



Briselē, 31.1.2013.  
COM(2013) 36 final

**KOMISIJAS PAZIŅOJUMS EIROPAS PARLAMENTAM, PADOMEI, EIROPAS  
EKONOMIKAS UN SOCIĀLO LIETU KOMITEJAI UN REĢIONU KOMITEJAI**

**RĪCĪBAS PLĀNA IZVEIDE EIROPAS MAZUMTIRDZNIECĪBAS NOZARĒ**

(Dokuments attiecas uz EEZ)

## SATURS

1.	IEVADS .....	3
2.	VIENOTĀ TIRGUS IZVEIDE MAZUMTIRDZniecības NOZARĒ .....	5
2.1	Pārmaiņas mazumtirdzniecības nozarē .....	5
2.2	Mazumtirdzniecības nozare saskaras ar dažādām problēmām.....	5
2.3	Vienots mazumtirdzniecības tirgus visu iesaistīto dalībnieku interesēs .....	6
3.	PIECI GALVENIE VIRZĪTĀJI KONKURĒTSPĒJĪGĀKIEM UN ILGTSPĒJĪGĀKIEM MAZUMTIRDZniecības PAKALPOJUMIEM .....	6
3.1	Patērētāju iespējas .....	7
3.1.1	Informācija patērētājiem .....	7
3.1.2	Ilgtspējīgāka patērētāju izvēle.....	8
3.2	Pieklūve konkurētspējīgākiem mazumtirdzniecības pakalpojumiem .....	8
3.2.1	Komercdarbības veikšana .....	9
3.2.2	E-komercija .....	10
3.3	Līdzsvarotākas pārtikas un nepārtikas B2B apgādes ķēdes izveide.....	11
3.3.1	NTP novēršana .....	12
3.4	Ilgtspējīgākas mazumtirdzniecības apgādes ķēdes izveide.....	12
3.4.1	Ilgtspējīgāka ražošana un patēriņš .....	12
3.4.2	Pārtikas atkritumu apjoma samazināšana .....	13
3.5	Novatoriskāku risinājumu izstrāde.....	14
3.5.1	Produktu marķēšana .....	15
3.5.2	Elektroniskie maksājumi .....	15
3.6	Labākas darba vides izveide.....	17
3.6.1	Prasmju un vajadzību neatbilstība.....	17
3.6.2	Ēnu ekonomika.....	18
3.7	Starptautiskā dimensija .....	19
4.	SECINĀJUMS: NEPĀRTRAUKTS DIALOGS AR MAZUMTIRDZniecības NOZARI.....	20

## 1. IEVADS

Mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības pakalpojumi jeb tirdzniecība veido 11 % no ES IKP un gandrīz 15 % no ES kopējā nodarbinātības līmeņa. Šajā nozarē darbojas vairāk nekā 6 miljoni uzņēmumu, t.i., 29 % no visiem ES uzņēmumiem. Mazumtirdzniecības nozarei raksturīgs ļoti liels MVU īpatsvars, īpaši mikrouzņēmumu (vairāk nekā 95 %)<sup>1</sup>. Mazumtirdzniecība un vairumtirdzniecība ir cieši saistītas savā starpā un ar citām tautsaimniecības nozarēm, piemēram, lauksaimniecību, ražošanu, IT pakalpojumiem, enerģētiku, loģistiku un transportu<sup>2</sup>. Šīs nozares kļūst arvien integrētākas, un atšķirības starp tām aizvien vairāk izzūd, jo daži mazumtirgotāji patlaban darbojas arī kā vairumtirgotāji vai pat ražotāji.

Mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības nozarēm ir svarīga nozīme izaugsmes un darbavietu izveides stimulēšanā saskaņā ar stratēģiju "Eiropa 2020": tās ir vienas no galvenajām nozarēm, kas var virzīt pāreju uz ilgtspējīgākas ekonomikas un patēriņa modeļiem. Efektivitāte šajā nozarē ietekmē konkurenci, inovācijas, cenu tendences un konkurētspēju.

Mazumtirgotājiem ir svarīga nozīme, lai vienoto tirgu tuvinātu ES patērētājiem. Tomēr ir jānovērš šķēršļi, kas kavē efektīva un konkurētspējīga vienotā tirgus izveidi mazumtirdzniecības nozarē. Saskaņā ar 2012. gada maija rezultātu apkopojumu par nosacījumiem patērētājiem ES mazumtirdzniecības tirgus vēl nav pilnībā integrēts<sup>3</sup>. Pastāv arī dažādi šķēršļi, kas kavē tādus procesus kā pārrobežu iepirkumi vai pašu mazumtirgotāju ienākšana tirgū. Šķēršļi vienotā tirgus attīstībai mazumtirdzniecības nozarē ir apzināti Komisijas ziņojumā "*Tirgus uzraudzība tirdzniecības un izplatīšanas nozarē*"<sup>4</sup>, Eiropas Parlamenta ziņojumā "*Ceļā uz efektīvāku un godīgāku mazumtirdzniecības nozari*"<sup>5</sup>, un, gatavojoties šim Rīcības plānam, Komisijas organizētajos semināros<sup>6</sup>. Lai arī Pakalpojumu direktīva<sup>7</sup> un tās turpmāki pasākumi<sup>8</sup> nosaka vispārīgo stratēģiju pakalpojumu jomā, šā Rīcības plāna uzmanības centrā īpaši ir mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības nozare. Tas veido plānu ceļā uz vienoto tirgu mazumtirdzniecības nozarē.

<sup>1</sup> Avots: Uzņēmējdarbības struktūras statistika, Eurostat (2010. gads).

<sup>2</sup> Šis Rīcības plāns attiecas uz visu komerciālo izplatīšanu (G iedaļa *NACE* 2 red. klasifikācijā: *NACE*), tostarp uz automobiļu tirdzniecību, vairumtirdzniecību un mazumtirdzniecību. Līdz ar to nosaukums "Mazumtirdzniecības rīcības plāns" attiecas uz plašāku jomu nekā jēdziens "mazumtirdzniecība" *stricto sensu*.

<sup>3</sup> [http://ec.europa.eu/consumers/consumer\\_research/editions/docs/7th\\_edition\\_scoreboard\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/editions/docs/7th_edition_scoreboard_en.pdf)

<sup>4</sup> 2010. gada 5. jūlija ziņojums par tirgus uzraudzību tirdzniecības un izplatīšanas nozarē „Par efektīvāku un godīgāku tirdzniecības un izplatīšanas iekšējo tirgu līdz 2020. gadam”, COM(2010) 355, galīgā redakcija.

<sup>5</sup> Eiropas Parlamenta 2011. gada 5. jūlija rezolūcija par efektīvāku un godīgāku mazumtirdzniecības tirgu, 2010/2109 (INI).

<sup>6</sup> Tie tika organizēti 2012. gada pirmajā ceturksnī ar mazumtirdzniecības apgādes ķēdes galveno ieinteresēto personu pārstāvjiem (sanāksmju kopsavilkumi ir pieejami vietnē [http://ec.europa.eu/internal\\_market/retail/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/internal_market/retail/index_en.htm)).

<sup>7</sup> Eiropas Parlamenta un Padomes 2006. gada 12. decembra Direktīva 2006/123/EK par pakalpojumiem iekšējā tirgū (OV L 376, 27.12.2006., 36. lpp.).

<sup>8</sup> Komisijas paziņojums Eiropas Parlamentam, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu Komitejai par Pakalpojumu direktīvas īstenošanu: "*Partnerība jaunai pakalpojumu nozares izaugsmei 2012-2015*", COM(2012) 261 final, 2012. gada 8. jūnijs; un 2012. gada 8. jūnija dienestu darba dokumenti (2012)146 final, 147 final un 148 final.

Mazumtirdzniecības nozarē apzinātie šķēršļi, kas bieži vien rodas dažādās politikas jomās, jānovērš, izstrādājot visaptverošu plānu, lai veicinātu nozares veikspēju ekonomikas, sociālajā un vides jomā un nodrošinātu, ka tas pilnībā atbilst stratēģijā "Eiropa 2020" noteiktajiem mērķiem. Kā jau noteikts Padomes 2012. gada jūlijā izdotajos konkrētām valstīm adresētajos ieteikumos, ES mazumtirdzniecības nozarē ir divas būtiskas problēmas: i) uzņēmējdarbības ierobežojumi, un vispārīgāk, ii) konkurētspējas trūkums mazumtirdzniecības nozarē, īpaši dažās dalībvalstīs, un vajadzība novērst šķēršļus un darbības ierobežojumus.

Šā Rīcības plāna mērķis ir novērst iepriekš minētos galvenos šķēršļus, lai vienoto tirgu īstenotu mazumtirdzniecības nozarē, izklāstot stratēģiju nolūkā uzlabot mazumtirdzniecības nozares konkurētspēju un vairotu nozares veikspēju ekonomikas, vides un sociālajā jomā. Tā stratēģiskos mērķus nevar sasniegt tikai ar lejupejiem pasākumiem, bet būs nepieciešama aktīva sadarbība un iniciatīva no pašas mazumtirdzniecības nozares. Piemēram, atbildībai par ieguldījumiem prasmēs būs jābūt kopīgai, un šajā gadījumā mazumtirdzniecības nozarei ir jāieņem svarīga loma līdzās valdībām, privātpersonām un izglītības nozarei.

Situācija Eiropas mazumtirdzniecības pakalpojumu jomā ir daudzveidīga un sarežģīta. Tādēļ šajā nozarē nav vienota risinājuma vai pieejas risināmajām problēmām. Mazumtirdzniecības nozares dažādība ietver atšķirības attiecībā uz pakalpojumu sniedzēju veidu (MVU vai lielāki uzņēmumi), organizāciju (neatkarīgu mazumtirgotāju grupas, kooperatīvi, korporācijas, u.c.), tirdzniecības vietu izmēriem, formātiem, produktu līnijām, iesaistītajām apgādes ķēdēm, atrašanās vietām, uzņēmējdarbības modeļiem, vertikālās integrācijas līmeņiem, īpašumtiesību struktūrām un darbību mērogu.

Eiropā ir jāuzlabo produktivitātes līmeņi komerciālās izplatīšanas nozarē, vienlaikus saglabājot darbavietu kvalitāti un pašreizējos nodarbinātības līmeņus. Mikrouzņēmumi un MVU veido samērā lielu īpatsvaru ES pievienotajā vērtībā, tādēļ ir vajadzīgas darbības, kas stimulēs to produktivitāti arī turpmāk, lai radītu lielāku izaugsmi un vairāk darbavietu ES. Daži no šajā Rīcības plānā ierosinātajiem pasākumiem (piem., pasākums par marķēšanu) palīdzēs uzņēmumiem pārdalīt resursus šādām darbībām, kas rada reālu izaugsmi, tādējādi paaugstinot savu produktivitāti. Tas jo īpaši attiecas uz MVU, kam liela daļa savu cilvēkresursu un finanšu resursu bieži ir jāvelta informācijas apkopošanai, īpaši attiecībā uz noteikumiem, kas piemērojami citās dalībvalstīs. Daži no pārējiem šajā Rīcības plānā ierosinātajiem pasākumiem (piem., pasākums par elektroniskajiem maksājumiem) rosinās tālpārdošanu tiešsaistē un līdz ar to radīs iespējas, īpaši MVU, paplašināt savu patērētāju bāzi, iespējams, ārpus savas valsts robežām. Tie arī palīdzēs sasniegt mērķus, kas noteikti paziņojumā "Digitālā programma Eiropai"<sup>9</sup> un "E-komercijas Rīcības plāns"<sup>10</sup>.

## **2. VIENOTĀ TIRGUS IZVEIDE MAZUMTIRDZNIECĪBAS NOZARĒ**

Pēdējās desmitgadēs ES mazumtirdzniecības nozarē ir notikušas ievērojamas pārmaiņas, un patlaban tā saskaras ar daudziem problemātiskiem jautājumiem, kas kavē nozares spēju

<sup>9</sup> Komisijas Paziņojums Eiropas Parlamentam, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu Komitejai "Digitālā programma Eiropai", COM(2010) 245, galīgā redakcija, 2010. gada 26. augusts.

<sup>10</sup> Komisijas paziņojums Eiropas Parlamentam, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu Komitejai "Vienota sistēma uzticēšanās pastiprināšanai vienotajam digitālajam e-tirdzniecības un tiešsaistes pakalpojumu tirgum", COM(2011) 942, galīgā redakcija, 2012. gada 11. janvāris, arī pazīstams kā E-komercijas rīcības plāns.

pilnībā veicināt stratēģijā "Eiropa 2020" noteiktos mērķus attiecībā uz izaugsmi un darbavietu izveidi.

Tādēļ ir svarīgi ierosināt stratēģiju, lai izveidotu labi funkcionējošu vienoto tirgu mazumtirdzniecības nozarē, tādējādi veicinot ES teritoriālo un sociālo kohēziju, izmantojot labāku pieeju ilgtspējīgākiem un konkurētspējīgākiem mazumtirdzniecības pakalpojumiem. Šāda stratēģija radītu būtisku ieguldījumu ekonomikas izaugsmē un dotu mazumtirgotājiem iespēju sniegt vēl lielāku vērtību Eiropas patērētājiem.

## **2.1 Pārmaiņas mazumtirdzniecības nozarē**

Pēdējās divās desmitgadēs ES ekonomikas modernizācijas rezultātā mazumtirdzniecības nozarē ir notikušas daudzas pārmaiņas. Ir izveidojušies tirdzniecības vietu tīkli, kuros tiek pārdotas dažādas produktu līnijas. Pateicoties vertikālajai integrācijai, mazumtirgotāji gūst labumu no efektīvākas sadales un loģistikas. Lielu mazumtirgotāji gūst labumu no apjomīgiem ietaupījumiem iepirkumos, palielinot savu ietekmi sarunās ar apgādātājiem. Centralizēta iepirkšana ir radījusi pakāpenisku apgādes internacionalizāciju ES, kā arī pērkot no trešām valstīm. Ir izveidotas pirkšanas apvienības un neatkarīgu MVU mazumtirgotāju grupas, lai apvienotu savu pieredzi un izmantotu apjomīgus ietaupījumus. Visbeidzot, mazumtirgotāju mēģinājums labāk reaģēt uz patērētāju pieprasījumu ir licis tiem palielināt kontroli pār apgādes ķēdi (piem., izmantojot privātus marķējumus)<sup>11</sup>.

Kopumā šādu pārmaiņu rezultātā ir pieaudzis tirdzniecības vietu skaits, formāti un produktu līnijas, kā arī ir relatīvi samazinājušās galapatēriņa cenas. Tomēr lielāka konkurence un mazāka peļņa ir izstūmusi no uzņēmējdarbības daudzus mazus neatkarīgus veikalus un MVU ražotājus/apgādātājus. Lielākas prasības attiecībā uz darba apstākļiem nav tikai radījušas priekšrocības patērētājiem, bet arī ir reizēm palielinājušas ES ietekmi uz vidi.

## **2.2 Mazumtirdzniecības nozare saskaras ar dažādām problēmām**

Patlaban mazumtirgotāji, atkarībā no to lieluma un darbību nozares, saskaras ar dažādiem problēmjautājumiem. E-komercijas attīstība arī rada spiedienu uz mazumtirdzniecības nozari, liekot tai pārkārtot savu uzņēmējdarbības modeli. Turklāt robežlīnijas izžušana starp nozarēm (mazumtirdzniecības pakalpojumu joma turpina paplašināties, to pastāvīgi papildina jauni produkti un pakalpojumi, tostarp finanšu, telekomunikāciju un ceļojumu pakalpojumi, komunālie pakalpojumi, u.c.) nozīmē to, ka uzņēmējdarbības modeļi kļūst aizvien daudzšķautņaināki. Globālas parādības, piemēram, finanšu krīzes sekas attiecībā uz patērētāju pirkspēju, patēriņa preču cenu pieaugums, demogrāfiskās tendences, īpaši ES iedzīvotāju novecošana, un ilgtspējības veicināšana — visas apdraud mazumtirdzniecības uzņēmējdarbības modeļus un procesus.

Kā paskaidrots iepriekš, problēmjautājumi mazumtirdzniecības nozarē dažādiem mazumtirgotājiem var būt dažādi un var atšķirties visās dalībvalstīs, ņemot vērā atšķirības valstu tirgos. Piemēram, parādās jaunas tehnoloģijas maksājumiem, izmantojot viedtālrunus (mobilie maksājumi). Tomēr tam nepieciešams izveidot vajadzīgo infrastruktūru, lai šādus maksājumus pieņemtu tirdzniecības vietā. Attiecībā uz lieliem mazumtirgotājiem vairāk nekā vienā dalībvalstī viena no lielākajām problēmām šajā ziņā ir Eiropas standartu trūkums mobilo maksājumu pieņemšanai. Mazākiem mazumtirgotājiem ne vienmēr ir vajadzīgās prasmes, lai rīkotos ar jaunām tehnoloģijām.

<sup>11</sup> Dienestu darba dokuments, kas pievienots ziņojumam par Tirgus uzraudzību tirdzniecības un izplatīšanas nozarē, SEC(2010) 807, 11. lpp.

### 2.3 Vienots mazumtirdzniecības tirgus visu iesaistīto dalībnieku interesēs

Novēršot galvenos šķēršļus vienotā mazumtirdzniecības tirgus izveidei, ir iespēja sniegt labumu visiem iesaistītajiem dalībniekiem un videi.

- *Patērētājiem*: labāka pieeja kvalitatīviem mazumtirdzniecības pakalpojumiem un produktiem, konkurētspējīgākas cenas un labāka informācija par kvalitāti un cenām, kā arī produktu vides informācija, uzlabotu patērētāju izvēli gan reālajā dzīvē, gan e-komercijas mazumtirdzniecībā.
- *Uzņēmumiem*: mazumtirgotāji un to apgādātāji, īpaši MVU, gūtu taustāmu labumu no vienotā tirgus, ja tiktu izstrādāta paredzamāka tiesiskā vide, kas tiem ļautu sniegt vēl lielāku vērtību, izmantojot apgādes ķēdi. Līdzīgi, novēršot negodīgumu apgādes ķēdē, iepriekšējā un nākamā posma dalībniekiem būtu ilgtspējīgākas attiecības un stimuls paaugstināt inovācijas un ieguldījumus. E-komercijas turpmāka attīstīšana dos labumu mazumtirgotājiem, tiem sniedzot vairāk iespēju atrast jaunus tirgus.
- *Darba ņēmējiem*: mazumtirdzniecības nozarei būtu jāgūst labums no kvalificētāka personāla un labākiem darba apstākļiem, ka rezultātā rastos lielāks gandarījums darbā. Darba ņēmējiem paredzētu mācību uzlabošana palīdzētu arī nodrošināt labākas darba iespējas, īpaši jauniem un mazāk kvalificētiem darba ņēmējiem.

Šos dažādos jautājumus nevar atrisināt izolēti. Ierosinātajām politikas alternatīvām jārada pareizais līdzsvars starp ekonomisko brīvību un sabiedriski nozīmīgiem mērķiem. Lai šos mērķus sasniegtu, šajā paziņojumā ir izklāstīts Eiropas Mazumtirdzniecības rīcības plāns, kura pamatā ir 11 konkrētas darbības, kas veido visaptverošu, holistisku Eiropas stratēģiju<sup>12</sup>.

Turklāt Komisija izveidos pastāvīgu *grupu mazumtirdzniecības konkurētspējas jautājumos*, iesaistot dalībvalstis un visas attiecīgās ieinteresētās personas, īpaši MVU, lai palīdzētu radīt "mazumtirdzniecības atspoguļojumu" politiskajā darba kārtībā, palielinot izpratni par mazumtirdzniecības jautājumiem un bažām. Šī grupa turpmāk palīdzēs izstrādāt konkrētus mērķus noteiktajās jomās, uzraudzīt sasniegto progresu, sniegt ieteikumus, lai nodrošinātu šajā plānā ietvertu darbību pilnīgu īstenošanu un vajadzības gadījumā sniegs ieteikumus Komisijai par potenciālām jaunām papildu darbībām.

### 3. PIECI GALVENIE VIRZĪTĀJI KONKURĒTSPĒJĪGĀKIEM UN ILGTSPĒJĪGĀKIEM MAZUMTIRDZNIECĪBAS PAKALPOJUMIEM

Komisija ir noteikusi šādas piecas galvenās prioritātes.

- (1) *Patērētāju iespējas – inter alia*, izmantojot pārredzamāku, uzticamāku un tiešāk salīdzināmu informāciju par produktu cenu un kvalitāti.
- (2) *Labāka piekļuve ilgtspējīgākiem un konkurētspējīgākiem mazumtirdzniecības pakalpojumiem* – mazumtirdzniecība reālajā dzīvē un e-komercijas līmenī varētu gūt labumu no labākas piekļuves tirgum, īpaši, izmantojot skaidrākus un pārredzamākus uzņēmumu dibināšanas noteikumus.

<sup>12</sup> Ierosinātā pieeja atbilst principiem, kas izklāstīti Komisijas paziņojumā Eiropas Parlamentam, Padomei un Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu komitejai "ES tiesību aktu normatīvā atbilstība", COM(2012) 746 final, 2012. gada 12. decembris. Šajā sakarā Komisija ir apņēmusies pārskatīt mazumtirdzniecības nozarē spēkā esošos tiesību aktus, lai noteiktu iespējas vienkāršot noteikumus un samazināt regulatīvās izmaksas uzņēmumiem un pilsoņiem, neapdraudot sabiedriskās politikas mērķus.

- (3) *Godīgākas un ilgtspējīgākas tirdzniecības attiecības mazumtirdzniecības apgādes ķēdē* — ieinteresētās personas gūtu labumu no sistēmas, kas efektīvi apkaro negodīgu tirdzniecības praksi.
- (4) *Inovātīvāki risinājumi*— ieinteresētās personas gūtu labumu, ja pētījumu rezultāti tiktu ātrāk izmantoti tirgū.
- (5) *Labāka darba vide*— darba ņēmēji un darba devēji gūs labumu no labāku darba apstākļu izveides un neatbilstību novēršanas starp pieprasītajām prasmēm un pieejamajām prasmēm.

### 3.1 Patērētāju iespējas

Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības programmā<sup>13</sup> uzsvērts, ka ir nepieciešams stabils princips un instrumentu kopums, lai patērētājiem sniegtu iespējas integrētā vienotajā tirgū. Šāda programma nodrošina patērētāju tiesību pareizu īstenošanu, kā arī piekļuvi efektīvai tiesiskajai aizsardzībai, uzticamai un nozīmīgai informācijai un patērētāju labākai izglītošanai.

Patērētāji, kuriem ir lielākas iespējas, var pieņemt labākus lēmumus par pirkumiem. Viņi meklē informāciju un to izmanto. Viņi arī zina savas tiesības un tās izmanto. Zinošāki un iesaistīti patērētāji ir ne tikai spējīgi atrast "labāko cenu un vērtības attiecību", bet arī ir vairāk ieinteresēti ilgtspējīgā un ētiskā patēriņā. Patērētāju izvēle un priekšrocības ir vieni no galvenajiem faktoriem, kas veicina mazumtirdzniecības nozares attīstību. Mazumtirgotājiem ir visas iespējas informēt patērētājus, lai tie pieņemtu pozitīvus lēmumus par pirkumiem: sazinoties ikdienā ar saviem klientiem un izmantojot savu ietekmi uz citiem dalībniekiem apgādes ķēdē, mazumtirgotāji var informēt patērētājus par augstākas kvalitātes produktiem, kas ir ētiski ražoti vai kurus atšķir to labāki vides un/vai sociālie rādītāji.

Uzlabojot pārredzamību patērētājiem, mazumtirdzniecības nozarei ir potenciāls radīt patiesu vienoto tirgu mazumtirdzniecībā. Sniedzot patērētājiem vieglāku piekļuvi uzticamai, svarīgai un nozīmīgai informācijai par dažādiem piedāvājumiem, kas pieejami visā ES, tiem tiks dota iespēja pilnībā izmantot vienotā tirgus sniegtās priekšrocības. Vieglāka piedāvājumu salīdzināšana palīdzētu patērētājiem izvēlēties produktus un pakalpojumus, kas vislabāk atbilst to vajadzībām, tādējādi veicinot veselīgu konkurenci. Apvienojumā ar citiem pasākumiem, kas var novērst ES tirgus pastāvīgo sadrumstalotību, tam būtu jāveicina cenu konverģence ES mērogā. Darbības, lai uzlabotu patērētājiem sniedzamās informācijas pārredzamību un uzticamību, būtu īpaši noderīgas, ja tās izmantotu ES mērogā, ņemot vērā to, ka stingri, kaut arī labi izstrādāti valsts mēroga pasākumi, nespētu aptvert visas priekšrocības, kuras varētu iegūt no patiesi integrēta vienotā tirgus.

#### 3.1.1 Informācija patērētājiem

Saskaņā ar pašreizējo pētījumu lielākā daļa eiropiešu, kas izmanto internetu, pirms preču iegādes tirdzniecības vietā vai tiešsaistē meklē informāciju, lai salīdzinātu cenu vai kvalitāti. Saskārušies ar informācijas pārbagātību, tie bieži vien vēršas pie starpniekiem, piemēram, tiešsaistes salīdzināšanas instrumentiem, kas var palīdzēt noteikt labākos pieejamos piedāvājumus. Lai arī šāda veida tīmekļa vietnes var palīdzēt patērētājiem salīdzināt

<sup>13</sup> Komisijas paziņojums Eiropas Parlamentam, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu Komitejai "Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības programma palāvības un izaugsmes veicināšanai", COM(2012) 225 final, 2012. gada 22. maijs.

piedāvājumus, šādu informācijas starpnieku prakse arī uzrāda būtiskus trūkumus<sup>14</sup>. Lai patiešām sniegtu priekšrocības patērētājiem, salīdzināšanas instrumentiem būtu jāatbilst to vajadzībām un jābūt pārredzamiem, uzticamiem, visaptverošiem un viegli pieejamiem. Pārrobežu piedāvājumu ietveršana salīdzināšanas tīmekļa vietnēs ir svarīga patērētājiem, lai tie varētu pilnībā izmantot vienotā tirgus priekšrocības.

Turklāt labāka informācija patērētājiem ietver ne tikai patērētāju izpratnes vairošanu, lai atbalstītu to spēju izmantot savas tiesības, bet arī uzņēmumu izpratnes vairošanu par to pienākumiem, kas iestrādāti patērētāju aizsardzības tiesību aktos, kurus piemēro visā vienotajā tirgū.

Kā norādīts Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības programmā un E-komercijas rīcības plānā, Komisija strādās ar starpniekiem un tirgotājiem, lai izstrādātu labas rīcības kodeksu, labas prakses vadlīnijas un/vai, attiecīgā gadījumā, citus instrumentus cenu salīdzināšanai.

Turklāt, kā daļa no Digitālās programmas, ES tiešsaistes tiesību kodekss pārredzamā un visaptverošā veidā apkopo likumīgās patērētāja tiesības, kuras iestrādātas tiesību aktos, kas saistīti ar digitālo vidi. Minētais kodekss ir būtisks instruments, lai radītu uzticību un uzticēšanos patērētāju vidū, un veicina tiešsaistes pakalpojumu lielāku izmantošanu<sup>15</sup>.

### 3.1.2 Ilgtspējīgāka patērētāju izvēle

Patlaban tiek vērtēti un darīti zināmi organizāciju un produktu vides rādītāji, izmantojot dažādus kanālus un formātus, īstenojot atšķirīgas privātās un publiskās iniciatīvas dažādiem mērķiem un ar dažādām novērtēšanas metodēm. Tas rada atšķirīgu marķējumu, prasību un ziņošanas shēmu kopumu. Saskaņotu metožu ieviešana Eiropas mērogā radīs lielāku pārredzamību patērētājiem. Izstrādājot šādas metodes, Komisija nodrošinās, ka uzņēmumiem ir līdzvērtīgi konkurences apstākļi un ka tiek saglabātas minimālas izmaksas, īpaši MVU.

#### **Pasākumi**

- (1) *Īstenojot detalizētu dialogu ar ieinteresētajām personām, Komisija izstrādās labas prakses vadlīnijas un/vai rīcības kodeksus, lai atvieglotu patērētāju piekļuvi pārredzamai un uzticamai informācijai, tādējādi atvieglojot preču un pakalpojumu cenu, kvalitātes un ilgtspējības salīdzināšanu.*
- (2) *Komisija ierosinās Eiropas mēroga metodes, lai izvērtētu un paziņotu par produktu un organizāciju vispārīgo ietekmi uz vidi.*

### 3.2 Piekļuve konkurētspējīgākiem mazumtirdzniecības pakalpojumiem

Nesenajos gados ir būtiski palielinājusies piekļuve mazumtirdzniecības pakalpojumiem attiecībā uz atrašanās vietu un pieejamību. E-komercijas attīstība ir kļuvusi par mazumtirgotāju "uzņēmējdarbības modeļu" svarīgu daļu, palielinot pieejamo produktu/pakalpojumu klāstu un atvieglojot cenu salīdzināšanu. Tomēr vēl ir jāatrisina daudzi jautājumi, lai sekmētu konkurenci mazumtirdzniecības pakalpojumu jomā.

Vajadzība novērst esošos šķēršļus uzņēmumu dibināšanai un, vispārīgāk, stiprināt konkurenci mazumtirdzniecības nozarē, bija viens no galvenajiem konkrētām valstīm adresētajiem

<sup>14</sup> Patērētāju tirgus pētījums par e-komerciju un interneta tirgus un pārdošanas metodēm preču mazumtirdzniecībā, *CIVIC consulting*, 2011. gads:  
[http://ec.europa.eu/consumers/consumer\\_research/market\\_studies/e\\_commerce\\_study\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/market_studies/e_commerce_study_en.htm).

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



ieteikumiem 2012. gada Eiropas pusgadā, kura mērķis bija panākt lielāku izaugsmi un vairāk darbavietu Eiropā. Konkurenci veicinošu pasākumu ieviešana, īpaši tādu, kas ir saistīti ar e-komerciju, palīdzētu nostiprināt vienoto tirgu, īpaši MVU. Turklāt saskaņā ar nesenajām aplēsēm<sup>16</sup>, ja tiktu pilnībā īstenota Pakalpojumu direktīva, tās ekonomiskā ietekme varētu radīt ES IKP pieaugumu līdz pat 2,6%. Ņemot vērā to, ka mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības nozares veido pievienoto vērtību visās Pakalpojumu direktīvā ietvertajās nozarēs, atlikušo šķēršļu novēršana šajās nozarēs radītu vērā ņemamu ietekmi.

### 3.2.1 Komercedarbības veikšana

Konkurenci starp mazumtirgotājiem var palielināt, atvieglojot piekļuvi tirgum. Pareizās atrašanās vietas izvēle mazumtirdzniecības attīstībai un savlaicīga darbību sākšana ir izšķirīga sekmīgai uzņēmējdarbībai. Izpilde ir atkarīga ne tikai no piemērota nekustamā īpašuma pieejamības, bet arī no tirdzniecības un telpu plānošanas noteikumiem un procedūrām, kas lieki nekavē konkurenci.

Atbildību nodrošināt līdzsvarotu un ilgtspējīgu teritoriālo attīstību sākotnēji uzņemas dalībvalstis. To rīcība var radīt ierobežojumus attiecībā uz atrašanās vietu vai produktu/pakalpojumu klāstu, ko var piedāvāt mazumtirgotāji. Šādi ierobežojumi lielā mērā ietekmē: i) teritoriālo organizāciju (piem., satiksmes un transporta infrastruktūru); ii) uzņēmumu iespējas atvērt veikalu un tirgoties; iii) mazumtirgotāju formātus; un iv) patērētāju izvēli. Kā atzinusi Eiropas Savienības Tiesa, tirdzniecības uzņēmuma brīvības ierobežojumus var attaisnot tikai ar pamatotiem iemesliem sabiedrības interesēs, piemēram, vides aizsardzība, pilsētu un lauku plānošana un patērētāju aizsardzība, ja tie ir piemēroti un samērīgi<sup>17</sup>.

Tādēļ, no vienas puses, ir svarīgi nodrošināt, lai tiktu ievērota brīvība veikt uzņēmējdarbību, un novērst konkurences kropļošanu, un, no otras puses, lai tiktu ievēroti visi svarīgie mērķi un intereses, kas ietvertas ES vispārējā politikā. Ir vajadzīga līdzsvarota pieeja, kura var, *inter alia*, ņemt vērā plānošanu, kas ietver ilgtspējīgu attīstību, teritoriālo kohēziju un augstas kvalitātes pilsētas un lauku dzīvi, ka arī samazina ietekmi uz vidi<sup>18</sup>.

Pakalpojumu direktīva, ko piemēro šajā jomā, arī ietver vairākas viennozīmīgas saistības dalībvalstīm. Vienas no tām ir saistības atcelt prasības, ko aizliegusi Pakalpojumu direktīva, piemēram, ekonomiskas pārbaudes, kas nosaka, ka, lai piešķirtu atļauju sniegt pakalpojumus, ir jāpierāda ekonomiskas vajadzības vai tirgus pieprasījuma esība, jāveic konkrētās darbības potenciālās vai esošās ietekmes novērtējums vai konkrētās darbības piemērotības novērtējums attiecībā uz ekonomiskās plānošanas mērķiem, kurus noteikusi kompetentā iestāde. Paziņojumā par Pakalpojumu direktīvas<sup>19</sup> īstenošanu Komisija ir paziņojusi par nepielaidīguma politiku nepārprotamas saistību neievērošanas gadījumā, piemēram, saistību likvidēt ekonomiskos testus, kas vēl ir piemērojami dažās dalībvalstīs, neraugoties uz to, ka to

<sup>16</sup> [http://ec.europa.eu/economy\\_finance/publications/economic\\_paper/2012/ecp456\\_en.htm](http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/economic_paper/2012/ecp456_en.htm).

<sup>17</sup> EST 2011. gada 24. marta spriedums lietā C-400/08, Komisija pret Spānijas Karalisti.

<sup>18</sup> Lai novērtētu vides pasākumu piemērotību, tiks izmantoti dažādi instrumenti, tostarp Stratēģiskā vides novērtējuma (SVN) direktīva (Direktīva 2001/42/EK). Turklāt attiecībā uz konkrētiem projektiem, piemēram, tirdzniecības centru un autostāvvietu būvniecību, ir jāveic skrīnings saskaņā ar Vides ietekmes novērtējuma (VIN) direktīvas (Direktīva 2011/92/ES) 4. panta 2. punktu, pamatojoties uz kuru tiks izlemts, vai ir vajadzīga pilnīga VIN procedūra.

<sup>19</sup> COM(2012) 261 final.

aizliedz Pakalpojumu direktīva. Nepielaidīguma politika tomēr neattiecas uz tām plānošanas prasībām, kuras pamato uz sabiedrības interesēm balstīti iemesli<sup>20</sup>.

Līdz ar to, ņemot vērā konkrētus svarīgus ES mērķus, piemēram, teritoriālo kohēziju un vides aizsardzību, jāvelta pūles, lai noteiktu un izplatītu komerciālās plānošanas labas prakses, kas var nodrošināt konkurētspējīgas mazumtirdzniecības nozares veiksmīgu apvienošanu ar lielpilsētu, pilsētu un lauku rajonu godīgu un ilgtspējīgu attīstību visā Eiropas Savienībā.

### 3.2.2 E-komercija

E-komercijas ievērojamā izplatīšanās ir uzlabojusi konkurenci starp tradicionālajiem mazumtirgotājiem un tiešsaistes izplatīšanas kanāliem un rada jaunas iespējas, kas var attīstīt būtisku izaugsmes potenciālu. Tomēr e-komercija patlaban veido tikai 5 % no ES kopējā mazumtirdzniecības apjoma<sup>21</sup> un tikai 10 % no ES iedzīvotājiem ir iepirkušies tiešsaistē citā dalībvalstī, turpretim 39 % iepērkas tiešsaistē savā dalībvalstī<sup>22</sup>. Šie rādītāji atveido digitālās ekonomikas milzīgo neapgūto potenciālu. Pielāgojoties šai jaunajai realitātei, attīstot daudzkanālu stratēģijas, MVU tiktu pavērts ceļš, lai izmantotu izaugsmes potenciālu, kas saistīts ar tiešsaistes kanālu. Patiešām, MVU, kas lielā mērā izmanto interneta tehnoloģijas, attīstās un eksportē divreiz vairāk, nekā citi uzņēmumi. Tie arī rada divreiz vairāk darbavieta<sup>23</sup>. Piemēram, 97 % no eBay "komerciālajiem tirgotājiem", tostarp 94 % no vismazākajiem 10 % "komerciālo tirgotāju", pārdod preces ārpus savas valsts<sup>24</sup>. Tas liecina par to, ka, veicot nelielu ieguldījumu, MVU var izmantot tiešsaistes platformu, lai sasniegtu ārvalstu tirgus un attīstītu iespējami būtisku pārrobežu darbību. Šajā mainīgajā vidē Komisija cieši sekos tendencēm tiešsaistes un reālajos mazumtirdzniecības tirgos, izpētīs to nozīmi mūsdienu mazumtirdzniecībā un veidos to iespējamās darbības, lai pozitīvi reaģētu uz šo dinamiku.

Šajā kontekstā ir svarīgi pārlicināties, vai jaunajiem tiesību aktu priekšlikumiem nebūs kaitējoša ietekme uz tradicionālo mazumtirdzniecību un e-komerciju, īpaši saistībā ar pārrobežu tirdzniecību. Tādēļ, izstrādājot jaunu tiesību aktu priekšlikumu, ir vajadzīgs to rūpīgi pārdomāt. Komisija aktīvi izskatīs šos jautājumus, veicot sagatavošanās darbus par visiem šādiem jauniem priekšlikumiem.

#### **Pasākumi**

- (3) *Dalībvalstīm ir jānovērš visas atlikušās neatbilstības nepārprotamiem pienākumiem, ko paredz Pakalpojumu direktīva attiecībā uz piekļuvi mazumtirdzniecības darbībām un to veikšanu, tostarp ekonomisko vajadzību pārbaudes atcelšanu, Pakalpojumu direktīvas 14. panta 5. punkta nozīmē. Komisija piemēros nepielaidīguma politiku un vajadzības gadījumā izmantos pārskatīšanas procedūras.*
- (4) *Komisija:*
- a) *sāks darbības pārbaudi mazumtirdzniecības nozarē, lai izpētītu, kā kompetentās iestādes praksē piemēro tirdzniecības un telpu plānošanas*

<sup>20</sup> Darba dienestu dokuments, kas pievienots paziņojumam par Pakalpojumu direktīvas īstenošanu, DDD(2012)148 final, 2012. gada 8. jūnijs.

<sup>21</sup> Avots: Eurostat, IKT izmantošana un e-komercija uzņēmumos, 2011. gads.

<sup>22</sup> Avots: Eurostat, IKT izmantošana personiskām un mājsaimniecības vajadzībām, 2011. gads.

<sup>23</sup> Ar internetu saistītie jautājumi: interneta radikālā ietekme uz nodarbinātību, darba vietām un pārtību," McKinsey Global Institute, 2011. gada maijs.

<sup>24</sup> Avots: eBay pētījums "Iespējas tirgotājiem iekļūt pasaules tirgū un attīstīties", 2012. gada jūnijs.

*noteikumus un plānus, ja potenciālais pakalpojumu sniedzējs vēlas izveidot mazu, vidēju vai lielu mazumtirdzniecības vietu;*

- b) apmainoties ar paraugpraksi, nodrošinās lielāku skaidrību attiecībā uz pareizu līdzsvaru starp brīvību veikt uzņēmējdarbību, telpu/tirdzniecisko plānošanu un vides un sociālo aizsardzību.*

### **3.3 Līdzsvarotākas pārtikas un nepārtikas B2B apgādes ķēdes izveide**

Negotīga tirdzniecības prakse (NTP) ir prakse un noteikumi, kas ievērojami atšķiras no labas komercdarbības un kas ir pretrunā godprātībai un godīgai rīcībai uzņēmumu savstarpējās attiecībās (B2B). B2B mazumtirdzniecības pārtikas un nepārtikas apgādes ķēde ir darījumu ķēde starp uzņēmumiem vai starp uzņēmumiem un valsts iestādēm, kuras rezultātā notiek preču piegāde, kuras adresētas galvenokārt plašai sabiedrībai izmantošanai personiskām vai mājsaimniecības vajadzībām. To veido daudzi dalībnieki (ražotāji/pārstrādātāji/izplatītāji). Labi funkcionējoša B2B pārtikas un nepārtikas apgādes ķēde ir svarīga, lai sasniegtu šo apakšnozaru maksimālu ekonomisko potenciālu. Negotīga tirdzniecības prakse parasti rodas situācijā, kad spēcīgākai pusei ir ievērojama ietekme pār vājāku pusi.

Godīgums uzņēmumu savstarpējos darījumos nodrošina B2B pārtikas un nepārtikas apgādes ķēdes pareizu darbību. Ir pieņemts, ka NTP ir negatīva ietekme uz uzņēmumu kapacitāti, īpaši MVU, ieguldīt un radīt inovācijas. Kā NTP piemēru varētu minēt prakses gadījumus, kuros mazumtirgotāji nodod atpakaļ apgādātājiem daļu no mazumtirdzniecībā iesaistītā riska. Tas var attiekties uz nelieliem pārdošanas apjomiem, pārdošanas atlaidēm, sezonas beigu inventāru, u.c. Kā vēl vienu negotīgas tirdzniecības prakses piemēru var minēt gadījumu, kurā konkrētu daudznacionālu apgādātāju uzlikti teritoriāli piegādes ierobežojumi neļauj mazumtirgotājiem iepirkt identiskas preces ārpus savas valsts no centrālas tirdzniecības vietas, kur tās varētu izplatīt citām dalībvalstīm. Šādi ierobežojumi sadala tirgu un var radīt ievērojamas vairumtirdzniecības cenu atšķirības valstu starpā. Šo jautājumu risināšana mazinātu šādas atšķirības un palīdzētu mazumtirgotājiem sniegt patērētājiem vienotā tirgus priekšrocības.

Lai novērstu NTP, valsts mērogā pastāv atšķirīgas pieejas. Risinot NTP jautājumus, valsts (reglamentējoši vai pašreglamentējoši) noteikumi parasti katrā dalībvalstī ir atšķirīgi. Dalībvalstīs, kurās nav konkrētu pamatonsacījumu par NTP, parasti pielietotā argumentācija ir tāda, ka vispārējās konkurences tiesības ir pietiekami efektīvas, lai risinātu šo jautājumu, vai ka ir zināma nevēlēšanās iejaukties pušu līgumu slēgšanas brīvībā, īpaši, ja nav pārkāpti konkurences noteikumi.

Pārtikas nozarē Augsta līmeņa forums pārtikas apgādes ķēdes darbības uzlabošanai bija ieinteresēto personu koncentrēti centieni šai problēmai rast pašregulatīvu risinājumu. Ekspertu platforma par B2B līgumu slēgšanas praksi ir izstrādājusi pārtikas apgādes ķēdē vertikālās attiecībās godīgas prakses principu kopumu, kuru parakstījušas vienpadsmit organizācijas, kas pārstāv dažādas intereses visā Eiropas pārtikas apgādes ķēdē<sup>25</sup>, un strādā pie izpildes mehānisma. Neraugoties uz kopīgiem centieniem, ierosinātie pamatnosacījumi neguva pārstāvju atbalstu no visas apgādes ķēdes un neizdevās noteikt efektīvus risinājumus noteikumu neizpildei. Tiek turpināts darbs, lai rastu kompromisu, izmantojot šo nozaru pieeju, un Komisija turpinās uzraudzīt īpašas tendences pārtikas apgādes ķēdē.

<sup>25</sup> AIM, CEJA, CELCAA, CLITRAVI, Copa-Cogeca, ERRT, EuroCommerce, EuroCoop, FoodDrinkEurope, UEAPME un UGAL.

Lai nodrošinātu, ka var rast efektīvus risinājumus, NTP problēma visā B2B apgādes ķēdē būtu jārisina, ņemot vērā plašāku perspektīvu. Tendences mazumtirdzniecības nozarē, īpaši "jauktie" formāti, nozīmē, ka NTP var rasties citās B2B pārtikas un nepārtikas apgādes ķēdes nozarēs.

### 3.3.1 NTP novēršana

Kā daļu no šī rīcības plāna Komisija paralēli pieņem zaļo grāmatu par negodīgu tirdzniecības praksi B2B pārtikas un nepārtikas apgādes ķēdē. Zaļā grāmata paver ceļu diskusijai par šo tematu, kuras rezultāti, kā plānots, būs pieejami 2013. gada vēlā pavasarī. Pamatojoties uz apspriešanās rezultātiem, Komisija 2013. gadā apsvērs, kādai vajadzētu būt turpmākajai rīcībai.

#### **Pasākumi**

- (5) *Komisija pieņems zaļo grāmatu, izklāstot NTP kopīgas iezīmes B2B pārtikas un nepārtikas apgādes ķēdē un sāks apspriešanos, kuras rezultāti būs pieejami 2013. gada pavasara beigās. Apspriešanās rezultāti tiks ņemti vērā ietekmes novērtējumā, kurā izskatīs dažādas alternatīvas, kas apzinātas, lai šo jautājumu risinātu ES mērogā.*

### 3.4 Ilgtspējīgākas mazumtirdzniecības apgādes ķēdes izveide

ES mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības nozares vides veiktspējas optimizēšana (piem., samazinot ar pārtiku saistītus atkritumus un pārmērīgu iesaiņojuma daudzumu un veicinot ilgtspējīgu izcelsmi) varētu uzlabot dzīves standartus un dzīves kvalitāti ES, vienlaikus ietaupot resursus un atbalstot inovatīvus MVU, kuri veicina videi nekaitīgas darbības.

#### 3.4.1 Ilgtspējīgāka ražošana un patēriņš

Mazumtirgotāji ir svarīgā pozīcijā, lai veicinātu ilgtspējīga patēriņa modeļus, ne tikai ikdienā sazinoties ar miljoniem Eiropas patērētāju, bet arī, īstenojot savas darbības un partnerības ar apgādātājiem. Pētījumu rezultāti<sup>26</sup> liecina par to, ka ir svarīgi, lai mazumtirgotāji censtos piedāvāt tādu produktu klāstu, kas ir ilgtspējīgāki un videi nekaitīgāki, tādējādi virzoties uz videi draudzīgākām apgādes ķēdēm<sup>27</sup>. Daži mazumtirgotāji jau ir izstrādājuši šādas stratēģijas un ir sekmīgi tās īstenojuši kā daļu no savas ikdienas uzņēmējdarbības prakses.

Mazumtirgotājiem ir svarīga nozīme patērētāju informēšanā, lai tie varētu veikt ilgtspējīgāku izvēli un lai novērstu apjukumu, ko radījis dažāda "zaļais" marķējums un apgalvojumi, veicinot skaidru un salīdzināmu produktu vides informāciju<sup>28</sup> un izpratni par ES ekomarķējumu.

<sup>26</sup> Piemēram, ES EMAS nozares atsaucis dokuments par vides pārvaldības paraugpraksi (BEMP) mazumtirdzniecības nozarē.

<sup>27</sup> JRC/IPTS Izmēģinājuma atsaucis dokuments par vides pārvaldības paraugpraksi mazumtirdzniecības nozarē (2011. gads), <http://susproc.jrc.ec.europa.eu/activities/emas/documents/RetailTradeSector.pdf> un JRC/IPTS (Styles et al), Produktu apgādes ķēžu ietekmes uz vidi uzlabošana. Pārskats par Eiropas mazumtirgotāju veiktspēju, resursiem, uzglabāšanu un otreizēju pārstrādi 65 (2012) 57.-78. lpp., un Produktu apgādes ķēžu ietekmes uz vidi uzlabošana. Ierosinātie paraugprakses paņēmieni, kvantitatīvie rādītāji un izcilības kritēriji mazumtirgotājiem, Vides pārvaldības žurnāls 110 (2012) 135-150.

<sup>28</sup> Kā paziņots Vienotā tirgus aktā, Komisija 2013. gadā pieņems paziņojumu par nekaitīgu produktu vienoto tirgu, tostarp saskaņotus kritērijus un metodes vides informācijai noteiktām produktu kategorijām.

Vēl viens svarīgs jautājums ir enerģijas ietaupījumi. Pārtikas mazumtirgotājiem ir jo īpaši lielas izredzes uzlabot savu energoefektivitāti. Vissvarīgākie pasākumi attiektos uz preču vitrīnām un saldēšanas karstuma atkritumu atgūšanu, lai tos izmantotu telpu apkurei, kā arī dabisko saldētāju izmantošanu<sup>29</sup>.

#### 3.4.2 Pārtikas atkritumu apjoma samazināšana

Ir svarīgi veidot izpratni un palīdzēt patērētājiem mazināt pārtikas atkritumus, lai panāktu to, ka patērētāji izdara ilgtspējīgas izvēles. Šādi atkritumi rodas galvenokārt no: i) apgādes ķēdes neefektivitātes, ii) krājumu pārvaldības neefektivitātes, iii) tirdzniecības stratēģijām un iv) tirdzniecības standartiem (produkta noraidīšana iepakojuma dēļ, kur netiek ietekmēta ne pārtikas kvalitāte, ne drošums). Lai atrisinātu šo steidzamo jautājumu, Komisija novērtē, kā vislabāk ierobežot pārtikas atkritumus pārtikas apgādes ķēdē, lai sasniegtu Ceļvedī par resursu efektīvu izmantošanu noteikto mērķi līdz 2020. gadam par 50 % samazināt atkritumus izmestās pārtikas daudzumu.

Mazumtirgotāju starpnieku loma ir būtiska pārtikas atkritumu samazināšanā. Mazumtirdzniecības nozares forums<sup>30</sup> ir daudzu ieinteresēto personu platforma, kas izveidota, lai apmainītos ar paraugpraksi par ilgtspējību ES mazumtirdzniecības nozarē un noteiktu iespējas un šķēršļus, kas var veicināt vai kavēt ilgtspējīga patēriņa un ražošanas sasniegšanu. To izveidoja saskaņā ar Ilgtspējīga patēriņa un ražošanas un ilgtspējīgas rūpniecības politikas rīcības plānu<sup>31</sup>, un tas jau risina galvenos vides jautājumus, tostarp pārtikas atkritumu problēmu, izmantojot brīvprātīgo iesaisti<sup>32</sup>.

#### **Pasākumi**

- (6) *Izmantojot esošās ES platformas, Komisija atbalstīs mazumtirgotājus, lai īstenotu darbības nolūkā samazināt pārtikas atkritumus, neapdraudot pārtikas nekaitīgumu (izpratnes veicināšana, komunikācija, atkārtotas sadales atvieglošana uz pārtikas bankām, u.c.), piemēram, izmantojot Mazumtirgotāju vienošanos par atkritumiem, un strādās, lai sagatavotu ilgtermiņa politiku pārtikas atkritumu jomā, tostarp paziņojumu par ilgtspējīgu pārtiku, kas jāpieņem 2013. gadā.*
- (7) *Dialogā ar ieinteresētajām personām Komisija noteiks paraugpraksi, lai apgādes ķēdes padarītu vidi nekaitīgākas un ilgtspējīgākas un samazinātu energopatēriņu mazumtirdzniecības vietās. Komisija esošo forumu ietvaros rosinās mazumtirgotājus piemērot šo paraugpraksi.*

<sup>29</sup> Skatīt JRC/IPTS Izmēģinājuma atsaucis dokumentu par vides pārvaldības paraugpraksi mazumtirdzniecības nozarē, paņēmienu aprakstu, lai izpētītu mazumtirdzniecības nozares energotaupības būtisko potenciālu.

<sup>30</sup> [http://ec.europa.eu/environment/industry/retail/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/industry/retail/index_en.htm).

<sup>31</sup> Komisijas paziņojums Eiropas Parlamentam, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu Komitejai par ilgtspējīga patēriņa un ražošanas un ilgtspējīgas rūpniecības politikas rīcības plānu, COM(2008) 397 final, 2008. gada 16. jūlijs.

<sup>32</sup> Mazumtirgotāju vienošanos par atkritumiem ([http://ec.europa.eu/environment/industry/retail/event\\_2012/pdf/retail-agreement-on-waste.pdf](http://ec.europa.eu/environment/industry/retail/event_2012/pdf/retail-agreement-on-waste.pdf)) parakstīja 19 mazumtirdzniecības uzņēmumi un asociācijas 2012. gada oktobrī ikgadējā Mazumtirdzniecības forumā, kuras apņēmas līdz 2014. gada vidum īstenot vismaz divas informēšanas iniciatīvas par atkritumu samazināšanu.

### 3.5 Novatoriskāku risinājumu izstrāde

Inovācija ir viens no svarīgākajiem faktoriem ekonomikas izaugsmes nodrošināšanā. Mazumtirgotāji ir inovācijas galvenie virzītāji. Tie cieši seko patērētāju vajadzībām, kuras tie arī palīdz veidot, un nodod šo informāciju apgādātājiem. Viņi rīkojas kā "inovāciju vairotāji", kas ātri pieņem un izmanto jaunas tehnoloģijas visā apgādes ķēdē. Mazumtirgotāji ir agrīni jaunu tehnoloģiju pieņēmēji, iedzīvinot inovācijas un pievienoto vērtību visā mazumtirdzniecības ķēdē. Piemēram, loģistikas nozarē intelligentu mazumtirgotāju noliktavas ļauj smagās kravas pārvietot bez piepūles un ātrāk, nekā to var paveikt manuāli, un līdz ar to efektīvāk, samazinot darba negadījumu risku, vienlaikus palielinot produktivitāti. Daži mazumtirgotāji ir arī izstrādājuši īpašas iekārtas, kas ļauj paņemt un piegādāt tiešsaistē pasūtītās preces, veicinot ilgtspējīgāku apgādes ķēdi.

Tomēr daudzi ES mazumtirgotāji nav sevi pietiekami ātri atjauninājuši, lai pilnībā izmantotu jaunu tehnoloģiju potenciālu. Tas ir noticis daļēji saistībā ar mazumtirdzniecības pakalpojumu īpašajām iezīmēm (piemēram, viegli pārņemami, vienmēr vērsti uz patērētāju, bieži nav saistīti ar tehnoloģijām un ir orientēti uz klientu). Tomēr starptautiskā kontekstā redzams, ka lielākā daļa ASV uzņēmumu ir veikuši lielus ieguldījumus mazumtirdzniecības inovācijās.

Līdz ar to būtu jāievieš piemēroti mehānismi, lai uzlabotu mazumtirgotāju iesaisti pamatiniciatīvā "Inovācijas savienība", kas nodrošina visaptverošu inovāciju stratēģiju, sākot no pētniecības, beidzot ar mazumtirdzniecību<sup>33</sup>. Būtu jāizpēta inovatīvi tehnoloģiju risinājumi, lai novērstu tirgu sadrumstalotību, kā pamatā ir atšķirīgās regulējošās sistēmas dalībvalstīs, un lai mainītu apgrūtinātos un dārgus obligātos noteikumus. Ātrāk integrējot pētījumu rezultātus un idejas tirgū un labāk iesaistot mazumtirgotājus šajā procesā, varētu arī paaugstināt produktivitātes līmeņus mazumtirdzniecības nozarē.

Līdzvērtīgu konkurences apstākļu panākšana dalībniekiem inovācijas jomā varētu palīdzēt veicināt ciešāku vienotā tirgus integrāciju, vienlaikus veicinot paraugpraksi, ko piedāvā novatoriskie MVU. Vairumam MVU ir liels potenciāls attiecībā uz inovācijām, neatkarīgi no tā, vai tie ir jauni augsto tehnoloģiju uzņēmumi vai tradicionāli amatniecības uzņēmumi, vai tie darbojas vietējos tirgos, vai tiem ir klienti visā pasaulē. Vairāk nekā ceturtdaļa (27 %) no MVU, kas īsteno inovācijas darbības ES, ievieša jaunus vai uzlabotus produktus tirgū 2008. gadā<sup>34</sup>.

Mazumtirdzniecības nozarē MVU ir ļoti svarīga loma, lai nodrošinātu produktu un pakalpojumu pieejamību (telpa, laiks un produktu klāsts) patērētājiem. Tā kā mazumtirdzniecība ir uz patērētājiem orientēta nozare, MVU padziļinātas tirgus zināšanas ļauj tiem ātri noteikt, kur jaunās tehnoloģijas var palīdzēt apmierināt patērētāju pieprasījumu. Turklāt organizatoriskā elastīguma dēļ MVU ir spējīgi viegli izstrādāt jaunus produktus un pakalpojumus vai mainīt esošos, lai tie labāk atbilstu patērētāju vajadzībām.

#### 3.5.1 Produktu marķēšana

Atšķirīgas obligātās marķēšanas prasības var kavēt uzņēmumus brīvi veikt iepirkumus visā ES, meklējot labāku cenu. Spēkā esošais ES regulatīvais režīms par pārtikas produktu

<sup>33</sup> Komisijas paziņojums Eiropas Parlamentam, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu Komitejai "Stratēģijas „Eiropa 2020” pamatiniciatīva — „Inovācijas Savienība””, COM(2010) 546, galīgā redakcija, 2010. gada 6. oktobris.

<sup>34</sup> Inovācijas savienības konkurētspējas ziņojums (2011. gads); [http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index\\_en.cfm?section=competitiveness-report&year=2011](http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index_en.cfm?section=competitiveness-report&year=2011).

marķēšanu<sup>35</sup> saskaņo obligāto informāciju par pārtiku. Tomēr tas arī ļauj ieviest papildu obligātās marķēšanas prasības valsts mērogā, pamatojoties uz konkrētiem īpašiem iemesliem. Līdz ar to, lai arī dalībvalstīs piemērotie noteikumi ir līdzīgi, dažos gadījumos produkta tirdzniecībai ir vajadzīgs atbilstības novērtējums katrā valstī. No tā izrietošā juridiskā sarežģītība var kavēt pārrobežu tirdzniecību un apgrūtināt apjomīgu ietaupījumu radīto priekšrocību izmantošanu.

Lielāka pārredzamība šajā jomā nāktu par labu visām ieinteresētajām personām. Tiks sāta izmēģinājuma datu bāzes priekšizpēte, kurā apvienotas ES un valstu marķēšanas prasības pārtikas nozarē, lai informāciju par marķēšanas noteikumiem padarītu pieejamu visiem. Var izpētīt inovatīvus tehnoloģiskus risinājumus (piemēram, izmantojot svītru kodu lasītājus veikalos, lai sniegtu nepieciešamo informāciju tradicionālo marķējumu vietā), kas varētu radīt rentablus un uz patērētājiem vērstus risinājumus.

### 3.5.2 Elektroniskie maksājumi

Saskaņā ar neseno pētījumu, ko publicējusi Eiropas Centrālā banka<sup>36</sup>, izmaksas, ko sabiedrībai rada mazumtirdzniecības maksājumu pakalpojumu nodrošināšana, ir apjomīgas. Vidēji tās sasniedz 1 % no IKP jeb aptuveni 130 miljardus euro 2009. gadā. Aptuveni pusi no šīm sociālajām izmaksām sedz bankas un maksājumu infrastruktūras, turpretim 46 % sedz mazumtirgotāji. Sociālajās izmaksās neietilpst maksas, kas samaksātas visiem tirgus dalībniekiem maksājumu pakalpojumu darījumu ķēdē. Ja šādas maksas ir ietvertas, maksājumu kopīgās izmaksas mazumtirgotājiem ir vēl augstākas, nekā bankām un infrastruktūrām. Līdz ar to maksājumi veido svarīgu daļu ES tirgotāju uzņēmējdarbības izmaksās.

Elektroniskie maksājumi šajā jomā piedāvā nozīmīgas iespējas. Mazumtirdzniecības maksājumu tirgus ir dinamisks, un tajā ir notikusi attīstība, parādoties e-komercijai. Lai arī mazumtirdzniecības maksājumos joprojām dominē bankas un karšu shēmas, ir parādījušās citas maksājumu metodes, piemēram, uz karti nebalstīti interneta un mobilie maksājumi, ko veicina aizvien lielāka viedtālrunu izmantošana, un tas liecina par spēcīgu turpmāku izaugsmes potenciālu<sup>37</sup>.

Komisijas Zaļā grāmata par karšu, interneta un mobilajiem maksājumiem<sup>38</sup> cenšas veicināt integrētu Eiropas tirgu šajās jomās par labu patērētājiem un tirgotājiem. No ciešākas integrācijas gūtās priekšrocības ietver:

- lielāku konkurenci starp maksājumu pakalpojumu sniedzējiem un līdzvērtīgus konkurences apstākļus starp vēsturiskajiem operatoriem un jaunajiem tirgus dalībniekiem;
- lielāku izvēli un pārredzamību attiecībā uz maksājumu pakalpojumiem patērētājiem un tirgotājiem;

<sup>35</sup> Direktīva 2000/13/EK saskaņo vispārējos noteikumus par pārtikas produktu marķēšanu, direktīvu ir paredzēts aizstāt ar Regulu 1169/2011 no 2014. gada 13. decembra.

<sup>36</sup> "Sociālās un privātās mazumtirdzniecības maksājumu instrumentu izmaksas: Eiropas perspektīva", *Occasional Paper Series*, ECB, Nr. 137, Frankfurte, 2012. gada septembris.

<sup>37</sup> Darba grupas ziņojums par inovācijām mazumtirdzniecības maksājumos, Starptautisko norēķinu banka, 2012. gada maijs.

<sup>38</sup> Zaļā grāmata "Ceļā uz karšu, interneta un mobilo maksājumu integrētu Eiropas tirgu", COM(2011) 941, 2011. gada 11. janvāris.

- vairāk inovāciju maksājumu pakalpojumos un lielāku drošību, atbalstot e-komercijas attīstību.

Zaļā grāmata un no tās izrietošās apspriedes ar ieinteresētajām personām noteica vairākus iespējamus šķēršļus tirgus integrācijai karšu, interneta un mobilajiem maksājumiem. Minētie šķēršļi ir šādi.

- Ierobežota tirgus piekļuve jauniem maksājumu pakalpojumu sniedzējiem, kas strādā ar kartēm vai bez tām; (piemēram, trešās puses pakalpojumu sniedzējiem piekļuve informācijai par maksājumu kontiem vai piekļuve tīrvērtes un norēķinu sistēmām jaunajiem maksājumu pakalpojumu sniedzējiem).
- Ļoti atšķirīgas un, iespējams, pārmērīgas daudzpusējas starpbanku komisijas maksas (dalībvalstu starpā) karšu maksājumiem; šādas maksas veido lielu daļu no maksām, ko pakalpojumu pircēji iekasē no tirgotājiem par karšu maksājumu pieņemšanu.
- Šķēršļi, kas attur tirgotājus no pārrobežu vai centralizētu karšu maksājumu iegādes.
- Standartizācijas un sadarbības trūkumi karšu, interneta un mobilo maksājumu jomā un no tā izrietošie šķēršļi tirgotājiem ieguldīt vajadzīgajā infrastruktūrā, piemēram, maksājumu termināļos.

Dažus no pasākumiem, ar ko risina šīs problēmas, varētu ieviest, pārskatot Maksājumu pakalpojumu direktīvu<sup>39</sup> un ieviešot uzlabotu pārvaldības modeli mazumtirdzniecības maksājumiem ES. Komisija ir arī paziņojusi par tiesību akta priekšlikumu par daudzpusējām starpbanku komisijas maksām paziņojumā par II vienotā tirgus aktu<sup>40</sup>.

### **Pasākumi**

- (8) *Komisija sāks mazumtirdzniecības inovācijas iniciatīvu 2013. gadā, ar ko Komisija, izmantojot augsta līmeņa ekspertu palīdzību, izpētīs, kā nodrošināt to, lai mazumtirdzniecības nozare varētu veicināt un gūt priekšrocības no inovatīviem produktiem, pakalpojumiem un tehnoloģijām. Pamatojoties uz iepriekšminēto, Komisija izstrādās konkrētas darbības, tās vēršot uz mazumtirdzniecības konkurētspējas paaugstināšanu, piemēram, pētījumu rezultātus ātrāk pielietojot tirgū, integrējot e-komerciju un reālo dzīvi, jaunus patērētāju informēšanas veidus par produktiem un inovācijai labvēlīgu noteikumu un standartu izstrādi, u.c.*
- (9) *Komisija izpētīs iespēju izveidot īpašu datubāzi, lai tajā ietvertu visus ES un valsts noteikumus par pārtikas marķēšanu un nodrošinātu vienkāršu veidu, kā katram produktam noteikt marķēšanas prasības.*
- (10) *Komisija veiks pasākumus, lai nodrošinātu karšu, interneta un mobilo maksājumu labāku integrāciju tirgū:*
- a) pārskatot Maksājumu pakalpojumu direktīvu;*

<sup>39</sup> Eiropas Parlamenta un Padomes 2007. gada 13. novembra Direktīva 2007/64/EK par maksājumu pakalpojumiem iekšējā tirgū, ar ko groza Direktīvas 97/7/EK, 2002/65/EK, 2005/60/EK un 2006/48/EK un atceļ Direktīvu 97/5/EK (OV, Nr. L 319, 2007. gada 5. decembris, 1. lpp.).

<sup>40</sup> Komisijas paziņojums Eiropas Parlamentam, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu Komitejai "II vienotā tirgus akts – Kopā jaunai izaugsmei", COM(2012) 573 final, 2012. gada 3. oktobris.



- b) uzlabojot mazumtirdzniecības maksājumu pakalpojumu pārvaldības modeli; kā arī
- c) izstrādājot tiesību aktu priekšlikumu par daudzpusējām starpbanku komisijas maksām attiecībā uz maksājumu kartēm.

### 3.6 Labākas darba vides izveide

Darba tirgus vienmērība ir īpaši svarīga, lai mazumtirdzniecības nozare varētu nodrošināt piekļuvi darbam jauniem, nekvalificētiem un/vai sezonāliem darbiniekiem (32 % no visiem mazumtirdzniecībā nodarbinātajiem ir nekvalificēti vai daļēji kvalificēti salīdzinājumā ar vidēji 27 % no darbaspēka kopumā). Mazumtirdzniecības nozare bieži ir sākumpunkts tiem, kas ienāk vai atkārtoti ienāk darba tirgū (15 % no visiem strādājošajiem mazumtirdzniecības nozarē ir jaunāki par 24 gadiem salīdzinājumā ar vidējo rādītāju, kas ir 9 %; 30 % no mazumtirdzniecības jomas darba ņēmējiem strādā nepilnu laiku salīdzinājumā ar vidējo rādītāju, kas ir 20 %) <sup>41</sup>.

Ņemot vērā ievērojamo darbaspēku, kas nodarbināts mazumtirdzniecības nozarē, nozarei vajadzētu pilnībā gūt labumu no labākas strādnieku mobilitātes, lai prasmes varētu ieguldīt tur, kur tās ir visvairāk vajadzīgas. Tas ir svarīgi, lai palielinātu nozares ieguldījumu ES izaugsmē. Ierosinātie pasākumi palīdzēs labāk izmantot pieejamās prasmes, īpaši MVU, ņemot vērā šajā nozarē strādājošo lielo īpatsvaru.

#### 3.6.1 Prasmju un vajadzību neatbilstība

Esošās neatbilstības starp darbaspēka prasmēm un mazumtirdzniecības nozares vajadzībām rada būtiskas problēmas optimālai nozares darbībai. Lai risinātu šo problēmu, esošajam un nākotnes darbaspēkam ir jāpiemīt pareizajam prasmju kopumam, kam būs nepieciešama precīza *ex-ante* prasmju vajadzību analīze. Prasmju vajadzību un neatbilstību noteikšana ir īpaši svarīga, lai uzlabotu nodarbinātību attiecībā uz jauniešiem, kas ienāk darba tirgū, ilgtermiņa bezdarbniekiem, vecāka gadagājuma strādniekiem, imigrantiem un invalīdiem. Turklāt notiekošā inovācija un līdz ar to pieaugošais automatizācijas līmenis mazumtirdzniecības nozarē pieprasītu strādniekiem bieži atjaunināt savu prasmju kopumu, lai pielāgotos dažādiem darbiem un uzdevumiem.

Lai sasniegtu abus iepriekšminētos mērķus, nepietiks tikai ar publisko ieguldījumu. Atbildībai par ieguldījumiem prasmēs būs jābūt kopīgai, un mazumtirdzniecības nozarei ir jāieņem svarīga loma līdzās valdībām, privātpersonām un izglītības nozarei. Pat pašreizējā situācijā, kad uzmanība tiek veltīta budžeta izdevumu kontrolei, nebūtu jāizvēlas ieguldījumu samazināšana izglītībā un mācībās. Tieši otrādi, būtisks un stratēģisks ieguldījums prasmēs un attīstībā ne tikai nodrošinās labāko cenas un vērtības attiecību, bet arī palīdzēs izmantot iedzīvotāju potenciāla priekšrocības. Kā uzsvērts paziņojumā "Izglītības pārvērtēšana" <sup>42</sup>, nolūkā nodrošināt pienācīgu un piemērotu prasmīgu darbaspēku būs jādaudzkrāso centieni modernizēt izglītību un mācību sistēmas. Mazumtirdzniecības nozares uzņēmumiem būtu jābūt nozīmīgai lomai jaunu prasmju veidošanā, mācību un arodprakses attīstībā, kā arī ciešā sadarbībā ar izglītības sistēmām, lai noteiktu jomas, kurām veltīt uzmanību, piemēram,

<sup>41</sup> Tirdzniecības strukturālās iezīmes un to ietekme uz cenām eurozonā, ECB, *Occasional Paper* Nr. 128, 2011. gada septembris.

<sup>42</sup> Komisijas paziņojums Eiropas Parlamentam, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu Komitejai "Izglītības pārvērtēšana – ieguldījums prasmēs labāku sociālekonomisko rezultātu sasniegšanai", COM (2012) 669 final, 2012. gada 20. novembris.

paaugstinot prasmes vides jomā darba ņēmēju starpā vai veidojot labākas attiecības ar piegādātājiem. Abām pusēm var būt lietderīga skolu un uzņēmējdarbības partnerību veicināšana, tostarp divkāršu mācību sistēmu ieviešana mācekļiem, ko atbalsta Eiropas Mācekļu apvienība<sup>43</sup>, kā arī dažādas prakses un stipendiju ieviešana: līdz ar to uzņēmumi mazumtirdzniecības nozarē var nodrošināt, ka tiem ir piekļuve labi apmācītam darbaspēkam ar pieprasītajām prasmēm, turpretim skolas var piesaistīt vairāk studentu, ja to mācību programma piedāvā diplomu, kam ir lielāka vērtība darba tirgū. Turklāt ES mērogā nesen ir izstrādāti un pārbaudīti nozarei paredzēti instrumenti, lai atbalstītu spēcīgāku un strukturētāku partnerību starp prasmju nodrošinātājiem un uzņēmējiem. Viena no tām, Nozaru prasmju apvienība<sup>44</sup>, kas ierosināta saskaņā ar programmu "Erasmus visiEM"<sup>45</sup>, varētu būt īpaši piemērota, lai risinātu mazumtirdzniecības nozares konkrētās vajadzības. Atjaunošanas projekti ir labi piemēri tam, kā mazumtirgotāji var strādāt kopā ar vietējām iestādēm, lai risinātu ilgtermiņa bezdarba problēmu.

Prasmju neatbilstība ievērojami atšķiras pa nozarēm un visā ES, kā arī atšķiras pēc ilguma. Lai samazinātu prasmju trūkumu, ar ko saskaras uzņēmumi un darba meklētāji, visām ieinteresētajām personām, tostarp uzņēmumiem un sociālajiem partneriem mazumtirdzniecības nozarē, būtu jāiesaistās kvalitatīvu un kvantitatīvu prasmju vajadzību noteikšanā īstermiņā, vidējā termiņā un ilgtermiņā.

Plānots, ka Eiropas Nozaru kvalifikācijas padomes izveide 2012. gadā tirdzniecības nozarē, ietverot mazumtirdzniecību un vairumtirdzniecību, būs svarīga, lai veidotu nozares prasmes kopā ar valsts prasmju padomēm šajā nozarē. Iestrādājot šo prasmju padomju darbu nesen izveidotajā ES prasmju panorāmā<sup>46</sup>, tas palīdzēs iepriekš noteikt un novērst neatbilstības un trūkumus, sniedzot ieinteresētajām personām informāciju par prasmju vajadzību un nodarbinātības attīstību. Labāka plānošana ļaus dalībvalstu uzņēmumiem, kā arī privātpersonām, izdarīt pārdomātas izvēles un ieguldījumus.

### 3.6.2 Ēnu ekonomika

Nedeklarēts darbs ir svarīgs jautājums mazumtirdzniecības nozarē. Uz darbiniekiem ēnu ekonomikā<sup>47</sup> neattiecas esošā veselības apdrošināšana un sociālie pabalsti. Šādiem darbiniekiem tas nozīmē augstus sociālos riskus, zemu ienākumu un zemu sociālo aizsardzību. Turklāt ēnu ekonomika rada zaudējumus budžeta ieņēmumos, samazinot samaksātos nodokļus un sociālās apdrošināšanas iemaksas. Tādējādi tas rada lielāku nodokļu slogu legālajam darbaspēkam un ietekmē dalībvalstu konkurētspēju.

Komisija iesaistīs visas ieinteresētās puses dialogā, lai novērtētu ēnu ekonomikas ietekmi uz darba apstākļiem un noteiktu, kā izstrādāt ES pieeju, lai to apkarotu<sup>48</sup>.

<sup>43</sup> Komisijas paziņojums Eiropas Parlamentam, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu Komitejai "Jauniešu pāreja uz nodarbinātību", COM(2012) 727 final, 2012. gada 5. decembris.

<sup>44</sup> [http://ec.europa.eu/education/news/20120425\\_en.htm](http://ec.europa.eu/education/news/20120425_en.htm).

<sup>45</sup> Komisijas paziņojums Eiropas Parlamentam, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu Komitejai "ERASMUS VISIEM", ES programma izglītības, apmācības, jaunatnes un sporta jomā", COM (2011) 787 galīgā redakcija, 2011. gada 23. novembris.

<sup>46</sup> <http://euskills Panorama.ec.europa.eu/>

<sup>47</sup> Darbības un ienākumi, kas pilnībā vai daļēji neietilpst valdības reglamentācijā un nodokļu sistēmā.

<sup>48</sup> Īpaši Komisijas 2013. gada darba programmā minēta "Eiropas platformas nedeklarēta darba apkarošanai" izveide. Šīs platformas mērķis ir īstenot konsekventāku pieeju attiecībā uz visām būtiskākajām jomām, kuras ietekmē nedeklarēta nodarbinātība, un atbalstīt efektīvāku cīņu pret nedeklarētu nodarbinātību, sadarbojoties, apmainoties ar paraugpraksi un nosakot kopīgus principus. Šī

Komisijas dienesti kopīgi strādās, lai nodrošinātu, ka mazumtirdzniecības nozares īpatnības tiek ņemtas vērā, īstenojot visus pasākumus, kas izstrādāti ēnu ekonomikas apkarošanai.

### **Pasākumi**

(11) *Komisija stiprinās sadarbību ar sociālajiem partneriem, lai radītu apstākļus, kas sniedz iespēju saskaņot prasmes ar tirgus vajadzībām mazumtirdzniecības nozarē, īpaši, nosakot un paredzot pieprasījumu pēc prasmēm, izmantojot ES Nozaru kvalifikācijas padomi un uzlabojot mazumtirgotāju mācību un pārkvalificēšanu politikā.*

### **3.7 Starptautiskā dimensija**

Starptautiskie tirdzniecības šķēršļi mazumtirdzniecībā (uzņēmuma izveidei un citiem apgāžu veidiem, piemēram, ierobežojumiem attiecībā uz franšīzēm un e-komerciju) veido būtisku šķērslī izaugsmei un darbavietu izveidei. Patlaban ES 36 miljoni darbavietu tiešā vai netiešā veidā ir atkarīgas no tirdzniecības. Trešo valstu tirgu novērtēšana paver svarīgus kanālus Eiropas tirgus dalībniekiem, īpaši MVU, ļaujot tiem izmantot minēto tirgu izaugsmi. Mazumtirgotāju piekļuvei trešo valstu tirgiem ir būtisks izaugsmi veicinošs potenciāls ES ekonomikā. Eiropas mazumtirgotājiem var būt svarīga nozīme kā eksporta virzītājspēkam, piegādājot ES ražotos produktus trešām valstīm, paverot ceļu MVU piekļuvei tirgiem ārpus ES. Līdz ar to ir ierosināts ciešā dialogā ar mazumtirdzniecības nozari izstrādāt ES stratēģiju, lai paplašinātu starptautisko tirdzniecību un risinātu esošos šķēršļus, īpaši šādos veidos.

- Labāk apkopojot informāciju par trešo valstu tirdzniecības šķēršļiem mazumtirdzniecībā, lai palīdzētu attiecīgajiem Komisijas dienestiem uzraudzīt esošo brīvās tirdzniecības nolīgumu īstenošanu un sagatavoties turpmākām sarunām, kā arī
- uzlabot MVU palīdzības dienestu<sup>49</sup>, kā arī eksporta palīdzības dienestu un tirgu piekļuves datubāzes, lai paplašinātu to attiecīgās darbības jomas, ietverot pakalpojumus.

## **4. SECINĀJUMS: NEPĀRTRAUKTS DIALOGS AR MAZUMTIRDZNIECĪBAS NOZARI**

Ņemot vērā izaugsmes un nodarbinātības potenciālu, ko mazumtirdzniecības pakalpojumi var sniegt ES ekonomikā kopumā, ir jāizstrādā visaptveroša un holistiska stratēģija, vēršot uzmanību uz šķēršļiem, kas patlaban kavē to pilnīgu īstenošanu.

Radot piekļuvi konkurētspējīgākiem un ilgtspējīgākiem mazumtirdzniecības pakalpojumiem, sniedzot iespējas patērētājiem tikt labāk informētiem, izdarot izvēli, par produktiem, ko viņi vēlas iegādāties, attīstot līdzsvarotāku mazumtirdzniecības ķēdi, atbalstot inovatīvus risinājumus, ātrāk nododot pētījumu rezultātus tirgum un radot labākus darba apstākļus mazumtirdzniecībā – tas viss veicinās šā mērķa sasniegšanu.

---

iniciatīva tika pausta Komisijas paziņojumā Eiropas Parlamentam, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu Komitejai "Virzoties uz ekonomikas atlabšanu ar daudzām jaunām darba vietām" (pazīstams arī kā "Pasākumu kopums nodarbinātības jomā"), COM (2012) 173 final, 2012. gada 18. aprīlis.

<sup>49</sup> Īpašs mehānisms, ar ko strādā Komisija, lai risinātu tirgotāju bažas un jautājumus, uzlabojot tās mērķtiecīgo pieeju MVU.

Šajā rīcības plānā izklāstītie 11 pasākumi<sup>50</sup> būtu jāīsteno līdz 2014. gadam, lai izveidotu vienoto tirgu mazumtirdzniecības nozarē. Ir svarīgi, lai šis rīcības plāns tiktu īstenots vienlaikus ar citām iniciatīvām, īpaši tām, kas attiecas uz Pakalpojumu direktīvas, E-komercijas rīcības plāna un sāktu iniciatīvu maksājumu jomā pilnīgu īstenošanu.

Komisija uzraudzīs šā rīcības plāna īstenošanu un ziņos par progresu, sagatavojot ziņojumu 2015. gadā. Šo uzraudzību veiks, pamatojoties uz esošajām apspriedēm ES iestādēs, ar dalībvalstīm un ar mazumtirdzniecības nozares pārstāvjiem, kā arī citām attiecīgajām ieinteresētajām personām, izmantojot Grupu par mazumtirdzniecības konkurētspējas jautājumiem.

---

<sup>50</sup> Visi Komisijas ierosinātie pasākumi, kas jāuzsāk, šajā dokumentā ir konsekventi un saderīgi ar pašreizējo daudzgadu finanšu shēmu (2007.–2013.) un ar priekšlikumu par jauno daudzgadu finanšu shēmu (2014.–2020.).