EIROPAS KOPIENU KOMISIJA

Briselē, 13.3.2007
COM(2007) 99 galīgā redakcija

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

ES Patērētāju politikas stratēģija 2007.-2013. gadam

Patērētāju tiesību nodrošināšana, labklājības uzlabošana, efektīva aizsardzība

{SEC(2007) 321}
{SEC(2007) 322}
{SEC(2007) 323}

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

ES Patērētāju politikas stratēģija 2007.-2013. gadam

Patērētāju tiesību nodrošināšana, labklājības uzlabošana, efektīva aizsardzība

(Teksts ar EEA nozīmi)

1. KOPSAVILKUMS

Eiropas Savienības 493 miljoni patērētāju un patērētāju politika ir trīs lielāko Eiropas Savienības uzdevumu centrā: izaugsme, darbavietas un vajadzība izveidot saikni ar pilsoņiem. Tieši patērētāji ir ekonomikas pamats, jo patēriņš veido 58 % no ES IKP. Pārliecināti, informēti un aizsargāti patērētāji ir ekonomisko pārmaiņu dzinējspēks, jo viņu patēriņa izvēli nosaka jauninājumi un efektivitāte. ES vistiešāk var ietekmēt tās pilsoņu ikdienu, vēršoties pie tiem kā patērētājiem un tādējādi demonstrējot ES priekšrocības.

Lai risinātu šos uzdevumus, patērētājam ir jāsniedz zināšanas un instrumenti, kas tam dotu iespēju veikt savu uzdevumu modernā ekonomikā, nodrošinot to, lai tirgi ražo patērētājiem un nodrošinot patērētāju efektīvu aizsardzību pret riskiem un draudiem, kurus tie paši nevar atrisināt.

Iekšējam tirgum ir bijusi liela nozīme, nodrošinot Eiropas ekonomisko uzdevumu izpildi un sniedzot taustāmus labumus ES pilsoņiem. Tomēr iekšējā tirgū un jo īpaši mazumtirdzniecības tirgos patērētāja dimensija ir vēl jānostiprina. Jaunais ekonomikas, sociālais, vides un politiskais konteksts liek mainīt ES politikas virzību uz patērētājiem.

ES patērētāju politika būs iekšējā tirgus nākamā posma centrā, kā tas noteikts Komisijas paziņojumā par Vienotā tirgus pārskatu[1] pavasara Eiropadomes sanāksmei.

Iekšējam tirgum ir potenciāls kļūt par lielāko mazumtirdzniecības tirgu[2] pasaulē. Patlaban tas vēl joprojām ir pārāk sadrumstalots 27 valstu tirgos. E-komercijas revolūcija, kas vēl pagaidām nav sasniegusi tās kritisko punktu, izmainīja potenciālu mazumtirdzniecības tirgu iekļaušanai ES, lielā mērā stimulējot konkurētspēju un paplašinot ES pilsoņu iespējas. Neskatoties uz to, ka tehnoloģisko līdzekļu izmantošana aizvien pieaug, uzņēmēju un patērētāju attieksme neatbilst pašreizējai situācijai, un to jo īpaši iegrožo gan iekšējā tirgus šķēršļi, gan paļāvības trūkums saistībā ar pārrobežu iepirkšanos.

---

1 VIENOTAIS TIRGUS PILSOŅIEM, starpposma ziņojums 2007. gada Eiropadomes pavasara sanāksmei, Briselē 21.2.2007., COM(2007) 60.

2 Mazumtirdzniecības tirgus aptver ekonomiskus darījumus starp uzņēmējiem un gala patērētājiem (patērētāji, kas darbojas ārpus to profesionālās dzīves), to nereti sauc par B2C (uzņēmēja-patērētāja) tirgu. Šī stratēģija neattiecas uz tādiem uzņēmumiem, pat maziem, kas ir pircēja lomā.

Lai uzlabotu patērētāju tirgu darbību, ir jārisina ne tikai iekšējā tirgus sadrumstalotības problēma, bet arī jāpastiprina patērētāju dimensija. Visbeidzot, ekonomiski un ar ekonomiku nesaistīti rādītāji patērētājiem liecina par to, vai tirgus spēj, vai nespēj atsaukties uz to vajadzībām. Tirgi, kas efektīvāk reaģēs uz patērētāju prasībām, būs konkurētspējīgāki un inovatīvāki, un vairāk atbildīs ES pilsoņu dzīvei un mērķiem. ES patērētāju politikā ir daudz iespēju, lai noteikumus koncentrētu uz pilsoņu vajadzībām piemērotu iznākumu. Garantējot pieeju pamatpakalpojumiem pēc pieņemamām cenām, tā var novērst arī tirgus nepilnības, kas kaitē patērētāju labklājībai un sociālajai, un ekonomiskajai integrācijai. Šī politika var sniegt tirgum instrumentus, kas dotu iespēju pilsoņiem kā patērētājiem veikt ilgtspējīgu, videi labvēlīgu izvēli. Tā var arī nodrošināt, lai tiktu ievērotas tādas Eiropas pamatvērtības kā godīgums, atvērtība, solidaritāte un pārredzamība un eksportēt tās starptautiskā mērogā.

Tas ir vērienīgs darba plāns salīdzinoši jaunai ES politikai. Tomēr ir pieejami vajadzīgie instrumenti. No 2007.-2013. gadam patērētāju politikai ir labas izredzes palīdzēt ES sasniegt izaugsmes un nodarbinātības mērķus un izveidot saikni ar tās pilsoņiem.

Šo mērķi ES sasniegs, ja līdz 2013. gadam tā varēs ticami pierādīt visiem ES pilsoņiem, ka viņi jebkur Eiropas Savienībā var paļauties uz vienlīdz augstu aizsardzības līmeni gan pret bīstamiem ražojumiem, gan negodīgiem tirgotājiem, neatkarīgi no tā, vai pirkums veikts vietējā veikalā vai tiešsaistē, un spēs pierādīt visiem mazumtirgotājiem, un jo īpaši MVU, ka tie var tirgoties visur, pamatojoties uz vienu un vienkāršu noteikumu kopumu.

Komisija 2005. gada aprīlī pieņēma kopīgu veselības un patērētāju aizsardzības stratēģiju 2007.-2013. gadam[3]. Lai ņemtu vērā ieinteresēto personu — Padomes un Eiropas Parlamenta — prasības, šī stratēģija tālāk attīsta patērētāju politikas stratēģiju. Galvenie 2002.-2006. gada patērētāju politikas stratēģijas rezultāti kopā ar ietekmes novērtējumu ir sniegti personāla darba dokumentos.

2. IEVADS UN GALVENIE UZDEVUMI

2.1. Sarežģīti tirgi, pārliecināti patērētāji

Patērētāju politika aizvien vairāk nonāk to galveno uzdevumu krustpunktā, kas jāveic mūsu pilsoņiem, ekonomikai un sabiedrībām. Mazumtirdzniecības tirgu sarežģītības rezultātā pieaug patērētāju nozīme. Patērētāji ir ieguvuši lielākas iespējas, bet vienlaikus tiem ir arī lielāka atbildība savu problēmu risināšanā. Neskatoties uz to, ka daudzi patērētāji izmanto šīs priekšrocības, visneaizsargātākajiem nav šādu iespēju — pieaugošā bērnu patēriņa un iedzīvotāju novecošanās rezultātā pieaug neaizsargātāko patērētāju skaits. Tomēr nekad agrāk nav bijusi tāda vajadzība pēc pārliecinātiem patērētājiem, lai veicinātu mūsu ekonomiku izaugsmi.

Nav šaubu, ka pakalpojumi vispār un jo īpaši liberalizēti pakalpojumi noteikti pieaugs, jo elektrība, gāze, pasta un telekomunikācijas pakalpojumu liberalizācija turpina attīstīties. Neskatoties uz ievērojamiem ieguvumiem, pārejas periodā patērētājiem un reglamentējošām iestādēm būs jārisina jautājumi patērētāju labklājības paaugstināšanai. Preces un pakalpojumi aizvien vairāk būs savstarpēji saistīti.

---

[3] „Veselīgāki, drošāki un pārliecinātāki iedzīvotāji: veselības un patērētāju aizsardzības stratēģija" COM (2005) 115.

Arī interneta un ciparu tehnoloģijas izraisītā tehnoloģiskā revolūcija attīstīsies aizvien ātrāk. Galvenais dzinējspēks ir platjoslas tehnoloģiju izplatīšanās, kas ievērojami palielinās e–komercijas apjomu. E-komercijai ir liels potenciāls, lai uzlabotu patērētāju labklājību, piedāvājot plašāku pieejamo ražojumu klāstu, veicinot cenu konkurenci un attīstot jaunus tirgus. Tā arī izvirza jaunus nozīmīgus uzdevumus patērētājiem, uzņēmējiem, kā arī patērētāju aizsardzībai. Jo īpaši tā vājina tradicionālās reklāmas un mazumtirdzniecības līdzekļu dominējošo situāciju patērētāju tirgos. Tas izvirza jautājumu par tradicionālo regulēšanas, pašregulēšanas un izpildes mehānismu piemērotību. MVU būs tieša pieeja patērētājiem, un preces un pakalpojumi aizvien vairāk tiks pielāgoti individuālām prasībām. Tomēr tradicionālās patērētāju tiesības aizvien mazāk būs piemērotas ciparu tehnoloģijas ērai.

Turpināsies arī ražošanas globalizācija, kā rezultātā aizvien lielāka daļa no ES patērētajām precēm tiks importētas. Tirgotāji, izmantojot e-komerciju, aizvien vairāk pārdos Eiropas patērētājiem no jebkuras vietas pasaulē. Tādējādi palielināsies ne tikai iespējas, bet arī vajadzība nodrošināt efektīvu tirgus pārraudzību.

2.2. ES patērētāju politikas nozīme

Iekšējam tirgum ir potenciāls kļūt par lielāko mazumtirdzniecības tirgu pasaulē ekonomiskā ziņā. Tāpēc ES patērētāju politikai ir liela nozīme 2.1. punktā minēto uzdevumu veikšanā. Šī politika var risināt tādas problēmas, ko nevar atrisināt atsevišķas personas. Tā nodrošina drošas preces un pakalpojumus un godīgus un pārskatāmus tirgus, tā lai patērētājs var veikt informētu izvēli un lai netiktu pielaisti negodīgi tirgotāji. Patērētāju politika var palīdzēt patērētājiem veikt pareizu izvēli un uzņemties atbildību par savu interešu aizstāvēšanu. Patērētāju ticība par iekšējā tirgus darbību palīdzēs arī izveidot ES par pārējās pasaules e-komercijas uzticības cienīgu galamērķi.

ES loma šo pārmaiņu pārvaldībā aizvien palielināsies. Iekšējais tirgus joprojām ir patērētāju politikas pamatietvars. Turklāt patērētāju politikai ir noteicoša loma iekšējā tirgus darbības uzlabošanai. Iekšējā tirgus paplašināšanās 2004. gadā un 2007. gadā ir radījusi īpašus jaunus uzdevumus. Tā kā jaunajās dalībvalstīs tikai salīdzinoši nesen sākās atvērto tirgu attīstība un patērētāju aizsardzības noteikumu pieņemšana, ES patērētāju politikas tiesības un pienākumi nav tik dziļi iesakņojušies patērētāju, tiesību aizsardzības iestāžu un uzņēmumu apziņā.

Mazumtirdzniecības tirgus vēl joprojām ir lielā mērā sadrumstalots pa valstīm, kaut gan aizvien lielākā nozaru daļā, piemēram, gaisa satiksmē un mūzikā, vairs nepastāv tehnoloģiski šķēršļi integrētam ES mazumtirdzniecības tirgum. Tādējādi ES līmenī ir potenciāls mazumtirdzniecības tirgu paplašināšanai. Atverot pārrobežu mazumtirdzniecības tirgus, tiek atvērts arī iekšējā mazumtirdzniecības tirgus potenciāls. Pieaugot pārrobežu iepirkšanās apjomam, kas iespējams ir alternatīva valstu iekšējiem tirgiem, patērētājiem ir lielākas izvēles iespējas, un valstu tirgi ir pakļauti lielākai konkurencei. Šāds „integrācijas piemērs” nenozīmē to, ka visiem vai lielai patērētāju daļai ir jāiepērkas ārpus savas valsts robežām. Komisijas pieredze par šķēršļu novēršanu jaunu automobiļu pārrobežu pārdošanas jomā liecina, ka ar to pietiek, lai pārrobežu iepirkšanās kļūtu par ticamu alternatīvu konkurences pastiprināšanai iekšējos valstu tirgos.

Pazīmes liecina par pārrobežu mazumtirdzniecības pieaugumu ES. Salīdzinot ar 12 % 2003. gadā, 2006. gada pēdējos divpadsmit mēnešos 26 % no patērētājiem ir vismaz vienu reizi veikuši pārrobežu pirkumu[4]. E-komercija kļūst aizvien populārāka: 2006. gadā 27 % no patērētājiem ir veikuši vienu e-komercijas pirkumu, bet tikai 6 % no viņiem ir veikuši pārrobežu pirkumu. 50 % no patērētājiem, kam pieejams internets mājās, ir veikuši e-komercijas pirkumus, bet tikai 12 % no viņiem — pirkumus ārpus savas valsts robežām. 57 % no ES mazumtirdzniecības uzņēmumiem (galvenokārt MVU) pārdod, izmantojot e-komerciju, un 49 % no tiem būtu gatavi veikt pārrobežu tirdzniecību ar vismaz vienu ES valsti[5]. Bet tikai 29 % veic šādu tirdzniecību. Skaitļi, kas raksturo finanšu pakalpojumus, ir vēl iespaidīgāki: 26 % no patērētājiem ir veikuši pirkumu no attāluma, iegādājoties finanšu pakalpojumu no pārdevēja vai pakalpojumu sniedzēja, kas reģistrēts pašu valstī, bet tikai 1 % ir veicis šādu pārrobežu pirkumu. Šie skaitļi liecina, ka ir vajadzīga rīcība patērētāju uzticēšanās palielināšanai iekšējā tirgus mazumtirdzniecības jomā.

Ir vairāki šķēršļi visaptverošam iekšējam mazumtirdzniecības tirgum — kopā ar uzticēšanās trūkumu minami arī normatīvie šķēršļi. Šīs problēmas nevar atrisināt vienīgi ar valsts patērētāju politiku palīdzību. Lai tās risinātu, ir uzsākts darbs pie vissvarīgākajiem tiesību aktiem — Negodīgas komercdarbības prakses (NKP) direktīvas[6], Regulas par sadarbību patērētāju tiesību aizsardzības jomā (SPA)[7] un Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības centru (*ECC*) tīkla[8]; tas ir labs sākums. Euro ieviešana ir lielā mērā atvieglojusi patērētājiem pārrobežu preču cenu salīdzināšanu. Tomēr vēl joprojām pastāv nopietni šķēršļi, jo īpaši patērētāju līgumu un pārsūdzības līdzekļu jomā.

Līgumā ir paredzēta arī patērētāju interešu iekļaušana visās ES politikas jomās. Kā noteikts Komisijas paziņojumā par Vienotā tirgus pārskatu, izstrādājot politikas attiecībā uz vienoto tirgu, patērētāju dimensijai tajās ir jāpiešķir lielāka nozīme.

3. MĒRĶI

Laikposmā no 2007.-2013. gadam patērētāju politika dod iespēju atbalstīt gan ES uzdevumu izpildi izaugsmei un nodarbinātībai, gan saiknes izveidošanu ar tās pilsoņiem. Šajā periodā Komisijai būs trīs galvenie mērķi.

- Pilnvarot ES patērētājus. Ja patērētājiem dod vadības iespējas, tad no tā iegūst ne tikai iedzīvotāji, bet arī ievērojami pieaug konkurence. Patērētājiem, kam piešķirtas pilnvaras, ir vajadzīga reāla izvēle, precīza informācija, pārskatāmi tirgi un uzticēšanās, kas balstās uz efektīvu aizsardzību un stabilām tiesībām.

---

4 Eirobarometra īpašā 252. aptauja „Patērētāju aizsardzība iekšējā tirgū" http://ec.europa.eu/consumers/topics/eurobarometer_09-2006_en.pdf

5 Eirobarometra 186. zibensaptauja „Uzņēmumu attieksme pret pārdošanu starpvalstu mērogā un pret patērētāju aizsardzību"http://ec.europa.eu/consumers/topics/flash_eb_186_ann_report_en.pdf

6 Eiropas Parlamenta un Padomes 2005. gada 11. maija Direktīva 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem, *Oficiālais Vēstnesis L 149, 11.6.2005., 22. lpp*.

7 Eiropas Parlamenta un Padomes 2004. gada 27. oktobra Regula (EK) Nr. 2006/2004 par sadarbību starp valstu iestādēm, kas atbildīgas par tiesību aktu īstenošanu patērētāju tiesību aizsardzības jomā. *Oficiālais Vēstnesis L 364, 9.12.2004., 1.. lpp.*

8 http://ec.europa.eu/consumers/redress/ecc_network/index_en.htm

- Uzlabot ES patērētāju labklājību no cenu, izvēles, kvalitātes, daudzveidības, pieejamības un drošības viedokļa. Labi funkcionējoša tirgus pamatā ir patērētāju labklājības nodrošināšana.

- Efektīvi aizsargāt patērētājus no liela riska un draudiem, kurus nevar atrisināt atsevišķas personas. Lai panāktu patērētāju uzticēšanos, ir jānodorošina augsta līmeņa aizsardzība pret šiem draudiem.

Tādējādi Komisijas mērķis ir līdz 2013. gadam sasniegt integrētāku un efektīvāku iekšējo tirgu, jo īpaši mazumtirdzniecības jomā. Patērētājiem būs vienādi augsts uzticēšanās līmenis ražojumiem, tirgotājiem, tehnoloģijām un pārdošanas metodēm mazumtirdzniecībā visā ES teritorijā, kuras pamatā būs vienādi augsts aizsardzības līmenis. Patērētāju tirgi būs konkurētspējīgi, atvērti, pārskatāmi un godīgi. Ražojumi un pakalpojumi būs droši. Patērētājiem būs pieejami pamatpakalpojumi par pieņemamām cenām. Tirgotāji un jo īpaši MVU varēs laist tirgū preces un vienkārši pārdot tās patērētājiem visā ES.

Lai sasniegtu šos trīs mērķus, Komisija vadīsies no attiecīgajiem Līguma pantiem, kuri arī ir iekļauti darbības mērķos jaunajai patērētāju finanšu programmai 2007.—2013. gadam[9], kas nosaka tiesisko regulējumu ES patērētāju politikas izdevumiem šīs stratēģijas laikposmā.

(a) Nodrošināt augsta līmeņa patērētāju tiesību aizsardzību, izmantojot vienkāršu tiesisko regulējumu, labāku informāciju, labāku apspriešanu un patērētāju interešu pārstāvību.

(b) Nodrošināt noteikumu efektīvu piemērošanu, jo īpaši izmantojot sadarbību tiesību aizsardzības, informācijas, mācību un pārsūdzību jomā.

Lai gan finanšu līdzekļi patērētāju politikai ir ierobežoti, programmā paredzēti vairāki līdzekļi iepriekš minēto mērķus sasniegšanai, jo īpaši patērētāju politikas ieviešanas, patērētāju izglītošanas un informētības jomā.

4. PRIORITĀTES

Šie mērķi lielā mērā ir iepriekšējo ES patērētāju politikas mērķu turpinājums. No 2007. līdz 2013. gadam tomēr mainīsies ātrums un dažādas darbības prioritātes. Jo īpaši ES patērētāju politikai būs ciešāka mijiedarbība ar citām politikām ES līmenī. Tiks turpināta arī daudz ciešāka sadarbība ar dalībvalstīm, kas liecina par pieaugošo savstarpējo mijiedarbību starp Eiropas Savienības un valstu patērētāju politikām. Ir bijuši ierosinājumi, ka, ņemot vērā patērētāju apstākļus 12 jaunajās dalībvalstīs, ir vajadzīga pilnīgi atsevišķa stratēģija[10]. Apspriežoties par šo dokumentu, Komisija konstatēja tikai nelielu atbalstu šim uzskatam. Lai sasniegtu iepriekš minētos mērķus, ES patērētāju politika pievērsīsies šādām galvenajām jomām.

---

9 Eiropas Parlamenta un Padomes 2006. gada 18. decembra Lēmums 1926/2006/EK (OV L 404, 30.12.2006., 39. lpp.).

10 Eiropas Parlamenta 2005. gada 15. decembra rezolūcija par patērētāju interešu veicināšanu un aizsardzību jaunajās dalībvalstīs.

Labāka patērētāju tirgu un valsts patērētāju politiku uzraudzība

Lai nodrošinātu labāku regulējumu un saiknes izveidošanu ar ES pilsoņiem, ir jāizstrādā uzraudzības līdzekļi un rādītāji, kas ļauj novērtēt tirgus darbību no patērētāju viedokļa. Lai uzlabotu regulējumu, politikas izstrādātājiem arī ir jāattīsta labāka sapratne par patērētāju rīcību. Ir vajadzīgi ne tikai instrumenti tirgus pārraudzībai no tādu rezultātu viedokļa kā drošība, apmierinātība, cenas un sūdzības, bet arī instrumenti iekšējā mazumtirdzniecības tirgus integrēšanas un valsts patērētāju politikas sistēmas labākai pārraudzībai. Lai atspoguļotu valsts patērētāju politikas ieguldījumu konkurētspējā, patērētāju politika ir jāiekļauj Lisabonas stratēģijas īstenošanā ES un valsts līmenī. Patērētāju un konkurences politikas veidotājiem ES un valsts līmenī būtu jāsadarbojas ciešāk, lai virzītos uz kopējo mērķi — patērētāju labklājību.

Labāks patērētāju aizsardzības regulējums

Pašreizējie Eiropas līmeņa patērētāju aizsardzības noteikumi garantē patērētājiem pamataizsardzību visās dalībvalstīs. Daudzās no tām šie noteikumi ir valsts patērētāju aizsardzības sistēmas stūrakmens. Tomēr patērētāji nav labi informēti par ES ieguldījumu, kaut gan viņi ar to saskaras ikdienā. Piemēram, 15 % no patērētājiem pēdējo divpadsmit mēnešu laikā ir atgriezuši uzņēmējam bojātu ražojumu[11], tās ir tiesības, ko garantē ES noteikumi. Aizvien biežāk ES noteikumi ir slikti piemērojami ciparu tehnoloģijas ekonomikas revolūcijas apstākļos attiecībā uz izstrādājumiem, pakalpojumiem un mazumtirdzniecības kanāliem. Komisija nesen uzsāka svarīgu apspriešanos[12].

Lielākā daļa no esošajiem ES patērētāju noteikumiem pamatojas uz „minimālās saskaņošanas" principu. Tiesību aktos ir skaidri noteikts, ka dalībvalstīm ir tiesības pievienot stingrākus noteikumus, nekā tos, kurus nosaka ES noteikumi. Šāda pieeja bija pilnīgi atbilstoša laikā, kad patērētāju tiesības dažādās dalībvalstīs bija ļoti atšķirīgas un vēl nebija attīstījusies e-komercija. Iepriekšējās stratēģijas[13] rezultātā Komisijai bija jāsāk piemērot jauna pieeja, kas pamatojas uz „pilnīgu saskaņošanu". Tas vienkārši nozīmē, ka iekšējā tirgus uzlabošanai un patērētāju aizsardzībai tiesību aktos to piemērošanas jomā nav jāsniedz iespēja dalībvalstīm pieņemt papildu noteikumus.

Komisijas nesenā Zaļā grāmata izvirzīja trīs galvenos mērķus: pilnīga saskaņošana, ko katrā konkrētā gadījumā attiecībā uz nesvarīgiem, pilnībā nesaskaņotiem aspektiem iespējams papildināt ar savstarpēju atzīšanu, minimāla saskaņošana ar savstarpēju atzīšanu, minimāla saskaņošana ar izcelsmes valsts pieeju.

Turpmāk katru normatīvo problēmu un vajadzību pēc priekšlikumiem turpinās vērtēt pēc tās nopelniem un visiem vērā ņemtajiem normatīvajiem instrumentiem. Ja normatīvie priekšlikumi tiks novērtēti kā atbilstoši, Komisija iespējams piemēros pilnīgus, mērķētus patērētāju aizsardzības saskaņošanas noteikumus attiecīgā līmenī. Komisija arī veiks pamatīgu visu normatīvo priekšlikumu ietekmes novērtējumu un cieši sadarbosies ar ieinteresētajām personām, lai pilnībā izprastu dažādo alternatīvu ietekmi un sasniegtu vienprātību par veicamo izvēli, tā lai patērētāju politika varētu būt labāka regulējuma paraugs.

---

11 Eirobarometra īpašā 252. aptauja „Patērētāju aizsardzība iekšējā tirgū" http://ec.europa.eu/consumers/topics/eurobarometer_09-2006_en.pdf

12 COM(2006) 744, Apspriešanās saistībā ar ZAĻO GRĀMATU par patērētāju tiesību aizsardzības *acquis* pārskatīšanu.

13 Patērētāju aizsardzības politikas stratēģija 2002.-2006. gadam - COM(2002) 208.

Eiropas Savienībai veicamā izvēle ir ļoti skaidra: ja tā tiešām vēlas īstenot attīstības un nodarbinātības mērķus, ir vajadzīgs iekšējais tirgus, kas darbojas bez traucējumiem. Labi funkcionējošs iekšējais tirgus ir atkarīgs no dažu jautājumu saskaņošanas. Tā nav iespējama bez dalībvalstu gribas pielāgot atsevišķas darbības un noteikumus. Vienlaikus Komisija nevēlas visu novienādot, pamatojoties uz zemāko līmeni. Tā vienmēr centīsies nodrošināt augstu aizsardzības līmeni.

Labāka izpilde un pārsūdzība

Iepriekšējā stratēģijā liela nozīme bija izpildei, un šis uzsvars saglabāsies. Patērētāju tiesību piemērošanai ir vajadzīga vairāku pušu dalība: patērētāji, tirgotāji, plašsaziņas līdzekļi, patērētāju NVO, pašpārvaldes un valsts iestādes. Pasākumi galvenokārt būs vērsti uz iesākto iniciatīvu īstenošanu, pastāvošo trūkumu novēršanu un saskaņošanas un saskanības nodrošināšanu. Komisija arī pārraudzīs valsts īstenošanas sistēmu efektivitāti, izmantojot apsekojumus un citus instrumentus.

Labāk informēti un izglītoti patērētāji

Cieši sadarbojoties ar dalībvalstīm, ES var pievienot īpašu vērtību valsts, reģiona un vietējiem centieniem informēt un izglītot patērētājus. Jo īpaši Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības centru tīkls vēl jāattīsta kā Eiropas Savienības saikne ar patērētājiem.

Pievērst vislielāko uzmanību patērētājiem saistībā ar citām ES politikas jomām un tiesību aktiem

Patērētājus tieši ietekmē daudzas ES politikas jomas, tādas kā iekšējā tirgus, uzņēmumu, finanšu pakalpojumu, transporta, konkurences, enerģijas un tirdzniecības politika. Ir gūti panākumi patērētāju tiesību iekļaušanā, jo īpaši ražojumu drošības, transporta, telekomunikāciju, enerģijas un konkurences jomās. Turpmāk ir jābalstās uz šiem panākumiem, lai sistemātiski integrētu patērētāju intereses.

Ir jāatrisina divi galvenie jautājumi. Pirmkārt, lielākajai patērētāju daļai gūstot ievērojamu labumu no pamatpakalpojumu liberalizācijas, būs vajadzīgas drošības klauzulas tiem nedaudzajiem, kas nevarēs izmantot šīs priekšrocības. Pieņemama pieeja pamatpakalpojumiem ir svarīga gan modernai un elastīgai ekonomikai, gan arī sociālai integrācijai. Politisko atbalstu liberalizācijas politikai nodrošinās fakts, ka neviens patērētājs nebūs atstāts bez ievērības. Otrkārt, liberalizācijas pasākumi ES līmenī arī prasa pievērst lielāku uzmanību galveno patērētāju tirgu uzraudzībai, lai nodrošinātu pozitīvu rezultātu patērētājiem. Visbeidzot, pamatpakalpojumiem arī ir vajadzīgas lielākas tirgus pārredzamības garantijas un labāki sūdzības un pārsūdzības mehānismi.

5. DARBĪBAS

Lai gan šīs prioritātes ir raksturīgas ES patērētāju politikai, valstu patērētāju politikas iepriekšējās stratēģijas[14] ietekmes novērtēšana liecina, ka tās lielā mērā pārklājas ar ES patērētāju politiku. Lai nodrošinātu ciešu sadarbību ar valsts patērētāju politiku, esošais augstu amatpersonu Patērētāju aizsardzības politikas tīkls tiks izmantots par pamatu politiku saskaņošanai un attīstīšanai.

[14] http://ec.europa.eu/consumers/overview/cons_policy/index_en.htm

5.1. Labāka patērētāju tirgu un valsts patērētāju politiku pārraudzība

Lai izstrādātu uz patērētājiem vērstu iekšējā tirgus **pārraudzību,** ir vajadzīga virkne jaunu instrumentu. Rādītāji un statistikas dati tiks izstrādāti šādās jomās: pārrobežu tirdzniecības *B2C* līmenis, cenu konverģence/diverģence, atbilstība tiesību aktiem, uzticēšanās, patērētāju sūdzības, cenas, pieejamība un apmierinātība. Turklāt tiks veikti pasākumi, lai labāk izprastu patērētāju **rīcību**, jo īpaši, lai saprastu kādi īstenībā ir racionāli patērētāji un kā tos ietekmē jaunās tehnoloģijas un tirgus prakses.

Lai paaugstinātu patērētāju rīcības izpratni, izmantos arī 7. pamatprogrammu zinātnes un tehnikas attīstībai. Saistībā ar patērētāju ekonomiskajām interesēm, ražojumu drošību, kā arī ar pārtiku un veselību, ir paredzētas pētniecības darbības un finansēšanas sistēmas, lai samazinātu sadrumstalotību, kas raksturīga pētniecības pasākumiem patērētāju zinātnēs, apvienojot tādas disciplīnas kā ekonomika, sociālās un kognitīvās zinātnes. Tikai nostiprinot šo zinātnes disciplīnu, Komisijai būs vieglāk izstrādāt politikas virzienus un regulējumu, balstoties uz empīrisku patērētāju rīcības izpratni veselā virknē ES politikas jomu.

Tiks attīstīta arī sistemātiskāka **valsts patērētāju politiku** pārraudzība ar kritēriju palīdzību. Visās ES politikās Komisija mēģinās attīstīt uz patērētāju vērstu statistiku un datu vākšanu. Trūkst statistikas saistībā ar patērētājiem un vajadzībām. Eiropas Kopienu statistikas birojam ir liela nozīme, lai apkopotu t.s. smagās oficiālas statistikas patērētāju datus (piemēram, salīdzināmas cenas) un sniegtu metodisku palīdzību t.s. atvieglotās statistikas izveidē.

Drošības jomā galvenās prioritātes būs ES līmeņa saskaņotu datu apkopošanas sistēma par ražojumiem un pakalpojumiem saistībā ar **negadījumiem un ievainojumiem**; datu bāzes uzlabošana par risku saistībā ar ražojumu un pakalpojumu drošību; un esošais kopīgais pētniecības projekts *EIS-Chem Risks* (Eiropas informācijas sistēma par „Risku saistībā ar patēriņa preču/izstrādājumu izcelsmes ķīmiskiem produktiem”).

5.2. Labāks patērētāju aizsardzības regulējums

Pašreizējais pārskats ir paredzēts ES patērētāju noteikumu modernizēšanai un uzņēmumu un patērētāju normatīvās vides vienkāršošanai un uzlabošanai. Komisijas sākotnējās atsauksmes un iespējamie varianti tika sniegti Zaļajā grāmatā par **patērētāju tiesību *acquis* pārskatīšanu,** ko pieņēma 2007. gada 8. februārī. Ja turpmākajā darbībā sākotnējie atzinumi apstiprināsies, Komisija 2008. gadā sagatavos priekšlikumus. Šie priekšlikumi būs Komisijas darba pirmie rezultāti saistībā ar Eiropas līgumtiesību vienoto modeli.

Komisija pievērsīsies arī problēmām, kas ir raksturīgas tikai atsevišķām direktīvām. Pagaidām ir noteiktas vairākas problēmas, kas saistītas ar ilgtermiņa tūrisma pakalpojumiem, un 2007. gadā tiks izstrādāts priekšlikums, lai grozītu **daļlaika īpašuma tiesību** direktīvu[15]. Turpināsies darbs, lai nodrošinātu to, ka tiek pieņemts priekšlikums jaunai direktīvai par **patēriņa kredītu**[16]. Komisija ziņos par Direktīvu 2002/65/EK par **patēriņa finanšu pakalpojumu tālpārdošanu**[17].

---

15 Eiropas Parlamenta un Padomes 1994. gada 26. oktobra Direktīva 94/47/EK par tiesību ieguvēju aizsardzību attiecībā uz dažiem aspektiem līgumos par tādu tiesību pirkšanu, kas uz laiku ļauj izmantot nekustamo īpašumu. OV L 280, 29.10.1994., 83. lpp.

16 COM(2005) 483.

17 Eiropas Parlamenta un Padomes 2002. gada 23. septembra Direktīva 2002/65/EK par patēriņa finanšu pakalpojumu tālpārdošanu, OV L 271, 9.10.2002., 16. lpp.

Komisija 2007. gadā sniegs ziņojumu par **Vispārējās produktu drošības direktīvas**[18] (VPDD) piemērošanu, kurā ietvers informāciju par uzlabotajām produktu atrašanas iespējām tirgus apritē, tirgus uzraudzības sistēmas darbību, standartizācijas darbu; un Kopienas aizlieguma pasākumiem. Jaunā pieeja produktu drošības regulai un VPDD ir ievērojami paaugstinājuši **standartu** kā likumdošanas instrumentu nozīmi. Tāpēc ir ļoti svarīgi turpināt atbalstu Eiropas Asociācijai, kas koordinē patērētāju pārstāvību standartizācijas jautājumos (*ANEC*), lai nodrošinātu patērētāju piedalīšanos standartizācijas procesā. Komisija arī turpinās darbu, lai nodrošinātu ES patērētāju pārstāvību starptautiskajā standartizācijā.

Eiropas līmeņa patērētāju organizācijām ir jādod iespēja un jauda, lai tās varētu piedalīties ES iniciatīvās, kurām ir patērētāja dimensija. Tāpēc Komisija turpinās līdzfinansēt **Eiropas līmeņa patērētāju organizāciju** darbību. **Eiropas Patērētāju konsultatīvā grupa** (ECCG)[19] arī turpmāk būs galvenais forums, ar kura starpniecību Komisija konsultēs valsts un Eiropas patērētāju organizācijas, vienlaicīgi Komisija veidos tādas specializētas lietotāju grupas un forumus kā *FIN-USE* lietotāju panelis un *ECCG* finanšu un konkurences apakšgrupas.

Patērētāju kustība pēc tās ietekmes, struktūras un rīcībspējas lielā mērā atšķiras dažādās ES dalībvalstīs. Tāpēc Komisija turpinās atbalstu valstu patērētāju organizācijām, jo īpaši jauno valstu patērētāju organizācijām, gan **apmācot** tās pamatiemaņās (pārvaldība, lobēšana un patērētāju tiesību akti), gan arī vairāk specializētos jautājumos. Apmācības turpinās organizēt uz daudzpusīga pamata. Spēcīga patērētāju kustība valsts līmenī ir ļoti svarīga stiprai ES patērētāju kustībai un labi funkcionējošiem valsts tirgiem. Daļa no Komisijas valsts patērētāju politikas sistēmu uzraudzības darba būs pievērst Komisijas īpašu uzmanību valsts politikai attiecībā uz patērētāju kustību, jo īpaši dalībvalstīs, kurās šī kustība ir visvājākā.

5.3. Labāka izpilde un pārsūdzība

Īstenošana un izpilde

Komisija turpinās sadarboties ar dalībvalstīm, lai nodrošinātu savlaicīgu un vienveidīgu **Negodīgas komercprakses direktīvas** transponēšanu.

Iekšējā tirgus darbības pamatnosacījums ir sadarbība starp valsts iestādēm, kas atbild par patērētāju aizsardzības noteikumu izpildi un **ražojumu drošību**. Turpināsies darbs pie tirgus uzraudzības un ātrās reaģēšanas sistēmas (*RAPEX*) attīstīšanas, jo pieaug lietu skaits (67 paziņojumi 2003. gadā, 701 — 2005. gadā). Tālāk tiks attīstīts instruments, kas ļauj uzņēmējiem ziņot par bīstamiem ražojumiem. Komisija turpinās atbalstīt Eiropas produktu drošības tīklu un līdzfinansēs vienotās rīcības pasākumus starp izpildes iestādēm, lai noteiktu labāko pieredzi esošajā tirgus uzraudzībā.

Jaunās regulas par **sadarbību patērētāju tiesību aizsardzībā (CPC)** piemērošana radikāli mainīs veidu, kādā dalībvalstu izpildes iestādes sadarbojas savstarpēji un ar Komisiju. Turpmāko gadu galvenais uzdevums būs nodrošināt daudzo jau pieņemto tiesisko, institucionālo un administratīvo pasākumu efektīvu īstenošanu un to, lai tie veicina efektīvu sadarbību uz vietas patērētāju un godīgu uzņēmumu labā.

---

18 Eiropas Parlamenta un Padomes 2001. gada 3. decembra Direktīva 2001/95/EK par produktu vispārēju drošību (OV L 11, 15.1.2002., 4.lpp.).

19 http://ec.europa.eu/consumers/cons_org/associations/committ/index_en.htm

Pārsūdzība

Ja patērētāji grib iepirkties ārpus savas dalībvalsts un izmantot iespēju iepirkties iekšējā tirgū, tiem ir jābūt pārliecinātiem, ka sastopoties ar problēmām, viņiem būs pieejami efektīvi mehānismi **pārsūdzības** iesniegšanai. Patērētāju strīdu risināšanai ir vajadzīgi individuāli pielāgoti mehānismi, kas neuzspiež izmaksas un termiņus, kas nav proporcionāli ražojuma vērtībai.

Komisija pastiprinās uzraudzību un veicinās tādu esošo ieteikumu[20] piemērošanu, kuros noteikts zināms minimālo garantiju skaits **ārpustiesas strīdu izšķiršanas** shēmām.

Aizliegumu direktīvā ir noteikta kopīga procedūra, lai dotu iespēju patērētāju organizācijām jebkur Eiropas Savienībā apturēt nelikumīgas darbības, kas kaitē patērētāju kopīgajām interesēm. Komisija 2007. gadā sniegs ziņojumu par aizliegumu direktīvu[21] un uzsāks sabiedrisko apspriešanu par tās ietekmi. Komisija pabeigs situācijas izpēti. Tā apsvērs arī pasākumus attiecībā uz patērētāju **kolektīvās pārsūdzības** līdzekļiem patērētāju aizsardzības noteikumu un pretmonopolu noteikumu pārkāpumu gadījumā saskaņā ar 2005. gada Zaļo grāmatu par privātīpašumam nodarītā kaitējuma atlīdzināšanas prasībām.

5.4. Labāk informēti un izglītoti patērētāji

Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības centru tīkla (*ECC-Net*) uzdevums ir veicināt patērētāju uzticēšanos, sniedzot konsultācijas par to tiesībām un nodrošinot vieglu pieeju pārsūdzībām pārrobežu strīdos. Komisija kopā ar dalībvalstīm turpinās līdzfinansēt un vadīt šo tīklu un veidot šādus centrus katrā dalībvalstī.

Tiks pabeigts **informēšanas kampaņu** cikls jaunajās dalībvalstīs, kura mērķis ir veicināt izpratni par patērētāju tiesībām un patērētāju NVO nozīmi.

Komisija palielinās Eiropas Skolas dienasgrāmatas kopiju skaitu un ietvers tajā citus jautājumus, kas interesē jauniešus, jo īpaši jautājumus ilgtspējīga patēriņa jomā. Komisija veicinās jaunu pieaugušo izglītības moduļu izveidi un esošo moduļu[22] atjaunināšanu, lai tie spētu nosegt pamatjautājumus attiecībā uz patērētāju. Komisija veicinās modulāru, augstas kvalitātes augstskolas līmeņa mācību kursu izveidošanu patērētāju jautājumos.

Informēti un pilnvaroti patērētāji var vieglāk mainīt dzīvesveidu un patēriņa modeļus, tādējādi uzlabojot veselību, ilgtspējīgāku dzīvesveidu un tādu ekonomiku, kurā ir samazināts oglekli saturošu izmešu daudzums. Patērētāji ir galvenie risinātāji tādiem vides jautājumiem kā klimata pārmaiņas, gaisa un ūdens piesārņošana, zemes izmantošana un atkritumi. Vides aizsardzībai un cīņai pret klimata pārmaiņām ir vajadzīga labāka informācija tādās jomās kā enerģētika un transports, kurās informēti patērētāji varētu kaut ko mainīt.

---

20 Komisijas 1998. gada 30. marta Ieteikums 98/257/EK par principiem, kas piemērojami iestādēm, kas atbildīgas par patērētāju strīdu izšķiršanu ārpustiesas kārtībā. OV L 115, 17.4.1998., 31. lpp. Komisijas 2001. gada 4. aprīļa Ieteikums 2001/310/EK par principiem ārpustiesas iestādēm, kas iesaistītas patērētāju nesaskaņu atrisināšanā. OV L 109, 19.4.2001., 56. lpp

21 Eiropas Parlamenta un Padomes 1998. gada 19. maija Direktīva 98/27/EK par aizliegumiem saistībā ar patērētāju interešu aizsardzību, OV L 166, 11.6.1998.,51. lpp.

22 www.dolceta.eu

5.5. Pievērst vislielāko uzmanību patērētājiem saistībā ar citām ES politikas jomām un tiesību aktiem

Vienotā tirgus pārskatā sniegts aicinājums turpmākai rīcībai finanšu pakalpojumu mazumtirdzniecībā. Komisijas nesenajā nozares aptaujā[23] arī tika konstatēts, ka mazumtirdzniecības finanšu tirgus joprojām ir sadrumstalots un pastāv konkurences šķēršļi. Komisija pieņems Zaļo grāmatu par finanšu pakalpojumu mazumtirdzniecību un Balto grāmatu par hipotekārajiem kredītiem. Komisija analizēs šķēršļus, ar kuriem patērētāji sastopas, atverot, slēdzot vai mainot banku kontus, un risinās konkurences problēmas banku pakalpojumu mazumtirdzniecības nozarē.

Komisijas mērķis ir nodrošināt **vispārējās nozīmes pakalpojumu** (VNP) politikas saskaņošanu ar piemērotiem pasākumiem patērētājiem. Tā arī veiks pasākumus, lai vajadzības gadījumā nodrošinātu to, ka ES un dalībvalstu līmenī tiek saglabāta piemērotu, universālu pakalpojumu sniegšana. Nākošajā ziņojumā par vispārējas nozīmes pakalpojumiem Komisija risinās jautājumu par horizontālām patērētāju tiesībām visos, vispārējās nozīmes pakalpojumos. Tā turpinās piešķirt pilnvaras patērētājiem un aizsargās tos nozares vispārējās nozīmes pakalpojumu tiesību aktos.

Komisija turpinās citās transporta nozarēs attīstīt pasažieru tiesības, kas izstrādātas aviācijas nozarē, jo īpaši attiecībā uz pasažieriem ar kustību traucējumiem. Tā arī pieņems enerģijas patērētāju hartu.

Komisija attīstīs labāku to dažādo attiecīgo politiku problēmu un prioritāšu saskaņošanu, kas saistītas ar patērētāju nepārtikas preču **drošību** (piem., patērētāji, veselība, uzņēmumi un rūpniecība, vide, transports) un drošumu (piem., gaisa transports).

Kopā ar Eiropas Patērētāju konsultatīvo grupu (*ECCG*) Komisija turpinās nodrošināt patērētāju piedalīšanos visās attiecīgās politikas komisijās, un patērētāju līdzdalību tajās principā atlīdzinās katrā politikas jomā. Komisija izskatīs labāko veidu, kā aktīvāk iesaistīt patērētāju politikā ieinteresētās personas konsultācijās, ko citas ES politikas organizē par priekšlikumiem, kas būtiski ietekmē patērētājus[24]. Katra Komisija nodaļa, kuras darbība būtiski skar patērētāju intereses, iecels **koordinatoru sadarbībai ar patērētājiem**, kā to pirmais ir izdarījis Konkurences ģenerāldirektorāts, lai tas sadarbotos ar patērētāju ieinteresētajām personām un nodrošinātu to, lai katrā politikas jomā būtu apkopota vajadzīgā informācija, kas ļautu pārraudzīt politikas ietekmi uz patērētājiem.

---

23 http://ec.europa.eu/comm/competition/antitrust/others/sector_inquiries/financial_services

24 Šī ieinteresēto personu aktīva piedalīšanās politikas veidošanas procesā ir arī viena no daļām Zaļajā grāmatā par Eiropas pārredzamības iniciatīvu - COM(2006) 194.

5.6. Labāka ES patērētāju aizsardzība starptautiskajos tirgos

Regulatori un tiesībaizsardzības nodrošinātāji visā pasaulē ir ieinteresēti sadarbībā, lai konstatētu **ražojumus, kas nav patērētājam droši**, riskus un ir ieinteresēti veikt riska novērtēšanu. Komisija 2005. gadā noslēdza sadarbības nolīgumus patēriņa preču drošības jomā ar ASV Patēriņa preču drošības komisiju un Ķīnas Tautas Republikas Vispārējo kvalitātes uzraudzības, pārbaudes un karantīnas pārvaldi (*AQSIQ*). Komisija pastiprinās sadarbību ar ASV un Ķīnas iestādēm, pamatojoties uz esošajiem nolīgumiem, un vajadzības gadījumā izstrādās jaunus nolīgumus.

E-komercijai attīstoties, negodīgi tirgotāji var darboties starptautiskā līmenī. Regulā par sadarbību patērētāju tiesību aizsardzības jomā (SPA) ir paredzēti **starptautiski nolīgumi** par savstarpēju palīdzību starp ES un trešām valstīm. Komisija iesniegs sarunu pilnvaru pieprasījumus Padomei, lai pieņemtu šādus nolīgumus ar valstīm, kurās ir raksturīgi lieli mazumtirdzniecības apjomi un kuras ir ieinteresētas sadarbībā.

6. SECINĀJUMI

Patērētāju politikai ir labas iespējas palīdzēt ES sasniegt izaugsmes un nodarbinātības mērķus un atkal izveidot saikni ar tās pilsoņiem. Komisijas mērķis ir līdz 2013. gadam pierādīt visiem ES pilsoņiem, ka viņi var iepirkties jebkurā vietā ES, sākot no tuvējā veikala un beidzot ar tiešsaisti, un būt pārliecināti par vienlīdz augstu aizsardzības līmeni, un pierādīt visiem mazumtirgotājiem, ka tie var tirgoties visur, pamatojoties uz vienu un vienkāršu noteikumu kopumu.

Katru gadu Eiropas patērētāju dienas sakarā (15. martā) patērētāju aizsardzības komisārs sagatavos runu par sasniegto. Tas palīdzēs arī Padomei, Parlamentam un dalībvalstīm gūt regulāru informāciju. Līdz 2011. gada martam Komisija izstrādās starpposma ziņojumu un līdz 2015. gada decembrim — ziņojumu par paveiktā novērtējumu.