



EIROPAS PARLAMENTS

2009 - 2014

Sesijas dokuments

A7-0226/2010

7.9.2010

ZIŅOJUMS

par iekšējā tirgus izveidi elektroniskās komercijas jomā
(2010/2012(INI))

Iekšējā tirgus un patērētāju aizsardzības komiteja

Referents: *Pablo Arias Echeverría*

SATURA RĀDĪTĀJS

	Lpp.
EIROPAS PARLAMENTA REZOLŪCIJAS PRIEKŠLIKUMS	3
PASKAIDROJUMS	22
RŪPNIECĪBAS, PĒTNIECĪBAS UN ENERĢĒTIKAS KOMITEJAS ATZINUMS.....	25
JURIDISKĀS KOMITEJAS ATZINUMS.....	32
KOMITEJAS GALĪGAIS BALSOJUMS	36

EIROPAS PARLAMENTA REZOLŪCIJAS PRIEKŠLIKUMS

par iekšējā tirgus izveidi elektroniskās komercijas jomā (2010/2012(INI))

Eiropas Parlaments,

- ņemot vērā Eiropas Kopienas Tiesas spriedumus *Google* (2010. gada 23. martā pieņemtais spriedums apvienotajās lietās no C-236/08 līdz C-238/08) un *BergSpechte* (2010. gada 25. martā pieņemtais spriedums lietā C-278/08) lietās, kuros standarta interneta patērētājs definēts kā pienācīgi informēts un pietiekami uzmanīgs interneta lietotājs,
- ņemot vērā 2010. gada 9. marta rezolūciju par patērētāju aizsardzību¹,
- ņemot vērā *SOLVIT* 2008. gada ziņojumu par *SOLVIT* tīkla attīstību un darbības rezultātiem 2008. gadā (SEC(2009)0142), Komisijas dienestu 2008. gada 8. maija darba dokumentu attiecībā uz rīcības plānu par integrētu pieeju vienotā tirgus atbalsta pakalpojumu sniegšanai iedzīvotājiem un uzņēmumiem (SEC(2008)1882) un Parlamenta 2010. gada 9. marta rezolūciju par *SOLVIT*²,
- ņemot vērā Komisijas 2010. gada 3. marta paziņojumu „Eiropa 2020 — stratēģija gudrai, ilgtspējīgai un integrējošai izaugsmei” (COM(2010)2020),
- ņemot vērā Komisijas dienestu 2009. gada 3. decembra darba dokumentu „Direktīvas 2005/29/EK par negodīgu komercpraksi ieviešanas/piemērošanas pamatnostādnes” (SEC(2009)1666),
- ņemot vērā Komisijas 2009. gada 22. oktobra paziņojumu par pārrobežu elektronisko komerciju uzņēmumu attiecībās ar patērētājiem ES (COM(2009)0557),
- ņemot vērā Komisijas Veselības un patērētāju aizsardzības ĢD vārdā pieprasīto pētījumu „Pārrobežu elektroniskās komercijas novērtējums Eiropas Savienībā (projekts „slepenais pircējs)”, ko veica *YouGovPsychonomics* un ko publicēja 2009. gada 20. oktobrī,
- ņemot vērā Komisijas dienestu 2009. gada 22. septembra darba dokumentu par finanšu pakalpojumu mazumtirdzniecībā pārraudzību saistībā ar „Rezultātu tablo” par patēriņa tirgiem (SEC(2009)1251),
- ņemot vērā Komisijas 2009. gada 7. jūlija paziņojumu par harmonizētu metodiku patērētāju sūdzību un jautājumu klasificēšanai (COM(2009)0346) un tam pievienoto Komisijas ieteikuma projektu (SEC(2009)0949),
- ņemot vērā Komisijas 2009. gada 2. jūlija paziņojumu par patērētāju *acquis* īstenošanu (COM(2009)0330),

¹ Šajā datumā pieņemtie teksti, P7_TA(2010)0046.

² Šajā dienā pieņemtie teksti, P7_TA-PROV(2010)0047.

- ņemot vērā Komisijas 2009. gada 2. jūlija ziņojumu par Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (EK) Nr. 2006/2004 par sadarbību starp valstu iestādēm, kas atbildīgas par tiesību aktu īstenošanu patērētāju tiesību aizsardzības jomā, (Regula par sadarbību patērētāju tiesību aizsardzības jomā) piemērošanu (COM(2009)0336),
- ņemot vērā Komisijas dienestu 2009. gada 5. marta darba dokumentu „Ziņojums par pārrobežu elektronisko komerciju Eiropas Savienībā” (SEC(2009)0283),
- ņemot vērā 2009. gada 5. februāra rezolūciju par starptautisko tirdzniecību un internetu¹,
- ņemot vērā Komisijas 2009. gada 28. janvāra paziņojumu „Ietekmes uz patērētājiem uzraudzība vienotajā tirgū — „Rezultātu tablo” par patēriņa tirgiem otrais izdevums” (COM(2009)0025) un tam pievienoto Komisijas dienestu darba dokumentu „Rezultātu tablo” par patēriņa tirgiem otrais izdevums” (SEC(2009)0076),
- ņemot vērā Parlamenta 2007. gada 21. jūnija rezolūciju par patērētāju uzticēšanos digitālajai videi²,
- ņemot vērā Eiropas Parlamenta un Padomes 2006. gada 12. decembra Direktīvas 2006/123/EK³ par pakalpojumiem iekšējā tirgū 20. panta 2. punktu,
- ņemot vērā Eiropas Parlamenta un Padomes 2006. gada 12. decembra Direktīvu 2006/114/EK⁴ par maldinošu un salīdzinošu reklāmu (kodificēta versija),
- ņemot vērā tā 2006. gada 23. marta rezolūciju par Eiropas līgumtiesībām un *acquis* pārskatīšanu: turpmākā virzība⁵ un 2006. gada 7. septembra rezolūciju par Eiropas līgumtiesībām⁶,
- ņemot vērā spēkā esošos Kopienas tiesību aktus patērētāju aizsardzības, elektroniskās komercijas un informācijas sabiedrības attīstības jomā,
- ņemot vērā Komisijas paziņojumu par elektronisko sakaru tīklu un pakalpojumu ES tiesiskā regulējuma pārskatīšanu (COM(2006)0334),
- ņemot vērā 2003. gada 21. novembra pirmo ziņojumu par Elektroniskās komercijas direktīvas (COM(2003)0702) piemērošanu,
- ņemot vērā Eiropas Parlamenta un Padomes 2002. gada 23. septembra Direktīvu 2002/65/EK⁷ par patērētāju finanšu pakalpojumu tālpārdošanu, ar kuru groza Padomes Direktīvu 90/619/EEK un Direktīvas 97/7/EK un 98/27/EK,
- ņemot vērā ANO Starptautiskās tirdzniecības tiesību komitejas (*UNCITRAL*) paraugnoteikumus par elektronisko komerciju (1996), *UNCITRAL* paraugnoteikumus par

¹ OV C 67E, 18.3.2010., 112. lpp.

² OV C 146E, 12.6.2008., 370. lpp.

³ OV L 376, 27.12.2006., 36. lpp.

⁴ OV L 376, 27/12/2006., 21. lpp.

⁵ OV C 292 E, 1.12.2006., 109. lpp.

⁶ OV C 305E, 14.12.2006., 247. lpp.

⁷ OV L 271/16, 9.10.2002.

elektronisko parakstu (2001) un *UNCITRAL* konvenciju par elektronisko sakaru līdzekļu izmantošanu starptautisku līgumu slēgšanā (2005)¹,

- ņemot vērā LESD 11. pantu, kurā noteikts, ka „nosakot un īstenojot Savienības politiku un darbības, tajās jāparedz vides aizsardzības prasības, lai veicinātu noturīgu attīstību”,
 - ņemot vērā LESD 12. pantu, kurā noteikts, ka „patērētāju tiesību aizsardzības prasības ņem vērā, nosakot un īstenojot pārējo Savienības politiku un darbības”,
 - ņemot vērā LESD 14. pantu un Līgumam pievienoto 26. protokolu par sabiedriskiem (ar ekonomiku saistītiem) pakalpojumiem,
 - ņemot vērā Reglamenta 48. pantu,
 - ņemot vērā Iekšējā tirgus un patērētāju aizsardzības komitejas ziņojumu, kā arī Rūpniecības, pētniecības un enerģētikas komitejas un Juridiskās komitejas atzinumus (A7-0226/2010),
- A. tā kā Eiropai vajadzētu ne tikai meklēt veidus, kā turpināt iekšējā tirgus attīstīšanu elektroniskās komercijas (e-komercijas) jomā, bet arī pētīt, kā iekšējā tirgus izveidi var ilgtspējīgi atsākt, turpmāk pilnveidojot e-komerciju;
- B. tā kā Mario Monti ziņojumā „Jauna stratēģija vienotajam tirgum” ir uzsvērts, ka „vienotā tirgus popularitāte vēl nekad nav bijusi tik zema, tomēr tas ir nepieciešams vairāk nekā jebkad agrāk”; tā kā ziņojumā ir arī norādīts, ka e-komercijai papildus novatoriskiem pakalpojumiem un ekorūpniecības nozarēm ir vislielākais izaugsmes potenciāls un ka tā sniedz papildu ieguvumu saistībā ar turpmāku darbavietu radīšanu un tāpēc ir uzskatāma par jaunu progresīvu sasniegumu vienotajā tirgū;
- C. tā kā e-komercija ir būtisks interneta spēks un svarīgs stratēģijas „Eiropa 2020” mērķu sasniegšanas sekmētājs iekšējā tirgus jomā; tā kā ir svarīgi, lai visas ieinteresētās personas sadarbotos vēl atlikušo šķēršļu pārvarēšanā;
- D. tā kā e-komercija atvieglo un veicina jaunu tirgus nišu veidošanu mazajiem un vidējiem uzņēmumiem, kuru pastāvēšanai nebūtu citu iespēju;
- E. tā kā, lai pilnībā atraisītu ES vienotā tirgus potenciālu, e-komercijas tirgotāji būtu jāmudina reklamēt savus ražojumus visās ES dalībvalstīs, izmantojot tiešo mārketingu vai citus komunikācijas līdzekļus;
- F. tā kā e-komercija ir viena no galvenajiem Eiropas Savienības 21. gadsimta tirgiem un tai ir iespējas pārveidot Eiropas iekšējo tirgu, sekmēt uz zināšanām balstītu ekonomiku, pašreizējās finanšu spriedzes apstākļos Eiropas patērētājiem un uzņēmējiem nodrošināt pievienoto vērtību un iespējas, kā arī tai ir nozīmīga labvēlīga ietekme uz nodarbinātību un izaugsmi; tā kā e-komercijas pilnveide saistībā ar Komisijas stratēģijas „Eiropa 2020” īstenošanu, tostarp jaunu uzņēmējdarbības veidu attīstība un veicināšana attiecībā uz mazajiem un vidējiem uzņēmumiem, var uzlabot ES ekonomikas konkurētspēju;
- G. tā kā ir būtiski panākt iekšējā tirgus efektīvu darbību, lai īstenotu Lisabonas programmas mērķus palielināt izaugsmi, konkurenci, kā arī integrējošu un konkurētspējīgu darbavietu

¹ <http://www.un.or.at/unictral>

radīšanu un lai darbotos 500 miljonu ES patērētāju interesēs un viņu labklājības nodrošināšanai; tā kā pārrobežu e-komercija sniedz nozīmīgas sociāli ekonomiskas priekšrocības Eiropas patērētājiem, piemēram, plašākas ērtības un ietekmi, patērētāju tiesību ievērošanas veicināšanu, lielāku pārredzamību un konkurences pieaugumu, piekļuvi plašākai produktu un pakalpojumu daudzveidībai, kas dod iespēju salīdzināt un izdarīt izvēli, kā arī nozīmīgu ietaupījumu potenciālu;

- H. tā kā nesenās ekonomikas krīzes laikā digitālās sabiedrības attīstība un iekšējā tirgus izveide IKT nozarē ir veicinājusi e-komercijas nozares izaugsmi un darbavietu radīšanu, palīdzot tiešsaistes uzņēmumiem uzturēt ekonomisko darbību un patērētājiem — izmantot plašākas izvēles un labāku cenu priekšrocības; tā kā pārrobežu e-komercija sniedz nozīmīgas priekšrocības ES uzņēmējsabiedrībām, īpaši MVU, ar ko var nodrošināt novatoriskus, augstas kvalitātes pakalpojumus un produktus, kuri ir atbilstoši patērētāju vajadzībām visā Eiropas tiešsaistes iekšējā tirgū, nostiprinot uzņēmumu stāvokli un sniedzot iespēju saglabāt konkurētspēju pasaules mērogā;
- I. tā kā e-komercija sniedz lielākas izvēles iespējas patērētājiem, jo īpaši tiem, kuri dzīvo grūtāk pieejamās, attālās vai nomaļās teritorijās, kā arī personām ar kustību traucējumiem, kurām nebūtu citu iespēju piekļūt plašas izvēles precēm; tā kā e-komercija ir īpaši noderīga lauku apvidū, attālu un perifēru reģionu iedzīvotājiem, kuriem varētu nebūt citu iespēju tik ērti un par tādu cenu saņemt plašas izvēles preces;
- J. tā kā Elektroniskās komercijas direktīvas piemērošanas otrā ziņojuma iesniegšana ir aizkavējusies kopš 2005. gada, t. i., par pieciem gadiem (Direktīvas 2000/31/EK 21. pants);
- K. tā kā Eiropas Digitālajā programmā ir noteikti samērīgi darbības mērķi attiecībā uz ātrdarbīgu un īpaši ātrdarbīgu platjoslas tīklu pārklājumu un e-komercijas uzsākšanu;
- L. tā kā Eiropas patērētāju un uzņēmumu uzticēšanās digitālajai videi ir nepietiekama tādu nevajadzīgu, e-komerciju apgrūtināšu šķēršļu dēļ kā ES tirgus fragmentācija, patērētāju bažas par datu konfidencialitāti, darījumu drošumu un patērētāju tiesībām problēmu gadījumā un tā kā Eiropa, no dažu elektroniskās komercijas aspektu viedokļa raugoties, atpaliek no ASV un Āzijas; kā digitālā vienotā tirgus izveide, ar ko veicinātu darījumus pāri dalībvalstu robežām tiešsaistes vidē, aptverot visus patērētājus Eiropas Savienībā, ir svarīgs vienotā tirgus stiprināšanas elements, kas nodrošina iedzīvotājiem plašāku produktu un pakalpojumu izvēli; tā kā šķēršļu pārvarēšana pārrobežu e-komercijā un patērētāju palāvības veicināšana ir būtiski priekšnoteikumi pievilcīga, integrēta digitāla vienotā tirgus izveidei Eiropā, kā arī patēriņa preču tirgus un plašāka mēroga ekonomikas sekmēšanai;
- M. ņemot vērā Komisijas paziņojumu par digitālo programmu, kurā atzīts, ka ES patērētāji ļoti bieži izvēlas iesaistīties darījumu veikšanā ar uzņēmumiem, kas atrodas ārpus ES, piemēram, ASV, un šis faktors liecina par nepieciešamību izstrādāt politiku, lai veicinātu e-komercijas globālās formas, kā arī par to, ka jāpaaugstina interneta pārvaldības internacionalizācijas nozīmīgums atbilstīgi Tunisijas programmai, un tā kā digitālā vienotā tirgus priekšrocības nevar izmantot ne patērētāji, ne uzņēmēji, jo ļoti maz mazumtirgotāju pārdod savus produktus vai pakalpojumus tiešsaistē citās dalībvalstīs un, ja pārdod, vairākums no viņiem to dara tikai ierobežotā skaitā dalībvalstu; tā kā ir jārisina patērētāju

diskriminācijas problēma, tostarp maksāšanas laikā, nodrošinot, lai darbotos noteikumi, ar kuriem regulē maksājumu veikšanu un saņemšanu un piegādi; tā kā e-komercija patlaban ir nozīmīga formālās ekonomikas daļa un tā kā uzņēmēji un patērētāji aizvien vairāk iekļaujas gan tiešsaistes, gan nesaistes komercdarbībā, gūstot priekšrocības;

- N. tā kā e-komercija ir starptautiska un to nevar ierobežoti īstenot ES teritorijā;
- O. tā kā Eiropas Digitālajā programmā ir noteikti samērīgi darbības mērķi attiecībā uz ātrdarbīgu un īpaši ātrdarbīgu platjoslas tīklu pārklājumu un e-komercijas uzsākšanu;
- P. tā kā ES elektroniskā tirgus sadrumstalotība apdraud *acquis communautaire* paredzētās tiesības;
- Q. tā kā ES pārrobežu e-komercijā Eiropas patērētājiem un uzņēmējiem nav nodrošināta pietiekama juridiskā noteiktība un tā kā viens atsevišķs elektronisks darījums ir pakļauts daudzām tiesību normām, kas nosaka atšķirīgas prasības, kuras nenodrošina uzņēmējiem un patērētājiem skaidrus un viegli ieviešamus noteikumus;
- R. tā kā minētais attiecas arī uz e-komerciju ārpus Eiropas, jo Eiropas patērētāji, iepērkoties vai pārdodot tiešsaistē, bieži nepiešķir nozīmi Eiropas un trešo valstu diferencēšanai; tā kā tādējādi arī trešās valstis ir jāiesaista centienos lielākas pārredzamības, uzticamības un atbildības nodrošināšanai e-komercijā;
- S. tā kā strauji pieaugošā patēriņa tirgu pārrobežu dimensija rada jaunus uzdevumus izpildiestādēm, kuru darbību apgrūtina jurisdikcijas robežas un reglamentējošo noteikumu sadrumstalotība;
- T. tā kā nelegālie pakalpojumi tiešsaistē ievērojami apgrūtina dažu digitālo pakalpojumu legālo tirgu attīstību, jo īpaši attiecībā uz mūzikas ierakstiem, filmām un — arvien biežāk — grāmatām un žurnāliem; tā kā intelektuālajam īpašumam ir izšķiroša nozīme digitālajā vidē un tā kā tā aizsardzība, sevišķi interneta vidē, joprojām ir nozīmīgs uzdevums;
- U. tā kā e-komercijas lietotājiem ir tiesības saņemt kompensāciju gadījumos, kad viņi ir cietuši nelikumīgu darbību dēļ, bet praksē, ceļot prasību par šādām lietām, viņi saskaras ar ievērojamiem šķēršļiem, ko rada nepietiekama informētība par tiesību aktiem, ko piemēro dažādās dalībvalstīs, garas un sarežģītas procedūras un ar tiesāšanos saistītie riski, jo īpaši pārrobežu lietās, kā arī augstas izmaksas;
- V. tā kā pamattiesību uz privātumu un personas datu aizsardzību ievērošana ir nozīmīgs e-komercijas priekšnosacījums;
- W. tā kā, neskatoties uz alternatīvās strīdu izšķiršanas potenciālu, šādas sistēmas regulāri izmanto tikai 5 % mazumtirgotāju, un 40 % mazumtirgotāju nav informēti par šādu instrumentu izmantošanas iespējām;
- X. tā kā būtiskāko patērētāju tiesību, kā arī sūtīšanas un banku pakalpojumu izmaksu, autortiesību nodevu, PVN procedūru un datu aizsardzības prakses standartizācijai būtu vajadzīgs ilgs laiks patiesi vienota tirgus izveidē uzņēmējiem un patērētājiem; uzsver, ka

PVN procedūrām arī turpmāk jābūt dalībvalstu kompetences jomā;

- Y. tā kā jāvienkāršo un jāprecizē atšķirīgās autortiesību nodevu sistēmas dalībvalstīs, lai tiešsaistes preču un pakalpojumu sniedzējiem būtu vieglāk darīt tos pieejamus dažādu dalībvalstu patērētājiem; tā kā šī autortiesību nodevu sistēmu pārskatīšana tiešsaistes preču un pakalpojumu sniedzējiem dotu lielāku juridisku noteiktību, piedāvājot patērētājiem produktus un pakalpojumus; tā kā ir būtiski nodrošināt patērētāju aizsardzības augstu līmeni, lai veicinātu uzticēšanos tiešsaistes precēm un pakalpojumiem, panākot, ka tiešsaistes tirgus ievēro tirdzniecības praksi; tā kā joprojām ir vairāki nopietni strukturāli un reglamentējoši šķēršļi, kas traucē Eiropas iekšējam e-komercijas tirgum pilnībā funkcionēt, piemēram, dalībvalstu noteikumu sadrumstalotība attiecībā uz patērētāju aizsardzības noteikumiem un noteikumiem par PVN, atkritumu pārstrādes maksu un citām nodevām, kā arī to noteikumu ļaunprātīga izmantošana, kas regulē ekskluzīvas un selektīvas sadales nolīgumus;
- Z. tā kā, lai izveidotu efektīvu e-komercijas iekšējo tirgu, piekļuvei izmaksu ziņā pieejamiem, uzticamiem un kvalitatīviem pasta pakalpojumiem visā Eiropas Savienībā ir prioritāra nozīme; tā kā pašreizējos vertikālos izplatīšanas nolīgumus bieži izmanto, lai izvairītos no pārdošanas tiešsaistē vai ierobežotu to, kas liedz mazumtirgotājiem piekļuvi plašākiem tirgiem, apdraud patērētāju tiesības uz plašāku izvēli un labākām cenām un tādējādi rada šķēršļus tirdzniecības paplašināšanai; tā kā pārrobežu starpuzņēmumu e-komercija var sekmēt Eiropas uzņēmumu konkurētspēju, ļaujot tiem visā iekšējā tirgū (kurā veidojas arī apjomradīti ietaupījumi) viegli piekļūt resursu komponentiem, pakalpojumiem un zinātībai un turklāt tā sniedz iespēju uzņēmumiem, jo īpaši MVU, izvērst starptautiskā mērogā patērētāju loku, netērējot līdzekļus ieguldījumiem fiziskai pārstāvībai citā dalībvalstī;
- A.A tā kā ar e-komerciju tiek veicināta ekoloģiska vienotā tirgus izveide, izmantojot zemas oglekļa emisijas un vides tehnoloģijas, standartus, marķējumus, produktus un pakalpojumus;
- A.B tā kā e-komercijas jomā ir jāuzlabo pircēju tiesiskā aizsardzība un uzticēšanās, vienlaikus ņemot vērā, ka ir jānodrošina arī pārdevēju un uzņēmēju tiesiskā aizsardzība;
- A.C tā kā tirgu elastības nodrošināšana ir visefektīvākais izaugsmes veicināšanas veids; prasa, lai Eiropas iestādes nodrošinātu pēc iespējas lielāku tiešsaistes tirgu elastību, kas ļautu šajā nozarē sekmēt uzņēmējdarbību un paplašināt apjomu; tā kā digitālā vienotā tirgus izveidi var pabeigt vienīgi tad, ja visās ES dalībvalstīs pareizi īsteno svarīgos tiesību aktus vienotā tirgus jomā, tostarp Pakalpojumu direktīvu; tā kā ir būtiski nodrošināt juridisku skaidrību un pārredzamību tiesību iegūšanas procesā, kad e-komercijas mazumtirgotājs tīmekļa vietnē augšupielādē ar autortiesībām aizsargātu saturu; tā kā, lai gan internets ir visstraujāk augošais mazumtirdzniecības kanāls un e-komercija aizvien vairāk paplašinās dalībvalstu līmenī, tomēr atšķirības starp vietējo un pārrobežu e-komerciju ES kļūst arvien lielākas, un Eiropas patērētāji dažās ES dalībvalstīs, izdarot izvēli, saskaras ar ģeogrāfiska, tehniska un organizatoriska rakstura ierobežojumiem;
- A.D tā kā Komisijas „rezultātu tablo” par patēriņa tirgiem ir efektīvs līdzeklis, lai uzraudzītu pārrobežu e-komercijas statusu ES, un tas norāda, cik lielā mērā patērētāji var izmantot preces un pakalpojumus vienotajā tirgū;

A.E tā kā, lai patērētājiem un uzņēmumiem nodrošinātu digitālās ekonomikas pieejamību saistībā ar mērķiem, kuri jāīsteno līdz 2013. gadam, ir īpaši svarīgi interneta platjoslas pakalpojumus izvērst visās ES dalībvalstīs,

Ievads

1. atzinīgi vērtē Komisijas 2009. gada 22. oktobra paziņojumu par pārrobežu elektronisko komerciju uzņēmumu attiecībās ar patērētājiem ES;
2. atzinīgi vērtē Komisijas 2010. gada 19. maija paziņojumu „Digitālā programma Eiropai”, kurā ir izklāstīta Komisijas stratēģija ar mērķi cita starpā vienkāršot darījumu veikšanu tiešsaistē un uzlabot uzticēšanos digitālajai videi;
3. aicina Komisiju īstenot steidzamos pasākumus, kas norādīti M. Monti ziņojumā „Jauna stratēģija vienotajam tirgum” kurā secināts, ka iekšējā tirgus turpmākās darbības nodrošināšanai ir būtiski nepieciešams, lai ES steidzami novērstu atlikušos šķēršļus Eiropas mēroga tiešsaistes mazumtirdzniecības tirgus izveidei līdz 2012. gadam;
4. atzinīgi vērtē to, ka stratēģija „Eiropa 2020” veicina uz zināšanām balstītu ekonomiku, un mudina Komisiju nekavējoties veikt pasākumus, lai palielinātu platjoslas pakalpojumu ātrumu, kā arī racionalizētu šādu pakalpojumu izmaksas visā Eiropas Savienībā ar mērķi optimizēt e-komercijas vienotā tirgus izveidi;
5. aicina Komisiju pieņemamā laikposmā saskaņot visas galvenās definīcijas šajā jomā, vienlaikus atzinīgi vērtējot jau paveikto nozīmīgo darbu jomās, kuras saistītas ar elektronisko komerciju;
6. uzsver — lai pabeigtu e-komercijas vienotā tirgus izveidi, Komisijai ir jāīsteno horizontāla pieeja, kas ietver efektīvu koordināciju starp ģenerāldirektorātiem; tādēļ atzinīgi vērtē Komisijas neseno pausto apņemšanos izveidot Komisāru grupu (kā norādīts ziņojumā „Digitālā programma Eiropai”), lai nodrošinātu efektīvu un integrētu politiku;
7. norāda, ka e-komercija būtu jāuzskata nevis par pašmērķi, bet gan par papildu līdzekli MVU to konkurētspējas palielināšanai;
8. uzsver, ka saistībā ar ES konkurētspējas palielināšanu pasaules līmenī ir svarīgi pilnībā izmantot e-komercijas potenciālu;
9. aicina Komisiju steidzami risināt jautājumu saistībā ar digitālā vienotā preču un pakalpojumu tirgus netraucētas darbības veicināšanu, lai varētu izmantot šī tirgus ievērojamo, vēl neīstenoto izaugsmes un nodarbinātības potenciālu;
10. uzsver, ka politikai ir jābūt aktīvai, lai iedzīvotāji un uzņēmumi varētu pilnībā izmantot iekšējā tirgus iespējas, piedāvājot augstas kvalitātes preces un pakalpojumus par konkurētspējīgām cenām; uzskata, ka tas jo īpaši svarīgi ir pašreizējās ekonomikas krīzes apstākļos, lai cīnītos pret pieaugošo nevienlīdzību un aizsargātu patērētājus, kuri ir mazāk aizsargāti, dzīvo attālos reģionos vai kuriem ir kustību ierobežojumi, un sabiedrības

grupas ar zemiem ienākumiem, kā arī mazos un vidējos uzņēmumus, kuriem dalība elektroniskās komercijas vidē ir jo īpaši nozīmīga;

Sadrumstalotības novēršana tiešsaistes iekšējā tirgū

11. prasa uzlabot noteikumu par informāciju, kas jāsniedz pirms līguma slēgšanas e-komercijā, tuvināšanu, lai nodrošinātu patērētāju tiesību augsta līmeņa aizsardzību, un ciktāl šādu saskaņošanu var pielāgot, un lai panāktu lielāku pārredzamību un uzticēšanos patērētāju un tirgotāju vidū, vienlaikus saglabājot obligātas minimuma saskaņošanas pieeju attiecībā uz nepastarpinātiem līgumiem īpašās jomās;
12. atgādina, ka pastāv ievērojamas atšķirības tālirtgotāju noteikumos un praksē attiecībā uz garantijām un atbildību, ko tie nodrošina savā valstī un ārpus tās robežām, kā arī attiecībā uz to, kādus ieguvumus tālirtgotājiem sniegtu saskaņošana; prasa padziļināti analizēt ietekmi, ko e-komercijai radīs to noteikumu saskaņošana, kas attiecas uz atbilstības spēkā esošajiem valstu tiesību aktiem tiesisko garantiju;
13. prasa unificēt noteikumus un praksi, lai ļautu tālirtgotājiem paplašināt darbību aiz savu valstu robežām, saglabājot attiecīgās garantijas un atbildību;
14. atbalsta tādas pienācīgas, efektīvas, drošas un novatoriskas tiešsaistes maksājumu sistēmas izstrādi, kura var sniegt patērētājiem brīvas izvēles iespējas attiecībā uz maksājuma veidu, kura neietver maksas, kas varētu samazināt vai ierobežot izvēli, un kura nodrošina patērētāju datu aizsardzību;
15. uzsver, ka svarīgi ir vairot paļāvību pārrobežu interneta maksājumu sistēmām (piemēram, izmantojot kredītkartes un debetkartes, kā arī e-makus), sekmējot dažādas maksājumu metodes, veicinot savietojamību un kopējus standartus, novēršot tehniskus šķēršļus, atbalstot visdrošākās tehnoloģijas elektroniskajiem darījumiem, saskaņojot un stiprinot tiesību aktus par privātuma un drošības jautājumiem, izskaužot krāpnieciskas darbības, kā arī informējot un izglītojot sabiedrību;
16. aicina Komisiju iesniegt priekšlikumu par Eiropas finanšu instrumenta izveidi attiecībā uz kredītkartēm un debetkartēm, lai atvieglotu darījumu ar kartēm apstrādi tiešsaistē;
17. atkārtoti apstiprina, cik svarīga ir pārrobežu starpuzņēmumu e-komercija, kas ir Eiropas uzņēmēj sabiedrību, jo īpaši MVU, virzītājspēks, lai panāktu izaugsmi, labāku konkurētspēju un radītu vairāk novatorisku produktu un pakalpojumu; aicina Komisiju un dalībvalstis radīt drošu un noteiktu juridisku un reglamentējošu pamatu, lai sniegtu uzņēmumiem nepieciešamās garantijas starpuzņēmumu pārrobežu e-komercijas darījumu uzticamai veikšanai;
18. atzinīgi vērtē Komisijas priekšlikumu veicināt elektronisko rēķinu sagatavošanu un aicina Padomi ātri vienoties ar Parlamentu; aicina Komisiju un dalībvalstis ierosināt pasākumus un panākt attiecīgu vienošanos, lai vienkāršotu un racionalizētu ziņošanas prasības par PVN pārrobežu e-komercijā un vienkāršotu PVN reģistrācijas procedūras;
19. atzinīgi vērtē Komisijas priekšlikumu par ziņošanas pienākumu vienkāršošanu attiecībā uz pievienotās vērtības nodokli (PVN) un par vienkāršotu rēķinu izrakstīšanu tālpārdošanā,

kā arī uzsver, ka nodokļu tiesību aktu jomā, tostarp attiecībā uz PVN, jāievēro subsidiaritātes princips;

20. aicina Komisiju darīt pieejamu integrētu PVN iekasēšanas shēmu, lai mudinātu MVU izvērst pārrobežu tirdzniecību par zemākām administratīvām izmaksām;
21. uzsver, ka ir jānoskaidro, kā PVN pakete ietekmēs pārrobežu pasta pakalpojumus, lai novērstu juridisko nenoteiktību un cenu paaugstinājumu; uzskata, ka jauni fiskālie noteikumi, kas saistīti ar pakalpojumu sniegšanas vietu, nedrīkst ietekmēt vispārējo pasta pakalpojumu atbrīvojumu no PVN saskaņā ar ES PVN direktīvu;
22. aicina Komisiju veikt ietekmes novērtējumu par tādas valsts iestādes izveidi vai izraudzīšanos, kas varētu nodarboties ar reģistrācijas pieprasījumiem tiešsaistes pārrobežu e-komercijas darbībai, kurus iesniedz pašu dalībvalstu uzņēmējdarbības vai uzņēmēji, kā arī Eiropas iestādi, kas varētu koordinēt valstu iestādes, lai būtu iespējams ātri pabeigt iekšējā tirgus izveidi;
23. uzsver, ka jāvienkāršo un jāracionalizē pasākumi tādās jomās kā elektrisko un elektronikas iekārtu atkritumi, autortiesību nodevu par tukšām informācijas nesēju un ierakstu ierīcēm pārrobežu pārvaldība, satura licencēšana ES līmenī, kā arī ES noteikumi, kas reglamentē pārrobežu elektronisko rēķinu izrakstīšanu tālpārdošanai;
24. atbalsta pašreizējo autortiesību nodevu sistēmu vienkāršošanu, jo minētās sistēmas dēļ ir nopietni kavēkli patērētājiem un šķēršļi, kas traucē vienotā tirgus darbību;
25. aicina Komisiju ierosināt atbalsta pasākumus e-rēķina iniciatīvai, līdz 2020. gadam nodrošinot elektroniskā rēķina izmantošanu visā Eiropas teritorijā;
26. ierosina Eiropas līmenī izveidot „vienas pieturas aģentūras” sistēmu, lai rastu pārrobežu risinājumus dalībvalstu atšķirīgo normu un noteikumu piemērošanai, tāpat kā PVN vai citu piemērojamo nodokļu deklarēšanas un nomaksas jomā;
27. aicina Komisiju izpētīt iespējas, kā internetā veicināt labāku piekļuvi radošam saturam, piemēram, mūzikas ierakstiem un audiovizuālajiem darbiem, un kā apmierināt iedzīvotāju pieprasījumu pēc lietotājdraudzīgiem pārrobežu pakalpojumiem;
28. aicina dalībvalstis un Komisiju labāk integrēt vienotā tirgus centrus, kuros iekļauti *SOLVIT*, vienotos kontaktpunktus (kā noteikts Pakalpojumu direktīvā), produktu centrus (kuri paredzēti Savstarpējās atzīšanas regulā), kā arī turpmākas informācijas sniegšanas prasības, tostarp juridiskās prasības, kuras jāpilda uzņēmumiem, lai pārdotu savas preces pāri robežām un tiešsaistē; uzsver, ka šādas vienas institūcijas apstiprinājuma sistēma ir būtiska, lai pabeigtu vienotā tirgus izveidi e-komercijas jomā;
29. atgādina Komisijai, ka joprojām ir atšķirības tiesiskajā regulējumā tiešsaistes pakalpojumu jomā, un aicina Komisiju iesniegt mērķtiecīgus likumdošanas priekšlikumus, lai paplašinātu produktu pieejamību patērētājiem un vairotu uzticēšanos tiešsaistē pārdodamiem produktiem un pakalpojumiem, kā arī piedāvāt patērētājiem vienkāršu vienas institūcijas apstiprinājuma sistēmas pieeju;

30. norāda, cik svarīgi ir vienkāršot pārrobežu noteikumus un samazināt atbilstības nodrošināšanas izmaksas mazumtirgotājiem un uzņēmējiem, sniedzot praktiskus risinājumus par tādiem jautājumiem kā ziņošana par PVN, rēķinu sagatavošana, maksa par elektronisko ierīču atkritumiem un to pārstrādi, autortiesību nodevas, patērētāju aizsardzība, marķēšana un noteikumi konkrētām nozarēm; tālab prasa izstrādāt vienas institūcijas apstiprinājuma sistēmas un veicināt pārrobežu e-pārvaldes risinājumus, piemēram, elektronisko rēķinu sagatavošanu un elektronisko iepirkumu;
31. pauž nožēlu, ka Pakalpojumu direktīva joprojām nav pilnībā transponēta dažu dalībvalstu tiesību aktos; aicina Komisiju un dalībvalstis panākt diskriminācijas pret patērētājiem izbeigšanu elektroniskās adreses vai dzīvesvietas dēļ, nodrošinot Pakalpojumu direktīvas 20. panta 2. punkta efektīvu ieviešanu, kā arī to, lai valstu iestādes un tiesas pareizi piemērotu valstu noteikumus, ar kuriem īsteno šo nediskriminācijas noteikumu, dalībvalstu tiesību sistēmās;
32. uzsver, cik svarīga turpmākai e-komercijas attīstībai ir preču un pakalpojumu brīva aprīte, īpašu uzmanību pievēršot tam, lai iekšējā tirgū ievērotu nediskriminēšanas principu saņēmēja valstspiederības vai pastāvīgās dzīvesvietas dēļ; atkārtoti uzsver, ka nediskriminēšanas princips iekšējā tirgū nav savienojams ar citas dalībvalsts valstspiederīgajiem izvirzītajām papildu juridiskajām vai administratīvajām prasībām, viņiem meklējot iespējas saņemt labumu no pakalpojuma vai vēloties izmantot labākus nosacījumus vai cenas; tāpēc aicina Komisiju, pamatojoties uz Pakalpojumu direktīvas 20. panta 2. punktu, izskaust šādu diskrimināciju;
33. uzsver, cik svarīgi ir izskaust patērētāju un viņu izcelsmes valsts diskrimināciju tiešsaistē un ka jānosaka tiešsaistes maksājumu noteikumi visām 27 ES dalībvalstīm, tostarp patērētāju iespējas izvēlēties dažādus tiešsaistes maksājumu veidus;
34. prasa īstenot integrētu politisko pieeju attiecībā uz vienotā tirgus izveides pabeigšanu transporta jomā, ietverot visus transporta veidus (tostarp kabotāžas autopārvadājumus un dzelzceļa kravu pārvadājumus), kā arī attiecībā uz likumdošanu vides jomā, lai novērstu piegādes ķēdes neefektivitāti vai izmaksu nevajadzīgu pieaugumu tāltirgotājiem un e-komercijas klientiem;
35. uzskata, ka pasta pakalpojumu nozares reforma, kā arī pasta nozares sistēmu un pakalpojumu savietojamības un sadarbības veicināšana var būtiski ietekmēt pārrobežu e-komercijas attīstību, kam ir nepieciešama tāda produktu sadale un izsekojamība, kas ir efektīva un nav dārga; tāpēc uzsver, ka steidzami jāīsteno Trešā pasta pakalpojumu direktīva (2008/6/EK);

Iekšējā tirgus izveides pabeigšana, izmantojot elektronisko komerciju

36. prasa veikt pasākumus, lai veicinātu interneta lietotāju skaita palielināšanu un uzlabotu interneta kvalitāti, maksu un ātrumu tajās Savienības valstīs un reģionos, kur nav pietiekami augstas kvalitātes pieslēgumu, līdz 2013. gadam nodrošinot platjoslas piekļuves pieejamību visā ES; uzsver, ka ir jāpaplašina platjoslas pieslēguma pieejamības iespējas katram iedzīvotājam, kā arī to, ka lauku apvidu, attālu un perifēru reģionu iedzīvotājiem ir jābūt pieejamam ātrdarbīgam interneta pieslēgumam un ka jāpievērš īpaša uzmanība patērētājiem un uzņēmumiem kalnu rajonos vai salu reģionos, kur

papildus ierobežotākai piekļuvei internetam ir ļoti lieli pasta izdevumi un ļoti ilgs iegādāto vai pārdoto preču piegādes laiks;

37. atzīmē, ka Universālo pakalpojumu direktīvas pārskatīšanas kontekstā ātrdarbīgas un izmaksu ziņā pieejamas platjoslas piekļuves turpmāka pilnveide kā prioritāte ir būtiska e-komercijas attīstībai, jo viens no lielākajiem šķēršļiem, kāpēc Eiropas iedzīvotāji nevar izmantot e-komerciju, joprojām ir tas, ka nav interneta piekļuves;
38. atbalsta Komisijas mērķus saistībā ar platjoslu, lai līdz 2013. gadam ES iedzīvotāji varētu piekļūt pamata platjoslai un lai līdz 2020. gadam visiem iedzīvotājiem būtu piekļuve platjoslas pieslēgumam ar vismaz 30 Mb/s ātrumu un pusei ES iedzīvotāju būtu piekļuve platjoslas pieslēgumam ar ātrumu 100 Mb/s, un aicina veikt konkrētus pasākumus, lai nodrošinātu šo mērķu īstenošanu; uzsver, ka ir jāīsteno īpaši pasākumi bērnu un jauniešu aizsardzībai, jo īpaši izstrādājot vecuma pārbaudes sistēmas un aizliedzot tiešsaistes tirdzniecības praksi, kas negatīvi ietekmē bērnu uzvedību;
39. aicina Komisiju sākt noteikt brīvprātīgus Eiropas standartus pārrobežu e-komercijas atvieglošanai, novērst spēkā esošo tiesību aktu atšķirības dažādās dalībvalstīs un selektīva izplatīšanas tīkla ietvaros atcelt prasību, ka pirms pārdošanas tiešsaistē jābūt autonomam (nesaistes) veikalam, ja ir pierādīts, ka šāda prasība ir pretrunā konkurences noteikumiem vai pēc tirdzniecībā piedāvāto preču un pakalpojumu līguma būtības nav pamatota, tādējādi ļaujot patērētājiem un mazajiem un vidējiem uzņēmumiem pilnībā izmantot iekšējā tirgus potenciālu elektroniskajā vidē; pauž bažas par Komisijas lēmumu par prasību izveidot nesaistes veikalu pirms pārdošanas tiešsaistē, jo šī prasība ir galvenais šķērslis tiešsaistes tirdzniecībā;
40. uzskata, ka tiešsaistes platformas ir būtiski veicinājušas (jo īpaši pārrobežu) e-komerciju Eiropā, simtiem tūkstošu MVU nodrošinot iespēju piekļūt tirgum un sniedzot patērētājiem lielākas izvēles iespējas, vienlaikus ieviešot daudzus labas prakses piemērus uzticēšanās palielināšanai un pārredzamu informāciju par tiesībām un pienākumiem, kā arī vajadzības gadījumā atvieglojot strīdu atrisināšanu starp tiešsaistes darījuma pusēm; prasa, lai tiešsaistes platformas piedāvātu savas preces un pakalpojumus visiem Eiropas patērētājiem, nepieļaujot nekāda veida diskrimināciju, kas pamatojas uz dalībvalstīm;
41. uzsver atvērta dokumentu apmaiņas formāta nozīmīgumu sadarbības nodrošināšanai elektroniskajā uzņēmējdarbībā un aicina Komisiju veikt konkrētus pasākumus tā izveidošanai un izplatīšanai;
42. uzsver, cik svarīgas ir labākas vadlīnijas un pieejamas finansiālas iespējas MVU, lai palīdzētu tiem izveidot elektroniskās komercijas dimensiju papildus to nesaistē veiktajai uzņēmējdarbībai;
43. uzsver, ka ir svarīgi nodrošināt atvērtu un neitrālu piekļuvi ātrdarbīgam interneta pieslēgumam, bez kura e-komercija nebūtu iespējama;

44. uzsver, ka e-komercijas iekšējā tirgus pabeigšanu nedrīkst ierobežot tikai ar tiesību aktiem un kontroli; bet papildus ir jāpastiprina citas interneta jomas, proti, elektroniskās pārvaldes un elektronisko mācību joma;
45. uzsver, ka jāuzrauga, kā tiek piemēroti nesen ar Komisijas 2010. gada 20. aprīļa Regulu (ES) Nr. 330/2010 pieņemtie noteikumi par ekskluzīvu un selektīvu izplatīšanu, kuri ir balstīti uz attiecīgo pušu un valstu kompetento iestāžu sniegto tirgus informāciju, un vajadzības gadījumā jāpārskata šie noteikumi, lai samazinātu šķēršļus pārdošanai tiešsaistē; aicina Komisiju iesniegt priekšlikumus šo problēmu atrisināšanai līdz 2011. gada beigām;
46. aicina Komisiju stiprināt patērētāju tiesības uz privātumu un nodrošināt, ka visi patērētāja dati, tostarp dati par pirkumu un apmeklējumu, ir pieejami attiecīgajam patērētājam pēc pieprasījuma un ka piegādātāji saglabā šos datus tik ilgi, kā noteikts ES tiesību aktos;
47. aicina Komisiju arī izstrādāt noteikumus un standartus, lai programmatūru savstarpējas nesavietojamības dēļ komerciālo un sociālo tīklu tīmekļu vietnēs patērētājiem nerastos šķēršļi pirkuma izvēles maiņā;
48. uzsver, ka ir svarīgi ieviest elektronisko parakstu un privātu kodu infrastruktūru (PKI), lai visā Eiropā droši varētu veikt e-pārvaldes pakalpojumus, un aicina Komisiju izveidot Eiropas Validācijas iestāžu vārteju, lai nodrošinātu elektronisko parakstu savstarpējo izmantojamību starpvalstu līmenī;
49. paturot prātā, cik svarīgi ir izmantot visas vienotā tirgus iespējas, aicina Komisiju un dalībvalstis nodrošināt, ka līdz 2015. gadam vismaz 50 % visu publiskā iepirkuma procesu notiktu, izmantojot elektroniskos līdzekļus, atbilstīgi rīcības plānam, par ko vienojās 2005. gadā Mančestrā notikušajā ministru konferencē par e-pārvaldību;
50. uzskata, ka mobilā komercija (m-komercija) var būt nozīmīga e-komercijas daļa, kas dod iespēju sasniegt miljoniem Eiropas iedzīvotāju, kuri izmanto mobilos telefonus, bet kuru rīcībā nav personālo datoru, un tādējādi veicinot interneta un mobilo tehnoloģiju konvergenci un sekmējot ES vadošā stāvokļa nostiprināšanu mobilo sakaru jomā;
51. uzskata, ka vienotu un atklātu tehnisku un operatīvu specifikāciju un standartu (savietojamības, sadarbības, pieejamības, drošības, loģistikas, piegādes u. c. nodrošināšanai) izstrāde un atbalsts tiem veicinās pārrobežu e-komerciju, palīdzot patērētājiem, it īpaši neaizsargātām iedzīvotāju grupām un nepieredzējušiem datora lietotājiem, kā arī novēršot dažādu dalībvalstu vidū pastāvošos operatīvos, tehniskos, kultūras un valodas šķēršļus;
52. atzīst, ka ir konkrētas juridiska rakstura problēmas, kas saistītas ar iekšējā tirgus attīstību m-komercijas jomā, kura spēj nodrošināt patērētāju tiesību, personas privātuma un nepilngadīgo pircēju aizsardzību; aicina Komisiju detalizēti izpētīt šo jautājumu;
53. uzsver, ka e-komercijas piegādes ķēde ir jāpadara pārredzamāka, lai patērētājs vienmēr būtu informēts par piegādātāja personību, tā uzņēmuma nosaukumu, ģeogrāfisko adresi, kontaktinformāciju un nodokļu maksātāja reģistrācijas numuru un par to, vai tas ir starpnieks vai tiešais piegādātājs, kas ir jo īpaši svarīgi saistībā ar tiešsaistes izsolēm;

54. aicina Komisiju noteikt skaidru standartu kopumu, kas vajadzīgi pārrobežu e-komercijai ES līmenī, piemēram, tirgotāja pienākumu sniegt pircējiem un valsts iestādēm vienkāršu, tiešu, pastāvīgu un bezmaksas piekļuvi informācijai, kas attiecas uz tirgotāja vai pakalpojuma sniedzēja vārdu/nosaukumu un reģistrācijas numuru, piedāvāto preču un pakalpojumu cenām, kā arī jebkurām papildu piegādes izmaksām, kuras varētu tikt pievienotas rēķinam;
55. aicina Komisiju ieviest prasību tiem uzņēmējiem, kuri brīvprātīgi izmanto standarta līgumus un tirdzniecības vispārējos standarta noteikumus un nosacījumus, norādīt tos noteikumus, kuri atšķiras no attiecīgajiem noteikumiem un nosacījumiem;
56. uzskata, ka noteikumus, kas reglamentē tālpārdošanas līgumus, vajadzētu piemērot arī līgumiem, kas noslēgti starp patērētājiem un profesionāliem uzņēmējiem tiešsaistes izsolēs, un aicina Komisiju galvenokārt tālab, lai palielinātu tiešsaistes izsoļu atbildību un tādējādi uzlabotu patērētāju tiesību aizsardzību, turpināt pārbaudīt un novērtēt noteikumus, kas reglamentē īpašus tālpārdošanas līgumus par tādiem tūrisma pakalpojumiem (lidmašīnu biļetes, izmitināšana viesnīcā, automobiļu noma, pakalpojumi brīvā laika pavadīšanai utt.), kas individuāli pasūtīti internetā;
57. aicina Komisiju precizēt noteikumus par preču/pakalpojumu piedāvāšanu (tiešu vai netiešu), izmantojot internetu citās dalībvalstīs;

Pārrobežu e-komercijas izmantotāju tiesiskās aizsardzības veicināšana

58. mudina ieviest prasību veikt ārējo revīziju saistībā ar noteiktiem elektronisko pakalpojumu veidiem, kad pastāv lielāka nepieciešamība nodrošināt, ka šie pakalpojumi ir pilnīgi droši, aizsargāt personas informāciju un datus (piemēram, interneta bankas pakalpojumu gadījumā);
59. uzskata, ka lietotājiem (patērētājiem un pārdevējiem), veicot darbības tiešsaistē, ir vajadzīga juridiskā noteiktība, un atzinīgi vērtē Komisijas paziņojumā „Digitālā programma Eiropai” ietvertu priekšlikumu atjaunināt noteikumus par informācijas sabiedrības pakalpojumu ierobežoto atbildību, lai ņemtu vērā tehnoloģisko attīstību, saistībā ar E-komercijas direktīvu (skatīt paziņojuma 13. zemspītras piezīmi);
60. mudina Komisiju veikt pasākumus, lai panāktu juridisku noteiktību un risinātu nopietno sadrumstalotības problēmu, kas pastāv sakarā ar tiesību iegūšanas procesu un daudzveidīgajām dalībvalstu jurisdikcijām un kas ir aktuāla, augšupielādējot informācijas nesēju saturu tīmekļa vietnēs;
61. uzskata, ka prioritāram uzdevumam vajadzētu būt administratīvo un reglamentējošo šķēršļu novēršanai pārrobežu e-komercijas jomā līdz 2013. gadam, ieviešot vienotus noteikumus patērētājiem un uzņēmējiem visās 27 ES dalībvalstīs, ar ko radītu labvēlīgu digitālu vidi, nodrošinātu juridisku skaidrību gan uzņēmumiem, gan patērētājiem, vienkāršotu procedūras, samazinātu izdevumus, kas saistīti ar atbilstības nodrošināšanu, mazinātu negodīgu konkurenci un sekmētu ES e-komercijas tirgus iespējas; uzsver, ka tālab svarīga nozīme var būt tādu likumdošanas instrumentu vienvērtīgai interpretācijai un piemērošanai kā Patērētāju tiesību direktīva, E-komercijas direktīva (2000/31/EK), Pakalpojumu direktīvas (2006/123/EK) 20. panta 2. punkts un Negodīgas komercdarbības

direktīva (2005/29/EK); tāpēc aicina Komisiju turpināt to Kopienas *acquis* pastāvīgo novērtēšanu, kas skar vienoto digitālo tirgu, un ierosināt tiesību aktu priekšlikumus, lai novērstu galvenos traucējumus;

62. uzskata, ka izšķiroša nozīme lietotāju paļāvības veicināšanā ir tirgus pārraudzības, noteikumu pārredzamības un izpildes mehānismu uzlabošanai, jo patēriņa izdevumi būs svarīgs priekšnoteikums ekonomikas atlabšanai; uzskata, ka valsts iestādēm ir jāsaņem vairāk līdzekļu tam, lai atklātu un galu galā apturētu jebkādu nelikumīgu komercdarbību; aicina Komisiju izveidot Eiropas agrā brīdinājuma sistēmu, tostarp datubāzi, cīņai pret negodīgām darbībām digitālajā tirgū; aicina Komisiju vajadzības gadījumā atjaunināt ātrās reaģēšanas sistēmu (*RAPEX*); uzsver — saistībā ar šādām iniciatīvām ir jāievēro datu aizsardzības noteikumi;
63. aicina valsts iestādes ātri rīkoties krāpniecisku tīmekļa vietu atklāšanai, pievēršot lielāku uzmanību patērētāju tiesību aizsardzībai, tostarp pasākumiem, kuru mērķis ir ieviest marķējumu drošām un aizsargātām tīmekļa vietnēm, kā arī nodrošinot, ka uzņēmumi, kuri sniedz sponsorētus reklāmas pakalpojumus, nepopularizē nelikumīgas tīmekļa vietnes;
64. uzskata, ka patērētāju uzticēšanos var veidot, ieviešot standartus un rīcības kodeksus, kas ļautu tiešsaistes pakalpojumu sniedzējiem neatpalikt no strauji mainīgajiem tehnoloģiskajiem sasniegumiem;
65. uzsver, ka tiešsaistes piedāvājumu pielāgošanā patērētājiem un profilu veidošanā ir pilnībā jāievēro datu aizsardzības noteikumi;
66. uzsver, ka jānodrošina konsekventa to ES noteikumu interpretācija, ar kuriem reglamentē personas datu privātumu, lai nodrošinātu datu aizsardzību un vairotu patērētāju uzticēšanos tiešsaistes maksājumu sistēmām;
67. uzskata, ka patērētāju aizsardzības režīmu uzlabojums visā ES teritorijā var nodrošināt patērētāju paļāvību attiecībā uz pārrobežu tiešsaistes darījumiem, tostarp aizsardzību pret kredītkaršu viltošanu;
68. aicina Komisiju nodrošināt, lai e-komercijas jomā netiktu traucēta autortiesību konsekventa ievērošana;
69. uzskata, ka, izmantojot meklēšanu un reklāmu pārrobežu tīmeklī, patērētājiem un tirgotājiem būtu jāiegūst labāka informācija un jāpalielina viņu spēja izdarīt salīdzinājumus un novērtēt piedāvājumus; šai sakarībā pauž bažas par iespējamajiem konkurences noteikumu pārkāpumiem, ar kuriem dažās ES dalībvalstīs saskaras patērētāji un uzņēmēji; aicina Komisiju sadarbībā ar nozari novērst trūkumus tiešsaistes meklēšanas un reklāmas platformās un veicināt to pārrobežu darbību, piemēram, sekmējot „.eu” domēnu darbību;
70. aicina Komisiju veikt uzraudzību tā, lai nodrošinātu, ka e-komercijā netiek pieļauta izvairīšanās no autortiesību pareizas piemērošanas;

71. aicina Komisiju uzņemties iniciatīvu un veikt steidzamu ietekmes novērtējumu par piemērotāko metodi autortiesību nodevu jautājuma risināšanai, tostarp par iespēju iekasēt nodevu tur un tad, kad produkts pirmo reizi laists tirgū Eiropas Savienībā, jo ieinteresētās personas nav spējīgas vienoties;
72. piekrīt Komisijas viedoklim, ka tādi alternatīvi strīdu izšķiršanas mehānismi kā starpniecība un šķīrējtiesa vai izšķiršana ārpusstiesas kārtībā var būt lietderīga un pievilcīga alternatīva patērētājiem; norāda, ka daži privātie operatori, piemēram, tiešsaistes platformas, ir izveidojuši sekmīgas iniciatīvas patērētāju uzticēšanās palielināšanai, izmantojot iekšējos strīdu izšķiršanas instrumentus; mudina dalībvalstis veicināt alternatīvas strīdu izšķiršanas attīstību, lai celtu patērētāju aizsardzības līmeni un maksimāli nodrošinātu tiesību aktu ievērošanu; atgādina par *SOLVIT* un Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības centru tīkla pozitīvo pieredzi; prasa izveidot Eiropas e-patērētāju informācijas sistēmu, kura sniegtu detalizētus ieteikumus un informāciju par tiesībām un pienākumiem digitālajā tirgū; taču uzsver, ka šādiem mehānismiem vajadzētu papildināt, nevis aizstāt tiesiskos vai administratīvos izpildes līdzekļus;
73. atzīmē, ka attiecībā uz pārrobežu darījumiem svarīgi ir vairot patērētāju paļāvības un uzticības līmeni, kas patlaban ir zems, pastiprinot tiešsaistes un pārrobežu darījumus reglamentējošo noteikumu izpildi, paplašinot patērētāju tiesību aizsardzības iestāžu pilnvaras, sekmējot valsts iestāžu sadarbību, kā arī izveidojot efektīvus mehānismus ES līmenī tirgus uzraudzībai un revīzijām, sūdzību izskatīšanai un strīdu risināšanai;
74. mudina izmantot alternatīvus strīdu izšķiršanas mehānismus, kuriem būtu paredzēta tiešsaistes procedūras izmantošanas iespēja un kuriem varētu piekļūt bez kavēšanās, izmantojot Eiropas e-taisnīguma portālu, tiklīdz tas kļūs pieejams;
75. uzsver, ka jāizstrādā un jāstandartizē noteikumi, ar kuriem sniedz augsta līmeņa tiesisku aizsardzību nepilngadīgajiem, un mudina sākt informācijas un apmācības kampaņas vecākiem, skolotājiem un aizbildņiem viņu izpratnes veidošanai par atbildību bērnu izglītošanā par riskiem, kas saistīti ar e-komercijas izmantošanu, un par to, cik svarīga ir piesardzība, bērniem izmantojot internetu;
76. prasa, lai Komisija un dalībvalstis steidzami veiktu pasākumus nelegālu tiešsaistes pakalpojumu izskaušanai, kuros netiek ievēroti patērētāju un nepilngadīgo aizsardzības noteikumi, kā arī noteikumi autortiesību un nodokļu jomā un lielākā daļa citu piemērojamo tiesību aktu;
77. uzsver, ka jābūt piesardzīgiem, lai izvairītos no nelegālu produktu piedāvājumu riska tiešsaistē — jo īpaši saistībā ar viltotām zālēm un veselības aprūpes produktiem —, veicinot zināšanas par veselību un atmaskojot maldinošu informāciju noteiktās tiešsaistes vietās „eu” domēnos;
78. prasa Komisijai izstrādāt priekšlikumu, lai paredzētu atbilstīgus pasākumus vai sankcijas e-komercijas jomā attiecībā uz viltotām precēm un zālēm, tostarp drošu un aizsargātu tīmekļa vietņu marķējumus, piemēram, apstiprināšanas sistēmas licencētiem farmācijas uzņēmumiem;

79. uzsver nepieciešamību pēc atbilstīgas ierēdņu un tiesu iestāžu darbinieku apmācības un izglītošanas ES patērētāju tiesību aizsardzības noteikumu jomā;

Stratēģija e-komercijas izmantotāju palāvības palielināšanai

80. prasa ieviest vienotu juridisku instrumentu, kas apkopotu dažādos pašlaik spēkā esošos dokumentus, lai e-komercijai piemērojamie noteikumi kļūtu skaidrāki; atzinīgi vērtē Komisijas priekšlikumu direktīvai par patērētāju tiesībām un aicina attiecīgā gadījumā saskaņot patērētāju līgumtiesību noteiktus aspektus, jo īpaši attiecībā uz konkrētu veidu garantijas prasību izskatīšanu; uzskata, ka šajā procesā vajadzētu iekļaut arī citas direktīvas, piemēram, par finanšu pakalpojumu tālpārdošanu un elektronisko komerciju;
81. aicina Komisiju novērtēt, vai tāda portāla izveide e-komercijas vajadzībām, kuru uzrauga Komisija, iesaistot ieinteresētās personas un dalībvalstis, varētu labāk sekmēt paraugprakses un informācijas izplatīšanu un tāpēc varētu vairo patērētāju uzticību un paplašināt pārrobežu e-komerciju;
82. aicina Komisiju turpināt izmeklēt iemeslus, kāpēc patērētāji neizmanto elektronisko komerciju, lai izstrādātu efektīvas pamatnostādnes piemērotiem tiesību aktiem, un ierosina izveidot rezultātu apkopojumu, koncentrējoties tikai uz to, lai noteiktu tiešsaistes patērētāja rīcības modeli un identificētu faktorus, kas ietekmē un nosaka patērētāju attiecīgo izvēli;
83. atzīst, ka bez pietiekamas uzticēšanās jaunās digitālās telpas tiesiskajam regulējumam iedzīvotāji atturēsies tajā sadarboties, brīvi paust viedokli un veikt darījumus; tā kā pamattiesību garantēšana un īstenošana šajā jomā ir būtisks iedzīvotāju uzticēšanās nosacījums; tā kā intelektuālā īpašuma tiesību un citu tiesību aizsardzības garantēšana ir būtisks uzņēmēju uzticēšanās nosacījums;
84. aicina Komisiju atcelt prasību par nesaistes veikala izveidi pirms pārdošanas tiešsaistē, jo šī prasība ir galvenais šķērslis tiešsaistes tirdzniecībā;
85. uzsver, cik svarīgi pārrobežu e-komercijas tālākai attīstībai ir izveidot saskaņotu ES līmeņa regulējumu atbilstīgi *acquis communautaire* intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzībai un ievērošanai, cīņās pret nelegālām un viltotām precēm pastiprināšanai un Eiropas patērētāju izpratnes veidošanai par šiem jautājumiem;
86. norāda, ka ir jāievieš tiesību akti, ko piemēro visiem elektroniskajiem darījumiem, jo tas ir būtiski e-komercijas pakalpojumu izmantotāju tiesību aizsardzībai;
87. prasa saskaņā ar pētniecības pamatprogrammu īstenošanu veikt novatoriskus pētījumu projektus, kuru mērķis ir sekmēt un unificēt ES e-komercijas tirgu, vairojot patērētāju uzticēšanos, palielinot viņu kompetenci un paplašinot izvēli digitālajā vidē;
88. prasa e-komercijas jomā veikt juridiska, tehniska un ekonomiska rakstura tendenču efektīvu uzraudzību un norāda, ka nepieciešams tās ietekmes novērtējums, kāda ir visiem lēmumiem, kas attiecas uz digitālo vienoto tirgu un informācijas sabiedrību; šādā nolūkā Eiropas tiešsaistes tirgus vides novērtējumam nozīmīgs līdzeklis varētu būt e-komercijas rezultātu pārskats;

89. uzskata, ka patērētāju paļāvību var veidot, novēršot šķēršļus pārrobežu e-komercijai un vienlaikus arī turpmāk nodrošinot patērētāju tiesību aizsardzību visaugstākajā līmenī, un to var vairo ar Eiropas uzticamu iestāžu vai uzticamības zīmju palīdzību, kuras garantē pārrobežu elektroniskajā tirgū laisto preču uzticamību un kvalitāti; uzskata, ka ir jāizveido stabila Eiropas uzticamības zīme, nosakot skaidrus un pārredzamus noteikumus, kuru izpildi uzrauga Komisija; savukārt papildus šādai Eiropas uzticamības zīmju shēmai ir jāizmanto standartu kontroles vai īstenošanas mehānisms, kā tas valsts līmenī jau notiek dažās dalībvalstīs; atzīst, ka pārrobežu Eiropas uzticamības zīmju shēma var darboties tikai ES tiesību aktu kontekstā, uz kuriem var balstīt Eiropas uzticamības zīmi; uzskata, ka uz jebkuru Eiropas uzticamības zīmju sistēmu ir jāattiecas rūpīgam ietekmes novērtējumam un ka tā ir jāīsteno sadarbībā ar dalībvalstu iestādēm, kuras ir atbildīgas par jau esošo uzticamības zīmju marķējumu;
90. uzsver nozīmi, kāda ir ES mēroga logo, uzticamības zīmju un kvalitātes zīmju popularizēšanai un ieviešanai, kas palīdzēs patērētājiem atpazīt tiešsaistes tirgotājus ar labu reputāciju, atalgot paraugpraksi un sekmēt jauninājumus, tādējādi atbalstot ES uzņēmējdarbību centienus paplašināt darbību ārpus vietējā tirgus;
91. uzsver, ka tiešsaistes vidē, kur pircējs un pārdevējs ir attālināti un pircējam ir ierobežotas iespējas novērtēt produktu materiālo kvalitāti, pārredzamības nodrošināšanai ir būtiska piekļuve precīzai un skaidrai informācijai;
92. atzīmē Komisijas un valstu pasta pakalpojumu regulatoru centienus 27 dalībvalstīs pareizi un savlaicīgi īstenot Trešo pasta pakalpojumu direktīvu (2008/06/EK), lai palielinātu konkurenci, samazinātu cenas un uzlabotu pakalpojumus un nosacījumus pārrobežu e-komercijā iegādāto preču piegādei; turklāt uzsver, ka ir svarīgi nodrošināt apdrošināšanas pakalpojumu pieejamību paku piegādes pakalpojumiem;
93. prasa izstrādāt programmu un izmantot pašreizējos finanšu instrumentus projektiem, kuru mērķis ir palielināt patērētāju paļāvību e-komercijai Eiropas un valstu līmenī, tostarp izglītojošām un informatīvām kampaņām, un tādiem projektiem, ar kuru palīdzību tiešsaistes pakalpojumi tiek pārbaudīti praktiski (piemēram, „slepenais pircējs”); uzsver nepieciešamību izstrādāt tādas tiešsaistes instrumentus patērētāju izglītošanai par e-komerciju un jauno digitālo tehnoloģiju (interneta patērētāju pamattiesības, elektroniskā komercija, datu aizsardzības noteikumi utt.) kā, piemēram, *Dolceta* (Tiešsaistes patērētāju apmācības instrumentu pieaugušajiem izveide) projekts; tādējādi iedzīvotāji varētu uzlabot savas digitālās prasmes un zināšanas par savām tiesībām un pienākumiem, kā arī izmantot e-komercijas priekšrocības digitālajā sabiedrībā;
94. uzskata, ka patērētāju paļāvību var vairāk sekmēt, nodrošinot sabiedrības uzticību tiešsaistes videi, risinot problēmas, kas saistītas ar personas datu aizsardzību, reglamentējot datu apkopošanu, piedāvājumu pielāgošanu patērētāju uzvedībai, profilu veidošanu un reklāmu, kā arī veidojot patērētāju izpratni, izmantojot izglītojošas un informatīvas kampaņas; aicina Komisiju iesniegt priekšlikumu, ar ko Datu aizsardzības direktīvu pielāgotu tagadējai digitālajai videi;
95. uzsver, ka piegādes ķēde un pārrobežu tiešsaistes tirdzniecības noteikumi un nosacījumi ir jāpadara vienkāršāki un pārredzamāki, izstrādājot noteikumus par maldinošu vai nepietiekamu informāciju attiecībā uz patērētāju tiesībām, par kopējām izmaksām un

tirgotāju kontaktinformāciju un veicinot labāko pieredzi un godīgu praksi, ieteikumus un vadlīnijas elektroniskajiem veikalumiem; atzīst ES centienus šajā jomā, precizējot noteikumus, nosacījumus un cenas attiecībā uz lidmašīnu biļetēm, un to vērtē kā tālāk izmantojamu pozitīvu paraugu;

96. uzsver, cik svarīgi ir ātri un efektīvi ieviest Eiropas mikrofinansēšanas instrumentu „Progress”, kuru var sākt izmantot no 2010. gada jūnija un kurš var sniegt jaunu stimulu tiešsaistes uzņēmējdarbības sekmēšanai, it īpaši attiecībā uz personām, kuras nesēn kļuvušas par bezdarbniekiem;
97. uzskata, ka informācijas nesēju izmantošanas prasmes, datorpratība un izpratne ir būtiskas Eiropas digitālās vides attīstībai, un tāpēc prasa sākt digitālās pratības un integrācijas rīcības plāna izpildi ES un dalībvalstu līmenī, un kurā īpaši iekļauti šādi pasākumi: speciālas apmācības iespējas digitālajā pratībā bezdarbniekiem un atstumtības riskam pakļautām iedzīvotāju grupām, stimuli privātā sektora iniciatīvām, kas visiem darbiniekiem nodrošinātu digitālo prasmju apguvi, Eiropas mēroga iniciatīva „Internetā rīkojies gudri!”, kas visus skolēnus un studentus, tostarp arī mūžizglītībā un profesionālajā apmācībā iesaistītās personas, iepazīstinātu ar drošu IKT un tiešsaistes pakalpojumu izmantošanu, kā arī vienota ES līmeņa IKT prasmju sertifikācijas sistēma;
98. atzinīgi vērtē Komisijas apņemšanos, saskaņojot ar Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības aģentūru tīklu, līdz 2012. gadam izdot ES tiešsaistes tiesību kodeksu, skaidri un pieejamā veidā apkopojot pašreizējās digitālās vides lietotāju tiesības un pienākumus ES, un papildus pievienot tiešsaistes patērētāju aizsardzības noteikumu pārskatīšanu ikgadējās pārbaudes rezultātus, kā arī attiecīgus īstenošanas pasākumus;
99. uzskata, ka patērētāju palāvību e-komercijai sekmētu pašregulējuma rīcības kodeksu izstrāde, ko veic arodbiedrības, profesionālās un patērētāju asociācijas, kā arī Parlamenta ziņojumā par jaunu Eiropas digitālo programmu — „2015.eu” ietverto noteikumu īstenošana, kuros aicināts izveidot Eiropas hartu par iedzīvotāju un patērētāju tiesībām digitālajā vidē un izstrādāt „piekto brīvību”, kas pavērtu iespējas saturu un zināšanu brīvai aprītei, jo tiktu precizētas visu informācijas sabiedrības dalībnieku tiesības un pienākumi;
100. aicina Komisiju nekavējoties rīkoties un 2012. gadā ziņot par rezultātiem, kas gūti to desmit pārrobežu e-komercijas šķēršļu novēršanā, kuri norādīti Komisijas 2009. gada 22. oktobra paziņojumā par pārrobežu elektronisko komerciju uzņēmumu attiecībās ar patērētājiem ES (COM(2009)0557); aicina Komisiju un dalībvalstis, izmantojot gan leģislatīvus, gan neleģislatīvus aktus, nodrošināt patērētāju aizsardzības augstu līmeni e-komercijā un novērst šķēršļus e-komercijas attīstībai, kuri norādīti Komisijas 2010. gada paziņojumā par Digitālo programmu un 2009. gada paziņojumā par pārrobežu elektronisko komerciju uzņēmumu attiecībās ar patērētājiem ES; aicina Komisiju uzsākt ieinteresēto personu un ASV dialogu, lai izpētītu transatlantiskā elektroniskā tirgus attīstīšanas veidus;
- ○
101. uzdod priekšsēdētājam nosūtīt šo rezolūciju Padomei, Komisijai un dalībvalstu valdībām un parlamentiem.

PASKAIDROJUMS

Ievads

Elektroniskā komercija ir būtisks interneta spēks un ES 2020. gada stratēģijas iekšējā tirgus mērķu sasniegšanas nozīmīgs veicinātājs. Lai novērstu vēl atlikušos šķēršļus, ir svarīgi visām ieinteresētajām personām sadarboties.

Vienotā tirgus atšķirības kļūst vēl pamanāmākas, ja apskatām pārrobežu tirdzniecību. Preču brīvu apriti Eiropā stipri apgrūtina dalībvalstu noteikumu sadrumstalotība. Skaitļi par elektroniskās komercijas stāvokli ES liecina, ka 2009. gadā viens no trijiem patērētājiem nopirka vismaz vienu preci tiešsaistē, taču tikai 7 % Eiropas patērētāju uzdrošinājās to darīt citā dalībvalstī. ES veiktais slēptais pētījums par e-komercijas praksi liecināja, ka 60 % patērētāju mēģinājumu iegādāties preces ārpus ES robežām ir neveiksmīgi, pārdevējam atsakot darījumu vai transportēšanu, pat ja pircējs būtu ietaupījis vismaz 10 %, iepērkoties tiešsaistē ārzemēs (pat iekļaujot nosūtīšanas izmaksas), kā konstatēts pusē pārbaudīto 11 000 gadījumu.

Ratificētajam Lisabonas līgumam, kura mērķis ir racionalizēt ES politiskos procesus, vajadzētu būt līdzeklim, kā novērst šādu sadrumstalotību.

Pašreizējās ekonomiskās krīzes apstākļos Eiropai vēl svarīgāk nekā iepriekš ir rīkoties enerģiski un ātri šo šķēršļu pārvarēšanā. Uzskata, ka ES vienotajā tirgū ir vairāk nekā 500 miljoni patērētāju. Taču, kad kāds tiešsaistē mēģina iepirkties, par šādu skaitli viņš pat neiedomājas. Patlaban vienotais tirgus patērētājiem sagādā vilšanos, jo īpaši iepērkoties tiešsaistē. Pārrobežu e-komercija neattīstās tik ātri kā iekšzemes elektroniskā tirdzniecība, jo to apgrūtina vairākas nepilnības:

- daudzās tīmekļa vietnēs ir ļauts iepirkties tiešsaistē vienīgi tad, ja ir norādīta pasta adrese (nesaistes adrese) konkrētā valstī. Vienā apsekojumā konstatēts, ka 61 % pārrobežu darījumu nevar pabeigt tāpēc, ka veikali tiešsaistē neveic pakalpojumus patērētāja valstī. Jārada stimuli arī uzņēmējiem;
- pat ja pusē ES mājsaimniecību ir ātrdarbīgs interneta pieslēgums, patērētāji joprojām atturas izmantot iepirkšanās iespējas tiešsaistē, jo viņi neuzticas e-komercijai. Citā apsekojumā konstatēts, ka tikai 12 % ES interneta lietotāju **jūtas droši, veicot darījumus internetā**. Iepriecinošs ir rādītājs, ka ir spēcīga vēlme izmantot vienotā tirgus priekšrocības. Trešdaļa patērētāju apsvērtu iespēju iepirkties tiešsaistē no citas valsts, tāpēc ka tas ir lētāk un labāk. Diemžēl tikai 7 % iedzīvotāju to dara. Ja patērētājiem radītu lielāku paļāvību, būtu iespējams pilnībā izmantot ekonomisko potenciālu, kāds ir Eiropas vienotajam tiešsaistes tirgum, kura ieņēmumu vērtība ir vairāk nekā EUR 100 miljardi;
- **nav efektīvas izpildes un zaudējumu atlīdzinājuma**, kam ir būtiska nozīme, lai tirgi darbotos pareizi. Dalībvalstu vidū ir lielas atšķirības, un tāpēc patērētāji ir neapmierināti tajos gadījumos, kad jāatrisina problēma pārrobežu e-komercijā.

Lai vairotu visu dalībnieku paļāvību e-komercijas tirgum, ir jāpanāk steidzama Eiropas tiesību aktu īstenošanas uzlabošana visu Eiropas patērētāju un mazumtirgotāju interesēs. Ir būtiski Eiropas Savienības vadītājiem un politikas veidotājiem iedziļināties pašreizējā tiesiskajā regulējumā par sadales nolīgumiem, preču zīmju noteikumiem, pakalpojumiem un

noteikumiem attiecībā uz patērētājiem, ar mērķi nodrošināt, ka tie pilnībā atbilst 21. gadsimta tirgus prasībām un sekmē priekšrocības gan patērētājiem, gan mazumtirgotājiem.

Galvenais uzdevums patlaban ir izveidot reālu Eiropas vienoto tirgu tiešsaistē. To var sasniegt vienīgi tad, ja pielāgo Eiropas ekonomiku konkurējošam 21. gadsimta pasaules tirgum. Jārada stabils Eiropas tirgus, kas ļautu ES konkurēt pasaules tirgū. Ir jāizstrādā Eiropai saskaņotu noteikumu kopums, ar kuru vairotu gan patērētāju, gan mazumtirgotāju paļāvību, Eiropai tādējādi nokļūstot vadībā pasaules mērogā digitālās ekonomikas jomā. Tālab ir svarīgi, ka ir skaidri norādījumi e-komercijas izmantotājiem un jo īpaši attiecībā uz tās informācijas publiskošanas būtiskajiem raksturlielumiem un godīgu uzņēmējdarbības praksi, kas uzņēmumiem ir jāsniedz un kuru patērētāji vēlas saņemt saistībā ar elektronisko komerciju.

Ir svarīgi veltīt noteiktus centienus e-komercijas veicināšanā un tās izmantotāju iedrošināšanā un uzticēšanās vairošanā, informējot viņus par tiesībām un par to, kā vairāk varētu izmantot e-komerciju.

Tādēļ Komisijai un dalībvalstu izpildiestādēm ir jāpastiprina centieni, lai īstenotu izvirzīto mērķi — nodrošināt e-komercijas izmantotāju tiesību augstu aizsardzības līmeni, un jārada lietotājos pārlicība, ka viņi var izmantot visas vienotā tirgus sniegtās iespējas. Būtiska nozīme pārrobežu e-komercijā ražotāju un patērētāju paļāvības veicināšanā ir tirgus pārraudzības un izpildes mehānismu uzlabošanai. Tas savukārt veicinātu patēriņa izdevumus, kuri arī būs svarīgs priekšnoteikums ekonomikas atlabšanai.

Referents atzinīgi vērtē Komisijas paziņojumā norādītos trīspadsmit ieteikumus darbībai, lai izstrādātu politiku un praksi pārrobežu e-komercijas jomā. Viņš vēlētos redzēt dziļāku kritisko analīzi par iespējamo rīcību turpmāk minētajās sešās prioritārajās jomā, kuras uzskata par izšķirošām pārrobežu e-komercijas paplašināšanā un stiprināšanā.

1. **Ir jāpastiprina lietotāju piekļuve internetam Eiropā.** Lai varētu iepirkties tiešsaistē, patērētājiem jābūt kvalitatīvai piekļuvei tīmeklim. Jāveic konkrēti pasākumi, lai veicinātu interneta lietotāju skaita pieaugumu un uzlabotu interneta kvalitāti un ātrumu tajās Savienības valstīs un reģionos, kur nav augstas kvalitātes pieslēguma.
2. **Ir jānovērš tiešsaistes tirgus sadrumstalotība.** Daudzi tirgotāji rada šķēršļus starptautiskajos tirgos, jo zināmi pakalpojumi nav pieejami tiešsaistē konkrētu Savienības reģionu vai valstu iedzīvotājiem. Dažreiz tas ir tādēļ, ka patērētājus novirza uz viņu valsts tīmekļa vietni, ja tirgotāji atklāj, ka IP adrese ir citā valstī, bet citreiz tas ir vienkārši tādēļ, ka viņi atsakās apkalpot patērētājus no konkrētām valstīm. Tāpēc ir nepieciešams pastiprināt Pakalpojumu direktīvas 20. panta 2. punkta piemērošanu, ar ko aizliedz klientu diskrimināciju tādos jautājumos, kas skar viņu valstisko piederību vai dzīvesvietu.
3. **Ir jānovērš patērētāju tiesību aizsardzības noteikumu sadrumstalotība.** Jaunās direktīvas par patērētāju tiesībām piemērošana būs turpmākais solis ne tikai līgumu parakstīšanā, bet tā arī varētu palīdzēt risināt iespējamo problēmu, kas rastos pircēju un pārdevēju vidū, piemērojot vienus un tos pašus noteikumus,

4. **Ir jāpalielina patērētāju uzticība, iepērkoties tiešsaistē.** Daudzi patērētāji neiepērkas tiešsaistē tāpēc, ka viņi neuzticas šā tirgus drošībai vairāku iemeslu dēļ. Daži varētu justies neaizsargāti, veicot pirkumus no kāda, kuru praktiski nevar redzēt, arī tāpēc, ka viņi jūt, ka personas varētu būt krāpnieki vai ka tās piedāvā viltotu produktu, kas atšķiras no tā, ko viņiem parāda monitoros. Lai vairotu patērētāju uzticību tiešsaistes tirgū, jāveic noteikti pasākumi:
- Eiropas uzticības zīmes radīšana un ieviešana;
 - piesardzības pasākumu un tīmekļa uzraudzības uzlabošana;
 - informācijas kampaņu organizēšana, kurās patērētāji var iegūt zināšanas par savām tiesībām, par to, kādiem jābūt tīmekļa elementiem, lai tam varētu uzticēties, kā arī par drošiem maksājumu veidiem utt.;
 - patērētāju tiesību aizsardzības nodrošināšana drošības un personas datu aizsardzības ziņā.
5. **Ir jāveicina iniciatīvas uzņēmēju stimulēšanai laist preces interneta tirgū.** Daudzi uzņēmēji nenodarbojas ar tirdzniecību internetā, jo, to darot, viņi saskartos ar daudzām neērtībām. Daudzi noteikumi, kuri attiecas uz nodokļiem, atkritumu apsaimniekošanu u. c., pārmērīgi atšķiras konkrētu valstu tirgu vidū, padarot uzņēmējdarbības vidi mazumtirgotājiem sarežģītu, dārgu un neparedzamu. Tāpēc ir būtiski pieņemt normatīvus priekšlikumus, ar kuriem stimulēs mazumtirgotājus uzlabot šo uzņēmējdarbības veidu, kas sniegs iespējas patērētājiem.
- Jāvienkāršo ziņošanas prasības par PVN tālpārdošanā;
 - jāpilnveido tiešsaistē izmantotie maksāšanas mehānismi;
 - jāunificē sūtīšanas un banku pakalpojumu izmaksas visā ES;
 - jārod praktiski risinājumi problēmām, kas saistītas ar maksājumiem un intelektuālā īpašuma tiesībām, tā, lai piegādātājiem nebūtu jāmaksā dažādās valstīs par vienām un tām pašām precēm;
 - Eiropas mērogā jāreglamentē to reklāmu apjoms, kuras ievieto internetā;
 - jāpilnveido mehānismi piegādātāja un patērētāju strīdu risināšanai.
6. **Ir jāvelta centieni drošības garantēšanai nepilngadīgajiem, izmantojot tīmekli.** Ir jāpieņem efektīvi reglamentēšanas mehānismi Eiropas līmenī, ar kuriem garantētu nepilngadīgo aizsardzību pret piekļuvi kaitīgam saturam, tostarp pornogrāfijai, tabakas vai alkohola iegādei, derību slēgšanai internetā, sarunām ar nepazīstamām personām un sociālo tīklu izmantošanai.

Referenta viedoklis ir tāds, ka pirmām kārtām ir jāīsteno un jāpielāgo spēkā esošie ES noteikumi — sākot no autonomās komercijas līdz tiešsaistes tirgum, lai izveidotu reālu un pabeigtu Eiropas vienoto tirgu, kas būtu atbilstīgs 21. gadsimta pasaules ekonomikas uzdevumu risināšanai.

4.6.2010

RŪPNIECĪBAS, PĒTNIECĪBAS UN ENERĢĒTIKAS KOMITEJAS ATZINUMS

Iekšējā tirgus un patērētāju aizsardzības komitejai

par iekšējā tirgus izveidi elektroniskās komercijas jomā
(2010/2012(INI))

Atzinumu sagatavoja: *Ioannis A. Tsoukalas*

IEROSINĀJUMI

Rūpniecības, pētniecības un enerģētikas komiteja aicina par jautājumu atbildīgo Iekšējā tirgus un patērētāju aizsardzības komiteju rezolūcijas priekšlikumā iekļaut šādus ierosinājumus:

- A. tā kā elektroniskā komercija (e-komercija) ir viena no galvenajiem Eiropas Savienības 21. gadsimta tirgiem un tai ir iespējas pārveidot Eiropas iekšējo tirgu, sekmēt uz zināšanām balstītu ekonomiku, pašreizējās finanšu spriedzes apstākļos Eiropas patērētājiem un uzņēmējiem nodrošināt pievienoto vērtību un iespējas, kā arī tai ir nozīmīga labvēlīga ietekme uz nodarbinātību un izaugsmi;
- B. tā kā pārrobežu e-komercija sniedz nozīmīgas sociāli ekonomiskas priekšrocības Eiropas patērētājiem, piemēram, plašākas ērtības un ietekmi, patērētāju tiesību ievērošanas veicināšanu, lielāku pārredzamību un konkurences pieaugumu, piekļuvi plašākai produktu un pakalpojumu daudzveidībai, kas dod iespēju salīdzināt un izdarīt izvēli, kā arī nozīmīgu ietaupījumu potenciālu;
- C. tā kā e-komercija ir īpaši noderīga lauku apvidu, attālu un perifēru reģionu iedzīvotājiem, kuriem varētu nebūt citu iespēju tik ērti un par tādu cenu saņemt plašas izvēles preces;
- D. tā kā nesenās ekonomikas krīzes laikā digitālās sabiedrības attīstība un iekšējā tirgus izveide IST nozarē ir veicinājusi e-komercijas nozares izaugsmi un darbavietu radīšanu, palīdzot tiešsaistes uzņēmumiem uzturēt ekonomisko darbību un patērētājiem — izmantot plašākas izvēles un labāku cenu priekšrocības;
- E. tā kā pārrobežu e-komercija sniedz nozīmīgas priekšrocības ES uzņēmējsabiedrībām, īpaši MVU, ar ko var nodrošināt novatoriskus, augstas kvalitātes pakalpojumus un produktus, kuri ir atbilstīgi patērētāju vajadzībām visā Eiropas tiešsaistes iekšējā tirgū, nostiprinot uzņēmumu stāvokli un sniedzot iespēju saglabāt konkurētspēju pasaules mērogā;

- F. tā kā e-komercija patlaban ir nozīmīga formālās ekonomikas daļa un tā kā uzņēmēji un patērētāji aizvien vairāk iekļaujas gan tiešsaistes, gan nesaistes komercdarbībā, gūstot priekšrocības;
- G. tā kā joprojām ir vairāki nopietni strukturāli un reglamentējoši šķēršļi, kas traucē Eiropas iekšējam e-komercijas tirgum pilnībā funkcionēt, piemēram, dalībvalstu noteikumu sadrumstalotība attiecībā uz patērētāju aizsardzības noteikumiem un noteikumiem par PVN, atkritumu pārstrādes maksu un citām nodevām, kā arī to noteikumu ļaunprātīga izmantošana, kas regulē ekskluzīvas un selektīvas sadales nolīgumus;
- H. tā kā pārrobežu starpuņēmumu e-komercija var sekmēt Eiropas uzņēmumu konkurētspēju, ļaujot tiem visā iekšējā tirgū (kurā veidojas arī apjomradīti ietaupījumi) viegli piekļūt resursu komponentiem, pakalpojumiem un zinātnībai, un turklāt tā sniedz iespēju uzņēmumiem, jo īpaši MVU, izvērst starptautiskā mērogā patērētāju loku, netērējot līdzekļus ieguldījumiem fiziskai pārstāvībai citā dalībvalstī;
- I. tā kā, lai gan internets ir visstraujāk augošais mazumtirdzniecības kanāls un e-komercija aizvien vairāk paplašinās dalībvalstu līmenī, tomēr atšķirības starp vietējo un pārrobežu e-komerciju ES kļūst arvien lielākas, un Eiropas patērētāji dažās ES dalībvalstīs, izdarot izvēli, saskaras ar ģeogrāfiska, tehniska un organizatoriska rakstura ierobežojumiem;
- J. tā kā šķēršļu pārvarēšana pārrobežu e-komercijā un patērētāju palāvības veicināšana ir būtiski priekšnoteikumi pievilcīga, integrēta digitāla vienotā tirgus izveidei Eiropā, kā arī patēriņa preču tirgus un plašāka mēroga ekonomikas sekmēšanai,
1. uzskata, ka prioritāram uzdevumam vajadzētu būt administratīvo un reglamentējošo šķēršļu novēršanai pārrobežu e-komercijas jomā līdz 2013. gadam, ieviešot vienotus noteikumus patērētājiem un uzņēmējiem visās 27 ES dalībvalstīs, ar ko radītu labvēlīgu digitālu vidi, nodrošinātu juridisku skaidrību gan uzņēmumiem, gan patērētājiem, vienkāršotu procedūras, samazinātu izdevumus, kas saistīti ar atbilstības nodrošināšanu, mazinātu negodīgu konkurenci un sekmētu ES e-komercijas tirgus iespējas; uzsver, ka tālab svarīga nozīme var būt tādu likumdošanas instrumentu vienveidīgai interpretācijai un piemērošanai kā Patērētāju tiesību direktīva, E-komercijas direktīva (2000/31/EK), Pakalpojumu direktīvas (2006/123/EK) 20. panta 2. punkts un Negodīgas komercdarbības direktīva (2005/29/EK); tāpēc aicina Komisiju turpināt to Kopienas *acquis* pastāvīgo novērtēšanu, kas skar vienoto digitālo tirgu, un ierosināt tiesību aktu priekšlikumus, lai novērstu galvenos traucējumus;
 2. uzsver, cik svarīga turpmākai e-komercijas attīstībai ir preču un pakalpojumu brīva aprīte, īpašu uzmanību pievēršot tam, lai iekšējā tirgū ievērotu nediskriminēšanas principu saņēmēja valstspiederības vai pastāvīgās dzīvesvietas dēļ; atkārtoti uzsver, ka nediskriminēšanas princips iekšējā tirgū nav savienojams ar citas dalībvalsts valstspiederīgajiem izvirzītajām papildu juridiskajām vai administratīvajām prasībām, viņiem meklējot iespējas saņemt labumu no pakalpojuma vai vēloties izmantot labākus nosacījumus vai cenas; tāpēc aicina Komisiju, pamatojoties uz Pakalpojumu direktīvas 20. panta 2. punktu, izskaust šādu diskrimināciju;
 3. norāda, cik svarīgi ir vienkāršot pārrobežu noteikumus un samazināt atbilstības nodrošināšanas izmaksas mazumtirgotājiem un uzņēmējiem, sniedzot praktiskus risinājumus par tādiem jautājumiem kā ziņošana par PVN, rēķinu sagatavošana, maksa

par elektronisko ierīču atkritumiem un to pārstrādi, autortiesību nodevas, patērētāju aizsardzība, marķēšana un noteikumi konkrētām nozarēm. Tālab prasa izstrādāt vienas institūcijas apstiprinājuma sistēmas un veicināt pārrobežu e-pārvaldes risinājumus, piemēram, elektronisko rēķinu sagatavošanu un elektronisko iepirkumu;

4. aicina Komisiju atcelt prasību par nesaistes veikala izveidi pirms pārdošanas tiešsaistē, jo šī prasība ir galvenais šķērslis tiešsaistes tirdzniecībā;
5. atzīmē, ka attiecībā uz pārrobežu darījumiem svarīgi ir vairot patērētāju paļāvības un uzticības līmeni, kas patlaban ir zems, pastiprinot tiešsaistes un pārrobežu darījumus reglamentējošo noteikumu izpildi, paplašinot patērētāju tiesību aizsardzības iestāžu pilnvaras, sekmējot valsts iestāžu sadarbību, kā arī izveidojot efektīvus mehānismus ES līmenī tirgus uzraudzībai un revīzijām, sūdzību izskatīšanai un strīdu risināšanai;
6. aicina Komisiju veikt ietekmes novērtējumu par tādas valsts iestādes izveidi vai izraudzīšanos, kas varētu nodarboties ar reģistrācijas pieprasījumiem tiešsaistes pārrobežu e-komercijas darbībai, kurus iesniedz pašu dalībvalstu uzņēmēj sabiedrības vai uzņēmēji, kā arī Eiropas iestādi, kas varētu koordinēt valstu iestādes, lai būtu iespējams ātri pabeigt iekšējā tirgus izveidi;
7. aicina Komisiju noteikt skaidru standartu kopumu, kas vajadzīgi pārrobežu e-komercijai ES līmenī, piemēram, tirgotāja pienākumu sniegt pircējiem un valsts iestādēm vienkāršu, tiešu, pastāvīgu un bezmaksas piekļuvi informācijai, kas attiecas uz tirgotāja vai pakalpojuma sniedzēja vārdu/nosaukumu un reģistrācijas numuru, piedāvāto preču un pakalpojumu cenām, kā arī jebkurām papildu piegādes izmaksām, kuras varētu tikt pievienotas rēķinam;
8. uzskata, ka patērētāju paļāvību var vairāk sekmēt, nodrošinot sabiedrības uzticību tiešsaistes videi, risinot problēmas, kas saistītas ar personas datu aizsardzību, reglamentējot datu apkopošanu, piedāvājumu pielāgošanu patērētāju uzvedībai, profilu veidošanu un reklāmu, kā arī veidojot patērētāju izpratni, izmantojot izglītojošas un informatīvas kampaņas; aicina Komisiju iesniegt priekšlikumu, ar ko Datu aizsardzības direktīvu pielāgotu tagadējai digitālajai videi;
9. atgādina, ka cilvēka pamattiesību uz privātumu un datu aizsardzību ievērošana būtiski veicina e-komerciju;
10. uzsver, ka piegādes ķēde un pārrobežu tiešsaistes tirdzniecības noteikumi un nosacījumi ir jāpadara vienkāršāki un pārredzamāki, izstrādājot noteikumus par maldinošu vai nepietiekamu informāciju attiecībā uz patērētāju tiesībām, par kopējām izmaksām un tirgotāju kontaktinformāciju un veicinot labāko pieredzi un godīgu praksi, ieteikumus un vadlīnijas elektroniskajiem veikaljiem; atzīst ES centienus šajā jomā, precizējot noteikumus, nosacījumus un cenas attiecībā uz lidmašīnu biļetēm, un to vērtē kā tālāk izmantojamu pozitīvu paraugu;
11. uzskata, ka patērētāju paļāvību e-komercijai sekmētu pašregulējuma rīcības kodeksu izstrāde, ko veic arodbiedrības, profesionālās un patērētāju asociācijas, kā arī Parlamenta ziņojumā par jaunu Eiropas digitālo programmu — „2015.eu” ietvertu noteikumu īstenošana, kuros aicināts izveidot Eiropas hartu par iedzīvotāju un patērētāju tiesībām

- digitālajā vidē un izstrādāt „piekto brīvību”, kas pavērtu iespējas satura un zināšanu brīvai aprītei, jo tiktu precizētas visu informācijas sabiedrības dalībnieku tiesības un pienākumi;
12. uzsver nozīmi, kāda ir ES mēroga logo, uzticības zīmju un kvalitātes zīmju popularizēšanai un ieviešanai, kas palīdzēs patērētājiem atpazīt tiešsaistes tirgotājus ar labu reputāciju, atalgot paraugpraksi un sekmēt jauninājumus, tādējādi atbalstot ES uzņēmēj sabiedrību centienus paplašināt darbību ārpus vietējā tirgus;
 13. uzsver, ka svarīgi ir vairot paļāvību pārrobežu interneta maksājumu sistēmām (piemēram, izmantojot kredītkartes un debetkartes, kā arī e-makus), sekmējot dažādas maksājumu metodes, veicinot savietojamību un kopējus standartus, novēršot tehniskus šķēršļus, atbalstot visdrošākās tehnoloģijas elektroniskajiem darījumiem, saskaņojot un stiprinot tiesību aktus par privātuma un drošības jautājumiem, izskaužot krāpnieciskas darbības, kā arī informējot un izglītojot sabiedrību;
 14. aicina Komisiju iesniegt priekšlikumu par Eiropas finanšu instrumenta izveidi attiecībā uz kredītkartēm un debetkartēm, lai atvieglotu darījumu ar kartēm apstrādi tiešsaistē;
 15. uzskata, ka pasta pakalpojumu nozares reforma, kā arī pasta nozares sistēmu un pakalpojumu savietojamības un sadarbības veicināšana var būtiski ietekmēt pārrobežu e-komercijas attīstību, kam ir nepieciešama tāda produktu sadale un izsekojamība, kas ir efektīva un nav dārga; tāpēc uzsver, ka steidzami jāīsteno Trešā pasta pakalpojumu direktīva (2008/6/EK);
 16. uzsver, ka ir svarīgi ieviest elektronisko parakstu un privātu kodu infrastruktūru (PKI), lai visā Eiropā droši varētu veikt e-pārvaldes pakalpojumus, un aicina Komisiju izveidot Eiropas Validācijas iestāžu vārteju, lai nodrošinātu elektronisko parakstu savstarpējo izmantojamību starpvalstu līmenī;
 17. aicina Komisiju ierosināt atbalsta pasākumus e-rēķina iniciatīvai, līdz 2020. gadam nodrošinot elektroniskā rēķina izmantošanu visā Eiropas teritorijā;
 18. paturot prātā, cik svarīgi ir izmantot visas vienotā tirgus iespējas, aicina Komisiju un dalībvalstis nodrošināt, ka līdz 2015. gadam vismaz 50 % visu publiskā iepirkuma procesu notiktu, izmantojot elektroniskos līdzekļus, atbilstīgi rīcības plānam, par ko vienojās 2005. gadā Mančestrā notikušajā ministru konferencē par e-pārvaldību;
 19. uzskata, ka mobilā komercija (m-komercija) var būt nozīmīga e-komercijas daļa, kas dod iespēju sasniegt miljoniem Eiropas iedzīvotāju, kuri izmanto mobilos telefonus, bet kuru rīcībā nav personālo datoru, tādējādi veicinot interneta un mobilo tehnoloģiju konvergenci un sekmējot ES vadošā stāvokļa nostiprināšanu mobilo sakaru jomā;
 20. uzskata, ka vienotu un atklātu tehnisku un operatīvu specifikāciju un standartu (savietojamības, sadarbības, pieejamības, drošības, loģistikas, piegādes u. c. nodrošināšanai) izstrāde un atbalsts tiem veicinās pārrobežu e-komerciju, palīdzot patērētājiem, it īpaši neaizsargātām iedzīvotāju grupām un nepieredzējušiem datora lietotājiem, kā arī novēršot dažādu dalībvalstu vidū pastāvošos operatīvos, tehniskos, kultūras un valodas šķēršļus;

21. atzīst, ka ir konkrētas juridiska rakstura problēmas, kas saistītas ar iekšējā tirgus attīstību m-komercijas jomā, kura spēj nodrošināt patērētāju tiesību, personas privātuma un nepilngadīgo pircēju aizsardzību; aicina Komisiju detalizēti izpētīt šo jautājumu;
22. uzskata, ka, izmantojot meklēšanu un reklāmu pārrobežu tīmeklī, patērētājiem un tirgotājiem būtu jāiegūst labāka informācija un jāpalielina viņu spēja izdarīt salīdzinājumus un novērtēt piedāvājumus; šai sakarībā pauž bažas par iespējamajiem konkurences noteikumu pārkāpumiem, ar kuriem dažās ES dalībvalstīs saskaras patērētāji un uzņēmēji; aicina Komisiju sadarbībā ar nozari novērst trūkumus tiešsaistes meklēšanas un reklāmas platformās un veicināt to pārrobežu darbību, piemēram, sekmējot „eu” domēnu darbību;
23. uzsver, cik svarīgi pārrobežu e-komercijas tālākai attīstībai ir izveidot saskaņotu ES līmeņa regulējumu *acquis communautaire* darbības jomā intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzībai un ievērošanai, kā arī cīņas pret nelegālām un viltotām precēm pastiprināšanai un Eiropas patērētāju izpratnes veidošanai par šiem jautājumiem;
24. uzsver, cik svarīgi ir ātri un efektīvi ieviest Eiropas mikrofinansēšanas instrumentu „Progress”, kuru var sākt izmantot no 2010. gada jūnija un kurš var sniegt jaunu stimulu tiešsaistes uzņēmējdarbības sekmēšanai, it īpaši attiecībā uz personām, kuras nesēn kļuvušas par bezdarbniekiem;
25. uzsver, ka jābūt piesardzīgiem, lai izvairītos no nelegālu produktu piedāvājumu riska tiešsaistē — jo īpaši saistībā ar viltotām zālēm un veselības aprūpes produktiem —, veicinot zināšanas par veselību un atmaskojot maldinošu informāciju noteiktās tiešsaistes vietās „eu” domēnos;
26. norāda, ka ir jāievieš tiesību akti, ko piemēro visiem elektroniskajiem darījumiem, jo tas ir būtiski e-komercijas pakalpojumu izmantotāju tiesību aizsardzībai;
27. prasa saskaņā ar pētniecības pamatprogrammu īstenošanu veikt novatoriskus pētījumu projektus, kuru mērķis ir sekmēt un unificēt ES e-komercijas tirgu, vairojot patērētāju uzticēšanos, palielinot viņu kompetenci un paplašinot izvēli digitālajā vidē;
28. uzskata, ka informācijas nesēju izmantošanas prasmes, datorpratība un izpratne ir būtiskas Eiropas digitālās vides attīstībai, un tāpēc prasa sākt digitālās pratības un integrācijas rīcības plāna izpildi ES un dalībvalstu līmenī, un kurā īpaši iekļauti šādi pasākumi: speciālas apmācības iespējas digitālajā pratībā bezdarbniekiem un atstumtības riskam pakļautām iedzīvotāju grupām; stimuli privātā sektora iniciatīvām, kas visiem darbiniekiem nodrošinātu digitālo prasmju apguvi; Eiropas mēroga iniciatīva „Internetā rīkojies gudri!”, kas visus skolēnus un studentus, tostarp arī mūžizglītībā un profesionālajā apmācībā iesaistītās personas, iepazīstinātu ar drošu IST un tiešsaistes pakalpojumu izmantošanu; vienota ES līmeņa IST prasmju sertifikācijas sistēma;
29. prasa e-komercijas jomā veikt juridiska, tehniska un ekonomiska rakstura tendenču efektīvu uzraudzību un norāda, ka nepieciešams tās ietekmes novērtējums, kāda ir visiem lēmumiem, kas attiecas uz digitālo vienoto tirgu un informācijas sabiedrību; šādā nolūkā Eiropas tiešsaistes tirgus vides novērtējumam nozīmīgs līdzeklis varētu būt e-komercijas rezultātu pārskats;

30. atkārtoti apstiprina, cik svarīga ir pārrobežu starpuņņēmumu e-komercija, kas ir Eiropas uzņēmēj sabiedrību, jo īpaši MVU, virzītājspēks, lai panāktu izaugsmi, labāku konkurētspēju un radītu vairāk novatorisku produktu un pakalpojumu; aicina Komisiju un dalībvalstis radīt drošu un noteiktu juridisku un reglamentējošu pamatu, lai sniegtu uzņēmumiem nepieciešamās garantijas starpuņņēmumu pārrobežu e-komercijas darījumu uzticamai veikšanai;
31. atzīmē, ka Universālo pakalpojumu direktīvas pārskatīšanas kontekstā ātrdarbīgas un izmaksu ziņā pieejamas platjoslas piekļuves turpmāka pilnveide kā prioritāte ir būtiska e-komercijas attīstībai, jo viens no lielākajiem šķēršļiem, kāpēc Eiropas iedzīvotāji nevar izmantot e-komerciju, joprojām ir tas, ka nav interneta piekļuves.

KOMITEJAS GALĪGAIS BALSOJUMS

Pieņemšanas datums	1.6.2010
Galīgais balsojums	+: 47 -: 1 0: 1
Deputāti, kas bija klāt galīgajā balsošanā	Jean-Pierre Audy, Zigmantas Balčytis, Ivo Belet, Bendt Bendtsen, Jan Březina, Maria Da Graça Carvalho, Giles Chichester, Pilar del Castillo Vera, Christian Ehler, Lena Ek, Ioan Enciu, Gaston Franco, Adam Gierek, Robert Goebbels, Fiona Hall, Jacky Hénin, Oriol Junqueras Vies, Arturs Krišjānis Kariņš, Philippe Lamberts, Bogdan Kazimierz Marcinkiewicz, Marisa Matias, Judith A. Merkies, Jaroslav Paška, Aldo Patriciello, Anni Podimata, Miloslav Ransdorf, Herbert Reul, Paul Rübig, Amalia Sartori, Francisco Sosa Wagner, Evžen Tošenovský, Ioannis A. Tsoukalas, Claude Turmes, Niki Tzavela, Vladimir Urutchev, Kathleen Van Brempt, Alejo Vidal-Quadras
Aizstājēji, kas bija klāt galīgajā balsošanā	António Fernando Correia De Campos, Francesco De Angelis, Françoise Grossetête, Oriol Junqueras Vies, Ivailo Kalfin, Ivari Padar, Vladko Todorov Panayotov, Markus Pieper, Mario Pirillo, Catherine Trautmann
Aizstājēji (187. panta 2. punkts), kas bija klāt galīgajā balsošanā	Jürgen Creutzmann, Ramona Nicole Mănescu, László Surján

2.6.2010

JURIDISKĀS KOMITEJAS ATZINUMS

Iekšējā tirgus un patērētāju aizsardzības komitejai

par iekšējā tirgus izveidi elektroniskās komercijas jomā
(2010/2012(INI))

Atzinumu sagatavoja: *Sajjad Karim*

IEROSINĀJUMI

Juridiskā komiteja aicina par jautājumu atbildīgo Iekšējā tirgus un patērētāju aizsardzības komiteju rezolūcijas priekšlikumā iekļaut šādus ierosinājumus:

- A. tā kā e-komercijas pilnveide saistībā ar Komisijas ES 2020. gada stratēģijas īstenošanu, tostarp jaunu uzņēmējdarbības veidu attīstība un veicināšana attiecībā uz mazajiem un vidējiem uzņēmumiem, var uzlabot ES ekonomikas konkurētspēju;
- B. tā kā digitālā vienotā tirgus izveide, ar ko veicinātu darījumus pāri dalībvalstu robežām tiešsaistes vidē, aptverot visus patērētājus Eiropas Savienībā, ir svarīgs vienotā tirgus stiprināšanas elements, kas nodrošina iedzīvotājiem plašāku produktu un pakalpojumu izvēli;
- C. tā kā digitālā vienotā tirgus izveidi var pabeigt vienīgi tad, ja visās ES dalībvalstīs pareizi īsteno svarīgos tiesību aktus vienotā tirgus jomā, tostarp Pakalpojumu direktīvu;
- D. tā kā digitālā vienotā tirgus priekšrocības nevar izmantot ne patērētāji, ne uzņēmēji, jo ļoti maz mazumtirgotāju pārdod savus produktus vai pakalpojumus tiešsaistē citās dalībvalstīs un, ja pārdod, vairākums no viņiem to dara tikai ierobežotā skaitā dalībvalstu;
- E. tā kā intelektuālais īpašums ir būtisks digitālās pasaules elements un tāpēc tā aizsardzība joprojām ir svarīgs uzdevums, sevišķi interneta vidē;
- F. tā kā jāvienkāršo un jāprecizē atšķirīgās autortiesību nodevu sistēmas dalībvalstīs, lai tiešsaistes preču un pakalpojumu sniedzējiem būtu vieglāk darīt tos pieejamus dažādu dalībvalstu patērētājiem;
- G. tā kā šī autortiesību nodevu sistēmu pārskatīšana tiešsaistes preču un pakalpojumu

sniedzējiem dotu lielāku juridisku noteiktību, piedāvājot patērētājiem produktus un pakalpojumus;

- H. tā kā ir būtiski nodrošināt juridisku skaidrību un pārredzamību tiesību iegūšanas procesā, kad elektroniskās komercijas mazumtirgotājs tīmekļa vietnē augšupielādē ar autortiesībām aizsargātu saturu;
- I. tā kā ir būtiski nodrošināt patērētāju aizsardzības augstu līmeni, lai veicinātu uzticēšanos tiešsaistes precēm un pakalpojumiem, panākot, ka tiešsaistes tirgus ievēro tirdzniecības praksi;
- J. tā kā ir jārisina patērētāju diskriminācijas problēma, tostarp maksāšanas laikā, nodrošinot, lai darbotos noteikumi, ar kuriem regulē maksājumu veikšanu un saņemšanu un piegādi,
 - 1. atbalsta pašreizējo autortiesību nodevu sistēmu vienkāršošanu, jo minētās sistēmas dēļ ir nopietni kavēkli patērētājiem un šķēršļi, kas traucē vienotā tirgus darbību;
 - 2. aicina dalībvalstis un Komisiju labāk integrēt vienotā tirgus centrus, kuros iekļauti *SOLVIT*, vienotos kontaktpunktus (kā noteikts Pakalpojumu direktīvā), produktu centrus (kuri paredzēti Savstarpējās atzīšanas regulā), kā arī turpmākas informācijas sniegšanas prasības, tostarp juridiskās prasības, kuras jāpilda uzņēmumiem, lai pārdotu savas preces pāri robežām un tiešsaistē; uzsver, ka šādas vienas institūcijas apstiprinājuma sistēma ir būtiska, lai pabeigtu vienotā tirgus izveidi elektroniskās komercijas jomā;
 - 3. aicina Komisiju uzņemties iniciatīvu un veikt steidzamu ietekmes novērtējumu par atbilstīgāko metodi autortiesību nodevu jautājuma risināšanai, tostarp par iespēju iekasēt nodevu tur un tad, kad produkts pirmo reizi laists tirgū Eiropas Savienībā, jo ieinteresētās personas nav spējīgas vienoties;
 - 4. atgādina, ka cilvēka pamattiesību uz privātumu un datu aizsardzību ievērošana būtiski veicina e-komerciju;
 - 5. uzsver, ka jānodrošina konsekventa to ES noteikumu interpretācija, ar kuriem reglamentē personas datu privātumu, lai nodrošinātu datu aizsardzību un vairotu patērētāju uzticēšanos tiešsaistes maksājumu sistēmām;
 - 6. uzskata, ka patērētāju aizsardzības režīmu uzlabojums visā ES teritorijā var nodrošināt patērētāju palāvību attiecībā uz pārrobežu tiešsaistes darījumiem, tostarp aizsardzību pret kredītkaršu viltošanu;
 - 7. uzsver, ka tiešsaistes vidē, kur pircējs un pārdevējs ir attālināti un pircējam ir ierobežotas iespējas novērtēt produktu materiālo kvalitāti, pārredzamības nodrošināšanai ir būtiska piekļuve precīzai un skaidrai informācijai;
 - 8. aicina valsts iestādes ātri rīkoties krāpniecisku tīmekļa vietu atklāšanai, pievēršot lielāku uzmanību patērētāju tiesību aizsardzībai, tostarp pasākumiem, kuru mērķis ir ieviest marķējumu drošām un aizsargātām tīmekļa vietnēm, kā arī nodrošinot, ka uzņēmumi, kuri sniedz sponsorētus reklāmas pakalpojumus, nepopularizē nelikumīgas tīmekļa vietnes;

9. prasa Komisijai izstrādāt priekšlikumu, lai paredzētu atbilstīgus pasākumus vai sankcijas e-komercijas jomā attiecībā uz viltotām precēm un zālēm, tostarp drošu un aizsargātu tīmekļa vietņu marķējumus, piemēram, apstiprināšanas sistēmas licencētiem farmācijas uzņēmumiem;
10. aicina Komisiju nodrošināt, lai e-komercijas jomā netiktu traucēta autortiesību konsekventa ievērošana;
11. atzinīgi vērtē Komisijas priekšlikumu par ziņošanas pienākumu vienkāršošanu attiecībā uz pievienotās vērtības nodokli (PVN) un par vienkāršotu rēķinu izrakstīšanu tālpārdošanā, kā arī uzsver, ka nodokļu tiesību aktu jomā, tostarp attiecībā uz PVN, jāievēro subsidiaritātes princips;
12. aicina Komisiju darīt pieejamu integrētu PVN iekasēšanas shēmu, lai mudinātu MVU izvērst pārrobežu tirdzniecību par zemākām administratīvām izmaksām;
13. uzsver, cik svarīgi ir izskaust patērētāju un viņu izcelsmes valsts diskrimināciju tiešsaistē un ka jānosaka tiešsaistes maksājumu noteikumi visām 27 ES dalībvalstīm, tostarp patērētāju iespējas izvēlēties dažādus tiešsaistes maksājumu veidus;
14. mudina Komisiju veikt pasākumus, lai panāktu juridisku noteiktību un risinātu nopietno sadrumstalotības problēmu, kas pastāv sakarā ar tiesību iegūšanas procesu un daudzveidīgajām dalībvalstu jurisdikcijām un kas ir aktuāla, augšupielādējot informācijas nesēju saturu tīmekļa vietnēs;
15. atgādina Komisijai, ka joprojām ir atšķirības tiesiskajā regulējumā tiešsaistes pakalpojumu jomā, un aicina Komisiju iesniegt mērķtiecīgus likumdošanas priekšlikumus, lai paplašinātu produktu pieejamību patērētājiem un vairotu uzticēšanos tiešsaistē pārdodamiem produktiem un pakalpojumiem, kā arī izmantot vienkāršu vienas institūcijas apstiprinājuma sistēmas pieeju;
16. pauž bažas par Komisijas lēmumu par prasību izveidot nesaistes veikalu pirms pārdošanas tiešsaistē, jo šī prasība ir galvenais šķērslis tiešsaistes tirdzniecībā;
17. uzskata, ka patērētāju uzticēšanos var veidot, ieviešot standartus un rīcības kodeksus, kas ļautu tiešsaistes pakalpojumu sniedzējiem neatpalikt no strauji mainīgajiem tehnoloģiskajiem sasniegumiem;
18. aicina Komisiju novērtēt, vai tāda portāla izveide e-komercijas vajadzībām, kuru uzrauga Komisija, iesaistot ieinteresētās personas un dalībvalstis, varētu labāk sekmēt paraugprakses un informācijas izplatīšanu un tāpēc varētu vairoties patērētāju uzticību un paplašināt pārrobežu e-komerciju;
19. mudina izmantot alternatīvus strīdu izšķiršanas mehānismus, kuriem būtu paredzēta tiešsaistes procedūras izmantošanas iespēja un kuriem varētu piekļūt bez kavēšanās, izmantojot Eiropas e-taisnīguma portālu, tiklīdz tas kļūs pieejams.

KOMITEJAS GALĪGAIS BALSOJUMS

Pieņemšanas datums	1.6.2010
Galīgais balsojums	+: 23 -: 0 0: 0
Deputāti, kas bija klāt galīgajā balsošanā	Raffaele Baldassarre, Luigi Berlinguer, Sebastian Valentin Bodu, Françoise Castex, Christian Engström, Marielle Gallo, Gerald Häfner, Daniel Hannan, Klaus-Heiner Lehne, Antonio Masip Hidalgo, Alajos Mészáros, Evelyn Regner, Dimitar Stoyanov, Alexandra Thein, Diana Wallis, Rainer Wieland, Cecilia Wikström, Zbigniew Ziobro, Tadeusz Zwiefka
Aizstājēji, kas bija klāt galīgajā balsošanā	Piotr Borys, Kurt Lechner, Angelika Niebler
Aizstājēji (187. panta 2. punkts), kas bija klāt galīgajā balsošanā	Mara Bizzotto, Jutta Steinruck

KOMITEJAS GALĪGAIS BALSOJUMS

Pieņemšanas datums	24.6.2010
Galīgais balsojums	+: 32 -: 0 0: 0
Komitejas locekļi, kas bija klāt galīgajā balsošanā	Pablo Arias Echeverría, Cristian Silviu Buşoi, Lara Comi, Anna Maria Corazza Bildt, António Fernando Correia De Campos, Jürgen Creutzmann, Christian Engström, Evelyne Gebhardt, Louis Grech, Małgorzata Handzlik, Malcolm Harbour, Philippe Juvin, Sandra Kalniete, Edvard Kožušník, Kurt Lechner, Toine Manders, Hans-Peter Mayer, Mitro Repo, Robert Rochefort, Zuzana Roithová, Heide Rühle, Christel Schaldemose, Andreas Schwab, Róza Gräfin von Thun und Hohenstein, Kyriacos Triantaphyllides, Emilie Turunen, Bernadette Vergnaud
Aizstājēji, kas bija klāt galīgajā balsošanā	Cornelis de Jong, Othmar Karas, Emma McClarkin, Rafał Trzaskowski, Wim van de Camp