



ЕВРОПЕЙСКА
КОМИСИЯ

Брюксел, 29.11.2012 г.
COM(2012) 698 final

ЗЕЛЕНА КНИГА

Интегриран пазар за доставки на колетни пратки в услуга на развитието на електронната търговия в ЕС

(текст от значение за ЕИП)

1. Въведение

Съществува широк консенсус, че електронната търговия е основен фактор за икономическия растеж и повишаването на заетостта в целия Европейски съюз¹. Съгласно съобщението на Комисията относно електронната търговия и интернет услугите² доставката на закупените по интернет стоки е един от петте основни приоритета за развитието на електронната търговия до 2015 г., като нейното значение бе потвърдено от Съвета на Европейския съюз и Европейския парламент³. Доставките са от основно значение, тъй като съществено улесняват електронната търговия и са важен фактор за изграждане на доверието между търговците и потребителите⁴.

Търговските и по принцип икономическите връзки между електронните търговци на дребно и потребителите са съпроводени от множество сложни логистични операции. Терминът „доставка“, използван в настоящия документ, се отнася до превоза на поръчани по интернет физически стоки до точката, в която се предават на крайния получател. В този процес участват множество оператори, които в настоящия документ са посочени като „оператори по доставка“ и включват превозвачи, пощенски оператори, оператори по експресна доставка и други доставчици на логистични услуги. За целите на настоящата зелена книга понятието „колетна пратка“ се използва в най-широк смисъл и се отнася до всички предмети с тегло до 30 kg⁵.

Начините на закупуване и доставка на стоки в Европа са в процес на динамични и радикални промени. Тъй като европейските потребители все по-често търсят и използват възможностите за покупка по интернет, и по-специално в трансграничен

¹ През последните пет години интернет икономиката е била фактор за 21 % от растежа на БВП. Наред с това тя генерира 2,6 работни места за всяко съкратено работно място и представлява 25 % от нетното създаване на работни места (COM(2011) 942 окончателен).

² „Съгласувана уредба за повишаване на доверието в цифровия единен пазар за електронната търговия и интернет услугите“, COM(2011) 942 окончателен.

³ Заключение на Съвета на ЕС относно цифровия единен пазар и управлението на единния пазар, 31 май 2012 г.; Резолюция (P7_TA82010)0320 от 21 септември 2010 г. относно доизграждането на вътрешния пазар по отношение на електронната търговия.

⁴ 42 % от интернет предприятията в Обединеното кралство определят като свой приоритет по-високото качество на услугите по доставка в сравнение с 18 % за инвестиции в по-бърз интернет достъп.

⁵ Най-общо това са малки предмети и стоки, които могат да се обработват от едно лице.

контекст, съществува все по-голяма нужда от цялостна система, която да отговаря на очакванията им и да функционира безпроблемно, така че да улесни тяхното ежедневие, в резултат на което да се засили доверието в електронната търговия и нейното по-широко използване⁶. Ефективността и достъпността на системата за доставка е също така основен фактор за устойчивото развитие на бизнес моделите на множество малки и средни предприятия (МСП) и по-специално на тяхната способност да обслужват своите клиенти. Тъй като МСП са основна движеща сила за новаторството и растежа в Европа⁷, може да се очаква, че подобряването на общата система за доставка на стоки, поръчани по електронен път в Европа, би довело до значителни резултати по отношение на растежа и заетостта⁸.

Множество проучвания и доклади за отрасъла⁹, както и дискусиите с различните заинтересовани страни, проведени при изготвянето на настоящата зелена книга, стигат до сходни заключения и потвърждават анализа относно услугите по доставка, представен в Съобщението за електронната търговия и интернет услугите.

57 % от търговците на дребно посочват като пречка трансграничните доставки¹⁰, а 46,7 % от потребителите заявяват, че изпитват притеснения във връзка с доставката при

⁶ Проучване на Royal Mail, озаглавено „2011 consumer trends in multi-channel retailing“, сочи, че в 66 % от всички случаи, в които купувачите по интернет „изоставят количката за пазаруване“, това се дължи на фактори, свързани с доставката.

⁷ Според оценки, изготвени от FTI Consulting, по-малките търговци на дребно осигуряват 22 % от обема на трансграничната електронна търговия. Приблизителните оценки на Евростат сочат, че над една четвърт от всички предприятия извършват покупки по интернет в други държави от ЕС; 23 % от тях са малки предприятия, 41 % са големи и 33 % са средни предприятия.

⁸ Според проучване на Civic Consulting Европейският съюз не се възползва напълно от потенциала на електронната търговия; общото подобрене на благосъстоянието на европейските потребители при хипотетична ситуация, в която делът на електронната търговия в общата търговия на дребно би бил 15 % (вместо нивото от 3,5 % от 2010 г.), се оценява на 204,5 милиарда евро годишно или 1,7 % от БВП на ЕС.

⁹ Проучване „Focus on the Future“ на BCG, май 2012 г.; IMRG; ACSEL; „Intra-community cross-border parcel delivery“, FTI 2011 г.; набор от национални онлайн барометри на e-Bay; „The evolution of the European Postal market since 1997“, ITA/ WIK 2009 г.; IPC Cross border E-commerce report 2010 г., Евробарометър, „Consumer market study on the functioning of e-commerce and Internet marketing and selling techniques in the retail of goods“, Civic 2011 г.

¹⁰ Евробарометър — експресно допитване 224 на тема „Business attitude towards cross-border sales and consumer protection, Analytical report“, юли 2008 г., глава 2, раздел 2.1., стр. 21.

трансгранични трансакции. Доставка и връщането на закупени стоки са двете най-сериозни причини за притеснение у потребителите при пазаруването по интернет¹¹. Десетте основни причини за този вид тревоги включват още риска от неосъществени доставки, повредените или изгубени пратки и високите разходи за доставка, което води до недостатъчно доверие в трансграничната електронна търговия. Потребителите ще са много по-склонни да пазаруват по интернет, ако разполагат с гаранции, че покупките им ще бъдат доставени в добро състояние и в рамките на заявения срок, както и с лесни процедури за връщане на закупените стоки¹². По-голямата достъпност на новите технологии и тяхното използване предлагат допълнителни възможности за повишаване на качеството на услугите по доставка и на клиентското задоволство. Появата и развитието на социални мрежи също оказват значително въздействие върху мнението на потребителите за търговските марки и покупката на стоки по интернет. Съвременните средства за електронна комуникация между електронните търговци на дребно, доставчиците на услуги и потребителите могат да помогнат за по-ефективни и удобни доставки и процедури за връщане на закупени стоки и по-благоприятно впечатление от качеството на обслужването. По-ефективно функциониращият пазар за електронна търговия ще създаде осезаеми ползи за потребителите, МСП и за всички субекти и отрасли, които участват в нея.

Значението на експедирането и доставката става още по-важно, когато е в международен контекст. Тъй като все повече потребители купуват стоки от азиатско-тихоокеанския регион и Северна Америка и повече електронни търговци на дребно в Европа се стремят да изнасят за тези региони, търговските потоци между тях рязко се увеличават. В този контекст елементите на транспорта и доставката придобиват допълнителна сложност (което е мотив за допълнителни тревоги и съображения, свързани със сигурността), като от една страна представляват сериозно

¹¹ „Consumer market study on the functioning of e-commerce and Internet marketing and selling techniques in the retail of goods“, Civic Consulting, септември 2011 г., стр. 132, 40.

¹² Почти 65 % от участниците в неотдавнашно изследване, проведено в Обединеното кралство, заявяват, че рискът от неуспешна доставка (поради невъзможността някой да остане вкъщи и да я получи) би им попречил да пазаруват по интернет. Твърде неясните времеви интервали и вероятността доставките да не пристигнат навреме притесняват около 43 % от анкетираните („A study of online fulfilment requirements“, IMRG UK Consumer Home Delivery Review, 2012 г.).

предизвикателство, а от друга — единствена по рода си възможност за развитието на европейския сектор на електронната търговия, особено по отношение на МСП¹³.

Наред с това разработването на по-ефективна верига на доставка за целите на електронната търговия в ЕС ще окаже положително влияние върху редица области на политиките, като например:

- **Сближаване:** посредством добре функциониращи операции по доставка в цяла Европа ползите, свързани с електронната търговия, ще станат достъпни за всички граждани и предприятия, независимо от техния размер.
- **Заетост:** да се гарантират отговорни условия на труд в сектора на доставките, който е обект на силен натиск за намаляване на разходите и увеличаване на гъвкавостта.
- **Новаторство:** да се насърчава широкото използване на съвременните информационни технологии в системите за доставка, което ще донесе непосредствена полза за всички граждани и предприятия и ще се приспособи към новата среда на социални медии.
- **Околна среда:** да се насърчава устойчивото развитие и оптимизираната логистика на доставките, с което да се постигне икономия на енергия и цялостно намаляване на отрицателните външни фактори.
- **Конкурентоспособност на европейските стопански отрасли:** въз основа на преимуществата на европейските стопански отрасли (електронни търговци на дребно и оператори по доставка) да се насърчат инвестициите в европейската мрежа, която е изправена пред силна международна конкуренция.

Настоящата зелена книга разглежда как се развиват пазарите на електронна търговия и доставки в Европа, какво е необходимо за създаването на единен пазар на доставки, като анализира основните предизвикателства пред различните участници и набелязва възможностите за подобряване на доставките в полза на гражданите и бизнеса, и най-вече на МСП. Въз основа на информацията, събрана по време на консултацията, през пролетта на 2013 г. Комисията ще формулира по-точно въпросите, по които трябва да

¹³ Съобщение на Комисията „Малък бизнес, голям свят — ново партньорство за подпомагане на МСП да се възползват от глобални възможности“, COM(2011) 702 окончателен.

се предприемат мерки и да се направят заключения в контекста на доизграждането на единния пазар по отношение на пратките.

2. Актуално състояние на пазара и перспективи

2.1 Европейският пазар за електронна търговия и значението на доставките

Пазарите на електронна търговия в ЕС са изключително разнообразни и се намират в нееднаква степен на зрялост в зависимост от различните практики на потребителите, данъчната уредба, наличността на стоките, достъпа до интернет и конкурентните пазари на доставка. Търговските профили на националните пазари¹⁴ също оказват значително отражение върху доставките¹⁵, докато трансграничните доставки в Европа все още представляват предизвикателство за потребителите и електронните търговци на дребно¹⁶. Освен това ефективните трансгранични доставки ще поддържат потенциала за растеж на нови пазарни ниши благодарение на т.нар. „ефект на дългата опашка“¹⁷.

Пазарът на електронната търговия се развива бързо и поставя все по-високи изисквания по отношение както на новаторски бизнес решения, така и на очакванията на потребителите. Свързаните с доставките потребности на отрасъла стават все по-разнообразни поради нарастващия брой продуктови сегменти (например книги, DVD, облекло, малки електронни устройства, битова електроника, мебели, домакински уреди) с различна стойност, тегло и размер на опаковките. Социалните мрежи, бързите информационни технологии и широкото навлизане на мобилните и преносимите устройства също спомогнаха за повишаване на очакванията на потребителите за решения, базирани на информация в реално време и гъвкави варианти за доставка.

¹⁴ „E-commerce in the Nordics 2012“, Postnord.

¹⁵ Съществуват различни модели за трансгранични превози, по-специално чрез сътрудничество между националните пощенски служби, чрез директно участие в националните пощенски системи или чрез други споразумения с логистичните оператори.

¹⁶ В ЕС-27 само 9 % от потребителите и 18 % от търговците на дребно използват трансграничната електронна търговия; 48 % от потребителите заявяват, че изпитват по-голяма сигурност, когато пазаруват по интернет в собствената си държава, отколкото зад граница (Европейска комисия, Индекс на условията за потребителите „Как потребителите да се чувстват уверени на вътрешния пазар“, март 2011 г.).

¹⁷ Общата сума от продажбите на продукти, които са обект на по-ниско търсене, или които генерират само нисък обем продажби, може да представлява дял от пазара, равен или по-висок от дела на пазара на най-продаваните продукти, ако продавачите предоставят по-голям избор.

Електронните търговци на дребно са притиснати от времето. Налага се бързо да бъдат приложени нови концепции и идеи. Жизнеспособността и успехът на бизнеса им зависят от способността на логистичния сектор да осигури удобни доставки на ниски цени¹⁸. Това се отнася по-конкретно за по-малките участници на пазара на електронната търговия, които нямат силни позиции, за да договорят значителни отстъпки от операторите по доставка, нито капацитет, за да инвестират в собствена логистична мрежа. В среда, в която икономииите от мащаба представляват важен фактор, подобно положение може да представлява заплаха за тяхната конкурентоспособност спрямо по-големите електронни търговци, тъй като все повече потребители очакват оферти за безплатна доставка на стоките, които купуват по интернет¹⁹.

2.2 Европейският пазар за доставки

Според оценките през 2008 г. пазарът на колетни пратки в ЕС възлизаше на 42,4 милиарда евро, като сегментът „от предприятие до потребител“ представляваше 15 % от този пазар²⁰. Поради разрастването на електронната търговия през последните 5 години този сегмент от пазара на колетни пратки и малки пакети се увеличи с бързи темпове. Приблизителните оценки на актуалния му обем сочат, че в момента този сегмент представлява между 20 % и 40 % от общия обем на пазарите на електронна търговия с по-висока зрялост, като например този в Обединеното кралство.

¹⁸ Например 57 % от търговците на дребно възприемат трансграничните доставки като пречка (експресно допитване на Евробарометър 224, юли 2008 г.). 78 % от продавачите в eBay определят разходите за доставка като основно препятствие пред трансграничната електронна търговия, а 42 % изтъкват ниското качество на услугите по доставка (Проучване на трансграничната търговия в Обединеното кралство, Германия и Франция, FreshMinds).

¹⁹ В проучване, проведено в Обединеното кралство, 67 % от анкетираните посочват безплатната доставка като фактор за решението си да продължат или да увеличат обема на пазаруване от даден електронен търговец (Delivery Matters, 2011 Consumer Trends in multi-channel retailing, Royal Mail).

²⁰ ITA/WIK 2009. Тези данни са за 2008 г. и включват пазара на колетни пратки и експресни доставки. Друго проучване, проведено от IPC, сочи, че през 2008 г. стойността на пазара на колетни пратки, куриерски услуги и експресни доставки в ЕС е била 37,38 милиарда евро (с изключение на малките пакети), докато делът на доставките в сегмента „от предприятие до потребител“ е бил 26 % от общия европейски пазар на колетни пратки, куриерски услуги и експресни доставки.

Традиционното разделение на пазара е на експресна и стандартна доставка на колетни пратки. Съществуващите определения²¹ обаче не отразяват сложността и относителната важност на различните опции (стандартна, отложена, експресна или доставка на деня, електронно проследяване, доказателство за доставка, препоръчани пратки) и действителните условия в сектора на електронната търговия, в който се използват малки пакети (под 2 kg).

Приблизителните оценки на Евростат сочат, че над една четвърт от всички предприятия извършват покупки по интернет в други държави от ЕС: 23 % от тях са малки предприятия, 41 % са големи и 33 % са средни предприятия²². Малките клиенти, които пазаруват рядко и чийто обем на доставки е нисък, имат ограничено влияние в преговорите с операторите, поради което разполагат с много по-малко варианти за доставка. Според оценки на FTI публикуваните цени за трансгранични колетни пратки на националните пощенски оператори (за клиенти, които нямат открита сметка към тях) са средно два пъти по-високи от цените за вътрешните услуги.

Пощенските мрежи обработват само част от обема на пратките (с много големи разлики между пазарните дялове в отделните държави)²³, като само малък процент (от 5 до 10 %) от този обем попада в обхвата на задълженията за предоставяне на универсална услуга, съгласно които държавите членки следва да осигуряват както националните, така и трансграничните основни доставки на пратки до всички точки в страната и на цени, достъпни за всички потребители²⁴. Тъй като тези задължения са договорени много преди появата на електронната търговия, при тях не е взета предвид специфичната цел, свързана с посрещането на текущите потребности на този динамично развиващ се сектор. Традиционната организация на пощенските

²¹ В Директивата относно пощенските услуги (Директива 97/67/ЕО, изменена с директиви 2002/39/ЕО и 2008/6/ЕО) пратките с кореспонденция или документи с тегло до 2 kg се считат за писма, а пратките с тегло до 20 kg — за колети.

²² Евростат (Isoc_ec_ebuyn2), фигура 11.

²³ Пазарният дял на доставчиците на универсална услуга се различава значително в отделните държави членки: той е под 10 % в България, Испания и Обединеното кралство, между 10 % и 15 % в Унгария и Италия и над 25 % в Чешката република, Дания, Франция и Естония („The Evolution of the European Postal Market since 1997“, ITA/ WIK. 2009 г.).

²⁴ Повече информация за Директивата относно пощенските услуги се съдържа в глава 4.

подразделения, занимаващи се с транспорт на пратки, обхваща превоза на колети с тегло между 2 kg и 30 kg, но в нея не са заложени гъвкавостта и капацитетът, налагани от развитието на електронната търговия²⁵. През последните години обаче някои оператори успяха да реорганизируют своите мрежи за доставка на колетни пратки или са в процес на такова реорганизиране, тъй като са изправени пред силна конкуренция в този сектор на вътрешния си пазар.

Операторите по експресна доставка са изградили своя успех и инфраструктура въз основа на специална интегрирана мрежа, чиято цел е да обслужва сегмента „от предприятие до предприятие“, като предлага специални услуги (опции за бързина и електронно проследяване на пратките). Тъй като тези оператори са наясно с възможностите за развитие на електронната търговия и с липсата на приемливи решения за участващите в нея субекти в Европа, те се намесват все по-активно в сегмента „от предприятие до потребител“.

Другите логистични участници в тази област, като например консолидаторите, брокерите, доставчиците на услуги по оптимизирано изпълнение на поръчките и доставчиците на логистични услуги за трети страни²⁶, изпълняват все по-важна роля за осигуряване на връзка между електронната търговия и операторите по доставка по отношение на новаторство, гъвкавост, управление на складовите наличности, транспорт и връщане на пратките. Предлаганите от тях решения все още не се ползват с широка популярност, най-вече сред МСП. Ако добият по-голяма популярност, тези решения биха могли да оказват все по-сериозно въздействие върху бъдещото улесняване на логистични операции за електронните търговци на дребно. Чрез консолидирането на различни клиенти с малък обем пратки операторите биха могли също да получат по-благоприятни условия за доставка, от които след това да се възползват и техните подизпълнители, а оттам — и потребителите.

²⁵ По-специално, за потребителите и МСП: липсата на икономична опция за малки пакети под 2 kg, опции като електронно проследяване на пратки съществуват, но те могат да се предлагат само в съчетание с по-скъпоструващи услуги.

²⁶ Доставчиците на логистични услуги за трети страни предоставят съдействие на своите клиенти по отношение на някои или на всички техни логистични потребности (например, приемане на пратка от адрес и нейното пакетиране („pick and pack“), складиране, документация, процедури по етикетане и дистрибуция). Онлайн брокерите и консолидаторите предлагат отстъпки при единични пратки от интегратори или национални оператори.

Необходимо е да се отбележи появата на някои **нишови участници** — това са оператори, които са разработили специфични решения за определен продуктов сегмент (например, специализиран превоз и доставка на облекла, поръчани по интернет). Освен това напоследък някои **водещи електронни търговци на дребно** вземат все по-активно участие в логистичните операции и операциите по доставка, като разширяват своите логистични услуги така, че те да обхванат и по-малките електронни търговци.

Оператори в различни държави тестват използването на **колетни пунктове** (автоматизирани заключващи се шкафчета, в които доставените пратки се прибират от получателите посредством специален код), чието въвеждане ще зависи от това дали потребителите ги намират за достатъчно удобни и дали чрез тях ще може да се доставя значителен обем пратки.

При пазаруването от разстояние отдавна се използват **предавателни пунктове** (мрежа от пунктове, подкрепена от съответна технологична платформа, където потребителите могат да получават пратките си). Тези мрежи са модернизирани чрез нови информационни системи и представляват алтернатива на по-скъпите услуги за доставка по домовете. Техният успех зависи от местните предпочитания и досегашните практики, но има индикации, че те са надеждна и обещаваща алтернатива за доставките на стоки, закупени по интернет.

2.3 Взаимовръзка между пазарите на електронна търговия и на доставка

Операторите по доставка са наясно с възможностите, които предлага електронната търговия. За създаването на нови модели за доставка за сегмента „от предприятие до потребител“ може да са необходими значителни инвестиции и задълбочена ревизия на тяхното функциониране. Задачата става още по-сложна²⁷, ако е необходимо мрежата на доставки да обхване всички точки от територията, а обемите на пратките са променливи и трудно предвидими.

Предлагат се допълнителни опции за крайна доставка, като например доставка на работното място или на съседен адрес, като постепенно се въвеждат по-адекватна информация и възможности за избор, така че потребителите могат да решават къде и кога биха желали да получават пратките си. Наред с това се появяват нови бизнес модели, които предлагат по-добро обслужване при връщането на закупени стоки.

Появата на такива нови решения обаче е бавна и те често са съпроводени със скъпоструващи опции, за които невинаги има търсене. Все още не е задоволено търсенето на индивидуализирани малки пакети с несложни варианти за електронно проследяване²⁸ и достъпни цени²⁹.

От оперативна гледна точка услугите по доставка са сложни и са предмет на редица ограничения. Все още нито традиционните колетни услуги (предлагащи минимални опции и високи трансгранични такси), нито скъпоструващите експресни услуги (които в началото са били предназначени за обслужване на сегмента „от предприятие до

²⁷ Необходимо е да се вземат предвид прогнозните оценки на обемите, планираните капацитети, разписанията, маршрутите, както и очакванията на потребителите.

²⁸ Изследване, проведено от IRMG за техния UK Consumer Home Delivery Review за 2012 г. показва, че за 85 % от анкетирания достъпът до онлайн информация за местоположението на пратките им е най-важният фактор за повишаване привлекателността на услугите (IRMG UK Consumer Home Delivery Review 2012 – a study of online fulfilment requirements). В проучване на европейската електронна търговия, проведено през 2011 г. от Accenture за Кръглата маса на европейските търговци на дребно, 34 % от анкетирания са посочили веригата на доставки и свързаните с нея проблеми като пречка за навлизане на пазара, а 42 % са посочили проблеми относно инфраструктурата за превоз (European Cross-border E-commerce – the challenge of achieving profitable growth, Accenture, януари 2012 г.).

²⁹ FTI (2011 г.); Civic Consulting (2011 г.); „Оценка на трансграничната електронна търговия в ЕС по методиката „таен клиент““ (2009 г.).

предприятие“) са се адаптирали към специфичните потребности, свързани с реалностите на електронната търговия. Взаимовръзките между пощенските оператори в контекста на трансграничните доставки постепенно се подобряват, особено чрез Европейската колетна група³⁰. Независимо от това само част от пратките преминават през този канал, като не се предлага алтернатива за електронно проследяване на малки пакети и неприоритетни колетни пратки.

³⁰ Пощенските оператори, които доставят своите приоритетни пратки чрез интегрираната мрежа за доставки на Европейската колетна група, използват система за тяхното електронно проследяване и автоматизирана система за обслужване на клиентите, свързваща телефонните центрове на всички пощенски оператори.

Налице са две паралелни реалности — едната функционира посредством пазарното предлагане (електронната търговия), а другата е базирана на различни оперативни изисквания (логистиката). Тези реалности се характеризират с различни бизнес срокове, контекст, използване на информационни системи и решения, както и различни показатели за ефективност. Следователно както пазарът на електронната търговия, така и този на доставките, са изправени пред съществени и основни предизвикателства: моделът на електронната търговия все още не е напълно стабилизирал, а логистичният сектор не е напълно адаптиран към изискванията на този вид търговия. Вземането на инвестиционни решения в такава динамично променяща се среда е трудно.

3. Основни предизвикателства за различните участници

3.1 Впечатления и очаквания на потребителите

Потребителите търсят по-голямо удобство при доставките: повече варианти, сред които да изберат най-подходящия, по-адекватна предварителна информация относно процеса на доставка, по-опростени процедури за връщане на закупените стоки и лесни за използване услуги, базирани на съвременните технологии, чрез които може да се предоставя информация преди доставката (смартфони, таблети, уведомяване чрез SMS)³¹. Те очакват по-голяма прозрачност по отношение на условията, при които се експедират поръчаните стоки, най-вече в случаите на закъснения, повреда или изгубване на пратката. Наред с това потребителите очакват по-голяма прозрачност относно образуването и сравнението на цените, както и във връзка с конкуренцията.

Решението на потребителите дали да купят дадена стока до голяма степен се определя от това дали доставката (и евентуалното връщане) е безплатна или изгодна. Същевременно те все по-често обръщат поглед към пазарите в други държави, но сложността и липсата на прозрачност при трансграничните доставки се определя като значителна трудност. Когато се налага да изпращат колет (и особено в случаите на връщане на закупени стоки), потребителите представляват сравнително неконкурентен пазар, като скъпата доставка се посочва като една от основните причини за

³¹ Проведени са редица проучвания с цел да се определят нуждите на потребителите по отношение на доставката на стоки, поръчани по интернет. Сред тях може да се посочи „Home delivery in the UK 2011“, проведено от Snow Valley, „Cross border E-commerce report“ на IPC, 2010 г., IRMG (2012 г.), CIVIC (2011 г.).

недоволството, свързано с пазаруването по интернет³². Като цяло цената остава най-същественият фактор при избора на вариант за трансгранична доставка³³.

Аспектите, свързани с удобството, варират в зависимост от националните пазари и вида на доставяните продукти. Изследванията относно предпочитанията на потребителите показват, че тези аспекти могат да се отнасят до целия процес на доставка.

³² Проведено проучване относно впечатленията на потребителите от пазаруването по интернет показва, че повечето проблеми, с които се сблъскват, се отнасят до доставката: дълги срокове (28 % от потребителите съобщават за проблеми), доставка на повреден продукт (20 %), провалена доставка (17 %), доставка на грешен продукт (14 %) и случаи, в които разходите за доставка или крайната цена са били по-високи от обявените на уебсайта (7 %).

³³ Доклад на ИПС относно трансграничната електронна търговия.

Така например, при проучване, проведено в Обединеното кралство, са набелязани шест основни области на предпочитания на потребителите: гъвкави варианти за доставка, достъпна цена, гъвкавост относно мястото на доставка, адекватна комуникация във връзка с доставката, бързо изпълнение и качествено обслужване в момента на самото предаване на пратката³⁴. По-конкретно, предоставянето на информация в реално време добива все по-голяма важност, особено сред по-младите потребители³⁵. Те искат да упражняват контрол върху доставката и очакват да им бъдат предоставени услуги, позволяващи електронно проследяване и уведомяване чрез SMS³⁶.

3.2 Предизвикателства, пред които са изправени електронните търговци при доставка на стоки до клиента

Електронните търговци на дребно желаят да отговорят на нуждите и очакванията на потребителите с помощта на прости, прозрачни и надеждни експедиторски услуги³⁷. Те много ясно осъзнават факта, че мнението на потребителите за тях е силно повлияно от техните впечатления, свързани с доставката на закупените стоки, и че то се отразява непосредствено върху марката и репутацията на търговеца.

Търговците се нуждаят от повече възможности за доставка, които един по-конкурентен пазар (с повече участници, предоставящи различни варианти и алтернативни възможности) следва да е в състояние да им предложи. Те могат да имат специфични потребности, свързани с доставката на определени стоки (например, лекарства, пресни продукти или артикули с висока стойност). При все това, дори на най-конкурентните пазари все още съществува разминаване между вариантите, предлагани от базираната на пазарното предлагане електронна търговия, и оперативно обусловените логистични процеси.

Логистичният аспект има решаващо значение за устойчивостта на икономическата дейност на електронните търговци и най-вече на МСП. От особено значение за тези

³⁴ „The 2011 online retail delivery report“, Snow Valley.

³⁵ Consumer Focus.

³⁶ Все повече потребители в Обединеното кралство желаят да получават SMS с информация относно етапа, на който се намира тяхната доставка: 80 % от потребителите, пазаруващи по интернет, заявяват, че желаят да получават актуализирана информация на всеки етап на доставката (Delivery matters, 2011 г.).

³⁷ Доклад на IPC относно трансграничната електронна търговия, 2010 г.

МСП, както и за микропредприятията, които оперират от отдалечени или периферни региони, е наличието на достъпни и ефикасни варианти за доставка.

Ключов фактор за повишаване на пазарния дял в силно конкурентна среда е натискът за снижаване на цените. МСП, търсещи възможности за генериране на приходи зад граница, са силно зависими от наличието на интегрирана европейска система за доставки, която обаче още не е изградена. Те търсят възможности за растеж на пазарите в други държави, но се сблъскват с по-високи разходи, по-сложни системи и липса на прозрачност при трансграничния превоз³⁸. За разлика от тях големите търговци се намират в много по-изгодно положение, когато договарят цени и условия с операторите по доставка.

Като цяло както големите, така и малките електронни търговци се нуждаят от повече гъвкавост на услугите по доставка, най-вече по отношение на капацитета на операторите и степента на предлаганите от тях технологични иновации. Особено предизвикателство пред електронните търговци представляват периодите на върхово натоварване (например, преди Коледа), когато капацитетът на операторите може да се окаже недостатъчен, за да отговори на търсенето. Това е основен фактор за растежа и увеличаването на продажбите поради значението на този период за годишния оборот на предприятията.

³⁸ Според доклад на eBaу двете най-сериозни пречки пред трансграничните доставки във Франция са тяхната висока цена (78 %) и ниското качество на транспортните услуги (42 %). Като по-незначителни проблеми се посочват липсата на търсене (28 %) и културните различия (12 %).

Все по-често електронните търговци желаят да упражняват контрол върху процесите на експедиране и доставка, в резултат на което те установяват партньорства с операторите, които я извършват. Независимо дали решават да извършват управлението на логистичните операции в рамките на собственото си дружество или да го възложат на подизпълнители, търговците изискват от операторите много по-подробна информация и ясни данни. Също така те се нуждаят от по-широко договорени показатели за ефективността на предоставяните от тях услуги за доставка, за да адаптират своите бизнес модели към актуалните потребности (управление на складовите наличности, плащане, връщане на закупени стоки).

Потенциално препятствие за икономическото развитие на търговците може да се окаже липсата на мрежа, съобразена с техните специфични потребности (за разлика от простото адаптиране на познатите досега логистични модели за колетни и експресни доставки). За да се оползотворят съществуващите възможности за растеж е необходима по-силна интеграция. Функционирането на търговските субекти би се подобрило благодарение на по-добрия обмен на информация и по-гъвкавите решения в отговор на техните пазарни предложения.

3.3 Предизвикателства, пред които са изправени операторите по доставка

Оператори по доставка са всички субекти, които участват в превоза на поръчани по интернет стоки до точката, в която те се предават на крайния получател, и включват превозвачи, колетни и логистични оператори, други доставчици на услуги в областта на логистиката, пощенски оператори и оператори по експресна доставка в сегмента „от предприятие до потребител“. Досега секторът на логистиката функционираше с ниски маржове на печалба в рамките на структура на високи постоянни разходи. Операторите по доставка са подложени на огромен натиск от големите електронни търговци (големи податели) за договаряне на ниски тарифи.

От друга страна, операторите по доставка се нуждаят от тарифи с дългосрочна устойчивост, отговарящи на високите постоянни разходи на тяхната мрежа³⁹. Договорените ценови режими, предоставени на големите податели, не са приложими за подателите с малък обем пратки и още по-малко за индивидуалните потребители.

³⁹ В това число разходите за подновяване на използваните средства за превоз, така че те винаги да отговарят на екологичните стандарти.

Операторите по доставка все по-често се сблъскват с изискванията на електронните търговци, свързани с предлагането на нови услуги и опции на ниски цени, при това възможно най-скоро. Те обаче се нуждаят от време, за да адаптират своите логистични операции, които са сложни и се съпътстват от множество външни ограничения. Наред с това съществуват високи изисквания за степента на гъвкавост, която се очаква от тях (и техния персонал).

Липсата на взаимовръзка между системите за електронна комуникация на предприятията и веригата за транспорт и логистика е друга основна пречка, най-вече за по-малките оператори, която значително ограничава техните транспортни и логистични възможности. Повишената оперативна съвместимост може да ускори обмена на информация, да улесни консолидирането на транспортните нужди, доставката на колетни пратки, фактурирането и интермодалния транспорт, както и да намали административните разходи и разходите, свързани с въвеждането на електронни решения⁴⁰.

⁴⁰ Вж. демонстрационна дейност DiSCwise, (<http://www.discwise.eu/>).

4. Целесъобразност на действащата нормативна и институционална уредба

Секторът на доставките е уреден от множество норми и разпоредби, които влияят върху организацията на експедирането и доставките. Най-важните от тях са изброени и анализирани по-долу:

- **Директива относно пощенските услуги**⁴¹: нейните разпоредби са насочени към гарантиране на (основни) универсални пощенски услуги. Повечето от разпоредбите на директивата са приложими само за малка част от пазара на колетни пратки, който попада в обхвата на задължението за предоставяне на универсална услуга (около 10 % от обема на колетните пратки)⁴².

Разпоредбите, отнасящи се до предоставянето на (минимален) стандарт на качество, принципите относно разходите и цените, регулирането на цените и събирането на информация и данни са пряко и в повечето случаи единствено свързани със задължението за универсална услуга.

В няколко разпоредби — по-конкретно член 19 относно процедурите за обжалване — се предвиждат допълнителни регулаторни мерки, засягащи доставката на колетни пратки извън обхвата на задължението за универсална услуга. На теория тези разпоредби изглеждат подходящи за предприемане на действия спрямо проблемите, свързани с качеството на услугите. Те обаче не предвиждат решение за повечето установени проблеми (неудобно време на доставка, липса на опции, позволяващи куриерите да вземат пратките от адрес/получателите да ги приберат от указано място, възможности за електронно проследяване и процедури за връщане на закупените стоки, липса на яснота относно отговорността в случай на загуба, кражба, повреда или закъснение и липса на прозрачност/информация относно услугите). Може да се направи заключението, че съществуващата нормативна уредба за пощенските услуги не е

⁴¹ Директива 97/67/ЕО, изменена с директиви 2002/39/ЕО и 2008/6/ЕО.

⁴² Едва 36 % от пазара на колетни пратки се държи от доставчици на универсална услуга; само малка част от тези 36 % попада в обхвата на задълженията за предоставяне на универсална услуга. Минималните изисквания в Директивата относно пощенските услуги са свързани с предоставянето на колетни услуги „на гише“ или основни колетни услуги. Минималните задължения за предоставяне на универсална услуга са формулирани в член 3 от Директивата относно пощенските услуги, но държавите членки могат да надхвърлят тези изисквания.

в състояние да посрещне нуждите на потребителите, които пазаруват по интернет.

- **Уредба на защитата на потребителите:** допълнителни подобрения по отношение на качеството на услугите и защитата на потребителите (особено в областта на пазаруването по интернет) могат да се очакват след пълното въвеждане от 13 юни 2014 г. на националните разпоредби за прилагане на Директивата относно правата на потребителите (ДПП). Информираността и прозрачността ще се подобрят в резултат на някои разпоредби на ДПП — например тези, които засягат: а) премахването на скритите такси и осигуряването на по-голяма прозрачност на цените за договорите от разстояние и договорите извън търговския обект; б) по-дългия срок за правото на отказ (14 дни); в) по-ефективните правила за възстановяване на плащанията (например, възстановяване на разходи за доставка, ако случаят е такъв); г) възможността потребителят да използва стандартен формуляр за отказ (в който данните за контакт и обратният адрес трябва да бъдат ясно посочени); д) изисквания за ясна информация относно разходите за връщане на закупената стока в случай на отказ.

Наред с това ДПП ще окаже влияние върху услугите по доставка на колетни пратки, тъй като тези услуги — най-вече засягащите доставката на стоки до потребителите — са част от договорите от разстояние и извън търговския обект, обхванати от директивата. След въвеждането на ДПП тя може да спомогне за повишаване на доверието на потребителите в трансграничните покупки. В директивата обаче не е уреден проблемът с цените на колетните доставки, нито е предоставена основа за изясняване на потенциалната отговорност на операторите по доставка или за допълнителни качествени характеристики (възможности за електронно проследяване, опции, позволяващи куриерите да вземат пратките от адрес/получателите да ги приберат от указано място и др.), които пазаруващите по интернет потребители могат да очакват.

В предложението за регламент за общо европейско право за продажбите⁴³ се установява самостоятелен и единен набор от договорни правила, приложими за трансгранични договори както между предприятия и потребители, така и между предприятия. В него се съдържат правила за доставката на стоки и цифрово съдържание, по-специално по отношение на договори за продажба, включващи транспорта на стоки от страна на превозвач. Тези правила биха се прилагали, единствено ако страните изберат общото европейско право за продажбите. Подобно на Директивата относно правата на потребителите бъдещото общо европейско право за продажбите няма да разглежда въпроси, свързани с прекомерните цени за доставка на колетни пратки или с определени качествени характеристики.

Новото предложение на Комисията за алтернативно решаване на потребителски спорове⁴⁴ има за цел да повиши защитата на потребителите при решаването на спорове. Съществуващите разпоредби за защита на потребителите, свързани с (пощенската) доставка на колетни пратки (член 19 от Директивата относно

⁴³ COM(2011) 635 окончателен, 11.10.2011 г.

⁴⁴ Предложение на Комисията за Директива на Европейския парламент и на Съвета за алтернативно решаване на потребителски спорове и за изменение на Регламент (ЕО) № 2006/2004 и Директива 2009/22/ЕО (Директива за АРС за потребители), COM(2011) 793 окончателен, прието на 29 ноември 2011 г.

пощенските услуги) ще бъдат допълнително укрепени чрез законодателството за алтернативно решаване на потребителски спорове⁴⁵.

- **Законодателство в областта на защитата на конкуренцията:** цените за доставка на колетни пратки извън универсалната услуга не са уредени в специфичен за сектора нормативен акт, а попадат в обхвата на законодателството за защита на конкуренцията. Членове 101 и 102 от Договора за функционирането на Европейския съюз се прилагат пряко. Така например, в рамките на европейския трансграничен пазар на колетни пратки законодателството на ЕС в областта на конкуренцията (тук: член 102 от ДФЕС) ще бъде нарушено, ако (трансграничен) оператор по доставка на колетни пратки с господстващо положение прояви агресивно търговско поведение, за да попречи на конкурентни участници да навлязат на трансграничния пазар на колетни пратки.

В член 101 от ДФЕС се съдържа забрана за споразуменията между предприятия, които могат да засегнат търговията между държавите членки, и които имат за своя цел или резултат предотвратяването, ограничаването или нарушаването на конкуренцията в рамките на вътрешния пазар.

⁴⁵ Член 19 от Директивата относно пощенските услуги призовава държавите членки да насърчават развитието на независими извънсъдебни схеми за решаване на спорове.

- До известна степен секторът на доставките попада в обхвата и на **Директивата относно услугите**⁴⁶ и съответните национални мерки по прилагане. Необходимо е да се отдели специално внимание на следните два аспекта в контекста на електронната търговия и свързаните с нея доставки:
 - о В член 20, параграф 2 от Директивата относно услугите се съдържа забрана на дискриминацията в общите условия на достъп до услуги, свързана с местожителството на получателя. По този начин се прави опит да се улесни предоставянето на услуги на трансгранична основа. На 8 юни 2012 г. службите на Комисията публикуваха документ с насоки за прилагане на посоченото задължение за недискриминация от страна на националните органи⁴⁷. Това следва да доведе до по-голяма прозрачност при прилагането на ограниченията, свързани с доставките (преди влизане в сила на задължението, посочено в член 8 от Директивата относно правата на потребителите), и да намали евентуалната неудовлетвореност у потребителите, когато им бъде отказана доставка заради мястото им на пребиваване. В насоките също така се пояснява, че изтъкнатият от деловите среди аргумент за отсъствието на варианти за доставка рядко може да бъде използван като основателна причина да се откаже доставка на закупена стока в дадена държава членка поради наличието на основни универсални пощенски услуги.
 - о Целта на член 22 от Директивата относно услугите, който засяга изискванията за информация за доставчиците на услуги, е да се гарантира, че доставчиците винаги предоставят на получателите на услугата определена информация по лесно достъпен начин (например, име и данни за контакт на доставчика, общи условия, цена на услугата).
- Свързаните с **транспорта** и логистиката въпроси на европейско и международно ниво са уредени от редица разпоредби, по-специално в контекста на доизграждането на вътрешния пазар на транспорта, околната среда (например, декарбонизация на веригата на доставки, намаляване на замърсяването на въздуха от моторните превозни средства) и въпросите на сигурността.

⁴⁶ Директива 2006/123/ЕО.

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

Основните инициативи на политиките са посочени в Бялата книга на Комисията „Пътна карта за постигането на Единно европейско транспортно пространство“ и предстоящата Инициатива за електронна обработка на товарите⁴⁸.

- **Други важни разпоредби**, които бих могли да засегнат този сектор, се отнасят до въпроси, свързани с градоустройственото планиране, надзора на пазара, ДДС, условията на труд, а по отношение на външната търговия — митническата уредба, сигурността и други международни въпроси:
 - о Градоустройствено планиране: от известно време в много държави членки започна въвеждането на специфични разпоредби за движение в градските центрове (или дори извън тях), като една от целите е да се намали замърсяването на въздуха в контекста на общата политика за по-добро качество на въздуха⁴⁹ или да се защити културното наследство. Тези национални разпоредби могат да повлияят върху бизнес решенията на операторите по доставка, които трябва да адаптират предлаганото от тях време, в което куриерите вземат пратката от адрес, както и времето на доставка, към наличните времеви интервали или дори да гарантират доставка по други начини (например, велосипеди), тъй като в определени часове може да има забрана за градското движение.
 - о Надзор на пазара за продукти: секторът на доставките попада в обхвата и на разпоредбите за надзор на пазара⁵⁰. Те се прилагат независимо от дистрибуторския канал, включително за дистанционни и електронни продажби, и предвиждат проверки на влизащите на пазара на ЕС

⁴⁸ Бяла книга на Европейската комисия — Пътна карта за постигането на Единно европейско транспортно пространство, COM(2011) 144 окончателен и Инициативата за електронна обработка на товарите: http://ec.europa.eu/governance/impact/planned_ia/docs/2013_move_001_e_freight.pdf.

⁴⁹ Така например, в Директива 2008/50/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 21 май 2008 г. относно качеството на атмосферния въздух и за по-чист въздух за Европа (ОВ L 152, 11 юни 2008 г.) се предвижда регулаторна рамка за цели, свързани с качеството на въздуха в ЕС.

⁵⁰ Съгласно установеното в Регламент (ЕО) № 765/2008 на Европейския парламент и на Съвета от 9 юли 2008 г. за определяне на изискванията за акредитация и надзор на пазара във връзка с предлагането на пазара на продукти и за отмяна на Регламент (ЕИО) № 339/93 и в Директива 2001/95/ЕО относно общата безопасност на продуктите.

продукти от страна на митническите органи или органите за надзор на пазара. Така например, когато органите за надзор на пазара установят, че даден продукт, който влиза в ЕС чрез оператор по доставка, не отговаря на изискванията на европейското законодателство, те трябва да предприемат подходящи мерки, които при необходимост могат да включват забрана за предлагането на този продукт на пазара. Това оказва пряко въздействие върху оператора по доставка, тъй като може да се наложи той да върне продукта или, в някои случаи, да се окаже в ситуация, в която органите за надзор на пазара решат да унищожат въпросния продукт.

- о ДДС: националните разпоредби в областта на ДДС и ставките могат да повлияят върху избора на услуга по доставка от страна на потребителите. Ако представлява част от публична пощенска услуга, тя ще бъде освободена от ДДС; в противен случай потребителите на тази услуга (може би) ще трябва да поемат разходите за ДДС⁵¹. Ставките на ДДС за услугите по доставка също се различават в отделните държави членки, което може да се отрази върху търговските потоци в рамките на ЕС.
- о Условия на труд: традиционното виждане за сектора на доставките е, че при него има интензивно използване на работна ръка, като основната част от разходите е свързана с финалния етап на доставката. С оглед на това в сектора са разработени множество решения, отнасящи се до заплащането на услугата (например, фиксирани такси за доставка, заплащане на брой доставени пратки) в зависимост и от приложимата нормативна уредба⁵².
- о Митнически и други международни въпроси: съществуват различни други разпоредби, произтичащи както от международни търговски споразумения, така и от правото на ЕС, които могат да окажат

⁵¹ За повече информация относно обхвата на освобождаването от ДДС в пощенския сектор вж. решение на Съда на ЕС по искане за преюдициално заключение по дело C-357/07, *The Queen* по искане на *TNT Post UK Ltd* срещу *The Commissioners for Her Majesty's Revenue and Customs*, ECR [2009 г.] I – 03025, параграфи 36—40.

⁵² Така например, в член 2, параграф 19 от Директивата относно пощенските услуги зачитането на трудовите условия е посочено като едно от възможните съществени изисквания за доставчиците на пощенски услуги при кандидатстването за разрешение.

въздействие върху вариантите за трансгранична доставка, в това число в рамките на ЕС. Така например, за операторите по доставка, които извършват износ за трети държави или внос от такива държави, се прилагат митнически процедури и изисквания за сигурност, произтичащи от международни споразумения (например, разпоредбите на Всемирния пощенски съюз и на ИКАО) или от правото на ЕС (например, разпоредбите на Митническия кодекс на общността⁵³, Регламент (ЕО) № 2320/2002 относно сигурността на гражданското въздухоплаване).

- о Наред с това за националните пощенски оператори се прилагат специфичните разпоредби на Всемирния пощенски съюз.

⁵³ Регламент (ЕИО) № 2913/92 на Съвета от 12 октомври 1992 г. относно създаване на Митнически кодекс на общността, ОВ L 302, 19.10.1992 г.

Въпроси: Нормативна и институционална уредба на пазара на ЕС за доставки на колетни пратки

- 1) За целите на настоящата зелена книга терминът „колетна пратка“ се определя в най-широк смисъл и включва всички пратки с тегло до 30 kg. С оглед на стремежа към по-интегриран и ефективен пазар на ЕС за доставки на колетни пратки има ли според вас конкретни елементи, които са от решаващо значение за определянето на една пратка като колетна⁵⁴?
- 2) Представлява ли съществуващата уредба пречка за създаването на действително интегриран европейски пазар за доставки на колетни пратки, отговарящ на нуждите и очакванията на електронните търговци на дребно, потребителите и работещите в сектора, и ако да — до каква степен?
- 3) Кои са трите най-важни предизвикателства, произтичащи от нормативната уредба? Какво може да се направи в краткосрочен и дългосрочен план, за да Ви се помогне да преодолеете тези предизвикателства?
- 4) Смятате ли, че в нормативната уредба съществуват пропуски или че са необходими допълнителни мерки/регламентиране? Ако да — посочете подробности.

5. За действително интегриран пазар на ЕС за доставки на колетни пратки

Като се изхожда от анализ на съществуващата нормативна и институционална уредба, вниманието в следващите глави ще се съсредоточи върху три основни въпроса от особено значение за създаването на интегриран европейски пазар за доставки на колетни пратки, който да предлага адекватни решения на електронните търговци на дребно и техните клиенти:

⁵⁴ При отговорите на изложените по-долу въпроси изхождайте от определението в настоящата зелена книга.

- Удобство: по-голямо удобство и прозрачност за потребителите⁵⁵.
- Разходи: по-ефективни от гледна точка на разходите варианти за доставка, особено при трансгранични доставки.
- Оперативна съвместимост: по-висока степен на оперативна съвместимост между операторите по цялата верига на доставка и по-добра координация между електронните търговци на дребно и операторите по доставка.

В следващите раздели се разглеждат различните аспекти на тези три цели, за да се набележат възможни начини за подобряване на съществуващото положение. Обръща се внимание и на това, доколко ефективните пазари са в състояние да генерират желаните резултати или би следвало да се предвидят промени в действащата надзорна или нормативна уредба.

5.1 По-голямо удобство и по-качествено обслужване на потребителите

5.1.1 По-голяма прозрачност

При пазаруване по интернет се очаква на потребителите да се предоставя повече информация относно възможните варианти за доставка, свързаните с тях цени и ниво на обслужване, както и практическите условия на доставката (т.е. нейното време и място)⁵⁶.

Потребителите следва да имат възможност да споделят своето мнение за реалното качество на услугите както в процеса на доставката, така и след неговото приключване. По-голямата прозрачност на информацията за действителното изпълнение на доставките, особено при трансгранични покупки, може да служи за няколко цели. На първо място, тя ще даде възможност на потребителите да вземат решение за покупката въз основа на по-добра информираност, като предпочетат — когато това е възможно — онзи вариант за доставка, в който имат най-голямо доверие и който е най-подходящ за

⁵⁵ 47 % от потребителите посочват, че липсата на удобство при доставката може да бъде причина да се откажат от пазаруване по интернет (Изследване на организацията Consumer Focus върху нуждите на потребителите, ноември 2010 г.).

⁵⁶ В допълнение към изискванията на законодателството на ЕС в защита на потребителите, които задължават търговците да предоставят на потребителите ясна и прозрачна информация, по-специално във връзка с правото им да се отказват от договори, сключени от разстояние.

техните нужди. Второ, подобрената прозрачност ще стимулира операторите по доставка да повишават своята ефективност. Трето, отварянето на тази своеобразна „черна кутия“ на доставките ще спомогне да се промени начинът, по който потребителите възприемат действителното изпълнение на доставките в случаите, когато тяхното мнение е погрешно или нереалистично.

По отношение на доставката на колетни пратки и малки пакети се разглеждат различни варианти за повишаване на прозрачността.

Въпроси: По-голямо удобство и по-качествено обслужване на потребителите — повече прозрачност

5) Информация относно вариантите и условията за доставка

- а) Каква информация⁵⁷ за потребителите следва да предоставят електронните търговци на дребно на своите уебсайтове (наименование и данни за контакт на оператора (операторите) по доставка, цена, време и място на доставката, информация относно разглеждането на оплаквания, възможности за електронно проследяване на пратката, възможност за връщане на стоката)?
- б) Като се има предвид опасността от претрупване с информация, какво може да се направи, за да се предостави на потребителите в подходящия момент ясна, прозрачна и съпоставима информация за доставката?

6) Информация относно качеството и ефективността на доставката

- а) **Показателите за ефективност** са свързани, например, със срока на доставката, географското покритие на оператора, закъсненията, повредените или изгубените стоки. Как може да се събират и измерват данните за ефективността? Публикуването на показателите за ефективността ще допринесе ли с нещо ново за потребителите? Необходимо ли е да се разработят стандарти за наблюдение на тези показатели?

⁵⁷ В допълнение към изискванията по отношение на информацията в законодателството на ЕС в защита на потребителите и директивите относно услугите и електронната търговия (2006/123/ЕО и 2000/31/ЕО).

- б) **Изпитаните етикети** (например, сертификат от отраслово сдружение, с който се потвърждава, че установеният от даден оператор процес на доставка заслужава доверие, тъй като отговаря на изискванията, залегнали в най-добрите практики на отрасъла) ще предложат ли по-ефикасен начин за увеличаване на доверието на потребителите?
- в) **Сертифицирането по ISO** на процес за гарантиране на качеството, насочен към ефикасността на доставките, ще бъде ли подходящ инструмент за увеличаване на доверието на потребителите?
- 7) **Независим надзор**
- Кой следва да оглави наблюдението на показателите за ефективност: отраслова организация, независим орган, регулатор?

5.1.2 По-качествено обслужване и повече гаранции за потребителите

Потребителите отдават голямо значение на доставката на очакваните от тях пратки, без непременно да разполагат с информация за вида на оператора. За тях главното е да знаят към кого да се обърнат, ако имат въпроси във връзка с доставката, и кой може да им даде своевременно отговор и точна информация. Това се отнася най-вече за трансгранични покупки, при които доставката обикновено включва няколко оператора.

Действащата нормативна уредба обхваща само частично свързаните с доставката нужди на потребителите, които пазаруват по интернет. Директивата на ЕС относно пощенските услуги не е пригодена към условията на електронна търговия, а пощенските оператори представляват само звено от многобройните участници в доставката на колетни пратки. В Директивата относно правата на потребителите са предвидени редица гаранции за пазаруващите по интернет, като например информация за цената, за забавянето на доставки и за начина на връщане на закупените стоки. Възможно е някои конкретни проблеми при доставките да продължават да предизвикват тревога у потребителите, което да наложи специфични мерки.

Настоящата универсална пощенска услуга предоставя гаранции само за податели, които изпращат колетни спорадично. Някои заинтересовани страни посочиха, че с оглед на развитието на електронната търговия в сегмента „от предприятие до потребител“ и осигуряването на удобство за потребителите във финалния етап на доставката може да

се наложи ново определение на понятието за универсална услуга, което да отразява по-точно очакванията на потребителите, пазаруващи по интернет. Новата универсална услуга следва да отговаря както на изискванията на потребителите за гарантиране на минимално равнище на удобство, по-специално — предоставяне на информация относно процеса на доставка и възможностите за връщане на закупените стоки, така и на изискванията на електронните търговци на дребно по отношение на електронното проследяване и ценовата достъпност на предлаганите от тях стоки. Съществуват мнения, че ако потребителите желаят параметри, надхвърлящи тези минимални стандарти за качество, пазарите биха могли да предложат алтернативни варианти и услуги, с които да се задоволят подобни нужди.

Въпроси: По-голямо удобство и по-качествено обслужване на потребителите — по-добри услуги и повече гаранции

- 8) Вероятна необходимост от универсална услуга по доставка на колетни пратки и обхват на тази услуга**
- а) Необходимо ли е ново задължение за универсална услуга, която да осигури повсеместно разпространение, достъпност и качество на услугите по доставка на колетни пратки?
 - б) Ако да — какви биха били основните характеристики на тази нова универсална услуга (по отношение на ниво на обслужване, удобство и ценова достъпност)?
 - в) Смятате ли, че от гледна точка на оператора универсалната услуга по доставка на колетни пратки ще бъде осъществима по отношение на разходи/рентабилност? Ако да — на какво равнище?
 - г) Кои са най-подходящите средства за прилагане на такава концепция (например, насоки, актуализация на Директивата относно пощенските услуги, нов регулаторен инструмент с разширени правомощия на националните регулаторни органи)?

9) По-качествено обслужване на потребителите

- а) Като се има предвид съществуващата съвкупност от права на потребителите, кой е най-ефективният начин за разглеждане на техните оплаквания във връзка с доставките⁵⁸?
- б) Имате ли някакви опасения относно режимите на отговорност⁵⁹ в случай на загубени или повредени пратки? Какво може да се направи за подобряване на съществуващото положение?
- в) Могат ли отрасълът на електронната търговия и операторите по доставка да предложат решения, които да посрещнат по-адекватно нуждите на потребителите? Какви мерки могат да се предприемат за подобряване на положението в краткосрочен план? Какви решения могат да се предвидят в средносрочен и в дългосрочен план?

5.2 По-изгодни и по-конкурентни варианти за доставка

Като цяло, потребителите и електронните търговци на дребно смятат сегашните цени за твърде високи. За разлика от тях, операторите по доставка изтъкват, че вече работят с ниски маржове и че са необходими икономически обосновани цени, за да се гарантира дългосрочната им жизнеспособност.

5.2.1 Контрол на разходите

Както бе посочено по-горе, цените за трансгранични колетни пратки се считат за твърде високи, по-специално за подателите с малък обем пратки. В настоящия раздел се разглеждат варианти за повишаване на ефективността на разходите при услугите по доставка, което ще позволи намаляването на разходите да се прехвърли към потребителите на тези услуги.

⁵⁸ Вж. член 19 от Директивата относно пощенските услуги, в който се уреждат процедурите за оплаквания, посредничеството при решаване на спорове и системите за алтернативно решаване на спорове.

⁵⁹ По-конкретно във връзка с мултимодалната отговорност Комисията очаква резултатите от процеса по ратифициране на Ротердамските правила от държавите членки.

Поради различията в географските и индивидуалните фактори (гъстота, количества и обеми, ограничения във времето) структурата на разходите варира значително между отделните оператори. Публикуваните тарифи обикновено се основават на средно тегло, застрахователно покритие и срок на доставката, но тези параметри невинаги отговарят на действителните разходи, направени от операторите⁶⁰. Доставките „от предприятие до потребител“, и то предимно на колетни пратки, са скъпи от гледна точка на операторите по доставка. Допълнителните разходи могат да се намалят чрез варианти, при които се предвижда успешна доставка от първи опит. Те включват, например, използване на възможно най-актуална база данни с адреси и предварителна информация за доставката. Разходите за доставка могат да се ограничат също и като се промени структурата на съставляващите я операции и се въведат, например, предавателни или колетни пунктове.

Повишената консолидация на малки количества, особено от МСП, също предлага възможност за цялостно намаляване на разходите. Полезните взаимодействия между участниците могат да увеличат ефективността на пазара, чиято движеща сила са икономии от мащаба. Те могат също така да допринесат за непрекъснатостта на движението на пратките при трансгранични покупки.

⁶⁰ При разпределението на разходите теглото, застрахователното покритие и срокът на доставка не са решаващи фактори за всички пощенски дейности (събиране, превоз, сортиране и доставяне). Освен това разпределението на общите разходи по отделните пощенски продукти обикновено се извършва чрез общ метод за разпределяне (например, равнопропорционална цена с включена надценка), при който различните разходни елементи, като теглото, нямат пряко влияние. Това означава, че изчисляването на разходите въз основа на горепосочените принципи за разпределяне на разходите невинаги дава същия резултат, както ако като показател за разходи се използват теглото или други разходни елементи.

Въпроси: По-изгодни и по-конкурентни варианти за доставка — контрол на разходите

10) За контрол на разходите могат да се предвидят различни варианти

- а) Има ли впечатляващи примери или най-добри практики за алтернативни варианти за доставки, които дават възможност за снижаване на разходите?
- б) Има ли впечатляващи примери за най-добри практики за повишаване на ефективността⁶¹?
- в) Какъв вид технология може или би могла да намали разходите за доставка?
- г) Какво според Вас може да се направи, за да се отстранят или да се облекчат действащите нормативни ограничения, без да се застрашава постигането на заложените в тях цели⁶²?

5.2.2 Конкурентни, но икономически и екологично обосновани цени

Необходимост от икономически и екологично обосновани тарифи

Доставчиците на колетни пратки се безпокоят от потенциалното увеличаване на разходите, тъй като може да се наложи то да се отрази в по-високи цени за потребителите. Същевременно потребителите привикват към офертите за „безплатна доставка“, в резултат на което е възможно да подценят действителните оперативни и социални разходи, свързани с операциите по доставка.

Благодарение на обема, който реализират, големите електронни търговци на дребно имат възможност да договарят по-изгодни тарифи. Те могат да упражняват силен натиск върху маржовете на операторите, докато самите оператори са принудени да правят нови инвестиции, за да приспособят своята дейност към изискванията на електронната търговия.

⁶¹ Например, задълбочена хармонизация на процеса на доставка, повишена ефективност, засилено консолидиране и съвместно използване на съоръжения на местни логистични центрове. Вж. също Инициативата за електронна обработка на товарите:
http://ec.europa.eu/governance/impact/planned_ja/docs/2013_move_001_e_freight.pdf

⁶² Вж. глава 4 относно действащата нормативна уредба.

Понятието „икономическа и екологична обоснованост на цените“ в настоящия раздел означава цени, които отразяват действителните разходи за свързаните с тях услуги, понасяни както от доставчиците на услугите (т.е. за гарантиране на тяхната дългосрочна рентабилност), така и от обществото като цяло (напр. в екологично и социално отношение) — при условие, че националните и трансграничните пазари за услуги по доставка са достатъчно конкурентни, а следователно и ефективни.

Въпроси: Конкурентни, но икономически и екологично обосновани цени — обоснованост и прозрачност на тарифите

11) Икономическа и екологична обоснованост на тарифите

- а) Смятате ли, че сегашните тарифи, които потребителите плащат за доставка до дома, са икономически и екологично обосновани в средносрочен и дългосрочен план? Ако не — какво би следвало да се направи, за да се промени това положение?
- б) Необходимо ли е действителните разходи за доставка, понасяни от електронните търговци на дребно, да бъдат по-прозрачни за потребителите? Ако да — защо?
- в) Необходимо ли е действителните разходи за доставка, понасяни от обществото като цяло, да бъдат по-прозрачни? Ако да — защо и как?

По-голяма конкуренция на пазарите за доставка

Потребителите често смятат, че изборът на варианти за доставка е много ограничен поради липсата на прозрачност на пазара и поради фактическото, или предполагаемото, състояние на конкуренцията. В някои случаи пазарите за услуги по доставка се доминират от малък брой оператори, чието поведение не позволява електронните търговци на дребно и потребителите да се възползват пълноценно от предимствата на действително конкурентните пазари.

В полза на потребителите могат да се предвидят специфични мерки за предварително регламентиране, които да превърнат наличието на конкуренция в трайна черта на пазарите за услуги по доставка.

Въпроси: Конкурентни, но икономически и екологично обосновани цени — по-голяма конкуренция на пазарите за доставка

12) Равнище на конкуренцията на пазарите за доставка

- а) В кои пазари или пазарни сегменти има нужда от по-голяма конкуренция?
- б) Публикуването на сравнения на цените ще внесе повече яснота за потребителите и за МСП. Как може да се осъществи това? Какви са плюсовете и минусите?

13) Надзор и регламентиране

По-голяма конкуренция на пазарите може да се постигне чрез мерки за предварително регламентиране по отношение на оператори със значителна пазарна сила (например, задължения за прозрачност, задължения за предоставяне на достъп до мрежи за доставка, задължение за разходоориентираност на тарифите и др.).

- а) Кои пазари би следвало да се разгледат в това отношение?
- б) Кои специфични особености на трансграничните операции могат да оправдаят ограничаването на разходите? Посочете подробности.
- в) Необходимо ли е регулаторният орган да разполага с повече информация за счетоводното отчитане на разходите на операторите, за да може да извърши по-прецизна оценка на структурата на разходите и цените на малките пакети и колетните пратки?
- г) Необходимо ли е регулаторните органи и/или органите за защита на конкуренцията да играят по-активна роля в надзора върху съответните национални пазари или пазарни сегменти?

По-конкурентни цени за трансгранични услуги по доставка

Цените на трансграничните услуги са повод за особено безпокойство сред потребителите и електронните търговци на дребно, и особено МСП. Тарифите варират

значително⁶³ дори при поръчки с еднакво съдържание и местоназначение. Ето защо е необходимо да се набележат решения за ограничаване на влиянието на трансграничния фактор върху цените на доставките и да се премахнат съществуващите различия между вътрешнодържавните и трансграничните цени, когато няма обективна причина за такива различия.

Въпроси: Конкурентни, но икономически и екологично обосновани цени — по-конкурентни цени за трансгранични услуги по доставка

14) Как могат да се осигурят по-конкурентни и по-прозрачни трансгранични тарифи?

- a) Трябва ли да се позволи на пазарните фактори да определят тарифните нива и степента на прозрачност, изисквани от електронните търговци на дребно и потребителите?
- б) Ако регулаторният надзор се засили, това ще допринесе ли за постигането на икономически и екологично обосновани цени за потребителите?
- в) Смятате ли, че въвеждането на пределна цена за единични трансгранични колетни пратки и малки пакети е осъществим и ефективен отговор на нуждите на електронните търговци на дребно и потребителите? Как ще повлияе такава пределна цена върху предлагането и конкуренцията на пазара?

5.3 Подобряване на оперативната съвместимост по веригата на доставка

За да се откликне на нуждите на електронните търговци на дребно, да се вникне в същността на най-добрите логистични практики и най-ефикасно да се информират потребителите за наличните варианти за доставка, са необходими по-голяма

⁶³ FTI; CIVIC (2011 г.); Евробарометър; Accenture. „European cross border e-commerce“ (2011 г.); YouGov Psychonomics. „Mystery Shopping Evaluation of Cross-Border e-commerce in the EU“ (2009 г.). Според YouGov Psychonomics цената на услугата по доставка, която електронни търговци или дистанционни продавачи начисляват на потребителите при трансгранични доставки, е средно два пъти по-висока от тази при доставки в рамките на една държава: средните разходи за доставяне на поръчки в рамките на една държава са 8 евро, а за трансгранично доставяне — 16 евро.

прозрачност и по-добро партниране. Успешното взаимодействие в рамките на двата сектора и помежду им ще бъде от решаващо значение за бъдещето на електронната търговия.

5.3.1 Инвестиции за по-интензивно използване на технологиите

По-широкото използване на възможността за електронно проследяване на пратките ще позволи на потребителите да определят мястото и времето на доставка. По този начин ще се увеличи процентът на успешно доставени колетни пратки от първи опит и ще се снижат разходите. Заедно с това електронните търговци на дребно ще могат да получават подходяща информация, която ще им позволи да управляват по-ефективно складовите си наличности, да оптимизират процесите на възстановяване на плащанията и връщане на закупените стоки и да опростят административните процедури.

Въпроси: Подобряване на оперативната съвместимост — инвестиции в технологии

15) Равнища на необходимите инвестиции

- а) Доколко е възможно да се изчисли на микро- и макроравнище приблизителната стойност на една обща система за проследяване на колетни пратки? Кои са най-важните параметри, които трябва да се вземат под внимание?
- б) Какви конкретни пилотни проекти за доставка на продукти на електронната търговия следва да се подпомагат, например в рамките на по-широки програми, насочени към насърчаване на инвестициите в информационни и комуникационни технологии⁶⁴?

⁶⁴ Рамкова програма за конкурентоспособност и иновации, Оперативна програма „Цифрова конвергенция“ или други инициативи за разработване на специфични технологии, като например използването на данни за радиочестотна идентификация.

5.3.2 Засилено партньорство между електронните търговци на дребно и операторите по доставка

Операторите обикновено се съсредоточават върху крупните клиенти, от които получават значителен обем пратки, и са по-малко мотивирани да предлагат услугите си на по-малки товародатели, въпреки че по принцип и техният бизнес крие потенциал за разрастване. Освен това електронните търговци на дребно невинаги знаят за съществуването на алтернативни решения и варианти.

Въпроси: Подобряване на оперативната съвместимост — засилено партньорство

16) Партньорство и сътрудничество

- а) Възможно ли е по-доброто сътрудничество между електронните търговци на дребно и операторите по доставка да увеличи оперативната съвместимост на дейностите им? Ако да — какво конкретно могат да направят двата отрасъла, за да създадат нови или да укрепят съществуващите партньорства?
- б) Необходимо ли е да се създаде съвместен капацитет за работа в периоди на върхово натоварване? Ако да — как може да се осъществи това?
- в) Имате ли нужда от услуги на посредници или трети страни, които доставят логистични услуги? Как тези нови или съществуващи услуги могат да се развият и популяризират?

5.3.3 Взаимосвързани мрежи и платформи

За да могат електронните търговци на дребно да доставят стоки, поръчани по интернет, е необходимо единният пазар да бъде завършен. Липсата на интеграция и невъзможността за пренос на данни между различни информационни системи са основни пречки пред трансграничната търговия⁶⁵, а за адаптиране на сегашните системи са нужни значителни инвестиции.

⁶⁵ От една страна, съществуват разлики между вътрешнодържавните и трансграничните ИТ платформи, като понякога оператори по доставка с дейност в повече от една държава от ЕС са принудени да използват различни платформи. От друга страна, електронните търговци на дребно и операторите по доставка могат да обменят информация, с което взаимно да се подпомогнат при подобряване на планирането. Така например, електронните търговци на дребно разполагат с данни за закупените по

При все това, когато след установяването на значителни рискове за сигурността пощенските оператори, извършващи международно доставяне на пратки, бяха подложени на натиск от страна на авиокомпаниите и митническите органи да въведат по-високи стандарти за сигурност, те успяха да намерят решения за обмен на необходимите данни. Подобно обединяване на усилията с електронните търговци на дребно може да бъде необходимо, за да се намери отговор на техните потребности.

Службите на Комисията вече стартираха редица демонстрационни дейности, насочени към повишаване на конкурентоспособността на секторите на транспорта и логистиката в Европа чрез подходящо използване на информационни технологии и приобщаване предимно на по-малките предприятия към веригите на създаване на стойност в областта на цифровите транспорт и логистика⁶⁶.

Въпроси: Подобряване на оперативната съвместимост — междусистемни връзки

17) По-добри междусистемни връзки

- а) Могат ли логистичните платформи⁶⁷ за групи оператори да задоволят по-ефективно нуждите на електронните търговци на дребно? Ако да — как?

интернет продукти и знаят кога и какво натоварване може да се очаква по отношение на доставките. Що се отнася до рекламациите, за търговците би било полезно да имат информация в реално време за количеството и срока, което ще им даде възможност да проявяват инициатива в грижите за клиентите и да управляват ефективно складовите си наличности.

⁶⁶ Финансираният от ГД „Предприятия и промишленост“ проект DiSCwise (<http://www.discwise.eu/>) има за цел да свърже по-тясно отделните заинтересовани страни, като подпомогне интегрирането им в ефективни вериги за доставка с комбиниран транспорт. Той дава възможност потребителите и доставчиците на транспортни и логистични услуги, и по-специално МСП, да се включват по-лесно в планирането и осъществяването на транспорта, използвайки като алтернатива екосъобразен транспорт.

⁶⁷ В идеалния случай благодарение на тези платформи ще се рационализира процесът на доставка на стоки, закупени по интернет, ще се извърши интегриране на логистичните услуги чрез общи информационни системи, ще се подобри координацията и ще се използва общ или договорен между страните превозвач (по този начин ще се ограничи въздействието върху околната среда и ще се улесни обработката на връщаните стоки и управлението на складовите наличности).

- б) Една отраслова работна група⁶⁸ ще допринесе ли за насърчаване на иновациите и разширено използване на новите технологии с цел подобряване на междусистемните връзки? Ако да — как?
- в) Необходимо ли е да се усъвършенства процесът на връщане на закупени стоки (както в национален, така и в трансграничен план)? Ако да — как?
- г) Изискванията за оперативна съвместимост и внедряването на нови технологии създават ли затруднения за МСП, които участват във веригата за доставка? Как могат да се ограничат тези затруднения?
- д) Кои са (ако има такива) трите основни мерки, които биха могли да подобрят трансграничната оперативна съвместимост в ЕС при превоза на стоки, поръчани по интернет⁶⁹? Какво може да се направи в краткосрочен план за подобряване на положението? Какви инициативи могат да се предприемат в средносрочен и дългосрочен план? Какво трябва да се направи за подобряване на оперативната съвместимост на международно равнище?

6. Управление, насочено към интегриран европейски пазар за доставки на колетни пратки

Обликът на европейската електронна търговия ще зависи предимно от капацитета и мрежите за доставка, които предстои да се въведат в близко бъдеще. Необходимо е тези промени и тяхното влияние върху сектора на електронната търговия да се следят и да се координира създаването в Европа на условия за ефикасни и устойчиви доставки на стоки, закупени по интернет.

⁶⁸ Пример за такава работна група е бившата работна група на пощенския сектор на САЩ, която бе създадена през 90-те години и обединяваше ръководни служители, отговарящи за внедряването и използването на технологии в ключови организации от отрасъла. Групата имаше за цел да предложи новаторски и интелигентни решения за по-ефективно доставяне на пощенски пратки.

⁶⁹ Понастоящем около 30 % от пазаруващите по интернет в Обединеното кралство посочват, че купуват стоки от чуждестранни уебсайтове (включително извън Европа). Средната стойност за стоките, закупени по интернет в рамките на ЕС, е около 10 %. В този контекст се вижда ясно колко е важно — особено за МСП и потребителите, които са засегнати най-силно — да се договорят европейски и международни стандарти и да се усъвършенстват междусистемните връзки.

Някои представители на отрасъла вече разполагат с платформи за координация. Като пример може да се посочи Европейската колетна група⁷⁰, която обединява традиционни пощенски оператори. Групата на европейските регулатори на пощенски услуги⁷¹ пък има за задача да подпомага координацията и сътрудничеството между независими национални регулаторни органи с оглед на последователното прилагане на Директивата относно пощенските услуги. Засега дейностите и задачите по тази координация не покриват целия спектър на електронната търговия. В изграждането на единен европейски пазар за доставки, обслужващ сектора на електронната търговия, могат да се включат нови форуми.

За съгласуване на усилията в тази област е необходимо по-целенасочено сътрудничество, наблюдение и правоприлагане, с което да се даде тласък за подобряване на доставките на стоки, закупени по интернет.

⁷⁰ Вж. бележка под линия 17.

⁷¹ Решение 2010/C 217/07 на Комисията.

Въпроси: Управление

- 18) Има ли области, към които да се насочат усилията на отрасъла за решаване на въпросите, повдигнати в настоящата зелена книга? Как може да се насърчават тези усилия⁷²? Как може да се осигури участието на отраслови сдружения от сферите на електронната търговия и на услугите по доставка?
- 19) Как могат да се решат въпросите, свързани с управлението на стандартизацията и оперативната съвместимост⁷³? Необходимо ли е да се засили участието на представители на електронната търговия, особено МСП, и на потребителите?

7. Последващи дейности и бъдещи стъпки

Всички заинтересовани страни се приканват да изразят своите мнения по горепосочените въпроси. Отговорите следва да се изпращат най-късно до 15 февруари 2013 г. на следните адреси:

markt-delivery@ec.europa.eu

или

European Commission (Европейска комисия)

DG Internal Market and Services (Генерална дирекция „Вътрешен пазар и услуги“)

On line services unit (Отдел по въпросите на онлайн услугите)

Rue de la Loi 200

1049 Brussels, Belgium

⁷² Например, насърчаване на най-добри практики, споразумения за партньорство, кодекси за етично поведение, стандарти за електронен пренос на данни, етикети, бази данни с адреси, разработване на европейски етикет за доставка.

⁷³ Понастоящем проблемите на стандартизацията се разглеждат от техническия комитет по пощенски услуги към Европейския комитет по стандартизация. Въпросите на оперативната съвместимост между някои пощенски оператори се обсъждат от Европейската колетна група.

Не е задължително отговорите да обхващат всички въпроси, повдигнати в настоящата зелена книга. Отбележете ясно въпросите, за които се отнасят вашите мнения. Ако е възможно, избройте конкретни аргументи за или против вариантите и подходите, представени в зелената книга. Посочете също така дали е необходимо да се разгледат и други аспекти/въпроси, свързани с постигането на интегриран пазар за доставки на колетни пратки в Европейския съюз.

Мненията ще бъдат публикувани на уебсайта на Генерална дирекция „Вътрешен пазар и услуги“. Получените отговори ще бъдат публикувани на уебсайта на Комисията, освен ако изрично бъде поискано запазването на поверителност.

Като продължение на настоящата зелена книга и въз основа на получените отговори, през пролетта на 2013 година Комисията ще набележи набор от мерки за доизграждане на единния пазар за колетни пратки.