, üksikisikute ja haridussektoriga olema oluline osa.

Olukord Euroopa jaemüügiteenuste sektoris on mitmetahuline ja keeruline. Seega puudub probleemidele ühtne lahendus ega saa neile läheneda ühtviisi. Jaekaubandussektori mitmekesisus hõlmab erinevusi muuhulgas teenuseosutajate tüübi (VKEd või suuremad äriühingud), ülesehituse (sõltumatute jaemüüjate grupid, ühistud, korporatsioonid jne), müügipunktide suuruse, formaadi, tootesarjade, hõlmatud tarneahelate, asukohtade, ärimudelite, vertikaalse integratsiooni tasemete, omandisuhete ja äritegevuse ulatuse poolest.

Euroopas tuleb tõsta turustuskaubandussektori tootlikkuse taset, säilitades samal ajal töökohtade kvaliteedi ja tööhõive praeguse taseme. Mikroettevõtjate ja VKEde osa ELi lisaväärtusest on suhteliselt suur, mistõttu on vaja võtta meetmeid, millega veelgi enam tõsta nende tootlikkust, et suurendada majanduskasvu ja uute töökohtade arvu ELis. Mõned käesolevas tegevuskavas esitatud meetmed (nt märgistamist käsitlevad meetmed) aitavad ettevõtjatel suunata vahendeid tegevustele, mis loovad reaalselt majanduskasvu ning seega tõstavad nende tootlikkust. See kehtib eelkõige VKEde puhul, mis peavad sageli pühendama suure osa oma inim- ja finantsressurssidest teabe kogumisele eelkõige teistes liikmesriikides kohaldatavate eeskirjade kohta. Mõned käesolevas tegevuskavas esitatud meetmed (elektroonilisi makseid käsitlev meede) edendavad interneti vahendusel toimuvat kaugmüüki ning loovad seega võimalusi eelkõige VKEdele laiendada oma kliendibaasi võimalusel ka väljapoole oma asukohariigi piire. Kõnealused meetmed aitavad saavutada ka teatise „Digitaalarengu tegevuskava”⁹ ning e-kaubanduse tegevuskavas¹⁰ määratletud eesmärke.

2. ÜHTSE JAEMÜÜGITURU ELLURAKENDAMINE

ELi jaekaubandussektor on viimaste aastakümnete jooksul teinud läbi põhjalikud muutused. Sektori ees seisab praegu mitu lahendamist vajavat probleemi, mis ei lase sektoril täie võimsusega aidata saavutada strateegia „Euroopa 2020” majanduskasvu ja töökohtade loomise eesmärke.

Seetõttu on oluline esitada hästi toimiva ühtse jaemüügiture saavutamise strateegia, millega aidatakse kaasa ELi territoriaalsele ja sotsiaalsele sidususele, parandades selleks juurdepääsu jätkusuutlikumatele ja konkurentsivõimelisematele jaemüügiteenustele. Selline strateegia

⁹ Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, nõukogule, Euroopa majandus- ja sotsiaalkomiteele ning Regioonide Komiteele „Euroopa digitaalne tegevuskava” (KOM (2010) 245 (lõplik), 26. august 2010).

¹⁰ Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide Komiteele „Ühtne raamistik usalduse loomiseks digitaalse ühtse turu vastu seoses e-kaubanduse ja internetipõhiste teenustega”, (KOM(2011) 942 (lõplik), 11. jaanuar 2012, tuntud ka kui e-kaubanduse tegevuskava).

kiirendaks märkimisväärselt majanduskasvu ning võimaldaks jaemüüjatel tuua Euroopa tarbijatele veelgi suuremat kasu.

2.1 Muutused jaekaubandussektoris

Kahe viimase aastakümne jooksul on ELi majanduse moderniseerimise tulemusena jaekaubandussektor oluliselt muutunud. Tekkinud on mitmeid tootesarjade müügiga tegelevaid müügivõrgustikke. Vertikaalne integratsioon on võimaldanud jaemüüjatel saada kasu tõhusamast turustamisest ja logistikast. Suuremad jaemüüjad on saavutanud hankeprotsessis märkimisväärsed mastaabisäästu, suurendades nii tarnijatega suheldes oma läbirääkimisjõudu. Keskse hankimise tulemusena on tarnimine muutunud järk-järgult rahvusvahelisemaks nii ELis kui ka kolmandatest riikidest ostes. Teadmiste ühendamiseks ning mastaabisäästu saavutamiseks on loodud ostualliansse ja jaekaubandussektoris tegutsevate sõltumatute VKEde grupe. Lisaks sellele on jaemüüjate soov reageerida paremini tarbijate nõudmistele pannud neid haarama suuremat kontrolli tarneahela üle (nt isikliku kaubamärgiga toodete kaudu)¹¹.

Üheskoos on sellised muutused toonud kaasa müügipunktide, formaatide ja tootesarjade arvu kasvu ning lõpptarbijahindade suhtelise langemise. Suurenenud konkurents ja marginaalide kokkukuivamine on siiski sundinud paljusid väikeseid sõltumatu kauplusi ja VKEdest tootjaid/tarnijaid oma tegevuse lõpetama. Suurenenud surve töötingimustele ei ole tarbija seisukohalt olnud tingimata ainult positiivne ning on mõnikord isegi suurendanud ELi ökoloogilist jalajälge.

2.2 Jaekaubandussektori ees seisavad mitmed probleemid

Jaemüüjate ees seisavad sõltuvalt nende suurusest ja tegevusvaldkonnast praegu mitmesugused probleemid. Jaekaubandussektorile lisab ärimudeli uuendamise osas survet ka e-kaubanduse arendamine. Lisaks sellele tähendab sektorite piiride hägumine (jaemüügitenuste ulatus laieneb uute toodete ja teenuste pideva lisandumise kaudu, need hõlmavad muu hulgas finants-, telekommunikatsiooni- ja reisisenuseid, kommunalteenuseid jne) seda, et ärimudelid muutuvad üha mitmekülgsemaks. Üleilmsed nähtused nagu finantskriisi tagajärjed tarbijate ostujõule, tõusvad toorainehinnad, demograafilised suundumused ja eelkõige ELi elanikkonna vananemine ning püüdlused jätkusuutlikkuse poole, mõjutavad kõik praeguseid jaemüügi ärimudeleid ning -protsesse.

Nagu eespool märgitud, võivad riikide siseturu erinevuste tõttu jaekaubandussektoris probleemid jaemüüja tüübist ja liikmesriigist sõltuvalt erineda. Näitena võib tuua nutitelefoniga maksete tegemise uued tehnoloogia (mobiilimaksed), mis on viimasel ajal esile tõusnud. See nõuab siiski kõnealuste maksete vastuvõtmiseks vajaliku infrastruktuuri loomist müügipunktides. Rohkem kui ühes liikmesriigis tegutsevate suuremate jaemüüjate üheks peamiseks probleemiks on mobiilimaksete vastuvõtmist käsitlevate üleeuroopaliste standardite puudumine. Väiksemad jaemüüjad ei pruugi alati omada uue tehnoloogia kasutamiseks vajalikke oskusi.

2.3 Kõigi osapoolte huvides toimiv ühtne jaemüügiturg

Jaemüügi ühtse turu teelt suuremate kitsaskohtade kõrvaldamine võimaldab kasu tuua kõigile asjaomastele osapooltele ning samuti keskkonnale:

¹¹ Kaubandus- ja turustusturu järelevalve aruandega kaasnev talituste töödokument (SEK(2010)807), lk 11.

- *Tarbijad*: parem juurdepääs kvaliteetsetele jaemüügiteenustele ja -toodetele, konkurentsivõimelisemad hinnad ja parem teavitamine toodete kvaliteedi ja hindade ning keskkonnavalaste omaduste kohta aitaks parandada tarbija valikuvõimalusi nii traditsioonilise kui ka e-kaubanduse vormis toimuva jaemüügi puhul.
- *Ettevõtjaid*: jaemüüjad ning nende tarnijad, eelkõige VKEd saaksid ühtselt turust konkreetset kasu enam ettearvatavama õigusliku keskkonna arendamise kaudu, mis võimaldaks neil luua kogu tarneahela ulatuses veelgi rohkem lisaväärtust. Lisaks sellele, leides lahenduse tarneahelas eksisteeriva ebaõigluse kõrvaldamiseks, oleksid nii tarneahela alg- kui ka lõppetapis osalevate osapoolte suhted jätkusuutlikumad ning see julgustaks neid suurendama innovatsioonialast tegevust ning investeringuid. E-kaubanduse jätkuv areng toob jaemüüjatele kasu, luues neile rohkem võimalusi uute turgude leidmiseks.
- *Töötajad*: jaekaubandussektor peaks saama kvalifitseeritumaid töötajaid ning paremad tööttingimused, millega kaasneb suurem tööga rahulolu. Töötajate koolitamise parandamine aitaks samuti kaasa paremate töövõimaluste tekkele, eelkõige nooremate ja vähem kvalifitseeritute hulgas.

Kõnealuseid erinevaid probleeme ei ole võimalik teineteisest sõltumata lahendada. Pakutud meetmed peavad looma õige tasakaalu majandusvabaduste ja avaliku huvi eesmärkide vahele. Nimetatud eesmärkide saavutamiseks esitatakse käesolevas teatises Euroopa jaemüügi tegevuskava, mille aluseks on 11 konkreetset meetet, mis moodustavad sidusa ja tervikliku Euroopa strateegia¹².

Lisaks sellele loob komisjon *jaekaubanduse konkurentsivõimega tegeleva* alalise *töörühma*, mis hõlmab liikmesriike ja kõiki asjaomaseid sidusrühmi ning eelkõige VKEsid. Töörühma eesmärk on edendada *jaekaubandusega seotud seisukohtade* ulatuslikumat kaasamist poliitilistesse kavadesse, suurendades selleks teadlikkust jaekaubandussektoriga seotud küsimuste ja probleemide kohta. Töörühm aitab töötada asjaomastes valdkondades välja konkreetseid eesmärke, jälgib nende saavutamist, annab soovitusi käesolevas kavas esitatud meetmete täieliku rakendamise tagamiseks ning annab vajaduse korral komisjonile võimalike täiendavate meetmete kohta nõu.

3. VIIS PEAMIST TEGURIT KONKURENTSIVÕIMELISEMATE JA JÄTKUSUUTLIKUMATE JAEMÜÜGITEENUSTE VÄLJATÖÖTAMISEKS

Komisjon on kindlaks määranud järgmised viis põhiprioriteeti:

- (1) *Tarbijate otsustuspädevuse suurendamine* – see peaks muu hulgas saavutatama toodete hindade ja kvaliteedi kohta läbipaistvama, usaldusväärsema ja kergemini võrreldava teabega.
- (2) *Parem juurdepääs jätkusuutlikumatele ja konkurentsivõimelisematele jaemüügiteenustele* – nii traditsioonilise kui ka e-kaubanduse vormis toimuv

¹² Kavandatud lähenemisviis on kooskõlas komisjoni teatises Euroopa Parlamendile, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ja Regioonide Komiteele „ELi õigusloome kvaliteet”, (COM (2012) 746 final, 12. detsember 2012) esitatud põhimõtetega. Komisjon kohustub kõnealuses kontekstis vaatama läbi jaemüügisektorit käsitlevad kehtivad õigusaktid, uurimaks võimalusi eeskirjade lihtsustamiseks ning ettevõtjatele ja kodanikele tekkivate reguleerimise kulude vähendamiseks, ilma et see seaks ohtu avaliku poliitika eesmärkide realiseerimisele.

jaemüük saaks kasu paremast juurdepääsust turgudele, seda eelkõige selgemate ja läbipaistvamate asutamiseeskirjade kaudu.

- (3) *Õiglasemad ja jätkusuutlikumad kaubandussuhted jaemüügi tarneahelas* – sidusrühmad saaksid kasu raamistikust, mille abil tõhusalt võideldakse ebaausate kaubandustavade vastu.
- (4) *Innovaatilisemad lahendused* – sidusrühmadele oleks kasulik, kui uurimistulemused jõuaksid kiiremini turule.
- (5) *Parem töökeskkond* – nii töötajad kui ka tööandjad saavad kasu paremate töötingimuste loomisest ning lõhe kõrvaldamisest nõutavate ja pakutavate oskuste vahel.

3.1 Tarbijate otsustuspädevuse suurendamine

Euroopa tarbijakaitse tegevuskavas¹³ rõhutatakse, et tarbijate otsustuspädevuse suurendamine integreeritud ühtsel turul nõuab tugevaid põhimõtteid ja vahendeid. Sellise raamistikuga tagatakse tarbijate õiguste korrektne jõustamine, juurdepääs tõhusale õiguskaitsemehhanismile, usaldusväärsele ja asjakohasele teabele ning parem tarbijate harimine.

Otsustuspädevad tarbijad suudavad teha paremaid ostuotsuseid. Nad otsivad teavet ja kasutavad seda. Nad tunnevad oma õigusi ja kasutavad neid. Teadlikumad ja kaasatumad tarbijad ei ole mitte ainult suuteliselt leidma majanduslikult soodsamaid pakkumisi, vaid on rohkem huvitatud ka säästlikust ja eetilise tarbimisest. Tarbija valikud ja eelistused on ühed peamised jaekaubandussektori arengut edasi viivad tegurid. Jaemüüjatel on tarbijate ostuotsuste positiivseks mõjutamiseks head eeldused: olles igapäevaselt kontaktis oma klientidega ning kasutades mõjuvõimu tarneahela teiste osapoolte suhtes, on jaemüüjatel võimalus teavitada tarbijaid toodetest, mis on kõrgema kvaliteediga ja eetilise tootud või mis eristuvad teistest oma parema keskkonnaalase ja/või sotsiaalse võimekuse poolest.

Tarbijate jaoks läbipaistvuse suurendamise abil on jaekaubandussektoril potentsiaali luua tõeliselt ühtne jaekaubanduseturg. Võimaldades tarbijatele kergemat juurdepääsu usaldusväärsele, olulisele ning teemakohasele teabele üle ELi kättesaadavate erinevate pakkumiste kohta, annab see neile võimaluse ühtse turu võimalusi täielikult ära kasutada. Pakkumiste võrdlemise lihtsustamine aitaks tarbijatel valida nende vajadustele kõige paremini sobivaid tooteid ja teenuseid, mis edendaks tervistavat konkurentsi. Koos teiste ELi turu järjepideva killustumise vastu võitlevate meetmetega peaks see kaasa aitama hindade ühtlustumisele ELis. Tarbijatele mõeldud teabe läbipaistvuse ja usaldusväärseuse parandamisele suunatud meetmed oleksid kõige kasulikud eelkõige siis, kui neid rakendatakse ELi tasandil. Ainult siseriikliku tasandi meetmetega ei suudetaks luua tõeliselt integreeritud ühtse turuga kaasnevat kasu isegi siis, kui kõnealused meetmed oleksid väga hästi kavandatud.

3.1.1 Tarbijate teavitamine

Olemasolevate uurimistulemuste kohaselt otsib enamik interneti kasutavatest eurooplastest toodete hinna- või kvaliteedivõrdlust võimaldavaid andmeid enne kauba ostmist internetis või

¹³ Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, nõukogule, Euroopa majandus- ja sotsiaalkomiteele ning Regioonide Komiteele „Euroopa tarbijakaitse tegevuskava - suurem usaldus ja kiirem kasv” (COM (2012) 225 final, 22. mai 2012).

väljaspool seda. Sellise teabe ülekülluse tõttu pöörduvad tarbijad sageli selliste vahendajate poole nagu võrdlemisveebisaidid, mis aitavad neil leida parima pakkumise. Kuigi sellised veebisaidid aitavad tarbijatel pakkumisi võrrelda, on selliste teabevahendajate toimimistavades ka märkimisväärseid puudujääke¹⁴. Et olla tarbijatele tõeliselt abiks, peaksid võrdlemisveebisaidid vastama tarbijate vajadustele ning olema läbipaistvad, usaldusväärsed, kõikehõlmavad ning kergesti kasutatavad. Piiriüleste pakkumiste lisamine võrdlemisveebisaitidele on oluline, et tarbijad saaksid ühtse turu võimalusi täielikult ära kasutada.

Lisaks sellele kaasneb tarbijate parema teavitamisega mitte ainult tarbijate teadlikkuse tõstmine, et nad suudaksid oma õiguste eest paremini seista, vaid see tõstab ka ettevõtjate teadlikkust ühtsel turul kohaldatavatest tarbijaõigusi käsitlevatest õigusaktidest tulenevatest kohustustest.

Nagu Euroopa tarbijakaitse tegevuskavas ja e-kaubanduse tegevuskavas märgitud, hakkab komisjon tegema vahendajate ja kaupmeestega koostööd, et töötada välja käitumisjuhendid, heade tavade suunised ja/või vajaduse korral muud hinnavõrdlusvahendid.

Lisaks sellele koondab ELi internetiõiguste juhis osana digitaalarengu tegevuskavast läbipaistval ja terviklikul viisil kokku ELi õigusaktides sätestatud tarbijate õigused, mis on seotud digitaalkeskkonnaga. Kõnealused juhised on oluline vahend tarbijate hulgas usalduse loomiseks ning see aitab kaasa veebipõhiste teenuste kasutamise levikule¹⁵.

3.1.2 Säästvamad tarbimisvalikud

Organisatsioonide ja toodete keskkonnatoimet mõõdetakse ja sellest teavitatakse praegu erinevate kanalite ja vormingute abil era- ja avaliku sektori erinevate algatuste raames, millel on erinevad eesmärgid, ning selleks kasutatakse eri hindamismetoodikaid. Selle tulemusena kasutatakse väga erinevat märgistust, nõudeid ja aruandluskavasid. Euroopa ühtlustatud meetodika kasutuselevõtt muudab valdkonna tarbijate jaoks läbipaistvamaks. Sellise meetodika väljatöötamisel tagab komisjon, et ettevõtjate jaoks kehtivad võrdsed tingimused ning eelkõige VKEde kulud oleksid võimalikud madalad.

Meetmed:

- (1) *Sidusrühmadega peetava dialoogi kaudu töötab komisjon välja heade tavade suunised ja/või käitumisjuhendid, millega lihtsustada tarbijate juurdepääsu läbipaistvale ja usaldusväärsele teabele, mis teeb kaupade ja teenuste hindade, kvaliteedi ning säästlikkuse võrdlemise lihtsamaks.*
- (2) *Komisjon pakub välja Euroopa meetodika toodete ja organisatsioonide üldise keskkonnatoime mõõtmiseks ja sellest teavitamiseks.*

3.2 Juurdepääs konkurentsivõimelisematele jaemüügiteenustele

Jaemüügiteenuste kättesaadavus on viimastel aastatel nii asukoha kui ka kättesaadavuse poolest märkimisväärselt paranenud. E-kaubanduse arendamine on muutunud jaemüüjate

¹⁴ *Consumer market study on the functioning of e-commerce and internet market and selling techniques in the retail of goods* (Tarbijaturu uuring e-kaubanduse ja internetituru toimimise ning jaemüügi meetodite kohta), CIVIC consulting, 2011:

http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/market_studies/e_commerce_study_en.htm

¹⁵ <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/code-eu-online-rights>

ärimudelite lahutamatuks osaks, suurendades olemasolevate toodete/teenuste valikut ning lihtsustades hinnavõrdlust. Sellegipoolest ootavad jaemüügiteenuste valdkonnas konkurentsi edendamisel lahendamist mitmed probleemid.

Vajadus kaotada olemasolevad asutamisõigust piiravad tõkked ning üldisemalt tugevdada konkurentsi jaemüügi sektoris olid ühed peamised 2012. aasta Euroopa poolaasta riigipõhistest soovitud, mille eesmärk oli luua Euroopas rohkem majanduskasvu ja töökohti. Eelkõige e-kaubandusega seotud konkurentsi soodustavate meetmete kasutuselevõtmine aitaks tugevdada ühtset turgu, seda eelkõige VKEde seisukohast. Lisaks sellele võiks hiljutiste hinnangute¹⁶ kohaselt ELi SKP teenuste direktiivi täieliku rakendamise korral sellest tuleneva majandusliku mõju tõttu suurenda kuni 2,6 %. Kuna jae- ja hulgemüügisektorid moodustavad kõigi teenuste direktiiviga hõlmatud sektorite lisaväärtusest neljandiku, peaks kõnealustes sektorites allesjäänud tõkete kõrvaldamise mõju olema märkimisväärne.

3.2.1 Kaubandusettevõtja

Jaemüüjate vahelist konkurentsi saab tõhustada turule sisenemise lihtsustamise abil. Jaemüügi arendamiseks õige asukoha valimine ning tegevuse õigeaegne alustamine on äriedu saavutamise seisukohast otsustava tähtsusega. Praktikaks rakendamine ei sõltu ainult sobiva kinnisvara kättesaadavusest, vaid ka äritegevust ja ruumilist planeerimist käsitlevate eeskirjade ning menetluste olemasolust, mis ei takista ebamõistlikult konkurentsi.

Vastutus tasakaalustatud ja jätkusuutliku territoriaalse arengu eest lasub peamiselt liikmesriikidel. Liikmesriikide tegevusest sõltub piirangute seadmine asukohale või toodete/teenuste valikule, mida jaemüüjad pakkuda võivad. Sellised piirangud mõjutavad oluliselt: i) territoriaalset korraldust (nt liiklus- ja transpordinfrastruktuur); ii) ulatust, mille piires võivad ettevõtjad kauplusi avada ja neid pidada ; iii) jaemüüjate tüüpi ning iv) tarbijate valikuvõimalusi. Nagu Euroopa Liidu kohus on tunnistanud, võivad asutamisvabaduse piirangud olla põhjendatud ülekaalukast avalikust huvist tulenevatel põhjustel nagu keskkonnakaitse, asulaplaneerimine ning tarbijakaitse, tingimusel, et piirangud on asjakohased ja proportsionaalsed¹⁷.

Seetõttu on oluline tagada ühelt poolt asutamisvabaduse järgimine ja konkurentsi moonutamise vältimine, ning teiselt poolt ELi üldpoliitikas kindlaks määratud oluliste eesmärkide ja huvide järgimine. Vaja on järgida tasakaalustatud lähenemisviisi, mille raames võetak muu hulgas arvesse jätkusuutliku arengu, territoriaalse ühtekuuluvuse ning kvaliteetse linna- ja maaelu kavandamist ning keskkonnamõtjude vähendamist¹⁸.

Kõnealuses valdkonnas kohaldatav teenuste direktiiv sisaldab liikmesriikide jaoks ka mitmeid ühemõttelisi kohustusi. Üheks selliseks on kohustus kõrvaldada sellised teenuste direktiiviga keelatud nõuded nagu majandusliku põhjendatuse testid, mille puhul eeldab teenuste osutamist võimaldava loa andmine majandusliku vajaduse või turunõudluse olemasolu tõendamist, tegevuse võimaliku või praeguse majandusliku mõju hindamist või hinnangut selle kohta, kas tegevus on kooskõlas pädeva asutuse majanduslike planeerimiseesmärkidega.

¹⁶ Vt http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/economic_paper/2012/ecp456_en.htm.

¹⁷ Euroopa Liidu Kohtu otsust kohtuasjas C-400/08, komisjon vs Hispaania, 24. märts 2011.

¹⁸ Keskkonnamõtmete asjakohasuse hindamisel kasutatakse erinevaid vahendeid, sealhulgas keskkonnamõju strateegilist hindamist käsitlevat direktiivi (direktiiv 2001/42/EÜ). Lisaks sellele tuleb konkreetsete projektide nagu kaubanduskeskuste ja parklate ehitamise jaoks teostada keskkonnamõju hindamise direktiivi artikli 4 lõikes 2 sätestatud „uurimine“, mille alusel otsustatakse, kas keskkonnamõtjude hindamise menetlus on vajalik.

Teatise teenuste direktiivi rakendamise kohta¹⁹ kuulutas komisjon välja täisleppimatuse poliitika, et kõrvaldada nõuete mittetäitmise järelejäänud juhud, mis käsitlevad näiteks selliseid üheseid kohustusi nagu majandusliku põhjendatuse testide nõudmise lõpetamine, mida mõned liikmesriigid siiani kohaldavad vaatamata sellele, et need on teenuste direktiivi alusel keelatud. Täisleppimatuse poliitika ei hõlma siiski selliseid planeerimisnõudeid, mis käsitlevad avalike huvidega seotud olulisi põhjuseid²⁰.

Seetõttu tuleks teatavaid olulisi ELi eesmärke (nagu territoriaalne ühtekuuluvus ja keskkonnakaitse) arvesse võttes teha jõupingutusi, et määrata kindlaks ja levitada kaubanduse planeerimise häid tavasid, millega on võimalik tagada konkurentsivõimelise jaekaubandussektori ning linnade ja maapiirkondade tasakaaluka ja säästva arengu edukas kooslus kogu ELis.

3.2.2 E-kaubandus

E-kaubanduse märkimisväärne laienemine on edendanud traditsiooniliste jaemüüjate ja veebipõhiste turustamiskanalite vahelist konkurentsi ning on loomas uusi võimalusi, mis võivad peita endas olulist kasvupotentsiaali. E-kaubandus moodustab praegu siiski ainult 5 % kogu ELi jaemüügist²¹ ning ainult 10 % ELi elanikest on sooritanud ostu teises liikmesriigis asuva veebisaidi kaudu, oma liikmesriigis on seda teinud aga 39 % inimestest²². Nimetatud arvud näitavad digimajanduse tohutut kasutamata potentsiaali. Sellise uue reaalsusega kohanemine, töötades selleks välja mitmekanalilisi strateegiaid, annaks VKEdele võimaluse kasutada internetiga seotud kasvupotentsiaali. Internetitehnoloogiat suures ulatuses kasutavad VKEd kasvavad ja ekspordivad tõepoolest kaks korda rohkem kui teised. Nad loovad ka kaks korda rohkem töökohti²³. Näiteks 97 % eBay majanduslikul eesmärgil tegutsevatest müüjatest ja 94 % kõige väiksematest müüjatest, kelle osa nimetatud majanduslikul eesmärgil tegutsevatest müüjatest on 10 %, müüvad oma kaupa välismaal²⁴. See näitab, et VKE saab isegi piiratud investeringu abil kasutada välisturule jõudmiseks veebipõhist platvormi ning arendada välja piiriülese äritegevuse, millel on märkimisväärne potentsiaal. Sellises muutuv keskkonnas jälgib komisjon tähelepanelikult arenguid nii internetis kui ka väljaspool seda eksisteerival jaemüügiturul, uurib mõlema rolle moodsas jaekaubanduses ning kujundab oma võimalikud meetmed nii, et sellisele dünaamikale positiivselt reageerida.

Kõnealuses kontekstis on oluline kontrollida, et uued seadusandlikud ettepanekud ei mõjutaks negatiivselt traditsioonilist jaekaubandust ega ka e-kaubandust, seda eelkõige seoses piiriülese müügitgevusega. Seetõttu tuleb uusi seadusandlikke ettepanekuid arutades tähelepanelik olla. Komisjon kontrollib iga vastava uue ettepaneku puhul ennetavalt kõnealust aspekti.

Meetmed:

- (3) *Liikmesriigid peavad kõrvaldama kõik järelejäänud juhud, kus ei täideta teenuste direktiivi kohaseid üheseid kohustusi, mis käsitlevad juurdepääsu jaemüügiturule ja jaemüügitenuse osutamist, sealhulgas majandusliku põhjendatuse testide*

¹⁹ COM(2012) 261 final.

²⁰ Teenuste direktiivi rakendamist käsitleva teatisega kaasnev talituste töödokument (SWD(2012)148 final, 8. juuni 2012).

²¹ Allikas: Eurostat, info- ja sidetehnoloogia kasutamine ning e-kaubandus ettevõtjates, 2011.

²² Allikas: Eurostat, info- ja sidetehnoloogia kasutamine kodus ja üksikisikute poolt, 2011.

²³ *Internet Matters, the net's sweeping impact on growth, jobs, and prosperity*, McKinsey Global Institute, mai 2011.

²⁴ Allikas: eBay study, „Enabling traders to enter and grow on the global stage”, juuni 2012.

nõudmise lõpetamist teenuste direktiivi artikli 14 lõike 5 tähenduses. Komisjon kohaldab võimaluse korral rikkumismenetluste kaudu täisleppimatuse poliitikat.

(4) *Komisjon:*

- a) käivitab jaekaubandussektori toimekontrolli, et kontrollida, kuidas kohaldavad pädevad asutused äritegevust ja ruumilist planeerimist käsitlevaid eeskirju, kui võimalikud teenuseosutajad soovivad avada väikse, keskmise või suure jaemüügipunkti.*
- b) selgitab parimate tavade vahetuse kaudu asutamisvabaduse, ruumilise/äritegevuse planeerimise ning keskkonna- ja sotsiaalkaitse vahelist sobivat tasakaalu.*

3.3 Tasakaalustatuma ettevõtjatevahelise toiduainete ja muude kaupade tarneahela väljatöötamine

Ebaausad kauplemistavad on tavad ja tingimused, mis kalduvad suurel määral kõrvale heast äritavast ning on vastuolus hea usu ja ausa kauplemise põhimõttega ettevõtjatevahelistes suhetes. Ettevõtjatevaheline toiduainete ja muude kaupade tarneahel kujutab endast ettevõtjate või ettevõtjate ja riigiasutuste vaheliste tehingute ahelat, mille kaudu toimub peaaesjalikult üldsusele mõeldud kaupade tarnimine isiklikuks või kodumajapidamiste tarbeks või kasutuseks. Tarneahelasse kuuluvad mitmed osalised (tootjad/töötajad/turustajad). Ettevõtjatevahelise toiduainete ja muude kaupade tarneahela hea toimimine on kõnealuste sektorite maksimaalse majandusliku potentsiaali saavutamiseks ülioluline. Ebaausaid kauplemistavasid kasutatakse sageli tugevama ja nõrgema osapoolte vahelise ebavõrdse jõuvahekorra olemasolul.

Ausus ettevõtjatevahelistes suhetes tagab, et ettevõtjatevaheline toiduainete ja muude kaupade tarneahel toimib korrektselt. Väidetavalt võib ebaausate kauplemistavade negatiivne mõju kahjustada ettevõtjate ja eelkõige VKEde suutlikkust investeerida ja innovatsiooniga tegeleda. Ebaausate kauplemistavade näitena võiks nimetada tavasid, mis võimaldavad jaemüüjatel suunata osa jaekaubanduse riskist tagasi tarnijatele. Sellist käitumist võidakse kohaldada väikeste müügimahtude, allahindluste ja hooajalõpu inventuuride jne puhul. Ebaausate kauplemistavade teise näitena võiks nimetada olukorda, kus teatavate rahvusvaheliste tarnijate seatud territoriaalsed tarnepiirangud takistavad jaemüüjatel hankida samasuguseid tooteid teises riigis asuvast keskest asukohast, kust neid oleks võimalik tarnida teistesse liikmesriikidesse. Sellised piirangud killustavad turgu ning selle tulemuseks võivad olla märkimisväärsed riikidevahelised hinnaerinevused. Kõnealuste probleemide lahendamine kaotaks sellised erinevused ning aitaks ühtse turu eelised tarbijateni tuua.

Ebaausate kauplemistavade kõrvaldamiseks eksisteerib siseriiklikul tasandil erinevaid lähenemisviise. Ebaausate kauplemistavade suhtes meetmete võtmisel on siseriiklikud (regulatiivsed või isereguleerivad) eeskirjad tavaliselt liikmesriigiti erinevad. Liikmesriikides, kus puuduvad konkreetset raamistikud ebaausate kauplemistavade kohta, esitatakse sageli põhjenduseks argument, et üldine konkurentsioigus on probleemi lahendamiseks piisav või tuntakse teatavat tõrksust osapoolte lepinguvabadusse sekkumise vastu, seda eriti kui ei ole tegemist konkurentsieeskirjade rikkumisega.

Toiduainetesektori sidusrühmad kasutasid kõnealuses küsimuses isereguleeruva lahenduse leidmiseks toiduainete tarneahela toimimise parandamist käsitlevat kõrgetasemelist foorumit. Ettevõtjatevahelisi lepingulisi suhteid käsitlev ekspertide platvorm on töötanud välja toiduainete tarneahela vertikaalsetes suhetes kohaldatavate ausate tavade põhimõtted, mille on

allkirjastanud 11 organisatsiooni, kes esindavad Euroopa toiduainete tarneahela erinevaid huvisid²⁵. Platvorm on samuti teinud tööd jõustamismehhanismi kallal. Ühistest jõupingutustest hoolimata ei leidnud väljapakutud raamistik kogu tarneahela esindajate toetust ning kindlaks jäid määramata kohustuste täitmatajätmise korral ette nähtud tõhusad parandusmeetmed. Töö käib kompromissi leidmiseks kõnealuse sektoripõhise lähenemisviisi kaudu ning komisjon jätkab toiduainete tarneahelas toimuvate konkreetsete arengute jälgimist.

Tagamaks, et tõhusate lahenduste leidmine on võimalik, tuleks ettevõtjatevahelises tarneahelas esinevate ebaausate kaubandustavade küsimusele läheneda laiaulatuslikumalt. Jaekaubandussektoris ning eelkõige segaformaadiga seoses aset leidnud areng tähendab, et ebaausaid kaubandustavasid võib esineda ettevõtjatevahelise toiduainete ja muude kaupade tarneahela muudes sektorites.

3.3.1 Ebaausate kaubandustavade suhtes võetavad meetmed

Osana käesolevast tegevuskavast võtab komisjon samaaegselt vastu ettevõtjatevahelises toiduainete ja muude kaupade tarneahelas esinevaid ebaausaid kauplemistavasid käsitleva rohelise raamatu. Rohelise raamatuga algatatakse kõnealust teemat käsitlev konsultatsioon, mille tulemusi on oodata 2013. aasta hiliskevadel. Komisjon kaalub 2013. aastal konsultatsiooni tulemuste põhjal, milliseid asjaomaseid meetmeid edaspidi võtta.

Meede:

(5) *Komisjon võtab vastu rohelise raamatu, milles kirjeldatakse üksikasjalikult ettevõtjatevahelises toiduainete ja muude kaupade tarneahelas esinevate ebaausate kauplemistavade ühisjooni ning algatatakse konsultatsioon, mille tulemusi on oodata 2013. aasta hiliskevadel. Konsultatsiooni tulemused võetakse arvesse mõjuhindangus, milles vaadeldakse erinevaid valikuvõimalusi kõnealuse küsimuse lahendamiseks ELi tasandil.*

3.4 Jaekaubanduse säästvama tarneahela väljatöötamine

ELi jae- ja hulgimüügi sektori keskkonnatoime optimeerimise abil (nt vähendades toidujäätmete ja tarbetu pakendamise hulka ja edendades säästvat tarnimist) oleks võimalik tõsta elatustaset ja elukvaliteeti ELis, säästes samal ajal ressursse ning toetades innovaatilisi VKEsid, mis edendavad keskkonnasõbralikku tegevust.

3.4.1 Säästvam tootmine ja tarbimine

Jaemüüjatel on säästlikumate tarbimisharjumuste edendamisel keskne roll. Seda mitte ainult igapäevase kontakti kaudu miljonite Euroopa tarbijatega, vaid ka oma tegevuse ja suhete kaudu tarnijatega. Uurimistulemused²⁶ näitavad, et on väga oluline, et jaemüüjad püüdlavad selle poole, et pakkuda säästvamaid ja keskkonnasõbralikumaid tootesarju ning liiguvad seega rohelisema tarneahela kasutamise suunas²⁷. Mõned jaemüüjad on sellised strateegiad juba välja töötanud ning on need edukalt oma igapäevastes äritavades rakendanud.

²⁵ AIM, CEJA, CELCAA, CLITRAVI, Copa Cogeca, ERRT, EuroCommerce, EuroCoop, FoodDrinkEurope, UEAPME ning UGAL.

²⁶ Nt EU EMASi sektorite viitedokument *Best Environmental Management Practices (BEMPs) in the Retail Trade Sector*.

²⁷ Teadusuuringute Ühis keskus /Tulevikutehnoloogiate Instituut *Pilot Reference Document on Best Environmental Management Practice in the Retail Trade Sector* (2011),

Jaemüüjatel on täita oluline roll tarbijate suunamisel tegema säästvamaid otsuseid, samuti erinevate ökomärgiste ja –nõuete kasutamisest tuleneva segaduse lahendamisel, edendades toodete selget ja võrreldavat ökoloogilise jalajälje arvutamist²⁸ ning parandades teadlikkust ELi ökomärgise kohta.

Teine oluline küsimus on seotud energiasäästuga. Toiduainete jaemüüjate potentsiaal parandada energiatõhusust on eriti suur. Kõige olulisemad meetmed hõlmavad müügilette ning külmutusseadmete heitsoojuse kogumist, et kasutada seda ruumide kütteks ning samuti looduslike külmaainete kasutamist²⁹.

3.4.2 Toidujäätmete vähendamine

Teadlikkuse suurendamine ja tarbijate toetamine toidujäätmete vähendamisel on säästvate tarbimisharjumuste saavutamisel oluline tähtsus. Kõnealuste jäätmete põhjustajaks on peamiselt: i) tarneahela ebatõhusus; ii) laovarude ebatõhusus; iii) turundusstrateegiad ning iv) turustusnormid (toodet ei panda müüki pakendamisel tekkinud probleemide tõttu, kuigi need ei mõjuta toidu kvaliteeti ega turvalisust). Kõnealuse olulise küsimuse lahendamiseks hindab komisjon praegu, kuidas oleks võimalik kõige paremini toidujäätmete teket kogu toidutarneahela ulatuses vähendada, et saavutada ressursitõhususe tegevuskavas kindlaks määratud oluline eesmärk vähendada 2020. aastaks toidujäätmete tekkimist poole võrra.

Jaemüüjate roll vahendajatena on toidujäätmete vähendamisel olulise tähtsusega. Jätkusuutlikkust käsitlev jaekaubandusfoorum³⁰ on paljusid sidusrühmi ühendav platvorm, mille eesmärk on vahetada ELi jaekaubandussektori jätkusuutlikkust käsitlevaid parimaid tavasid ning tuvastada võimalusi ja tõkkeid, mis võivad säästva tarbimise ja tootmise saavutamist edendada või takistada. Foorum kutsuti kokku säästva tarbimise ja tootmise ning säästva tööstuspoliitika tegevuskava³¹ alusel ning selle raames tegeletakse juba oluliste keskkonnaküsimuste lahendamise, sealhulgas ühtsete vabatahtlike meetmete abil toidujäätmete küsimusega³².

Meetmed:

(6) *Komisjon toetab jaemüüjaid olemasolevate ELi platvormide kontekstis täiendavate*

<http://susproc.jrc.ec.europa.eu/activities/emas/documents/RetailTradeSector.pdf> ja Teadusuuringute Ühiskeskus /Tulevikutehnoloogiate Instituut (Styles et al), *Environmental Improvement of Product Supply Chains: A Review of European Retailer' Performance, Resources, Conservation and Recycling* 65 (2012) 57-78, ja *Environmental Improvement of Product Supply Chains: Proposed Best Practice Techniques, Quantitative Indicators and Benchmarks of Excellence for Retailers, Journal of Environmental Management* 110 (2012) 135-150.

²⁸ Vastavalt ühtse turu aktile võtab komisjon 2013. aastal vastu keskkonnasõbralike toodete ühtset turgu käsitleva teatise, mis hõlmab teatavate tootekategooriate ökoloogilise jalajälje arvutamise ühtlustatud kriteeriume ja meetodikaid.

²⁹ Teadusuuringute Ühiskeskus /Tulevikutehnoloogiate Instituut: *Pilot Reference Document on Best Environmental Management Practice in the Retail Trade Sector for a description of techniques to explore the Retail Sector's significant energy-saving potential.*

³⁰ http://ec.europa.eu/environment/industry/retail/index_en.htm

³¹ Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide Komiteele säästva tarbimise ja tootmise ning säästva tööstuspoliitika kohta, (KOM (2008) 397 lõplik, 16. juuli 2008).

³² Jäätmeid käsitlev jaekaubanduse kokkuleppe (http://ec.europa.eu/environment/industry/retail/event_2012/pdf/retail-agreement-on-waste.pdf) sõlmiti 2012. aasta oktoobris jaemüügifoorumi iga-aastaselt kohtumisel 19 jaemüügiettevõtja ja assotsiatsiooni poolt, kes kohustusid 2014. aasta keskpaigaks rakendama vähemalt kahte jäätmete vähendamist käsitlevat teadlikkuse tõstmise algatust.

toidujäätmeid vähendavate meetmete võtmisel, kahjustamata seejuures toiduohutust (teadlikkuse tõstmine, teavitamine, toiduainete toidupankadesse ümberjagamise lihtsustamine jne); kasutades selleks näiteks jäätmeid käsitlevat jaekaubanduse kokkulepet ning tegeleb toidujäätmeid käsitleva pikaajalise poliitika väljatöötamisega, sealhulgas 2013. aastal vastu võetava säästvat toitu käsitleva teatise koostamisega.

- (7) *Komisjon määrab sidusrühmadega peetava dialoogi kaudu kindlaks parimad tavad, millega muuta tarneahelaid keskkonnasõbralikumaks ning säästvamaks ning vähendada jaemüügipunktide energiatarbimist. Komisjon kutsub jaemüüjaid olemasolevate foorumite raames kõnealuseid häid tavasid kohaldama.*

3.5 Innovaatilisemate lahenduste väljatöötamine

Innovatsioon on majanduskasvu tagamisel üks olulisemaid tegureid. Jaemüüjad on innovatsiooni edendamisel tähtsal kohal. Nad jälgivad tähelepanelikult tarbimissuundumusi, mille kujundamisel nad ise ka osalevad ning nad edastavad selle teabe tarnijatele. Jaemüüjad tegutsevad *innovatsiooni edendajatena*, kes võtavad kiiresti kasutusele ja rakendavad uut tehnoloogiat kogu tarneahelas. Jaemüüjad on uue tehnoloogia esimesed kasutuselevõtjad ning toovad uuendusi ja lisaväärtust kogu jaemüügiahelasse. Logistikasektoris võimaldavad jaemüüjate nutikad laoruumid näiteks suurte raskuste lihtsamat ja kiiremat liigutamist, kui see toimuks käsitsi. Tõhusam tegevus vähendab tööõnnetuste ohtu ning tõstab samal ajal tootlikkust. Mõned jaemüüjad on välja töötanud ka internetis tellitud kaupade vastuvõtuks ja kättetoimetamiseks spetsiaalsed ruumid, mis aitab muuta tarneahela säästvamaks.

Paljud ELi jaemüüjad ei ole oma tegevusse piisavalt kiiresti uuendusi sisse viinud, mistõttu uuest tehnoloogiast ei saada täit kasu. Osaliselt võib selle põhjuseks olla jaekaubandusteenuste eripära (nt kergesti kopeeritavad, alati kliendile sunnatud, sageli mittetehnoloogilised ja teenustele suunatud). Rahvusvahelises kontekstis võib siiski näha, et enamik Ameerika Ühendriikide ettevõtjaid on investeerinud jaekaubandusega seotud innovatsiooni.

Seetõttu tuleks kindlaks määrata pädevad mehhanismid, millega on võimalik parandada jaemüüjate osalemist Innovatiivse liidu juhtalgatuses, mis hõlmab terviklikku innovatsioonistrateegiat teadusuuringutest kuni jaemüügini³³. Liikmesriikide erinevatest õiguskordadest tuleneva turgude killustatuse probleemi ületamiseks tuleks uurida innovaatilisi tehnoloogilisi lahendusi ning lõdvendada koormavaid ja kulukaid kohustuslikke eeskirju. Teadusuuringute tulemuste ja ideede kiirem turuletoomine jaemüüjate protsessi parema kaasamise kaudu aitaks kaasa ka jaekaubandussektori tootlikkuse tõstmisele.

Innovatsioonivaldkonnas tegutsejatele võrdsete tingimuste loomine aitaks edendada ühtse turu suuremat integreeritust, toetades samal ajal uuenduslikest VKEdest tulenevate heade tavade kasutuselevõttu. Suurel osal VKEdest on suurepärane innovatsioonivalmidus, sõltumata sellest, kas nad on noored kõrgtehnoloogiaettevõtted või traditsioonilised käsitööfirmad ning kas nad tegutsevad kohalikul turul või on neil kliente kogu maailmas. Rohkem kui neljandik

³³ Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide Komiteele „Euroopa 2020 – strateegiline juhtalgatus Innovaatiline liit” (KOM (2010) 546 (lõplik), 6. oktoober 2010).

(27 %) ELis innovatsiooniga tegelevatest VKEdest töid 2008. aastal turule uusi või tõhustatud tooteid³⁴.

VKEdel on jaekaubandussektoris täita väga oluline roll tagada toodete ja teenuste tarbijatele kättesaadavus (koha, aja ja valiku mõttes). Kuna jaekaubandus on tarbijale orienteeritud sektor, siis võimaldavad VKEde põhjalikud teadmised turu kohta neil kiiresti kindlaks teha, millistes valdkondades saaks uus tehnoloogia tarbijate vajadusi kõige paremini rahuldada. Lisaks sellele on VKEd tänu oma organisatsioonilisele paindlikkusele suutelised väga lihtsalt uusi tooteid ja teenuseid välja arendama või olemasolevatesse muudatusi tegema, et tarbijate vajadusi kõige tõhusamalt rahuldada.

3.5.1 Toodete märgistamine

Erinevad kohustuslikud märgistusnõuded võivad takistada ettevõtjaid kogu ELis parimat hinda otsides vabalt kaupu või teenuseid ostmast. Toiduainete märgistamist käsitlevas kehtivas ELi õiguskorras³⁵ ühtlustatakse kohustuslik toidualane teave. See võimaldab siiski ka täiendavate kohustuslike märgistusnõuete kasutuselevõttu siseriiklikul tasandil teatavatel eritingimustel. Seega, isegi kui liikmesriikides kohaldatavad eeskirjad on sarnased, nõuab toodete turustamine mõnedel juhtudel riigipõhist vastavushindamist. Sellest tulenev õiguslikult keerukas olukord võib takistada piiriülest hankimist ning raskendada mastaabisäästust kasu saamist.

Kõnealuses valdkonnas läbipaistvuse suurendamine oleks kasulik kõigile sidusrühmadele. Algatatakse toiduainesektori ELi ja siseriiklike märgistamisnõudeid ühendava katselise andmebaasi teostatavusuuring, et teha märgistamiseeskirju käsitlev teave kõigile kättesaadavaks. Vaatluse all on innovaatilised tehnoloogialahendused (nt kauplustes traditsioonilise märgistuse asemel triipkoodilugejate abil vajaliku teabe andmine), mis võivad pakkuda kulutõhusaid tarbijale suunatud lahendusi.

3.5.2 Elektroonilised maksed

Euroopa Keskpanga³⁶ hiljutise uuringu kohaselt on jaemakseteenustest ühiskonnale tekkiv kulu märkimisväärne. Keskmiselt ulatuvad kõnealused kulud 1 %ni SKPst ehk 130 miljardi euronit 2009. aastal. Umbes pool nendest sotsiaalkuludest kannavad pangad ning makseinfrastruktuurid, jaemüüjate kanda jääb 46 %. Sotsiaalkulud ei hõlma makseteenusteahelas teistele turuosalistele makstud tasusid. Kui selliseid tasusid võetak arvesse, oleksid kogukulud jaemüüjate jaoks veel kõrgemad kui pankade ja infrastruktuuride kulud. Seega moodustavad maksed ELis kaupmeeste jaoks märkimisväärse osa äritegevuse kuludest.

Elektroonilised maksed pakuvad kõnealuses valdkonnas suuri võimalusi. Jaemaksete turg on dünaamiline ning see on e-kaubanduse esilekerkimisega oluliselt muutunud. Kuigi pankadel ja kaardisüsteemidel on jaemaksete valdkonnas siiani valitsev seisund, on esile kerkinud uued

³⁴ Innovaatilise liidu konkurentsivõime aruanne (2011); http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index_en.cfm?section=competitiveness-report&year=2011

³⁵ Direktiiviga 2000/13/EÜ ühtlustatakse toiduainete märgistamist käsitlevad üldsätted, direktiiv asendatakse alates 13. detsembrist 2014 määrusega 1169/2011.

³⁶ The social and private costs of retail payment instruments: a European perspective, Occasional Paper Series, ECB, nr 137, Frankfurt, September 2012.

maksemeetodid nagu ilma kaardita sooritatavad interneti- ja mobiilimaksed, mille kasutamist on kiirendanud nutitelefonide esiletõus ning need näitavad tugevat kasvupotentsiaali³⁷.

Komisjoni rohelise raamatuga kaardi-, interneti- ja mobiilimaksede kohta³⁸ soovitakse edendada ja integreerida kõnealuste valdkondade Euroopa turgu tarbijate ja kaupmeeste huvides. Suuremast integratsioonist tulenevad eelised hõlmavad:

- makseteenuse osutajate vahelist suuremat konkurentsi ning võrdseid tingimusi nii turgu valitsevatele ettevõtjatele kui ka uutele tulijatele,
- tarbijatele ja kaupmeestele rohkem valikuvõimalusi ja suurem läbipaistvus makseteenuste puhul,
- innovaatilisemaid makseteenuseid ning suuremat turvalisust, mis toetab e-kaubanduse arengut.

Rohelises raamatus ning sellele järgnenud sidusrühmadega konsulteerimistel tõsteti esile mitmed võimalikud kaardi-, interneti- ja mobiilimaksede turu integratsiooni takistavad tegurid. Need hõlmavad:

- uute kaardipõhiste või kaardil mittepõhinevate makseteenuse osutajate piiratud turulepääsu, (nt kolmandatest osapooltest teenuseosutajate juurdepääs maksekontode teabele või uute makseteenuse osutajate juurdepääs kliiringu- ja arveldamissüsteemidele);
- suuri erinevusi (liikmesriigiti) kaardimaksete puhul tasutavates mitmepoolsetes vahendustasudes ning tõenäoliselt liiga suuri vahendustasusid, Sellised tasud moodustavad suure osa tasudest, mida vastuvõttev teenuseosutaja võtab kaupmehelt kaardimaksete vastuvõtmise eest;
- tõkkeid, mis ei lase kaupmeestel kaardimaksete piiriülese või tsentraliseeritud vastuvõtmise eeliseid kasutada;
- puuduseid kaardi-, interneti- ja mobiilimaksede osutamise standardimisel ja koostalitusvõimes ning mille tulemusena kaupmehed loobuvad investeerimisest sellisesse vajalikku infrastruktuuri nagu makseterminaalid.

Mõningaid kõnealuseid küsimusi käsitlevatest meetmetest oleks võimalik võtta, vaadates läbi makseteenuste direktiivi³⁹ ning võttes ELis kasutusele jaemaksede tõhustatud haldusmudeli. Komisjon kuulutas teatise ühtse turu akti II⁴⁰ kohta välja ka mitmepoolseid vahendustasusid käsitleva seadusandliku ettepaneku.

³⁷ Jaemaksetega seotud innovatsiooni käsitleva töörühma aruanne – Rahvusvaheliste Arvelduste Pank, mai 2012.

³⁸ Roheline raamat „Euroopa integreerituma kaardi-, interneti- ja mobiilimaksede turu saavutamine”, KOM(2011) 941 (lõplik), 11. jaanuar 2011.

³⁹ Direktiiv 2007/64/EÜ, 13. november 2007, makseteenuste kohta siseturul ning direktiivide 97/7/EÜ, 2002/65/EÜ, 2005/60/EÜ ja 2006/48/EÜ muutmise ning direktiivi 97/5/EÜ kehtetuks tunnistamise kohta (ELT L 319, 5.12.2007, lk 1).

⁴⁰ Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide Komiteele „Ühtse turu akt II - Üheskoos uue majanduskasvu eest” (COM (2012) 573 final, 3. oktoober 2012).

Meetmed:

- (8) *Komisjon käivitab 2013. aastal innovatsiooni jaekaubanduses käsitleva algatuse, millega komisjon koos kõrgetasemeliste ekspertidega uurib, kuidas tagada, et jaekaubandussektor saaks anda oma panuse innovaatiliste toodete, teenuste ja tehnoloogia väljatöötamisse ning neist kasu saada. Algatuse alusel koostab komisjon konkreetseid meetmeid, mis keskenduvad jaekaubanduse konkurentsivõime edendamisele nagu näiteks teadusuuringute tulemuste kiirem turuletoomine, e-kaubanduse ja traditsioonilise jaekaubanduse integreerimine, uued viisid, kuidas tarbijaid toodetest teavitada, innovatsioonisõbralike määruste ja standardite väljatöötamine jne.*
- (9) *Komisjon uurib kõiki ELi ja liikmesriikide toiduainete märgistamise eeskirju hõlmava spetsiaalse andmebaasi loomise võimalikkust ning pakub lihtsat lahendust, kuidas määrata kindlaks iga toote märgistamisnõuded.*
- (10) *Komisjon võtab meetmeid, et tagada kaardi-, interneti- ja mobiilimaksete turu integratsioon järgmiselt:*
- a) *makseteenuste direktiivi läbivaatamine;*
 - b) *jaemakseteenuste tõhustatud haldusmudel ning*
 - c) *mitmepoolseid vahendustasusid käsitlev seadusandlik ettepanek.*

3.6 Parema töökeskkonna loomine

Tööturu paindlikkus on väga oluline, et jaekaubandussektor saaks võimaldada noortel, kvalifikatsioonita ja/või hooajatöötajatel tööd leida (32 % kõigist jaekaubandussektoris töötajatest on kvalifikatsioonita või madala kvalifikatsiooniga, kogu tööjõust moodustavad sellised töötajad keskmiselt 27 %.) Jaekaubandusteenused on sageli stardiplatvormiks töötajatele, kes alles tulevad või naasevad tööturule (15 % kõigist jaekaubandussektori töötajatest on alla 24aastased, keskmiselt on see näitaja 9 %; 30 % jaekaubandussektori töötajatest töötab osalise tööajaga, keskmiselt on see näitaja 20 %) ⁴¹.

Arvestades jaekaubandussektoris hõivatud suurt töötajate hulka, tuleks kõnealuses sektoris täielikult ära kasutada töötajate liikuvusega kaasnevad eelised, et oskusi oleks võimalik kasutada seal, kus neist kõige rohkem kasu on. See on väga oluline, et suurendada jaekaubandussektori panust ELi majanduskasvu. Kavandatud meetmed aitavad olemasolevaid oskusi paremini kasutada eelkõige VKEde puhul, kuna sektoris on füüsilisest isikust ettevõtjate osakaal suur.

3.6.1 Oskuste ja vajaduste mittevastavus

Jaekaubandussektori tööjõu oskuste ja vajaduste vaheline mittevastavus tekitab sektori optimaalsele toimimisele märkimisväärsed probleeme. Kõnealuse puudujäägi ületamiseks peab praegusel ja tulevasel tööjõul olema õige oskustepagas, mis nõuab oskuste vajaduste täpset *ex-ante* analüüsi. Oskuste vajaduste ja nõudlusele mittevastavuse kindlaksmääramine on eriti oluline tööturule sisenevate noorte, pikaajaliselt töötute, eakate töötajate, sisserändajate ja puudega inimeste tööalase konkurentsivõime edendamiseks. Lisaks sellele

⁴¹ *Structural features of distributive trades and their impact on prices in the euro area*, EKP, Occasional Paper, nr 128, september 2011.

nõuaks jätkuv innovaatiline tegevus ning sellest tulenev jaekaubandussektori üha kasvav automatiseerituse tase töötajatelt oma oskuste sagedast ajakohastamist, et kohaneda pidevalt muutuva töö ja ülesannetega.

Eespool nimetatud eesmärkide saavutamiseks ei piisa ainult riiklikest investeeringutest. Vastutust oskustesse investeerimise eest tuleb jagada ning jaekaubandussektor peab siin valitsuste, üksikisikute ja haridussektori kõrval mängima tähtsat rolli. Isegi praeguses olukorras, kus keskendutakse eelarvekulude kontrolli all hoidmisele, ei tohiks haridusse ja koolitustegevusse tehtavate investeeringute vähendamine kõne alla tulla. Vastupidiselt, ulatuslikud arukad investeeringud oskuste arendamisse ei taga mitte ainult „majanduslikult soodsaimat pakkumust”, vaid võimaldab kasu saada ka inimeste potentsiaalidest. Vastavalt teatises „Hariduse ümbermõtestamine”⁴² rõhutatakse tuleb piisavalt ja sobivalt kvalifitseeritud tööjõu tagamiseks haridus- ja koolitussüsteemide moderniseerimise jõupingutusi mitmekordistada. Jaekaubandussektori ettevõtjad peaksid täitma olulist rolli uute õppekavade koostamisel, koolitus- ja õpipoisiprogrammide väljatöötamisel ning tegema tihedat koostööd haridussüsteemiga, et määrata kindlaks valdkonnad, millele keskenduda nagu näiteks töötajate keskkonnaalaste oskuste parandamine või tarnijatega paremate suhete loomine. Õppeasutuste ja ettevõtjate vaheliste suhete edendamine, sealhulgas Euroopa Õpipoisiõppe Liidu⁴³ toetatavate õpipoiste dualsete haridussüsteemide kaudu ning erinevas vormis praktikate ja stipendiumide kasutamine võib olla kasulik mõlemale osapoolale: jaekaubandussektoris tegutsevad ettevõtjad võivad seega tagada, et neil on juurdepääs vajalike oskustega hästikoolitatud tööjõule, koolid aga saavad õppima meelitada rohkem õpilasi, kui nende õppekava alusel saab diplomi, millel on tööturul kõrgem väärtus. Lisaks sellele on ELi tasandil hiljuti välja töötatud ja testitud sektorispetsiifilisi vahendeid, millega toetada oskuste pakujate ja ettevõtjate vahelist tugevamat ja struktureeritumat partnerlust. Üheks selliseks vahendiks on uue Erasmus kõigi jaoks⁴⁴ programmi raames välja pakutud valdkondlike oskuste ühendus,⁴⁵ mis võiks olla jaekaubandussektori spetsiifiliste vajaduste lahendamiseks eriti sobilik. Taaselustamisprojektid on heaks näiteks, kuidas jaemüüjad teevad kohalike ametiasutustega pikaajalise töötuse probleemi lahendamisel koostööd.

Oskuste nõudlusele mittevastavus on sektoriti ja ELi erinevates osades väga erinev, samuti erineb see ka oma kestuse poolest. Ettevõtjate ja tööotsijate ees seisva oskustöötajate nappuse vähendamiseks peaksid kõik sidusrühmad, sealhulgas ettevõtjad ning jaekaubandussektori sotsiaalpartnerid osalema sektori lühema, keskmise pikkusega ja pikema aja kvalitatiivsete ja kvantitatiivsete oskusvajaduste kindlaksmääramisel.

Jae- ja hulgikaubandussektorit hõlmava kaubandussektori Euroopa valdkondlike oskuste nõukogu loomine 2012. aastal peaks koos kõnealuse sektori siseriiklike oskuste nõukogudega mängima olulist rolli sektori oskusteadmiste suurendamisel. Toetudes hiljuti algatatud ülevaatele oskuste kohta Euroopa Liidus,⁴⁶ aitab kõnealuste oskuste nõukogude töö kaasa

⁴² Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide Komiteele „Hariduse ümbermõtestamine: investeerimine oskustesse paremate sotsiaalmajanduslike tulemuste nimel” (COM (2012) 669 final, 20. november 2012).

⁴³ Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide Komiteele „Noorte tööhõive suurendamine” (COM (2012) 727 final, 5 detsember 2012).

⁴⁴ Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide Komiteele „Erasmus kõigi jaoks: ELi haridus-, koolitus-, noorsoo- ja spordiprogramm” (KOM (2011) 787 (lõplik), 23. november 2011).

⁴⁵ http://ec.europa.eu/education/news/20120425_en.htm

⁴⁶ <http://euskillsparorama.ec.europa.eu/>

puudujääkide ja mittevastavuste prognoosimisele ja ennetamisele, andes sidusrühmadele teavet oskusvajaduste ja tööjõu arengu kohta. Täpsemad prognoosid võimaldaksid liikmesriikide ettevõtjatel ja üksikisikutel teha teadlikumaid otsuseid ja investeringuid.

3.6.2 Mitteametlik majandus

Mitteametlik töötamine on jaekaubandussektoris oluline küsimus. Mitteametlikus majanduses osalevad töötajad⁴⁷ ei ole kaetud terviskindlustusega ning neile ei maksta sotsiaalhüvitisi. See hõlmab kõnealuste töötajate jaoks suuri sotsiaalseid riske ning madalat sissetulekut ja sotsiaalkaitset. Lisaks sellele vähendab mitteametlik majandus vähenenud maksude ja sotsiaalkindlustusmaksude tõttu eelarvetulusid. Seetõttu kasvab registreeritud tööjõu maksukoorem ning see mõjutab liikmesriikide konkurentsivõimet.

Komisjon kaasab dialoogi kõik huvitatud osapooled, et hinnata mitteametliku majanduse mõju töökeskkonnale ning määrata kindlaks ELi lähenemisviis sellega võitlemiseks⁴⁸.

Komisjoni talitused teevad koostööd, tagamaks, et mitteametliku majanduse vastu võetavaid meetmeid rakendades võetakse arvesse jaekaubandussektori eripära.

Meede:

(11) *Komisjon tõhustab koostööd sotsiaalpartneritega, et luua tingimused, mis võimaldavad viia jaekaubandussektoris oskused vastavusse tööturu vajadustega, määrates ja prognoosides eelkõige Euroopa valdkondlike oskuste nõukogu vahendusel oskusvajadusi ning parandades jaemüüjate koolitus- ja uute oskuste omandamise poliitikat.*

3.7 Rahvusvaheline mõõde

Jaekaubandussektori rahvusvahelised kaubandustõkked (millega takistatakse asutamisevabadust ja muid tarneviise nagu frantsiisimine ja e-kaubandus) kujutavad endast majanduskasvule ja töökohtade loomisele olulist piirangut. Hetkel sõltub ELis kaubandusest otseselt või kaudselt kuni 36 miljonit töökohta. Juurdepääs kolmandate riikide turgudele avab Euroopa ettevõtjatele, eelkõige VKEdele olulisi kanaleid, mis võimaldab neil kõnealuste turgude kasvu ära kasutada. Jaemüüjate juurdepääs kolmandate riikide turgudele võib mitmekordistada ELi majanduse kasvupotentsiaali. Euroopa jaemüüjad võivad mängida olulist rolli ekspordi suurendamisel, tarnides ELis toodetud tooteid kolmandatesse riikidesse, sillutades teed VKEde juurdepääsule EList väljapoole jäävatele turgudele. Seetõttu tehakse ettepanek koostada tihedas dialoogis jaekaubandussektoriga ELi strateegia, mis käsitleb rahvusvahelise kaubanduse avamist ning kehtivate tõkete kõrvaldamist, kasutades selleks eelkõige järgmisi meetmeid:

⁴⁷ Tegevus ja sissetulekud, mis jäävad täielikult või osaliselt väljapoole valitsuse regulatsioone ja maksustamist.

⁴⁸ Komisjoni 2013. aasta tööprogrammis nimetatakse „Mitteametliku töötamise võitlemise Euroopa platvormi” loomist. Kõnealuse platvormi eesmärk on hõlmata kõiki mitteametliku töötamise poolt mõjutatud olulisi valdkondi ning toetada tõhusat võitlust mitteametliku töötamise vastu, parandades koostööd, jagades parimaid tavasid ning üldpõhimõtteid kindlaks määrates. Kõnealune algatus kuulutati välja komisjoni teatises Euroopa Parlamendile, nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ja Regioonide Komiteele „Töövõimalusterohke majanduse taastumine”, (COM(2012) 173 final, 18.4.2012, (tuntakse ka nime all „tööhõivepakett”).

- kolmandates riikides jaekaubandusele kehtestatud tõkete kohta teabe kogumise tõhustamine, et aidata asjaomastel komisjoni talitustel jälgida kehtivate vabakaubanduslepingute rakendamist ning valmistada ette tulevasi läbirääkimisi, ning
- VKEde kasutajatoe⁴⁹ ning ekspordiettevõtete abiliini ja turulepääsu andmebaaside tõhustamine, et laiendada nende tegevusalasid teenustele.

4. KOKKUVÕTE: JÄTKUV DIALOOG JAEKAUBANDUSSEKTORIGA

Võttes arvesse majanduskasvu ja tööhõive potentsiaali, mida jaemüügiteenused võiksid kogu ELi majandusse panustada, on vaja sidusat ja terviklikku strateegiat, millega kõrvaldada kõnealuste teenuste täielikku arengut praegu takistavad kitsaskohad.

Selle eesmärgi saavutamisele aitavad kaasa jätkusuutlikumatele ja konkurentsivõimelisematele jaemüügiteenustele juurdepääsu võimaldamine, tarbijate otsustuspädevuse suurendamine, et nad saaksid teha teadlikumaid otsuseid toodete kohta, mida nad osta soovivad, tasakaalustatuma jaemüügiahela väljatöötamine, innovaatiliste lahenduste toetamine, teadusuuringute tulemuste kiirem turuletoomine ning jaekaubandussektoris parema töökeskkonna loomine.

Jaekaubanduses ühtse turu saavutamiseks tuleks käesolevas tegevuskavas esitatud 11 konkreetset meetet⁵⁰ rakendada 2014. aastaks. On oluline, et käesolevat tegevuskava rakendataks samaaegselt muude algatustega, mis käsitlevad eelkõige teenuste direktiivi täielikku rakendamist, e-kaubanduse tegevuskava ning maksete valdkonnas praegu käimasolevate algatustega.

Komisjon jälgib toimuvaid arenguid ning esitab 2015. aastal käesoleva tegevuskava rakendamisel tehtavate edusammude kohta aruande. Järelevalvet teostatakse ELi institutsioonide, liikmesriikide ja jaekaubandussektori esindajate ning muude asjaomaste sidusrühmadega jaekaubanduse konkurentsivõimega tegelevas töörühmas peetava arutelu alusel.

⁴⁹ Komisjoni juhitud spetsiaalne süsteem kauplejate probleemidele ja päringutele vastamiseks, parandades nii VKEdele suunatud lähenemisviisi.

⁵⁰ Kõik käesolevas dokumendis esitatud komisjoni meetmed on kooskõlas ning vastavad kehtivale mitmeaastasele finantsraamistikule (2007–2013) ning uut mitmeaastast finantsraamistikku 2014–2020 käsitlevale ettepanekule.