



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ  
ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Βρυξέλλες, 29.11.2012  
COM(2012) 698 final

## **ΠΡΑΣΙΝΗ ΒΙΒΛΟΣ**

**Μια ολοκληρωμένη αγορά παράδοσης δεμάτων για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού  
εμπορίου στην ΕΕ**

(Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ)

## 1. Εισαγωγή

Αναγνωρίζεται ευρέως ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο συμβάλλει καθοριστικά στην οικονομική ανάπτυξη και στην αύξηση της απασχόλησης σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση<sup>1</sup>. Στην ανακοίνωση της Επιτροπής για το ηλεκτρονικό εμπόριο και τις διαδικτυακές υπηρεσίες<sup>2</sup>, η παράδοση αγαθών που αγοράζονται μέσω του Διαδικτύου επισημαίνεται ως μία από τις πέντε κορυφαίες προτεραιότητες προκειμένου να δοθεί ώθηση στο ηλεκτρονικό εμπόριο έως το 2015· η δε σημασία της επιβεβαιώθηκε από το Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης και το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο<sup>3</sup>. Η παράδοση είναι πράγματι καίριας σημασίας, δεδομένου ότι επηρεάζει σημαντικά τη διευκόλυνση των συναλλαγών ηλεκτρονικού εμπορίου και αποτελεί βασικό στοιχείο για την οικοδόμηση εμπιστοσύνης μεταξύ πωλητών και αγοραστών<sup>4</sup>.

Η εμπορική και, γενικότερα, η οικονομική σχέση μεταξύ των εμπόρων λιανικής πώλησης και των πελατών τους στον χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου χαρακτηρίζεται από μια σειρά πολύπλοκων εργασιών εφοδιαστικής. Ο όρος «παράδοση», όπως χρησιμοποιείται στο παρόν έγγραφο, αναφέρεται στην αποστολή υλικών αγαθών που παραγγέλλονται μέσω του Διαδικτύου μέχρι το σημείο της τελικής τους παράδοσης, όπου καταλήγουν στον τελικό πελάτη. Σ' αυτή τη διαδικασία παράδοσης υπεισέρχονται πολλοί οικονομικοί παράγοντες. Στο παρόν έγγραφο, οι παράγοντες αυτοί αναφέρονται ως «επιχειρήσεις υπηρεσιών παράδοσης» και περιλαμβάνουν τους μεταφορείς, τα ταχυδρομεία και τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών, καθώς και άλλους παρόχους υπηρεσιών εφοδιαστικής. Για τους σκοπούς της παρούσας Πράσινης Βίβλου, το δέμα ορίζεται με την ευρεία έννοια και περιλαμβάνει όλα τα αντικείμενα βάρους μέχρι 30 kg<sup>5</sup>.

Ο τρόπος αγοράς και παράδοσης αγαθών στην Ευρώπη βρίσκεται σε φάση ταχείας και ριζικής μεταβολής. Δεδομένου ότι οι καταναλωτές της ΕΕ αναζητούν και πραγματοποιούν όλο και περισσότερες διαδικτυακές αγορές, ιδίως σε διασυννοριακό επίπεδο, υπάρχει αυξανόμενη ανάγκη για ένα σύστημα παράδοσης που να ανταποκρίνεται στις προσδοκίες τους και να λειτουργεί άρτια, ώστε να διευκολύνεται η καθημερινή τους ζωή, ενισχύοντας με τον τρόπο αυτό την εμπιστοσύνη στο ηλεκτρονικό εμπόριο και τη χρήση του<sup>6</sup>. Η

---

<sup>1</sup> Το 21% της αύξησης του ΑΕΠ κατά την τελευταία πενταετία προέρχεται από τη διαδικτυακή οικονομία, η οποία δημιουργεί 2,6 θέσεις απασχόλησης για κάθε καταργούμενη, φθάνοντας ορισμένες φορές το 25% των καθαρά δημιουργούμενων θέσεων απασχόλησης (COM(2011) 942 τελικό).

<sup>2</sup> «Ένα συνεκτικό πλαίσιο για την ενίσχυση της εμπιστοσύνης στην ενιαία ψηφιακή αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου και διαδικτυακών υπηρεσιών», COM(2011) 942 τελικό.

<sup>3</sup> Συμπεράσματα του Συμβουλίου της ΕΕ για την ενιαία ψηφιακή αγορά και τη διακυβέρνηση της ενιαίας αγοράς, 31 Μαΐου 2012· ψήφισμα (P7\_TA82010)0320), της 21ης Σεπτεμβρίου 2010, σχετικά με την ολοκλήρωση της εσωτερικής αγοράς ηλεκτρονικού εμπορίου.

<sup>4</sup> Στο Ηνωμένο Βασίλειο, το 42% των ηλεκτρονικών επιχειρήσεων αποδίδουν προτεραιότητα στη βελτίωση των υπηρεσιών παράδοσης έναντι 18% που προτιμούν τις επενδύσεις στην ταχύτερη ευρυζωνική σύνδεση.

<sup>5</sup> Εν συντομία, κάθε μικρό αντικείμενο ή εμπόρευμα του οποίου ο χειρισμός μπορεί να γίνεται από ένα άτομο.

<sup>6</sup> Το 66% όλων των εγκαταλείψεων καλαθιού αγορών οφείλονται σε λόγους που αφορούν την παράδοση, «2011 consumer trends in multi-channel retailing», Royal Mail.

αποτελεσματικότητα και ο προσιτός χαρακτήρας του συστήματος παράδοσης είναι επίσης κινητήριος μοχλός της βιωσιμότητας των επιχειρηματικών μοντέλων πολλών ΜΜΕ, και ιδίως της ικανότητάς τους να εξυπηρετούν τους πελάτες τους. Δεδομένου ότι οι ΜΜΕ αποτελούν τις κινητήριες δυνάμεις της καινοτομίας και της ανάπτυξης στην Ευρώπη<sup>7</sup>, η βελτίωση του γενικού συστήματος παράδοσης των αγαθών που παραγγέλλονται μέσω του Διαδικτύου στην Ευρώπη αναμένεται ότι θα αποφέρει πολύ σημαντικά αποτελέσματα όσον αφορά την ανάπτυξη και την απασχόληση<sup>8</sup>.

Πολλές έρευνες και εκθέσεις του κλάδου<sup>9</sup>, καθώς και συνεντεύξεις με διάφορους ενδιαφερόμενους φορείς που πραγματοποιήθηκαν κατά την προετοιμασία της παρούσας Πράσινης Βίβλου, συγκλίνουν και επιβεβαιώνουν την ανάλυση των υπηρεσιών παράδοσης, όπως παρουσιάστηκε στην ανακοίνωση για το ηλεκτρονικό εμπόριο και τις διαδικτυακές υπηρεσίες.

Το 57% των εμπόρων λιανικής θεωρούν ότι η διασυνοριακή παράδοση αποτελεί εμπόδιο<sup>10</sup>, ενώ το 46,7% των καταναλωτών δηλώνουν ότι τους προβληματίζει η παράδοση κατά τις διασυνοριακές συναλλαγές. Η παράδοση και η επιστροφή των προϊόντων αποτελούν τις δύο κυριότερες πηγές ανησυχίας των καταναλωτών όσον αφορά τις διαδικτυακές αγορές<sup>11</sup>. Η μη παράδοση, η φθορά ή η απώλεια των αντικειμένων και το υψηλό κόστος παράδοσης συγκαταλέγονται επίσης στις 10 βασικές αιτίες προβληματισμού των καταναλωτών και συντείνουν στο χαμηλό επίπεδο εμπιστοσύνης των καταναλωτών στο διασυνοριακό ηλεκτρονικό εμπόριο. Καταναλωτές με εμπιστοσύνη θα είναι όλο και περισσότερο διατεθειμένοι να αγοράζουν μέσω του Διαδικτύου, αφού θα είναι πεπεισμένοι ότι θα παραλάβουν τις αγορές τους σε καλή κατάσταση και εντός της προβλεπόμενης προθεσμίας,

---

<sup>7</sup> Σύμφωνα με εκτιμήσεις της FTI Consulting, οι μικροί έμποροι λιανικής πώλησης αντιπροσωπεύουν το 22% του όγκου διασυνοριακού ηλεκτρονικού εμπορίου. Η Eurostat εκτιμά ότι πάνω από το ένα τέταρτο όλων των επιχειρήσεων αποστέλλουν παραγγελίες ηλεκτρονικού εμπορίου σε άλλες χώρες της ΕΕ: το 23% από αυτές είναι μικρές επιχειρήσεις, το 41% μεγάλες και το 33% μεσαίες.

<sup>8</sup> Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποίησε η Civic Consulting, η ΕΕ υστερεί πολύ στην αξιοποίηση του δυναμικού του ηλεκτρονικού εμπορίου: το συνολικό κέρδος από άποψη ευημερίας για τους καταναλωτές της ΕΕ, στην υποθετική περίπτωση κατά την οποία το μερίδιο του ηλεκτρονικού εμπορίου θα αντιπροσώπευε το 15% του συνόλου των πωλήσεων λιανικής (αντί για 3,5% το 2010), ανέρχεται κατ' εκτίμηση σε 204,5 δισ. ευρώ ετησίως, ήτοι 1,7% του ΑΕΠ της ΕΕ.

<sup>9</sup> «Focus on the Future», BCG, Μάιος 2012· IMRG· ACSEL· «Intra-community cross-border parcel delivery», FTI 2011· Σύνολο εθνικών διαδικτυακών βαρομέτρων από την E-bay· «The evolution of the European Postal market since 1997», ITA/ WIK 2009· «IPC Cross border E-commerce report», 2010· Ευρωβαρόμετρο· «Consumer market study on the functioning of e-commerce and Internet marketing and selling techniques in the retail of goods», Civic Consulting, 2011.

<sup>10</sup> Έρευνα Ευρωβαρομέτρου για τη στάση των επιχειρήσεων έναντι των διασυνοριακών πωλήσεων και της προστασίας των καταναλωτών, αναλυτική έκθεση, Flash Ευρωβαρόμετρο 224, Ιούλιος 2008, κεφάλαιο 2, τμήμα 2.1, σ. 21.

<sup>11</sup> «Consumer market study on the functioning of e-commerce and Internet marketing and selling techniques in the retail of goods», Civic Consulting, Σεπτέμβριος 2011, σ. 132, 40.

και αφού θα υπάρχουν εύχρηστες διαδικασίες για την επιστροφή των προϊόντων<sup>12</sup>. Η αυξημένη διαθεσιμότητα και χρήση των νέων τεχνολογιών προσφέρει ένα νέο φάσμα ευκαιριών για τη βελτίωση της ποιότητας των συστημάτων παράδοσης και τη μεγαλύτερη ικανοποίηση των πελατών. Η εμφάνιση και η ανάπτυξη κοινωνικών δικτύων έχει επίσης επηρεάσει σε σημαντικό βαθμό τον τρόπο διάδρασης μεταξύ των καταναλωτών και των εμπορικών σημάτων, καθώς και αγοράς προϊόντων μέσω του Διαδικτύου. Τα καινοτόμα μέσα ηλεκτρονικής επικοινωνίας μεταξύ των ηλεκτρονικών εμπόρων λιανικής, των επιχειρήσεων και των πελατών μπορούν να συμβάλουν σε πιο αποτελεσματικές και εύχρηστες διαδικασίες παράδοσης και επιστροφής, όπως και στην καλύτερη αντίληψη της ποιότητας. Η καλύτερη λειτουργία της αγοράς ηλεκτρονικού εμπορίου θα εξασφαλίσει χειροπιαστά αμοιβαία οφέλη στους καταναλωτές και στις ΜΜΕ, καθώς και σε όλους τους συντελεστές και τους κλάδους δραστηριοτήτων που ασχολούνται με το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Η σημασία της αποστολής και της παράδοσης επιτείνεται στο διεθνές πλαίσιο. Δεδομένου ότι περισσότεροι καταναλωτές αγοράζουν προϊόντα με προέλευση την Ασία-Ειρηνικό και τη Βόρεια Αμερική, και ότι όλο και περισσότεροι ευρωπαίοι ηλεκτρονικοί έμποροι λιανικής επιδιώκουν να εξάγουν προς τις περιοχές αυτές, αυξάνονται ραγδαία οι εμπορικές ροές μεταξύ τους. Στο πλαίσιο αυτό, οι εργασίες αποστολής και παράδοσης περιπλέκονται ακόμη περισσότερο, εγείρουν επιπλέον ανησυχίες και ζητήματα ασφάλειας, και αποτελούν μεγάλη πρόκληση, αλλά προσφέρουν επίσης μια μοναδική ευκαιρία για την ανάπτυξη του ευρωπαϊκού ηλεκτρονικού εμπορίου, ιδίως δε για τις ΜΜΕ<sup>13</sup>.

Πιο κατάλληλος σχεδιασμός της αλυσίδας παράδοσης για το ηλεκτρονικό εμπόριο στην ΕΕ θα είχε επίσης θετικές συνέπειες σε διάφορους τομείς πολιτικής, όπως:

- **Συνοχή:** να καταστούν τα οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου προσιτά σε όλους τους πολίτες και σε όλες τις επιχειρήσεις, ανεξάρτητα από το μέγεθός τους, χάρη σε αποτελεσματικές υπηρεσίες παράδοσης σε ολόκληρη την Ευρώπη.
- **Απασχόληση:** να εξασφαλιστούν συνθήκες απασχόλησης χαρακτηριζόμενες από κοινωνική υπευθυνότητα στον τομέα της παράδοσης, ο οποίος λειτουργεί υπό έντονες πιέσεις για τη μείωση του κόστους και την αύξηση της ευελιξίας.
- **Καινοτομία:** να προωθηθεί η ευρεία χρήση, στα συστήματα παράδοσης, των νέων τεχνολογιών πληροφοριών, που ωφελούν άμεσα το σύνολο των πολιτών και των επιχειρήσεων και είναι προσαρμοσμένες στο νέο περιβάλλον των μέσων κοινωνικής επικοινωνίας.

---

<sup>12</sup> Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο ΗΒ, σχεδόν το 65% των ερωτηθέντων ανέφεραν ότι ο κίνδυνος μη παράδοσης (λόγω απουσίας από το σπίτι για την παραλαβή του αντικειμένου) θα τους αποθάρρυνε να ψωνίσουν μέσω του Διαδικτύου. Το 43% των ερωτηθέντων αναφέρουν επίσης ως αιτία ανησυχίας τα ασαφή ωράρια παράδοσης και τον κίνδυνο να μην αφιχθεί το αντικείμενο εγκαίρως («A study of online fulfilment requirements», IMRG UK Consumer Home Delivery Review 2012).

<sup>13</sup> Ανακοίνωση «Μικρή επιχείρηση, μεγάλος κόσμος – μια νέα εταιρική σχέση που θα βοηθήσει τις ΜΜΕ να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες της παγκοσμιοποίησης», COM(2011) 702 τελικό.

- **Περιβάλλον:** να προωθηθεί η αειφόρος ανάπτυξη και η βελτιστοποίηση της εφοδιαστικής της παράδοσης, ώστε να καταστεί δυνατή μεγαλύτερη εξοικονόμηση ενέργειας και γενική μείωση των αρνητικών εξωτερικοτήτων.
- **Ανταγωνιστικότητα του ευρωπαϊκού κλάδου:** να αξιοποιηθούν τα πλεονεκτήματα του ευρωπαϊκού κλάδου (ηλεκτρονικοί έμποροι λιανικής και επιχειρήσεις υπηρεσιών παράδοσης) για την προώθηση των επενδύσεων σε ένα ευρωπαϊκό δίκτυο παράδοσης, το οποίο αντιμετωπίζει έντονο ανταγωνισμό στο διεθνές περιβάλλον.

Η παρούσα Πράσινη Βίβλος εξετάζει την εξέλιξη των αγορών του ηλεκτρονικού εμπορίου και της παράδοσης στην Ευρώπη, διερευνά τις προϋποθέσεις δημιουργίας μιας ενιαίας αγοράς υπηρεσιών παράδοσης, αναλύει τις βασικές προκλήσεις για τους διάφορους συντελεστές, και υπογραμμίζει τις δυνατότητες για βελτίωση της διαδικασίας παράδοσης προς όφελος των πολιτών και των επιχειρήσεων, ιδίως των ΜΜΕ. Με βάση τις πληροφορίες που θα συγκεντρωθούν από τη διαβούλευση, η Επιτροπή θα προσδιορίσει με μεγαλύτερη ακρίβεια τα ζητήματα που πρέπει να αντιμετωπιστούν και θα συναγάγει συμπεράσματα, την άνοιξη του 2013, ως προς τη δέσμη μέτρων που πρέπει να ληφθούν για την ολοκλήρωση της ενιαίας αγοράς παράδοσης δεμάτων.

## 2. Σημερινή κατάσταση της αγοράς και προοπτικές

### 2.1 Η ευρωπαϊκή αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου και ο σημαντικός ρόλος της παράδοσης

Οι αγορές ηλεκτρονικού εμπορίου στην ΕΕ χαρακτηρίζονται από μεγάλη πολυμορφία και βρίσκονται σε διαφορετικά στάδια ωριμότητας, για λόγους που συνδέονται με τις ποικίλες πρακτικές κατανάλωσης, τη φορολογία, τη διαθεσιμότητα των προϊόντων, την ευρυζωνική πρόσβαση και την ανταγωνιστικότητα των αγορών υπηρεσιών παράδοσης. Το εμπορικό προφίλ των εθνικών αγορών<sup>14</sup> επηρεάζει επίσης σημαντικά την παράδοση<sup>15</sup>. η δε διασυνοριακή παράδοση στην Ευρώπη παραμένει προβληματική για τους καταναλωτές και τους ηλεκτρονικούς εμπόρους λιανικής πώλησης<sup>16</sup>. Επιπλέον, ένα αποτελεσματικό σύστημα διασυνοριακής παράδοσης θα υποστηρίξει το αναπτυξιακό δυναμικό των νέων εξειδικευμένων αγορών, χάρη στο φαινόμενο «long tail»<sup>17</sup>.

Η αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου εξελίσσεται γρήγορα, με αποτέλεσμα να αυξάνονται συνεχώς οι απαιτήσεις τόσο για καινοτόμες επιχειρηματικές λύσεις όσο και από πλευράς προσδοκιών των καταναλωτών. Οι σχετιζόμενες με την παράδοση ανάγκες του τομέα είναι επίσης ολοένα πιο ποικίλες, λόγω του αυξανόμενου αριθμού των σχετικών τμημάτων προϊόντων (όπως βιβλία, DVD, είδη ρουχισμού, μικρά ηλεκτρονικά είδη, ηλεκτρονικά προϊόντα για το σπίτι, έπιπλα, οικιακές συσκευές), τα οποία διαφέρουν μεταξύ τους ως προς την αξία, το βάρος και το μέγεθος των συσκευασιών. Τα κοινωνικά δίκτυα, οι τεχνολογίες άμεσης ενημέρωσης και η γενίκευση των κινητών και φορητών συσκευών έχουν επίσης αυξήσει τις προσδοκίες των καταναλωτών για λύσεις που βασίζονται στην ενημέρωση σε πραγματικό χρόνο και σε ευέλικτες επιλογές παράδοσης.

Οι ηλεκτρονικοί έμποροι λιανικής πιέζονται από τον χρόνο. Πρέπει να υλοποιήσουν ταχέως νέες αντιλήψεις και ιδέες. Η βιωσιμότητα και η επιτυχία της επιχείρησής τους εξαρτάται από την ικανότητα του τομέα της εφοδιαστικής να εξασφαλίζει την παράδοση με χαμηλό κόστος και με τρόπο εξυπηρετικό<sup>18</sup>. Στην αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου, αυτό ισχύει ιδιαίτερα για

<sup>14</sup> «E-commerce in the Nordics 2012», Postnord.

<sup>15</sup> Υπάρχουν διάφορα συστήματα διασυνοριακής αποστολής όπως, κυρίως, η συνεργασία μεταξύ των εθνικών ταχυδρομικών υπηρεσιών, η άμεση αποστολή στο εκάστοτε εθνικό ταχυδρομικό σύστημα ή η σύναψη άλλων συμφωνιών με επιχειρήσεις εφοδιαστικής.

<sup>16</sup> Στην ΕΕ-27, μόνο το 9% των καταναλωτών και το 18% των εμπόρων λιανικής χρησιμοποιούν το διασυνοριακό ηλεκτρονικό εμπόριο· το 48% των καταναλωτών εμπιστεύονται περισσότερο την εγχώρια διαδικτυακή αγορά απ' ό,τι τη διασυνοριακή (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Πίνακας αποτελεσμάτων για τις καταναλωτικές συνθήκες, «Καταναλωτές στο σπίτι στην ενιαία αγορά», Μάρτιος 2011).

<sup>17</sup> Σε περίπτωση που οι πωλητές προσφέρουν ευρύτερη επιλογή, μπορεί το συνολικό ποσό των πωλήσεων προϊόντων που έχουν χαμηλή ζήτηση, ή που σημειώνουν χαμηλές πωλήσεις, να αντιστοιχεί σε ίσο ή μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς από εκείνο των προϊόντων με τις μεγαλύτερες πωλήσεις.

<sup>18</sup> Για παράδειγμα, το 57% των εμπόρων λιανικής πώλησης θεωρούν εμπόδιο τη διασυνοριακή παράδοση (Flash Ευρωβαρόμετρο 224, Ιούλιος 2008). Το 78% των πωλητών στο eBay επισημαίνουν το κόστος παράδοσης ως το κύριο εμπόδιο στο διασυνοριακό ηλεκτρονικό εμπόριο, το 42% αναφέρουν την κακή ποιότητα των υπηρεσιών παράδοσης (FreshMinds, Crossborder trade survey στο ΗΒ, στη Γερμανία και στη Γαλλία).

τους μικρότερους συντελεστές της αγοράς, που δεν διαθέτουν ούτε τη διαπραγματευτική δύναμη να εξασφαλίσουν σημαντικές εκπτώσεις από τις επιχειρήσεις υπηρεσιών παράδοσης, ούτε την ικανότητα να επενδύσουν σε δικό τους δίκτυο εφοδιαστικής. Σε ένα περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από οικονομίες κλίμακας, υπάρχει κίνδυνος το γεγονός αυτό να μειώσει την ανταγωνιστικότητά τους έναντι των μεγαλύτερων ηλεκτρονικών εμπόρων λιανικής, καθώς οι καταναλωτές αναμένουν όλο και περισσότερο προσφορά δωρεάν παράδοσης όταν ψωνίζουν μέσω του Διαδικτύου<sup>19</sup>.

## 2.2 Η ευρωπαϊκή αγορά παράδοσης

Η ενωσιακή αγορά παράδοσης δεμάτων εκτιμήθηκε ότι ανερχόταν σε 42,4 δισ. ευρώ το 2008· το δε τμήμα των παραδόσεων από επιχειρήσεις σε καταναλωτές αντιπροσώπευε το 15% της αγοράς αυτής<sup>20</sup>. Κατά τα 5 τελευταία έτη, και λόγω της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου, το τμήμα της παράδοσης δεμάτων και πακέτων μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών (B2C) σημείωσε ταχεία ανάπτυξη. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις, το τμήμα αυτό αντιπροσωπεύει σήμερα μεταξύ 20% και 40% των συνολικών όγκων σε πιο ώριμες αγορές ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως το Ηνωμένο Βασίλειο.

Στην εν λόγω αγορά γίνεται παραδοσιακά διάκριση μεταξύ των ταχυμεταφορών και της συνήθους παράδοσης δεμάτων. Ωστόσο, αυτοί οι ισχύοντες ορισμοί<sup>21</sup> δεν αντικατοπτρίζουν την πολυπλοκότητα και τη σχετική σημασία των διαφόρων προσφορών υπηρεσιών (συνήθη, ετεροχρονισμένη, επείγουσα αποστολή ή παράδοση την ίδια ημέρα, παρακολούθηση της πορείας της αποστολής, απόδειξη παράδοσης, συστημένη αποστολή) ούτε την πραγματικότητα του τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου, που διακρίνει επίσης τη χρήση πακέτων (μικρά αντικείμενα βάρους κάτω των 2kg).

Η Eurostat εκτιμά ότι πάνω από το ένα τέταρτο όλων των επιχειρήσεων αποστέλλουν παραγγελίες ηλεκτρονικού εμπορίου σε άλλες χώρες της ΕΕ. Το 23% από αυτές είναι μικρές επιχειρήσεις, ενώ το ποσοστό των μεγάλων και των μεσαίων επιχειρήσεων είναι 41% και 33% αντίστοιχα<sup>22</sup>. Αυτοί οι μικροί περιστασιακοί πελάτες αντιπροσωπεύουν μικρούς όγκους και, επομένως, διαθέτουν περιορισμένη διαπραγματευτική δύναμη έναντι των επιχειρήσεων

---

<sup>19</sup> Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο ΗΒ, η δωρεάν παράδοση είναι ο παράγοντας που αναφέρθηκε συχνότερα από το 67% των ερωτηθέντων για να εξηγήσουν τι τους οδηγεί να εξακολουθούν να προσφεύγουν — ακόμη και πιο εντατικά— στις υπηρεσίες ενός ηλεκτρονικού εμπόρου λιανικής («Delivery Matters, 2011 – Consumer Trends in multi-channel retailing», Royal Mail).

<sup>20</sup> ΙΤΑ/WIK 2009. Τα αριθμητικά αυτά στοιχεία αφορούν το 2008 και περιλαμβάνουν τα δέματα και την αγορά ταχυμεταφορών. Σύμφωνα με άλλη μελέτη την οποία διεξήγαγε η IPC, η αξία της ενωσιακής αγοράς ταχυμεταφορών και παράδοσης δεμάτων ανερχόταν σε 37,38 δισ. ευρώ το 2008 (εξαιρουμένων των πακέτων)· το δε τμήμα των παραδόσεων από επιχειρήσεις σε καταναλωτές (B2C) αντιπροσώπευε το 26% του συνόλου της εν λόγω αγοράς.

<sup>21</sup> Στην ταχυδρομική οδηγία (οδηγία 97/67/EK, όπως τροποποιήθηκε με τις οδηγίες 2002/39/EK και 2008/6/EK), θεωρούνται επιστολές τα αντικείμενα αλληλογραφίας ή τα έγγραφα βάρους μέχρι 2 kg και δέματα τα αγαθά βάρους μέχρι 20 kg.

<sup>22</sup> Eurostat (Isoc\_ec\_ebuyn2) Fig 11.

υπηρεσιών παράδοσης, με αποτέλεσμα να τους προσφέρονται πολύ λιγότερες επιλογές παράδοσης. Σύμφωνα με εκτιμήσεις της FTI, το δημοσιευμένο τιμολόγιο που χρεώνει ο εθνικός ταχυδρομικός φορέας για τη διασυνοριακή παράδοση δεμάτων (για περιστασιακούς πελάτες) είναι κατά μέσο όρο διπλάσιο από τις εγχώριες τιμές.

Τα **ταχυδρομικά δίκτυα** διεκπεραιώνουν μόνο ένα μέρος των όγκων διακίνησης δεμάτων (με πολύ διαφορετικά μερίδια αγοράς ανά χώρα)<sup>23</sup>, και μόνο ένα μικρό ποσοστό (5 έως 10%) των όγκων αυτών υπόκειται σε υποχρεώσεις καθολικής υπηρεσίας, δυνάμει των οποίων τα κράτη μέλη οφείλουν να εξασφαλίζουν τόσο την εθνική όσο και τη διασυνοριακή βασική παράδοση δεμάτων σε όλα τα σημεία του εδάφους τους και σε προσιτές τιμές για όλους τους χρήστες<sup>24</sup>. Δεδομένου ότι οι εν λόγω υποχρεώσεις συμφωνήθηκαν πολύ πριν από την εμφάνιση του ηλεκτρονικού εμπορίου, δεν ήταν μελετημένες με συγκεκριμένο στόχο την κάλυψη των σημερινών αναγκών αυτού του ταχέως αναπτυσσόμενου τομέα. Οι υπηρεσίες παράδοσης δεμάτων των ταχυδρομικών δικτύων είναι παραδοσιακά οργανωμένες για τη διακίνηση δεμάτων βάρους από 2 έως 30 kg, χωρίς όμως να διαθέτουν την ευελιξία και την ικανότητα που απαιτούνται από την ανάπτυξη των πωλήσεων μέσω του Διαδικτύου<sup>25</sup>. Τα τελευταία έτη, ορισμένοι φορείς κατόρθωσαν ωστόσο να αναδιοργανώσουν το δίκτυό τους διακίνησης δεμάτων, ή ξεκίνησαν τη σχετική διαδικασία, καθώς αντιμετωπίζουν υψηλά επίπεδα ανταγωνισμού στον τομέα αυτό στην εγχώρια αγορά τους.

Οι **επιχειρήσεις ταχυμεταφορών** οικοδόμησαν την επιτυχία και την υποδομή τους σε ένα ειδικό ολοκληρωμένο δίκτυο, το οποίο έχει σχεδιαστεί για τις ανάγκες του τμήματος των συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων, με την προσφορά υπηρεσιών πρόσθετου τέλους (επιλογές ταχύτητας, παρακολούθησης της πορείας και εντοπισμού της παραγγελίας). Έχοντας επίγνωση των ευκαιριών που προσφέρει η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, και της έλλειψης ικανοποιητικών λύσεων για τους δραστηριοποιούμενους στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ευρώπη, δραστηριοποιούνται σήμερα όλο και περισσότερο στο τμήμα των συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών.

Οι **λοιποί δραστηριοποιούμενοι στον τομέα της εφοδιαστικής** —επιχειρήσεις ενοποίησης φορτίων, μεσίτες, πάροχοι υπηρεσιών διαχείρισης παραγγελιών, προμηθευτές εφοδιαστικής τρίτων<sup>26</sup>— διαδραματίζουν συνεχώς μεγαλύτερο ρόλο, γεφυρώνοντας το χάσμα μεταξύ του

---

<sup>23</sup> Το μερίδιο αγοράς των φορέων παροχής της καθολικής υπηρεσίας ποικίλλει σημαντικά μεταξύ των κρατών μελών: λιγότερο από 10% σε κράτη μέλη όπως η Βουλγαρία, η Ισπανία, το ΗΒ· μεταξύ 10%-15% σε κράτη μέλη όπως η Ουγγαρία ή η Ιταλία· και περισσότερο από 25% σε κράτη μέλη όπως η Τσεχική Δημοκρατία, η Δανία, η Γαλλία και η Εσθονία, βλ. «The Evolution of the European Postal Market since 1997», ITA/ WIK 2009.

<sup>24</sup> Βλέπε το κεφάλαιο 4 για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την οδηγία για τις ταχυδρομικές υπηρεσίες.

<sup>25</sup> Κυρίως για τους καταναλωτές και τις ΜΜΕ: η έλλειψη επιλογής χαμηλού κόστους για τα πακέτα (κάτω των 2 kg)· χαρακτηριστικά της υπηρεσίας, όπως οι επιλογές παρακολούθησης της πορείας και εντοπισμού της παραγγελίας, υπάρχουν αλλά προσφέρονται μόνο σε συνδυασμό με άλλα χαρακτηριστικά προστιθέμενης αξίας.

<sup>26</sup> Η εφοδιαστική τρίτων συνδράμει τους πελάτες όσον αφορά τις υπηρεσίες που έχουν ανατεθεί εξωτερικά για μέρος ή το σύνολο της εφοδιαστικής τους (όπως η παραλαβή και η συσκευασία, η αποθήκευση, η τεκμηρίωση, η επισήμανση και η διανομή). Οι μεσίτες σε απευθείας σύνδεση και οι επιχειρήσεις ενοποίησης φορτίων



ηλεκτρονικού εμπορίου και των επιχειρήσεων υπηρεσιών παράδοσης όσον αφορά την καινοτομία, την ευελιξία, τη διαχείριση των αποθεμάτων, τη μεταφορά και την επιστροφή των δεμάτων. Οι λύσεις που προσφέρουν δεν είναι ακόμη ευρέως γνωστές, ιδίως από τις ΜΜΕ. Με μεγαλύτερη προβολή, θα μπορούσαν στο μέλλον να διαδραματίσουν σημαντικότερο ρόλο στη διευκόλυνση των εργασιών εφοδιαστικής για τους ηλεκτρονικούς εμπόρους λιανικής. Η ενοποίηση διαφόρων πηγών αποστολής μικρού όγκου, θα τους παρείχε τη δυνατότητα να εξασφαλίζουν πιο ευνοϊκούς όρους ή τιμές παράδοσης, που θα μπορούσαν στη συνέχεια να μετακυλιστούν στους πελάτες τους και, τελικά, στους καταναλωτές.

Εμφανίζονται **δραστηριοποιούμενοι σε εξειδικευμένα τμήματα της αγοράς**. Πρόκειται για οικονομικούς παράγοντες οι οποίοι έχουν σχεδιάσει ειδικές λύσεις για ένα συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς προϊόντων (παραδείγματος χάριν, ειδικές υπηρεσίες αποστολής και παράδοσης για τις παραγγελίες ειδών ρουχισμού μέσω του Διαδικτύου). Επιπλέον, πιο πρόσφατα, ορισμένοι **σημαντικοί ηλεκτρονικοί έμποροι λιανικής πώλησης** συμμετέχουν όλο και περισσότερο στην εφοδιαστική και στην παράδοση, και επεκτείνουν τις υπηρεσίες τους εφοδιαστικής ώστε να συμπεριλάβουν μικρότερους ηλεκτρονικούς εμπόρους λιανικής.

**Θυρίδες δεμάτων** (αυτοματοποιημένες θυρίδες φύλαξης, απ' όπου ο καταναλωτής μπορεί να παραλάβει το δέμα του με τη χρήση ενός ειδικού κωδικού) δοκιμάζονται από επιχειρήσεις σε διάφορες χώρες. Η γενίκευση της χρήσης τους θα εξαρτηθεί από το κατά πόσον οι καταναλωτές θα τις κρίνουν εξυπηρετικές και από την ύπαρξη επαρκούς όγκου παραδόσεων με τον τρόπο αυτό.

Τα **σημεία παραλαβής σε κατάστημα** (δίκτυο καταστημάτων που στηρίζονται σε μια τεχνολογική πλατφόρμα, από τα οποία οι καταναλωτές μπορούν να παραλάβουν τα δέματά τους) χρησιμοποιούνται κατά παράδοση για τις εξ αποστάσεως πωλήσεις. Τα εν λόγω δίκτυα έχουν αναβαθμιστεί με νέα πληροφορικά συστήματα και προσφέρουν εναλλακτική λύση στις πιο δαπανηρές υπηρεσίες κατ' οίκον παράδοσης. Η επιτυχία τους εξαρτάται από τις τοπικές προτιμήσεις και ιστορικούς παράγοντες, αλλά υπάρχουν ενδείξεις ότι αποτελούν μια βιώσιμη και πολλά υποσχόμενη εναλλακτική λύση για την παράδοση προϊόντων στο πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου.

---

προσφέρουν εκπτώσεις για τις ομαδοποιημένες αποστολές από φορείς ολοκλήρωσης ή εθνικούς φορείς αποστολής.

### 2.3 Η διασύνδεση μεταξύ του ηλεκτρονικού εμπορίου και των αγορών υπηρεσιών παράδοσης

Οι επιχειρήσεις υπηρεσιών παράδοσης έχουν επίγνωση των ευκαιριών που προσφέρει το ηλεκτρονικό εμπόριο. Η δημιουργία νέων μοντέλων παράδοσης για το τμήμα των συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών ενδέχεται να απαιτήσει σημαντικές επενδύσεις και την εκτεταμένη αναμόρφωση των δραστηριοτήτων τους. Ωστόσο, το εγχείρημα περιπλέκεται<sup>27</sup>, όταν επιδιώκεται να καλυφθούν όλα τα σημεία της επικράτειας, ενώ οι όγκοι ποικίλλουν και είναι δύσκολα προβλέψιμοι.

Προσφέρονται πρόσθετες επιλογές όσον αφορά την τελική παράδοση, όπως η παράδοση στον χώρο εργασίας ή στο σπίτι γείτονα, και χάρη στη σταδιακή βελτίωση της πληροφόρησης και των επιλογών, ο καταναλωτής έχει τη δυνατότητα να αποφασίσει πότε και πού επιθυμεί να παραλάβει το δέμα του. Επίσης, εμφανίζονται σήμερα ορισμένα νέα επιχειρηματικά μοντέλα τα οποία προσφέρουν καλύτερες υπηρεσίες για την επιστροφή προϊόντων.

Ωστόσο, οι νέες αυτές λύσεις αναπτύσσονται με αργούς ρυθμούς και συχνά συνοδεύονται ακόμη από δαπανηρά χαρακτηριστικά προστιθέμενης αξίας, τα οποία δεν είναι πάντοτε απαραίτητα. Υπάρχει ζήτηση για μικρά μεμονωμένα πακέτα, με απλό σύστημα παρακολούθησης της πορείας της αποστολής<sup>28</sup> και σε προσιτές τιμές<sup>29</sup>, η οποία δεν ικανοποιείται επί του παρόντος.

Από επιχειρησιακή άποψη, οι υπηρεσίες παράδοσης είναι πολύπλοκες και υπόκεινται σε πολλούς περιορισμούς. Οι παραδοσιακές υπηρεσίες παράδοσης δεμάτων (που συνοδεύονται από τα βασικά χαρακτηριστικά και υψηλή χρέωση για τις διασυνοριακές συναλλαγές) ή οι υπηρεσίες ταχυμεταφορών υψηλής προστιθέμενης αξίας (που σχεδιάστηκαν στο παρελθόν για το τμήμα των συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων) δεν έχουν ακόμη προσαρμοστεί στις ιδιαίτερες ανάγκες του ηλεκτρονικού εμπορίου. Παρατηρείται βελτίωση της διασύνδεσης μεταξύ των ταχυδρομικών φορέων όσον αφορά τη διασυνοριακή παράδοση, ιδίως στο πλαίσιο του European Parcel Group<sup>30</sup>. Ωστόσο, ένα μέρος μόνο των αποστολών εκτελείται

---

<sup>27</sup> Οι όγκοι, τα δρομολόγια, καθώς και οι προσδοκίες των καταναλωτών, πρέπει να λαμβάνονται υπόψη για την εκτίμηση των όγκων, τον προγραμματισμό της μεταφορικής ικανότητας και τον καθορισμό των ωραρίων.

<sup>28</sup> Σύμφωνα με έρευνα την οποία πραγματοποίησε η IRMG στο πλαίσιο της επισκόπησης της κατ' οίκον παράδοσης στο ΗΒ το 2012, το 85% των ερωτηθέντων ανέφεραν τη δυνατότητα παρακολούθησης της πορείας μέσω του Διαδικτύου ως τον κυριότερο τρόπο βελτιστοποίησης των παραδόσεων («IRMG UK Consumer Home Delivery Review 2012 – a study of online fulfilment requirements»). Σε έρευνα για το ευρωπαϊκό ηλεκτρονικό εμπόριο, την οποία πραγματοποίησε το 2011 η Accenture για την ERRT (European Retail Round Table – Ευρωπαϊκή Στρογγυλή Τράπεζα Λιανικού Εμπορίου), το 34% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι η αλυσίδα εφοδιασμού και τα προβλήματα παράδοσης αποτελούν εμπόδιο εισόδου στην αγορά και το 42% ανέφεραν προβλήματα σχετικά με τις υποδομές που αφορούν τις αποστολές («European Cross-border E-commerce – the challenge of achieving profitable growth», Accenture, Ιανουάριος 2012).

<sup>29</sup> FTI (2011)· Civic Consulting (2011)· «Mystery Shopping Evaluation of Cross-Border e-commerce in the EU» (2009).

<sup>30</sup> Οι ταχυδρομικοί φορείς που παραδίδουν δέματα με προτεραιότητα μέσω του ολοκληρωμένου δικτύου παράδοσης του European Parcel Group επωφελούνται από ένα σύστημα παρακολούθησης της πορείας και

μέσω αυτού του διαύλου και δεν προσφέρεται εναλλακτική λύση για υπηρεσίες παρακολούθησης ή αποστολής αντικειμένων χωρίς προτεραιότητα.

Πράγματι, συνυπάρχουν δυο διαφορετικοί κόσμοι: ο ένας (το ηλεκτρονικό εμπόριο) καθοδηγείται από τη διάθεση στην αγορά, ενώ ο άλλος (η εφοδιαστική) ανταποκρίνεται σε μια σειρά επιχειρησιακών απαιτήσεων. Επίσης, διαφέρουν ως προς τις προθεσμίες τις οποίες οφείλουν να τηρούν, το πλαίσιο στο οποίο εντάσσονται, τα συστήματα και τις λύσεις ΤΠ που χρησιμοποιούν, καθώς και τους δείκτες επιδόσεων που εφαρμόζουν. Τόσο το ηλεκτρονικό εμπόριο όσο και οι αγορές υπηρεσιών παράδοσης αντιμετωπίζουν επομένως σημαντικές και θεμελιώδεις προκλήσεις: το μοντέλο του ηλεκτρονικού εμπορίου δεν έχει ακόμη σταθεροποιηθεί πλήρως, ενώ ο τομέας της εφοδιαστικής χρειάζεται ακόμη να προσαρμοστεί απόλυτα στις απαιτήσεις και στις ανάγκες του ηλεκτρονικού εμπορίου. Αυτό το ταχύτατα μεταβαλλόμενο περιβάλλον δυσχεραίνει τις επενδυτικές επιλογές και αποφάσεις.

### **3. Βασικές προκλήσεις για τους διάφορους παράγοντες**

#### **3.1 Εμπειρία και προσδοκίες των καταναλωτών**

Οι καταναλωτές ζητούν καλύτερη εξυπηρέτηση από πλευράς υπηρεσιών παράδοσης, δηλαδή μεγαλύτερο φάσμα επιλογών παράδοσης, με τη δυνατότητα εκδήλωσης προτίμησης, καλύτερη εκ των προτέρων πληροφόρηση για τη διαδικασία παράδοσης, απλούστερες διαδικασίες επιστροφής και εύχρηστες υπηρεσίες εκ των προτέρων πληροφόρησης για την παράδοση με τη χρήση νέων τεχνολογιών (έξυπνα τηλέφωνα, ταμπλέτες, ειδοποίηση με σύντομο μήνυμα SMS)<sup>31</sup>. Επιθυμούν μεγαλύτερη διαφάνεια όσον αφορά τους όρους που διέπουν την αποστολή των παραγγελιών, ιδίως σε περίπτωση καθυστέρησης, φθοράς ή απώλειας των δεμάτων. Ταυτόχρονα, προσδοκούν διαφάνεια όσον αφορά τη σαφήνεια και τη συγκρισιμότητα των τιμών, καθώς και το επίπεδο ανταγωνισμού.

Ως παραλήπτες αγαθών, η απόφαση των καταναλωτών να αγοράσουν επηρεάζεται σε σημαντικό βαθμό από τη δυνατότητα δωρεάν —ή με χαμηλό κόστος— παράδοσης (και επιστροφής). Οι καταναλωτές στρέφονται επίσης όλο και περισσότερο προς άλλες εθνικές αγορές, αλλά ο πολύπλοκος χαρακτήρας και η έλλειψη διαφάνειας των υπηρεσιών διασυνοριακής παράδοσης συνιστούν σοβαρό εμπόδιο. Ως αποστολείς δεμάτων, και ιδίως όσον αφορά την επιστροφή αγαθών που παραγγέλθηκαν, οι καταναλωτές αντιπροσωπεύουν μια σχετικά δεσμευμένη αγορά· το δε υψηλό κόστος της παράδοσης αναφέρεται ως ένας από τους κυριότερους λόγους δυσαρέσκειας σχετικά με τις αγορές μέσω του Διαδικτύου<sup>32</sup>. Σε

---

εντοπισμού της παραγγελίας, καθώς και από ένα αυτοματοποιημένο σύστημα εξυπηρέτησης του πελάτη, με το οποίο συνδέονται τα κέντρα κλήσεων κάθε φορέα παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών.

<sup>31</sup> Πραγματοποιήθηκαν διάφορες έρευνες για να προσδιοριστούν οι ανάγκες των καταναλωτών όσον αφορά την παράδοση προϊόντων που παραγγέλλονται μέσω του Διαδικτύου, όπως παραδείγματος χάριν: «Home delivery in the UK 2011» της Snow Valley· «Cross border E-commerce report 2010» της IPC· IRMG (2012) και CIVIC (2011).

<sup>32</sup> Σύμφωνα με μελέτη για τις εμπειρίες των καταναλωτών στον τομέα των αγορών μέσω του Διαδικτύου, τα περισσότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές κατά τις αγορές τους αφορούν την παράδοση: μεγάλες προθεσμίες παράδοσης (πρόβλημα που επισημάνθηκε από το 28% των καταναλωτών), παράδοση

γενικές γραμμές, ο παράγοντας της τιμής παραμένει το σημαντικότερο κριτήριο για την επιλογή μιας υπηρεσίας διασυνοριακής παράδοσης<sup>33</sup>.

Ο βαθμός εξυπηρέτησης ποικίλλει ανάλογα με την εθνική αγορά και τον τύπο των προϊόντων που παραδίδονται. Από τις έρευνες για τις προτιμήσεις των καταναλωτών προκύπτει ότι το κριτήριο της εξυπηρέτησης μπορεί να συνδέεται με ολόκληρη τη διαδικασία παράδοσης.

Για παράδειγμα, σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο ΗΒ επισημάνθηκαν έξι κύριοι τομείς όσον αφορά τις προτιμήσεις των καταναλωτών: ευέλικτες επιλογές παράδοσης, προσιτές τιμές παράδοσης, ευελιξία ως προς τον τόπο παράδοσης της παραγγελίας, αποτελεσματική πληροφόρηση σχετικά με την παράδοση, ταχεία εκτέλεση και θετική εμπειρία κατ' οίκον παράδοσης<sup>34</sup>. Ειδικότερα, η παροχή πληροφοριών σε πραγματικό χρόνο αποκτά όλο και περισσότερη σημασία, κυρίως για τη νεότερη γενιά<sup>35</sup>, που θέλει να έχει τον έλεγχο της παράδοσης και αναμένει να προσφέρονται λύσεις παρακολούθησης της πορείας και ειδοποίησης (π.χ. με SMS)<sup>36</sup>.

### **3.2 Προκλήσεις για τους ηλεκτρονικούς εμπόρους λιανικής κατά την παράδοση αγαθών στους πελάτες τους**

Οι ηλεκτρονικοί έμποροι λιανικής πώλησης επιθυμούν να ανταποκρίνονται στις ανάγκες και στις προσδοκίες των καταναλωτών με απλές, διαφανείς και αξιόπιστες υπηρεσίες αποστολής<sup>37</sup>. Γνωρίζουν πολύ καλά ότι η γνώμη των καταναλωτών εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την εμπειρία τους όσον αφορά την παράδοση η οποία, με τη σειρά της, επηρεάζει άμεσα την εικόνα του εμπορικού σήματος και τη φήμη του.

Οι εν λόγω έμποροι χρειάζονται μεγαλύτερο φάσμα επιλογών, πράγμα που αναμένεται ότι θα μπορέσει να τους προσφέρει μια πιο ανταγωνιστική αγορά υπηρεσιών παράδοσης (δηλ. μια αγορά στην οποία περισσότεροι δραστηριοποιούμενοι παρέχουν διάφορες προσφορές και εναλλακτικές επιλογές παράδοσης). Ορισμένοι έμποροι λιανικής έχουν ειδικές ανάγκες για την παράδοση συγκεκριμένων προϊόντων (π.χ. φάρμακα, νωπά προϊόντα ή αντικείμενα αξίας). Ωστόσο, ακόμη και στις πιο ανταγωνιστικές αγορές, εξακολουθεί να υφίσταται το χάσμα μεταξύ των προσφορών ηλεκτρονικού εμπορίου που κινούνται από εμπορικές ανάγκες και των διαδικασιών εφοδιαστικής που ανταποκρίνονται σε επιχειρησιακές ανάγκες.

---

προϊόντος με φθορά (20%), μη παράδοση (17%), παράδοση λάθος προϊόντος (14%) και έξοδα παράδοσης (ή τελική τιμή) υψηλότερα από αυτά που αναφέρονται στον ιστότοπο (7%).

<sup>33</sup> «Cross border e-commerce report», IPC.

<sup>34</sup> «The 2011 online retail delivery report», Snow Valley.

<sup>35</sup> Consumer Focus.

<sup>36</sup> Όλο και περισσότεροι καταναλωτές στο ΗΒ επιθυμούν να λαμβάνουν ένα σύντομο μήνυμα για την επιβεβαίωση των πληροφοριών σχετικά με την κατάσταση παράδοσης: το 80% των καταναλωτών που ψωνίζουν ηλεκτρονικά δηλώνουν ότι επιθυμούν να λαμβάνουν ενημέρωση σε κάθε στάδιο της παράδοσης, Delivery matters, 2011.

<sup>37</sup> «Cross border E-commerce report 2010», IPC.

Το μέρος της εφοδιαστικής έχει κρίσιμη σημασία για τη βιωσιμότητα της δραστηριότητας των ηλεκτρονικών εμπόρων λιανικής, και ιδίως των ΜΜΕ. Η δυνατότητα πρόσβασης σε προσιτές και αποτελεσματικές λύσεις παράδοσης είναι ιδιαίτερα σημαντική για τις ΜΜΕ και τις πολύ μικρές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε απομακρυσμένες ή απόκεντρες περιοχές.

Σε ένα πολύ ανταγωνιστικό περιβάλλον, η πίεση στις τιμές είναι καθοριστικός παράγοντας για την κατάκτηση μεριδίων αγοράς. Οι ΜΜΕ που αναζητούν ευκαιρίες εμπορικής δραστηριοποίησης πέραν των συνόρων εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από ένα ολοκληρωμένο ευρωπαϊκό σύστημα παράδοσης, το οποίο δεν υφίσταται σήμερα. Επιδιώκουν να αναπτυχθούν σε άλλες εθνικές αγορές, αλλά βρίσκονται αντιμέτωπες με υψηλότερο κόστος, μεγαλύτερη πολυπλοκότητα και έλλειψη διαφάνειας όσον αφορά τις διασυνοριακές αποστολές<sup>38</sup>. Οι μεγάλοι πωλητές βρίσκονται σε πολύ καλύτερη θέση για τη διαπραγμάτευση των τιμολογίων και των όρων με τις επιχειρήσεις υπηρεσιών παράδοσης.

Τόσο οι μεγάλοι όσο και μικροί ηλεκτρονικοί έμποροι λιανικής πώλησης χρειάζονται περισσότερη ευελιξία σε σχέση με τις υπηρεσίες παράδοσης εν γένει, και ειδικότερα όσον αφορά τη μεταφορική ικανότητα των μεταφορέων και το επίπεδο τεχνολογικής καινοτομίας. Ιδιαίτερη πρόκληση για τους ηλεκτρονικούς εμπόρους λιανικής αποτελούν οι περίοδοι αιχμής, όπως η περίοδος πριν από τα Χριστούγεννα, κατά τις οποίες η ικανότητα των μεταφορέων μπορεί να μην επαρκεί για την κάλυψη της ζήτησης. Πρόκειται για σοβαρό πρόβλημα για την ανάπτυξη και τις πωλήσεις, λόγω της σημασίας της συγκεκριμένης περιόδου στον ετήσιο κύκλο εργασιών.

Οι ηλεκτρονικοί έμποροι λιανικής πώλησης επιθυμούν όλο και περισσότερο να έχουν τον έλεγχο της διαδικασίας αποστολής/παράδοσης και αναπτύσσουν εταιρικές σχέσεις με επιχειρήσεις υπηρεσιών παράδοσης. Είτε επιλέγουν να διαχειρίζονται εσωτερικά τις εργασίες εφοδιαστικής τους είτε να τις αναθέτουν σε υπεργολάβους, εξακολουθούν να χρειάζονται πολύ περισσότερες πληροφορίες και μεγαλύτερη διαφάνεια από πλευράς των επιχειρήσεων παράδοσης. Χρειάζονται επίσης περισσότερους κοινώς συμφωνημένους δείκτες επιδόσεων σχετικά με τις αποστολές τους, προκειμένου να προσαρμόζουν το επιχειρηματικό τους μοντέλο στις ανάγκες σε πραγματικό χρόνο (διαχείριση των αποθεμάτων, πληρωμή, επιστροφές).

Η περαιτέρω ανάπτυξη των δραστηριοτήτων τους παρεμποδίζεται από την απουσία ενός δικτύου παράδοσης που να είναι διαρθρωμένο γύρω από τις συγκεκριμένες ανάγκες τους (σε αντίθεση με την απλή προσαρμογή του ιστορικού μοντέλου παράδοσης δεμάτων ή του μοντέλου εφοδιαστικής ταχυμεταφορών). Απαιτείται περισσότερη ολοκλήρωση για την αξιοποίηση των ευκαιριών ανάπτυξης. Με την καλύτερη ανταλλαγή πληροφοριών και πιο ευέλικτες λύσεις για την ανταπόκριση στις εμπορικές προσφορές τους θα βελτιώνονταν σημαντικά οι δραστηριότητές τους.

---

<sup>38</sup> Στη Γαλλία, οι 2 βασικοί φραγμοί στην αποστολή αγαθών είναι το υψηλό κόστος αποστολής (78%) και η ανεπάρκεια των υπηρεσιών αποστολής (42%), έναντι της έλλειψης ζήτησης (28%) ή των πολιτιστικών διαφορών (12%) (Εκθεση eBay).

### 3.3 Προκλήσεις για τις επιχειρήσεις υπηρεσιών παράδοσης

Οι επιχειρήσεις υπηρεσιών παράδοσης είναι όλοι οι συντελεστές που διαδραματίζουν κάποιο ρόλο στην αποστολή αγαθών τα οποία παραγγέλλονται μέσω του Διαδικτύου μέχρι την τελική παράδοση στον καταναλωτή· σε αυτούς περιλαμβάνονται π.χ. οι μεταφορείς, οι επιχειρήσεις υπηρεσιών παράδοσης δεμάτων και εφοδιαστικής, άλλοι φορείς παροχής υπηρεσιών εφοδιαστικής, φορείς παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών και ταχυμεταφορών για το τμήμα των συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών. Ο τομέας της εφοδιαστικής λειτουργεί κατά παράδοση με χαμηλά περιθώρια κέρδους στο πλαίσιο μιας δομής με υψηλά πάγια έξοδα. Οι επιχειρήσεις υπηρεσιών παράδοσης δέχονται τεράστιες πιέσεις από τους μεγάλους ηλεκτρονικούς εμπόρους λιανικής (μεγάλοι αποστολείς) για τη διαπραγμάτευση χαμηλών τιμολογίων.

Όμως, οι επιχειρήσεις υπηρεσιών παράδοσης χρειάζονται μακροπροθέσμως βιώσιμα τιμολόγια για να μπορούν να αντιμετωπίσουν τα υψηλά πάγια έξοδα του δικτύου τους<sup>39</sup>. Τα συμφωνημένα καθεστώτα τιμών από τα οποία επωφελούνται οι μεγάλοι αποστολείς δεν μπορούν να επεκταθούν στους αποστολείς μικρών όγκων και πόσο μάλλον σε μεμονωμένους καταναλωτές.

Οι ηλεκτρονικοί έμποροι λιανικής απαιτούν ολοένα και περισσότερο από τις επιχειρήσεις υπηρεσιών παράδοσης να προσφέρουν, εντός πολύ σύντομου χρονικού διαστήματος, νέες υπηρεσίες και επιλογές με χαμηλό κόστος. Εντούτοις, οι επιχειρήσεις αυτές χρειάζονται χρόνο για να προσαρμόσουν τις εργασίες εφοδιαστικής τους, οι οποίες είναι περίπλοκες και υπόκεινται σε πολλούς εξωτερικούς περιορισμούς. Ο βαθμός ευελιξίας που αναμένεται από αυτές (και το προσωπικό τους) είναι επίσης ιδιαίτερα υψηλός.

Επιπλέον, η έλλειψη ολοκλήρωσης μεταξύ των συστημάτων ηλεκτρονικής επικοινωνίας των επιχειρήσεων κατά μήκος της αλυσίδας μεταφορών και εφοδιαστικής συνιστά σημαντικότατο φραγμό, ιδίως για τους μικρότερους αποστολείς, και περιορίζει σοβαρά τις επιλογές τους όσον αφορά τις διαθέσιμες λύσεις μεταφορών και εφοδιαστικής. Η αύξηση της διαλειτουργικότητας θα μπορούσε να επιταχύνει την ανταλλαγή πληροφοριών, να συμβάλει στην ενοποίηση των μεταφορικών αναγκών, της παράδοσης δεμάτων και της τιμολόγησης, να διευκολύνει τις συντροπικές μεταφορές και να μειώσει το διοικητικό κόστος και το κόστος εφαρμογής των ΤΠ<sup>40</sup>.

---

<sup>39</sup> Συμπεριλαμβανομένου του κόστους ανανέωσης του στόλου, ώστε να ανταποκρίνεται πάντοτε στα περιβαλλοντικά πρότυπα.

<sup>40</sup> Όπως στη δράση επίδειξης DiSCwise, (<http://www.discwise.eu/>).

#### 4. Η επάρκεια του ισχύοντος κανονιστικού και θεσμικού πλαισίου

Ο τομέας της παράδοσης υπόκειται σε πλήθος κανόνων και ρυθμίσεων που επηρεάζουν τις δυνατότητες οργάνωσης της αποστολής και της παράδοσης. Οι πιο σημαντικές πράξεις στον τομέα αυτό περιγράφονται και εξετάζονται παρακάτω:

- **Η ταχυδρομική οδηγία<sup>41</sup>:** Οι διατάξεις της ταχυδρομικής οδηγίας επικεντρώνονται στη διασφάλιση μιας (βασικής) καθολικής ταχυδρομικής υπηρεσίας. Οι περισσότερες από τις διατάξεις της είναι δυνατόν να εφαρμοστούν μόνο στο μικρό τμήμα της αγοράς δεμάτων για το οποίο υπάρχει υποχρέωση παροχής καθολικής υπηρεσίας (περίπου 10% του όγκου των δεμάτων)<sup>42</sup>.

Οι κανόνες σχετικά με την τήρηση ενός (ελάχιστου) προτύπου ποιότητας, τις αρχές που διέπουν το κόστος και τις τιμές, τη ρύθμιση των τιμών και τη συλλογή πληροφοριών και δεδομένων συνδέονται άμεσα και συνήθως αποκλειστικά με την υποχρέωση παροχής καθολικής υπηρεσίας.

Ορισμένες διατάξεις —ιδίως το άρθρο 19 για τις διαδικασίες καταγγελίας— επιτρέπουν την έγκριση πρόσθετων κανονιστικών μέτρων όσον αφορά την παράδοση δεμάτων εκτός του πεδίου εφαρμογής της υποχρέωσης παροχής καθολικής υπηρεσίας. Οι εν λόγω διατάξεις θα μπορούσαν θεωρητικά να επιτρέψουν την αντιμετώπιση των προβλημάτων σχετικά με την ποιότητα της υπηρεσίας. Ωστόσο, δεν καλύπτουν τα περισσότερα προβλήματα που έχουν επισημανθεί (ακατάλληλα ωράρια παράδοσης, απουσία υπηρεσιών παραλαβής/συλλογής, επιλογών παρακολούθησης και εντοπισμού της παραγγελίας, και διαδικασιών επιστροφής· έλλειψη σαφήνειας σχετικά με την ευθύνη σε περίπτωση απώλειας, κλοπής, φθοράς ή καθυστέρησης· έλλειψη διαφάνειας/πληροφοριών σχετικά με τις υπηρεσίες). Κατά συνέπεια, το ισχύον κανονιστικό πλαίσιο για τις ταχυδρομικές υπηρεσίες δεν έχει σχεδιαστεί για την κάλυψη των αναγκών των καταναλωτών που ψωνίζουν ηλεκτρονικά.

- **Το πλαίσιο προστασίας των καταναλωτών:** Αναμένονται περαιτέρω βελτιώσεις όσον αφορά την ποιότητα της υπηρεσίας και της προστασίας των καταναλωτών (ιδίως στον τομέα των αγορών μέσω του Διαδικτύου) μετά την πλήρη εφαρμογή, από τις 13 Ιουνίου 2014, των κανόνων μεταφοράς της οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών στο εθνικό δίκαιο. Χάρη σε διάφορες διατάξεις της εν λόγω οδηγίας θα βελτιωθούν η ενημέρωση και η διαφάνεια με, μεταξύ άλλων, α) την εξάλειψη των κρυφών επιβαρύνσεων και τη μεγαλύτερη διαφάνεια των τιμών όσον αφορά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις και τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος· β) τη μεγαλύτερη περίοδο για το δικαίωμα υπαναχώρησης (14 ημέρες)· γ) καλύτερα

<sup>41</sup> Οδηγία 97/67/EK, όπως τροποποιήθηκε με τις οδηγίες 2002/39/EK και 2008/6/EK.

<sup>42</sup> Μόνο το 36% της αγοράς υπηρεσιών παράδοσης κατέχεται από τους παρόχους καθολικής υπηρεσίας· ένα μικρό μόνο μέρος αυτού του ποσοστού 36% υπόκειται στις υποχρεώσεις παροχής καθολικής υπηρεσίας. Στις ελάχιστες απαιτήσεις που προβλέπει η ταχυδρομική οδηγία περιλαμβάνεται η **εξυπηρέτηση από θυρίδα** ή η παροχή βασικών υπηρεσιών παράδοσης δεμάτων. Οι υποχρεώσεις ελάχιστης καθολικής υπηρεσίας ορίζονται στο άρθρο 3 της οδηγίας, αλλά τα κράτη μέλη μπορούν να επιβάλουν αυστηρότερες απαιτήσεις.

δικαιώματα επιστροφής χρημάτων (π.χ. ενδεχόμενη επιστροφή των εξόδων παράδοσης)· δ) τη δυνατότητα για τον καταναλωτή να χρησιμοποιήσει ένα υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης (στο οποίο πρέπει να αναγράφονται με σαφήνεια τα στοιχεία επικοινωνίας και η διεύθυνση επιστροφής)· ε) σαφείς απαιτήσεις πληροφόρησης όσον αφορά τα έξοδα επιστροφής του αγορασμένου αντικειμένου σε περίπτωση υπαναχώρησης.

Η οδηγία για την προστασία των καταναλωτών θα επηρεάσει επίσης τις υπηρεσίες παράδοσης δεμάτων, επειδή οι υπηρεσίες αυτές —ιδίως όσον αφορά την παράδοση αντικειμένων στους καταναλωτές— αποτελούν μέρος των εξ αποστάσεως συμβάσεων και των συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος τις οποίες καλύπτει η οδηγία για την προστασία των καταναλωτών. Μετά την εφαρμογή της, η οδηγία για την προστασία των καταναλωτών είναι πιθανό να ενισχύσει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών στις διασυνοριακές αγορές. Ωστόσο, δεν αντιμετωπίζει τα προβλήματα σχετικά με τις τιμές παράδοσης των δεμάτων ούτε αποτελεί βάση για την αποσαφήνιση της ενδεχόμενης ευθύνης των επιχειρήσεων υπηρεσιών παράδοσης ή για πρόσθετα χαρακτηριστικά ποιότητας (επιλογές παρακολούθησης της πορείας και εντοπισμού της παραγγελίας, υπηρεσίες παραλαβής/συλλογής κ.λπ.) που ενδέχεται να αναμένουν οι καταναλωτές στον ηλεκτρονικό χώρο.

Η πρόταση κανονισμού σχετικά με τη θέσπιση κοινού ευρωπαϊκού δικαίου των πωλήσεων<sup>43</sup> θεσπίζει ένα αυτοτελές και ενιαίο σύνολο συμβατικών κανόνων που εφαρμόζονται στις συμβάσεις διασυνοριακών συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών (B2C) και μεταξύ επιχειρήσεων (B2B). Περιλαμβάνει κανόνες σχετικά με την παράδοση αγαθών και ψηφιακών περιεχομένων, ιδίως για τις συμβάσεις πωλήσεων που περιλαμβάνουν τη μεταφορά αγαθών από μεταφορέα. Οι εν λόγω κανόνες θα εφαρμόζονται μόνον εφόσον τα μέρη επιλέγουν το κοινό ευρωπαϊκό δίκαιο των πωλήσεων. Όπως και η οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών, το μελλοντικό κοινό ευρωπαϊκό δίκαιο των πωλήσεων δεν θα καλύπτει τα προβλήματα παράδοσης δεμάτων που αφορούν τις υπερβολικά υψηλές τιμές ή ορισμένα χαρακτηριστικά ποιότητας.

Η νέα πρόταση της Επιτροπής για την εναλλακτική επίλυση καταναλωτικών διαφορών<sup>44</sup> (ΕΕΚΔ) αποβλέπει στην περαιτέρω βελτίωση της προστασίας των καταναλωτών όσον αφορά την επίλυση διαφορών. Η νομοθεσία ΕΕΚΔ<sup>45</sup> θα ενισχύσει περαιτέρω τις ισχύουσες διατάξεις σχετικά με την προστασία των καταναλωτών που αφορούν την (ταχυδρομική) παράδοση δεμάτων (άρθρο 19 της ταχυδρομικής οδηγίας).

---

<sup>43</sup> COM (2011) 635 τελικό, 11.10.2011.

<sup>44</sup> Πρόταση της Επιτροπής για οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την εναλλακτική επίλυση καταναλωτικών διαφορών και για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2006/2004 και της οδηγίας 2009/22/ΕΚ (οδηγία ΕΕΚΔ), COM(2011) 793 τελικό, εγκρίθηκε στις 29 Νοεμβρίου 2011.

<sup>45</sup> Το άρθρο 19 της ταχυδρομικής οδηγίας καλεί τα κράτη μέλη να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη ανεξάρτητων εξωδικαστικών διαδικασιών για την επίλυση διαφορών.



- **Δίκαιο περί ανταγωνισμού:** Οι τιμές παράδοσης δεμάτων που δεν εμπίπτουν στο πεδίο της καθολικής υπηρεσίας δεν υπόκεινται σε ειδική τομεακή ρύθμιση αλλά στο δίκαιο περί ανταγωνισμού. Τα άρθρα 101 και 102 της ΣΛΕΕ εφαρμόζονται άμεσα. Στην ενδοενοσιακή διασυνοριακή αγορά διανομής δεμάτων, το ενωσιακό δίκαιο περί ανταγωνισμού (εν προκειμένω, το άρθρο 102 ΣΛΕΕ) θα παραβιάζόταν, για παράδειγμα, αν μια επιχείρηση υπηρεσιών (διασυνοριακής) παράδοσης δεμάτων που κατέχει δεσπόζουσα θέση εφάρμοζε μια επιθετική εμπορική συμπεριφορά με σκοπό να εμποδίσει την είσοδο στη διασυνοριακή αγορά διανομής δεμάτων.

Το άρθρο 101 ΣΛΕΕ απαγορεύει τη σύναψη συμφωνιών μεταξύ επιχειρήσεων οι οποίες ενδέχεται να θίξουν τις συναλλαγές μεταξύ κρατών μελών και έχουν ως αντικείμενο ή αποτέλεσμα την παρακώλυση, τον περιορισμό ή τη στρέβλωση του ανταγωνισμού στην εσωτερική αγορά.

- Εντός ορισμένων ορίων, ο τομέας της παράδοσης υπόκειται επίσης στις διατάξεις της **οδηγίας για τις υπηρεσίες**<sup>46</sup> και στα αντίστοιχα εθνικά μέτρα εφαρμογής της. Στο πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου και των σχετικών παραδόσεων αξίζει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στις ακόλουθες δύο πτυχές:
  - ο Η οδηγία για τις υπηρεσίες περιέχει, στο άρθρο 20 παράγραφος 2, την απαγόρευση εισαγωγής διακρίσεων στις γενικές προϋποθέσεις πρόσβασης σε μια υπηρεσία λόγω τόπου κατοικίας του αποδέκτη. Συνεπώς, επιδιώκει να διευκολύνει την παροχή υπηρεσιών σε διασυνοριακή βάση. Στις 8 Ιουνίου 2012 η Επιτροπή εξέδωσε κατευθύνσεις σχετικά με την εφαρμογή της υποχρέωσης μη εισαγωγής διακρίσεων από τις εθνικές αρχές<sup>47</sup>. Αυτό αναμένεται ότι θα επιφέρει μεγαλύτερη διαφάνεια σχετικά με την επιβολή περιορισμών στην παράδοση (πριν από την υποχρέωση που προβλέπεται στο άρθρο 8 της ευρωπαϊκής οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών) και θα μειώσει την απογοήτευση των καταναλωτών σε περίπτωση άρνησης λόγω τόπου κατοικίας. Οι κατευθύνσεις διευκρινίζουν επίσης ότι το επιχείρημα της απουσίας επιλογών για την παράδοση σπάνια μπορεί να προβάλλεται από επιχείρηση ως θεμιτός λόγος για την άρνηση προμήθειας ενός αγορασμένου αντικειμένου σε ένα συγκεκριμένο κράτος μέλος λόγω της ύπαρξης των βασικών καθολικών ταχυδρομικών υπηρεσιών.
  - ο Το άρθρο 22 της οδηγίας για τις υπηρεσίες, που αφορά τις απαιτήσεις πληροφόρησης για τις επιχειρήσεις υπηρεσιών, έχει ως στόχο να εξασφαλίσει ότι συγκεκριμένες πληροφορίες παρέχονται πάντοτε κατά τρόπο ευπρόσιτο στους αποδέκτες των υπηρεσιών (π.χ. επωνυμία και στοιχεία επικοινωνίας του παρόχου· γενικοί όροι και προϋποθέσεις· τιμή της υπηρεσίας).

<sup>46</sup> Οδηγία 2006/123/ΕΚ.

<sup>47</sup> [http://ec.europa.eu/internal\\_market/services/docs/servicesdir/implementation/report/SWD\\_2012\\_146\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/services/docs/servicesdir/implementation/report/SWD_2012_146_en.pdf)

- Οι **μεταφορές** και τα θέματα που αφορούν την εφοδιαστική σε ενωσιακό και διεθνές επίπεδο καλύπτονται από διάφορους κανόνες, ιδίως στο πλαίσιο της ολοκλήρωσης της εσωτερικής αγοράς μεταφορών και σε συνάρτηση με περιβαλλοντικά ζητήματα (π.χ. απαλλαγή της αλυσίδας εφοδιασμού από τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα, μείωση της ατμοσφαιρικής ρύπανσης από τα μηχανοκίνητα οχήματα) και με ζητήματα ασφάλειας. Στη Λευκή Βίβλο της Επιτροπής με τίτλο «Χάρτης πορείας για έναν Ενιαίο Ευρωπαϊκό Χώρο Μεταφορών» και στην επερχόμενη πρωτοβουλία για τις ηλεκτρονικές εμπορευματικές μεταφορές<sup>48</sup> παρουσιάζονται οι βασικές πρωτοβουλίες πολιτικής.
- **Άλλοι συναφείς κανόνες** που μπορεί να επηρεάσουν τον τομέα συμπεριλαμβάνουν τους κανόνες που αφορούν θέματα όπως ο πολεοδομικός σχεδιασμός, η εποπτεία της αγοράς, ο ΦΠΑ, οι συνθήκες εργασίας και, στην περίπτωση του εξωτερικού εμπορίου, τα τελωνειακά ζητήματα, τα ζητήματα ασφάλειας και άλλα διεθνή ζητήματα:
  - Πολεοδομικός σχεδιασμός: πρόσφατα πολλά κράτη μέλη έχουν αρχίσει να θεσπίζουν ειδικούς κανόνες για την κυκλοφορία των αυτοκινήτων στο κέντρο των πόλεων (ή και εκτός των εν λόγω ζωνών) με σκοπό, παραδείγματος χάριν, τη μείωση της ατμοσφαιρικής ρύπανσης στο πλαίσιο της ευρύτερης πολιτικής τους για τη βελτίωση της ποιότητας του ατμοσφαιρικού αέρα<sup>49</sup> ή τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς τους. Αυτοί οι εθνικοί κανόνες μπορεί να επηρεάσουν τις επιχειρηματικές λύσεις των επιχειρήσεων υπηρεσιών παράδοσης, οι οποίες πρέπει να προσαρμόσουν τα ωράριά τους συλλογής και παράδοσης στις διαθέσιμες χρονοθυρίδες ή ακόμη και να εξασφαλίσουν την παράδοση με άλλα μέσα (π.χ. ποδήλατα), καθώς η αστική κυκλοφορία μπορεί να απαγορεύεται ορισμένες ώρες.
  - Εποπτεία της αγοράς προϊόντων: ο τομέας της παράδοσης υπόκειται επίσης σε διατάξεις για την εποπτεία της αγοράς<sup>50</sup>. Οι διατάξεις αυτές εφαρμόζονται ανεξάρτητα από το σύστημα διανομής, συμπεριλαμβανομένης της εξ αποστάσεως και της ηλεκτρονικής πώλησης, και προβλέπουν ελέγχους των προϊόντων που εισέρχονται στην αγορά της ΕΕ από τις τελωνειακές αρχές και από τις αρχές εποπτείας της αγοράς. Για παράδειγμα, όταν οι αρχές εποπτείας της αγοράς διαπιστώνουν ότι ένα προϊόν που εισέρχεται στην ΕΕ διαμέσου

<sup>48</sup> ΕΚ-Λευκή Βίβλος: Χάρτης πορείας για έναν Ενιαίο Ευρωπαϊκό Χώρο Μεταφορών, COM(2011) 144 τελικό και πρωτοβουλία για τις ηλεκτρονικές εμπορευματικές μεταφορές: [http://ec.europa.eu/governance/impact/planned\\_ia/docs/2013\\_move\\_001\\_e\\_freight.pdf](http://ec.europa.eu/governance/impact/planned_ia/docs/2013_move_001_e_freight.pdf)

<sup>49</sup> Για παράδειγμα, η οδηγία 2008/50/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 21ης Μαΐου 2008, για την ποιότητα του ατμοσφαιρικού αέρα και καθαρότερο αέρα για την Ευρώπη, ΕΕ L 152 της 11ης Ιουνίου 2008, παρέχει ένα κανονιστικό πλαίσιο σχετικά με τους στόχους για την ποιότητα του αέρα στην ΕΕ.

<sup>50</sup> Όπως προβλέπεται στον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 765/2008 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 9ης Ιουλίου 2008, για τον καθορισμό των απαιτήσεων διαπίστευσης και εποπτείας της αγοράς όσον αφορά την εμπορία των προϊόντων και για την κατάργηση του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 339/93 του Συμβουλίου και στην οδηγία 2001/95/ΕΚ για τη γενική ασφάλεια των προϊόντων.

μιας επιχείρησης υπηρεσιών παράδοσης δεν τηρεί την ενωσιακή νομοθεσία, οφείλουν να λάβουν κατάλληλα μέτρα στα οποία συμπεριλαμβάνεται, εφόσον απαιτείται, η απαγόρευση της διάθεσης του προϊόντος στην αγορά. Αυτό έχει άμεση επίδραση στην επιχείρηση υπηρεσιών παράδοσης, η οποία μπορεί να αναγκαστεί να επιστρέψει τα προϊόντα ή, σε ορισμένες περιπτώσεις, να βρεθεί σε κατάσταση στην οποία τα προϊόντα καταστρέφονται από τις αρχές εποπτείας της αγοράς.

- ο ΦΠΑ: οι εθνικοί κανόνες και συντελεστές ΦΠΑ μπορεί να επηρεάσουν τους αγοραστές και την επιλογή των υπηρεσιών παράδοσης. Εάν μια υπηρεσία παράδοσης είναι μέρος των δημόσιων ταχυδρομικών υπηρεσιών, θα απαλλάσσεται από τον ΦΠΑ· στην αντίθετη περίπτωση, οι χρήστες των εν λόγω υπηρεσιών (ενδέχεται να) επιβαρύνονται με το κόστος ΦΠΑ<sup>51</sup>. Οι συντελεστές ΦΠΑ για τις υπηρεσίες παράδοσης επίσης διαφέρουν μεταξύ των κρατών μελών, γεγονός που μπορεί να επηρεάσει τις ενδοενωσιακές εμπορικές ροές.
- ο Συνθήκες εργασίας: ο τομέας της παράδοσης θεωρείται συνήθως τομέας με μεγάλη ένταση εργασίας, όπου το μεγαλύτερο μερίδιο του κόστους συνδέεται με την ίδια την παράδοση στο «τελευταίο χιλιόμετρο». Ως εκ τούτου, πολλές λύσεις του τύπου «υπηρεσία παράδοσης επί πληρωμή» έχουν αναπτυχθεί στον τομέα της παράδοσης (π.χ. πάγια χρέωση για την παράδοση· χρέωση ανά παραδιδόμενο αντικείμενο), σε συνάρτηση επίσης με το ισχύον κανονιστικό πλαίσιο<sup>52</sup>.
- ο Τελωνειακά και άλλα διεθνή ζητήματα: διάφοροι άλλοι κανόνες που απορρέουν είτε από διεθνείς εμπορικές συμφωνίες είτε από το ενωσιακό δίκαιο μπορεί να επηρεάσουν τις λύσεις διασυνοριακής παράδοσης, συμπεριλαμβανομένων των ενδοενωσιακών ροών. Για παράδειγμα, οι επιχειρήσεις υπηρεσιών παράδοσης που εξάγουν προς τρίτες χώρες ή εισάγουν από αυτές υπόκεινται σε τελωνειακές διαδικασίες και σε απαιτήσεις ασφάλειας που απορρέουν από διεθνείς συμφωνίες (π.χ. κανόνες του Παγκόσμιου Οργανισμού Τελωνείων (ΠΟΤ), κανόνες της ΔΟΠΑ) ή από το ενωσιακό δίκαιο (π.χ. κοινοτικός τελωνειακός κώδικας<sup>53</sup>, κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 2320/2002 για την ασφάλεια της πολιτικής αεροπορίας).

---

<sup>51</sup> Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την απαλλαγή από τον ΦΠΑ στον ταχυδρομικό τομέα: βλέπε την προδικαστική απόφαση την οποία εξέδωσε το Δικαστήριο της ΕΕ στην υπόθεση C-357/07, *The Queen*, κατόπιν αιτήσεως της TNT Post UK Ltd κατά *The Commissioners for Her Majesty's Revenue and Customs*, Συλλογή [2009] I – 03025, σκέψεις 36 – 40.

<sup>52</sup> Για παράδειγμα, το άρθρο 2 σημείο 19 της οδηγίας για τις ταχυδρομικές υπηρεσίες επισημαίνει την τήρηση των όρων και προϋποθέσεων απασχόλησης ως μία από τις πιθανές θεμελιώδεις απαιτήσεις για τους ταχυδρομικούς φορείς όταν υποβάλλουν αίτηση για έκδοση άδειας.

<sup>53</sup> Κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 2913/92 του Συμβουλίου, της 12ης Οκτωβρίου 1992, περί θεσπίσεως κοινοτικού τελωνειακού κώδικα, ΕΕ L 302 της 19.10.1992.

- ο Επιπλέον, οι εθνικοί ταχυδρομικοί φορείς υπόκεινται στους ειδικούς κανόνες της Παγκόσμιας Ταχυδρομικής Ένωσης (ΠΤΕ).

**Ερωτήσεις: το κανονιστικό και θεσμικό πλαίσιο για την ενωσιακή αγορά υπηρεσιών παράδοσης δεμάτων**

- 1) Για τους σκοπούς της παρούσας Πράσινης Βίβλου, το «δέμα» ορίζεται με την ευρεία έννοια και περιλαμβάνει όλα τα αντικείμενα βάρους έως 30 kg. Υπάρχουν ιδιαίτερα στοιχεία τα οποία έχουν, κατά την άποψή σας, ουσιαστική σημασία για τον καθορισμό της έννοιας του δέματος με σκοπό την επίτευξη μιας πιο ολοκληρωμένης και εύρυθμης αγοράς παράδοσης δεμάτων στην ΕΕ<sup>54</sup>;
- 2) Συνιστά το ισχύον πλαίσιο εμπόδιο στη δημιουργία μιας πραγματικά ολοκληρωμένης ευρωπαϊκής αγοράς παράδοσης δεμάτων, που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες και στις προσδοκίες των ηλεκτρονικών εμπόρων λιανικής πώλησης, των καταναλωτών και των εργαζομένων του τομέα; Εάν ναι, σε ποιον βαθμό;
- 3) Ποιες είναι οι τρεις κυριότερες προκλήσεις που θέτει το κανονιστικό πλαίσιο; Ποιες συγκεκριμένες ενέργειες θα σας βοηθούσαν να αντιμετωπίσετε, βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα, τις προκλήσεις αυτές;
- 4) Θεωρείτε ότι υπάρχουν ρυθμιστικά κενά ή ότι είναι αναγκαίο να εγκριθούν πρόσθετα μέτρα ή πρόσθετες κανονιστικές ρυθμίσεις; Εάν ναι, να δοθούν σχετικές διευκρινίσεις.

**5. Προς μια πραγματικά ολοκληρωμένη ενωσιακή αγορά παράδοσης δεμάτων**

Τα ακόλουθα κεφάλαια, που βασίζονται σε ανάλυση του ισχύοντος κανονιστικού και θεσμικού πλαισίου, θα επικεντρωθούν στα τρία κυριότερα ζητήματα που κρίνονται καθοριστικά για τη δημιουργία μιας ολοκληρωμένης ενωσιακής αγοράς παράδοσης δεμάτων, η οποία παρέχει τόσο στους ηλεκτρονικούς εμπόρους λιανικής πώλησης όσο και στους πελάτες τους τις λύσεις παράδοσης που χρειάζονται:

- Εξυπηρέτηση: καλύτερη εξυπηρέτηση και μεγαλύτερη διαφάνεια για τους καταναλωτές<sup>55</sup>.
- Κόστος: λύσεις παράδοσης πιο αποτελεσματικές ως προς το κόστος, ιδίως σε διασυνοριακό επίπεδο.

<sup>54</sup> Παρακαλούμε οι απαντήσεις σας στις επόμενες ερωτήσεις να βασίζονται οπωσδήποτε στον ορισμό που περιλαμβάνεται στην Πράσινη Βίβλο.

<sup>55</sup> Το 47% των καταναλωτών αναφέρουν ότι η έλλειψη εξυπηρετικής λύσης για την παράδοση μπορεί να τους αποτρέψει από την πραγματοποίηση αγορών μέσω του Διαδικτύου (Έρευνα για τις ανάγκες των καταναλωτών, Νοέμβριος 2010).

- **Διαλειτουργικότητα:** μεγαλύτερο επίπεδο διαλειτουργικότητας μεταξύ των παραγόντων σε ολόκληρη την αλυσίδα παράδοσης και καλύτερος συντονισμός μεταξύ των ηλεκτρονικών εμπόρων λιανικής και των επιχειρήσεων υπηρεσιών παράδοσης.

Στα ακόλουθα τμήματα, εξετάζονται διάφορες πτυχές των τριών αυτών στόχων προκειμένου να προσδιοριστούν οι καλύτερες δυνατές λύσεις για τη βελτίωση της τρέχουσας κατάστασης. Επιπλέον, λαμβάνεται υπόψη η αξιολόγηση του βαθμού στον οποίο αποτελεσματικές αγορές θα μπορούσαν να συμβάλουν στην επίτευξη των επιδιωκόμενων αποτελεσμάτων και μελετάται το ενδεχόμενο τροποποίησης του τρέχοντος εποπτικού ή κανονιστικού πλαισίου.

## **5.1 Βελτίωση της εμπειρίας και της εξυπηρέτησης του καταναλωτή**

### **5.1.1 Αύξηση της διαφάνειας**

Θα ανέμενε κανείς να παρέχονται περισσότερες πληροφορίες στους πελάτες που ψωνίζουν μέσω του Διαδικτύου όσον αφορά τις πιθανές επιλογές παράδοσης, τις σχετικές τιμές και τα επίπεδα υπηρεσίας, καθώς και τις πρακτικές ρυθμίσεις παράδοσης (ώρα και τόπος παράδοσης)<sup>56</sup>.

Κατά τη διάρκεια της διαδικασίας παράδοσης και μετά από αυτή, οι πελάτες θα πρέπει να έχουν τη δυνατότητα να διαδίδουν τη γνώμη τους για την πραγματική ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών παράδοσης. Η μεγαλύτερη διαφάνεια ως προς τις πραγματικές επιδόσεις της παράδοσης, ιδιαίτερα για τις διασυνοριακές αγορές, μπορεί να εξυπηρετήσει διάφορους σκοπούς. Πρώτον και κύριον, θα επιτρέψει στους καταναλωτές να επιλέγουν με μεγαλύτερη επίγνωση κατά τις επόμενες αγορές τους, προτιμώντας —όποτε είναι δυνατόν— το σύστημα παράδοσης το οποίο κρίνουν ως το πιο αξιόπιστο και το οποίο εξυπηρετεί καλύτερα τις ανάγκες τους. Δεύτερον, η αυξημένη διαφάνεια θα δημιουργήσει επίσης κίνητρο για τις επιχειρήσεις υπηρεσιών παράδοσης, ώστε να βελτιώσουν περαιτέρω τις επιδόσεις τους. Τρίτον, το άνοιγμα αυτού του «μαύρου κουτιού» της παράδοσης θα συμβάλει επίσης στην αλλαγή της αντίληψης του πελάτη για τις πραγματικές επιδόσεις παράδοσης στις περιπτώσεις στις οποίες η αντίληψή του ήταν λανθασμένη ή μη ρεαλιστική.

Διάφορες επιλογές εξετάζονται για την αύξηση της διαφάνειας όσον αφορά τις επιδόσεις της παράδοσης πακέτων και δεμάτων.

---

<sup>56</sup> Επιπλέον των απαιτήσεων της ενωσιακής νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών που υποχρεώνει τους εμπόρους να παρέχουν σαφείς και διαφανείς πληροφορίες στους καταναλωτές, ιδίως για τα δικαιώματά τους υπαναχώρησης από τις εξ αποστάσεως συμβάσεις.

**Ερωτήσεις: βελτίωση της εμπειρίας και της εξυπηρέτησης των καταναλωτών - περισσότερη διαφάνεια**

**5) Πληροφορίες για τις επιλογές και τους τρόπους παράδοσης**

- α) Ποιες πληροφορίες<sup>57</sup> θα πρέπει να διατίθενται στους καταναλωτές στον ιστότοπο του ηλεκτρονικού εμπόρου λιανικής πώλησης (επωνυμία και στοιχεία επικοινωνίας της ή των επιχειρήσεων υπηρεσιών παράδοσης, τιμή παράδοσης, ώρα και τόπος παράδοσης, πληροφορίες για την εξέταση των διαμαρτυριών, επιλογές παρακολούθησης της πορείας και εντοπισμού της παραγγελίας, επιλογές επιστροφής);
- β) Λαμβανομένου υπόψη του κινδύνου υπερπληροφόρησης, τι θα μπορούσε να γίνει για την παροχή στους καταναλωτές, την κατάλληλη στιγμή, σαφών, διαφανών και συγκρίσιμων πληροφοριών σχετικά με την παράδοση;

**6) Πληροφορίες για την ποιότητα/τις επιδόσεις παράδοσης**

- α) Οι **δείκτες επιδόσεων** αφορούν, παραδείγματος χάριν, την ταχύτητα της παράδοσης, τη γεωγραφική κάλυψη της επιχείρησης υπηρεσιών παράδοσης, τις καθυστερήσεις, τη φθορά ή την απώλεια αντικειμένων. Πώς μπορούν να μετρηθούν και να συλλεχθούν αυτού του είδους πληροφορίες που αφορούν τις επιδόσεις; Θα δημιουργούσε η δημοσίευση των αποτελεσμάτων αυτών των δεικτών επιδόσεων προστιθέμενη αξία για τους καταναλωτές; Υπάρχει ανάγκη για την ανάπτυξη προτύπων σχετικά με την παρακολούθηση των επιπέδων επιδόσεων;
- β) Θα αποτελούσε ένα **σήμα ποιότητας** (π.χ. πιστοποιητικό το οποίο απονέμεται από μια επαγγελματική ένωση και βεβαιώνει ότι η διαδικασία παράδοσης μιας επιχείρησης υπηρεσιών είναι αξιόπιστη, επειδή πληροί τις απαιτήσεις που βασίζονται στη βέλτιστη πρακτική) έναν πιο αποτελεσματικό τρόπο ενίσχυσης της εμπιστοσύνης των καταναλωτών;
- γ) Θα αποτελούσε η **πιστοποίηση ISO** μιας διαδικασίας ποιότητας με στόχο την αποτελεσματική παράδοση ένα κατάλληλο εργαλείο για να ενισχυθεί η εμπιστοσύνη των καταναλωτών;

**7) Ανεξάρτητη εποπτεία:**

Ποιος θα πρέπει να ηγηθεί της παρακολούθησης των επιδόσεων: μια επαγγελματική οργάνωση, ένας ανεξάρτητος φορέας, μια ρυθμιστική αρχή;

<sup>57</sup> Επιπλέον των απαιτήσεων πληροφόρησης της ενωσιακής νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών και των οδηγίων για τις υπηρεσίες και το ηλεκτρονικό εμπόριο (2006/123/EK και 2000/31/EK).

### **5.1.2 Παροχή καλύτερης υπηρεσίας και περισσότερων διασφαλίσεων στους καταναλωτές**

Αν και οι καταναλωτές αποδίδουν σημασία στην παράδοση των δεμάτων τους, δεν είναι απαραίτητως καλά ενημέρωτοι για τον τύπο της επιχείρησης υπηρεσιών παράδοσης που εκτελεί την παράδοση. Αυτό που τους απασχολεί κατά κύριο λόγο είναι να γνωρίζουν σε ποιον μπορούν να απευθύνουν τις ερωτήσεις τους σχετικά με την παράδοση και ποιος θα τους δώσει γρήγορες απαντήσεις και ακριβείς πληροφορίες. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία στις διασυνοριακές περιπτώσεις, στις οποίες εμπλέκονται συνήθως αρκετές επιχειρήσεις υπηρεσιών παράδοσης.

Το ισχύον κανονιστικό πλαίσιο καλύπτει ένα μέρος μόνο των αναγκών παράδοσης των καταναλωτών που αγοράζουν μέσω του Διαδικτύου. Η οδηγία για τις ταχυδρομικές υπηρεσίες στην ΕΕ δεν εκπονήθηκε για το περιβάλλον του ηλεκτρονικού εμπορίου και οι ταχυδρομικοί φορείς αποτελούν απλώς έναν από τους πολλούς δραστηριοποιούμενους στον τομέα της παράδοσης δεμάτων. Η οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών προβλέπει πολλές διασφαλίσεις για τους καταναλωτές που αγοράζουν μέσω του Διαδικτύου, όπως η γνωστοποίηση των τιμών, οι προθεσμίες παράδοσης και η διαδικασία επιστροφής. Ορισμένα συγκεκριμένα προβλήματα παράδοσης μπορεί να εξακολουθούν να αποτελούν αιτία ανησυχίας για τους καταναλωτές και πιθανόν να υπάρξει ανάγκη για ειδικές διασφαλίσεις.

Η σημερινή καθολική ταχυδρομική υπηρεσία παρέχει απλώς ένα «δίκτυ ασφαλείας» για τους περιστασιακούς αποστολείς δεμάτων. Ορισμένοι ενδιαφερόμενοι φορείς υποστήριξαν ότι η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στο τμήμα των συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών και η σημασία μιας εξυπηρετικής παράδοσης στο τελευταίο χιλιόμετρο μπορεί να απαιτήσουν έναν νέο ορισμό (της καθολικής υπηρεσίας) που να ευθυγραμμίζεται περισσότερο με τις προσδοκίες των καταναλωτών στον διαδικτυακό χώρο. Μια τέτοια «νέα» καθολική υπηρεσία θα πρέπει να ανταποκρίνεται τόσο στις ανάγκες των καταναλωτών για ένα ελάχιστο επίπεδο εξυπηρέτησης —ιδίως ως προς τις πληροφορίες για τη διαδικασία παράδοσης και τις επιλογές για την επιστροφή αντικειμένων— όσο και στις απαιτήσεις των εμπόρων λιανικής πώλησης σχετικά με την παρακολούθηση της πορείας και την οικονομική προσιτότητα της εμπορικής προσφοράς τους. Υποστηρίζεται ότι σε περίπτωση που οι καταναλωτές ζητούν χαρακτηριστικά τα οποία υπερβαίνουν αυτά τα ελάχιστα πρότυπα ποιότητας, οι αγορές προσφέρουν εναλλακτικές επιλογές και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται σε αυτές τις πιο προηγμένες ανάγκες.

**Ερωτήσεις: βελτίωση της εμπειρίας και της εξυπηρέτησης των καταναλωτών – καλύτερες υπηρεσίες και περισσότερες διασφαλίσεις**

**8) Ενδεχόμενη ανάγκη για καθολική υπηρεσία παράδοσης δεμάτων και σχετικό πεδίο εφαρμογής:**

- α) Είναι αναγκαίο να προβλεφθεί μια νέα υποχρέωση παροχής καθολικής υπηρεσίας για να εξασφαλιστεί η πανταχού παρουσία, η οικονομική προσιτότητα και η ποιότητα των υπηρεσιών παράδοσης δεμάτων;
- β) Σε καταφατική περίπτωση, ποια θα ήταν ενδεχομένως τα κύρια χαρακτηριστικά αυτής της «νέας» καθολικής υπηρεσίας (ως προς τα επίπεδα της υπηρεσίας, την εξυπηρέτηση και την οικονομική προσιτότητα);
- γ) Από την προοπτική των επιχειρήσεων υπηρεσιών παράδοσης, πιστεύετε ότι μια καθολική υπηρεσία (δεμάτων) θα ήταν εφικτή από πλευράς αποδοτικότητας ως προς το κόστος; Σε καταφατική περίπτωση, σε ποιο επίπεδο;
- δ) Ποια θα ήταν τα καλύτερα εργαλεία για την υλοποίηση μιας τέτοιας καθολικής υπηρεσίας (π.χ. κατευθυντήριες γραμμές, αναθεώρηση της ταχυδρομικής οδηγίας, νέα κανονιστική πράξη με ενισχυμένες εξουσίες των εθνικών ρυθμιστικών αρχών);

**9) Βελτίωση της εμπειρίας των καταναλωτών**

- α) Λαμβανομένης υπόψη της υφιστάμενης δέσμης δικαιωμάτων των καταναλωτών, με ποιον τρόπο θα μπορούσαν να αντιμετωπιστούν πιο αποτελεσματικά οι ανησυχίες και οι καταγγελίες των καταναλωτών όσον αφορά την παράδοση<sup>58</sup>;
- β) Θεωρείτε ότι είναι προβληματικά τα καθεστάτα ευθύνης<sup>59</sup> σε περίπτωση απώλειας ή φθοράς δεμάτων; Με ποιον τρόπο θα μπορούσε να βελτιωθεί η κατάσταση;
- γ) Θα μπορούσαν ο κλάδος του ηλεκτρονικού εμπορίου και οι επιχειρήσεις υπηρεσιών παράδοσης να προτείνουν πιο προορατικές λύσεις για την καλύτερη ανταπόκριση στις προσδοκίες των καταναλωτών; Ποια μέτρα θα μπορούσαν να ληφθούν ταχέως για να βελτιωθεί η κατάσταση βραχυπρόθεσμα; Ποιες μεσοπρόθεσμες έως μακροπρόθεσμες λύσεις θα μπορούσαν να εξεταστούν;

**5.2 Πιο αποδοτικές ως προς το κόστος και ανταγωνιστικές λύσεις παράδοσης**

Οι καταναλωτές και οι ηλεκτρονικοί έμποροι λιανικής πώλησης θεωρούν γενικώς ότι τα τρέχοντα επίπεδα τιμών είναι υπερβολικά υψηλά. Αντιθέτως, οι επιχειρήσεις υπηρεσιών παράδοσης ισχυρίζονται ότι ήδη εργάζονται με χαμηλά περιθώρια και ότι απαιτούνται

<sup>58</sup> Βλέπε το άρθρο 19 της οδηγίας για τις ταχυδρομικές υπηρεσίες που θεσπίζει διαφανείς διαδικασίες για τις καταγγελίες, υπηρεσίες διαμεσολάβησης και εναλλακτικά συστήματα εξωδικαστικής επίλυσης διαφορών.

<sup>59</sup> Όσον αφορά το θέμα της πολυτροπικής ευθύνης, η Επιτροπή αναμένει την έκβαση της διαδικασίας επικύρωσης των κανόνων του Ρότερνταμ από τα κράτη μέλη.



βιώσιμες τιμές προκειμένου να εξασφαλιστεί η οικονομική βιωσιμότητά τους μακροπρόθεσμα.

### **5.2.1 Έλεγχος του κόστους**

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, οι τιμές για τα διασυνοριακά δέματα θεωρούνται υπερβολικά υψηλές, ιδίως για τους αποστολείς μικρών όγκων. Στο παρόν τμήμα, εξετάζονται επιλογές για την ενίσχυση της αποδοτικότητας ως προς το κόστος των υπηρεσιών παράδοσης, πράγμα που θα καθιστούσε δυνατή τη μείωση του κόστους και τη μετακύλισή της στους χρήστες των εν λόγω υπηρεσιών.

Η διάρθρωση του κόστους ποικίλλει σημαντικά μεταξύ επιχειρήσεων υπηρεσιών παράδοσης, καθώς μπορεί να διαφέρουν οι γεωγραφικοί και οι επιμέρους παράγοντες (όπως η ένταση, οι όγκοι, οι χρονικοί περιορισμοί). Τα δημοσιευμένα τιμολόγια βασίζονται κατά κανόνα στο μέσο βάρος, στα επίπεδα ασφάλισης και στην ταχύτητα, αλλά τα στοιχεία αυτά δεν αντιστοιχούν κατ' ανάγκη στα πραγματικά έξοδα των επιχειρήσεων<sup>60</sup>. Η παράδοση στο πλαίσιο των συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών, κυρίως όσον αφορά τα πακέτα, θεωρείται δαπανηρή από τις επιχειρήσεις υπηρεσιών παράδοσης. Οι λύσεις που εξετάζονται για την εξασφάλιση της επιτυχίας της πρώτης απόπειρας παράδοσης (όπως μια πιο ενημερωμένη βάση δεδομένων διευθύνσεων, η παροχή εκ των προτέρων πληροφοριών για την παράδοση) μπορεί να μειώσουν το πρόσθετο κόστος. Μια διαφορετική οργάνωση των διαδικασιών παράδοσης (όπως τα σημεία παραλαβής σε κατάσταση ή οι θυρίδες δεμάτων) μπορεί επίσης να προσφέρει δυνατότητες περιορισμού του κόστους παράδοσης.

Η αυξημένη ομαδοποίηση μικρών όγκων, ιδίως των MME, προσφέρει επίσης δυνατότητες συνολικής μείωσης του κόστους. Η ενίσχυση των συνεργειών μεταξύ των επιχειρήσεων θα είχε ως συνέπεια τη μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα σε μια αγορά καθοδηγούμενη από τις οικονομίες κλίμακας. Στο διασυνοριακό πλαίσιο, θα επέτρεπε επίσης την ομαλότερη ροή της διακίνησης δεμάτων.

#### **Ερωτήσεις: πιο αποδοτικές ως προς το κόστος και ανταγωνιστικές λύσεις παράδοσης – έλεγχος του κόστους**

##### **10) Εξέταση διαφόρων επιλογών για τον έλεγχο του κόστους:**

- α) Υπάρχουν αξιοσημείωτα παραδείγματα ή βέλτιστες πρακτικές όσον αφορά εναλλακτικές λύσεις παράδοσης που να επιτρέπουν τη μείωση του κόστους;

<sup>60</sup> Για τους σκοπούς κατανομής του κόστους, «το βάρος, τα επίπεδα ασφάλισης και η ταχύτητα» δεν είναι κατ' ανάγκη παράγοντες κόστους που συνδέονται με όλες τις ταχυδρομικές δραστηριότητες (συλλογή, μεταφορά, διαλογή και παράδοση). Επιπλέον, η κατανομή κοινών δαπανών στα διάφορα ταχυδρομικά προϊόντα συνήθως συνεπάγεται τη χρήση μιας γενικής κλείδας (όπως η EPMU – Equally proportionate mark-up price), όπου τα διάφορα χαρακτηριστικά του κόστους, όπως το βάρος, δεν έχουν άμεση σημασία. Αυτό σημαίνει ότι ο υπολογισμός του κόστους με βάση τις προαναφερόμενες αρχές κατανομής του κόστους δεν παράγει απαραίτητα το ίδιο αποτέλεσμα με τη χρήση του βάρους, ή άλλων απλών χαρακτηριστικών, ως δείκτη κόστους.

- β) Υπάρχουν έξοχα παραδείγματα βέλτιστων πρακτικών για την αύξηση της αποτελεσματικότητας<sup>61</sup>;
- γ) Ποιος τύπος τεχνολογίας μπορεί ή θα μπορούσε να μειώσει το κόστος παράδοσης;
- δ) Τι θα μπορούσε να γίνει, κατά την άποψή σας, για την εξάλειψη ή τη μείωση των ισχύοντων κανονιστικών περιορισμών, χωρίς να τεθεί σε κίνδυνο η επίτευξη των βασικών στόχων τους<sup>62</sup>;

### 5.2.2 Ανταγωνιστικές αλλά βιώσιμες τιμές

#### *Η ανάγκη για βιώσιμα τιμολόγια*

Οι μεταφορείς δεμάτων ανησυχούν για τη δυνητική αύξηση του κόστους που ενδέχεται να οδηγήσει σε αύξηση των τιμών για τους καταναλωτές. Συγχρόνως, οι καταναλωτές αποκτούν τη συνήθεια να τους προσφέρεται η «δωρεάν αποστολή», με αποτέλεσμα να υποτιμούν ίσως το πραγματικό επιχειρησιακό και κοινωνικό κόστος που συνδέεται με τις εργασίες παράδοσης.

Οι μεγάλοι ηλεκτρονικοί έμποροι λιανικής πώλησης είναι σε θέση να διαπραγματεύονται τα τιμολόγια χάρη στους όγκους τους. Η πίεση που ασκείται στα περιθώρια των επιχειρήσεων μπορεί να είναι σημαντική, ενώ πρέπει να πραγματοποιήσουν νέες επενδύσεις για να προσαρμόσουν τις δραστηριότητές τους στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

Η έννοια της «βιωσιμότητας» των τιμών στο παρόν τμήμα αφορά τιμές που αντικατοπτρίζουν το πραγματικό κόστος της σχετικής υπηρεσίας τόσο για τους παρόχους υπηρεσιών (δηλ. εξασφάλιση της μακροπρόθεσμης κερδοφορίας τους) όσο και για την ευρύτερη κοινωνία (π.χ. όσον αφορά το περιβάλλον και το κοινωνικό σύνολο), με την προϋπόθεση, ωστόσο, ότι οι εθνικές και διασυνοριακές αγορές παράδοσης είναι επαρκώς ανταγωνιστικές και, ως εκ τούτου, αποτελεσματικές.

#### **Ερωτήσεις: ανταγωνιστικές αλλά βιώσιμες τιμές – βιωσιμότητα και διαφάνεια των τιμολογίων**

##### **11) Βιωσιμότητα των τιμολογίων:**

- α) Πιστεύετε ότι το τρέχον επίπεδο των τιμών που χρεώνονται στους καταναλωτές για την κατ' οίκον παράδοση είναι βιώσιμο μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα; Εάν όχι, με ποιον τρόπο θα μπορούσε να μετριαστεί αυτό;

<sup>61</sup> Π.χ. ένα αυξημένο επίπεδο εναρμόνισης της διαδικασίας παράδοσης, βελτίωση της αποτελεσματικότητας, ενοποίηση και από κοινού χρήση εγκαταστάσεων στα τοπικά κέντρα εφοδιαστικής. Βλέπε επίσης την πρωτοβουλία για τις ηλεκτρονικές εμπορευματικές μεταφορές: [http://ec.europa.eu/governance/impact/planned\\_ia/docs/2013\\_move\\_001\\_e\\_freight.pdf](http://ec.europa.eu/governance/impact/planned_ia/docs/2013_move_001_e_freight.pdf)

<sup>62</sup> Βλέπε το κεφάλαιο 4 σχετικά με το ισχύον κανονιστικό πλαίσιο.

- β) Θα πρέπει το πραγματικό κόστος της παράδοσης που επιβαρύνει τους ηλεκτρονικούς εμπόρους λιανικής να καταστεί πιο διαφανές για τους καταναλωτές; Εάν ναι, για ποιον λόγο;
- γ) Θα πρέπει το πραγματικό κόστος της παράδοσης που επωμίζεται η ευρύτερη κοινωνία να καταστεί πιο διαφανές; Εάν ναι, για ποιον λόγο; Και με ποιον τρόπο;

### *Πιο ανταγωνιστικές αγορές παράδοσης*

Οι καταναλωτές συχνά αντιλαμβάνονται ως πολύ περιορισμένη την επιλογή των λύσεων παράδοσης λόγω της έλλειψης διαφάνειας στην αγορά και της πραγματικής —ή αντιληπτής— κατάστασης του ανταγωνισμού στην αγορά. Σε ορισμένες περιπτώσεις, στις σχετικές αγορές παράδοσης μπορεί να κυριαρχεί ένας μικρός αριθμός επιχειρήσεων των οποίων η συμπεριφορά εμποδίζει τους ηλεκτρονικούς εμπόρους λιανικής πώλησης και τους καταναλωτές να αποκομίσουν τα πλήρη οφέλη πραγματικά ανταγωνιστικών αγορών.

Θα μπορούσε να εξεταστεί το ενδεχόμενο ειδικών λύσεων εκ των προτέρων ρύθμισης που θα καθιστούσαν τις αγορές της παράδοσης ανταγωνιστικές σε βιώσιμη βάση προς όφελος των καταναλωτών.

### **Ερωτήσεις: ανταγωνιστικές αλλά βιώσιμες τιμές – πιο ανταγωνιστικές αγορές της παράδοσης**

#### **12) Επίπεδο ανταγωνισμού στις αγορές της παράδοσης:**

- α) Σε ποιες αγορές ή σε ποια τμήματα της αγοράς θα ήταν απαραίτητος περισσότερος ανταγωνισμός;
- β) Η δημοσίευση συγκρίσεων των τιμών θα εξασφάλιζε περισσότερη σαφήνεια για τους καταναλωτές και τις ΜΜΕ. Ποιες λεπτομερείς ρυθμίσεις θα πρέπει να διέπουν τη δημοσίευση αυτή; Ποια θα ήταν τα υπέρ και τα κατά;

#### **13) Εποπτεία και ρύθμιση:**

Τα μέτρα εκ των προτέρων ρύθμισης (όπως οι υποχρεώσεις διαφάνειας, η υποχρέωση παροχής πρόσβασης σε δίκτυα παράδοσης και η υποχρέωση να είναι τα τιμολόγια κοστοστρεφή κ.λπ.) που επιβάλλονται στις επιχειρήσεις υπηρεσιών παράδοσης οι οποίες διαθέτουν σημαντική ισχύ στην αγορά μπορεί να οδηγήσουν σε πιο ανταγωνιστικές αγορές.

- α) Στο πλαίσιο αυτό, ποιες είναι οι σχετικές αγορές που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη;
- β) Ποιες είναι οι ιδιαιτερότητες των διασυνοριακών διαδικασιών που θα δικαιολογούσαν περιορισμούς του κόστους; Να διευκρινιστούν.
- γ) Θα πρέπει η ρυθμιστική αρχή να διαθέτει περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τα στοιχεία κοστολόγησης των επιχειρήσεων για την καλύτερη αξιολόγηση της διάρθρωσης της τιμής κόστους των πακέτων και των δεμάτων;

- δ) Θα πρέπει οι ρυθμιστικές αρχές και/ή οι αρχές ανταγωνισμού να διαδραματίζουν έναν πιο ενεργό ρόλο στην εποπτεία των εθνικών αγορών ή των σχετικών τμημάτων της αγοράς;

#### *Πιο ανταγωνιστικές τιμές για τις υπηρεσίες διασυνοριακής παράδοσης*

Οι τιμές των διασυνοριακών υπηρεσιών αποτελούν ιδιαίτερη πηγή ανησυχίας για τους καταναλωτές και τους ηλεκτρονικούς εμπόρους λιανικής πώλησης, και ιδίως για τις ΜΜΕ. Τα τιμολόγια ποικίλλουν σημαντικά<sup>63</sup>, ακόμη και για παραγγελίες που περιέχουν το ίδιο φάσμα προϊόντων και αποστέλλονται στον ίδιο προορισμό. Για τον λόγο αυτό είναι αναγκαία η εξεύρεση λύσεων, ώστε να περιοριστεί ο αντίκτυπος της διέλευσης των συνόρων στις τιμές παράδοσης και να γεφυρωθεί το χάσμα μεταξύ της εγχώριας και της διασυνοριακής τιμής όποτε δεν δικαιολογείται αντικειμενικά.

#### **Ερωτήσεις: ανταγωνιστικές αλλά βιώσιμες τιμές – πιο ανταγωνιστικές τιμές για τις υπηρεσίες διασυνοριακής παράδοσης**

##### **14) Πώς μπορούν να εξασφαλιστούν πιο ανταγωνιστικά και διαφανή διασυνοριακά τιμολόγια;**

- α) Θα πρέπει να αφεθούν οι δυνάμεις της αγοράς να λειτουργήσουν για την παροχή των τιμολογιακών επιπέδων και των επιπέδων διαφάνειας που απαιτούν οι ηλεκτρονικοί έμποροι λιανικής πώλησης και οι καταναλωτές;
- β) Θα συνέβαλε η μεγαλύτερη ρυθμιστική εποπτεία στην επίτευξη βιώσιμων τιμών για τους καταναλωτές;
- γ) Πιστεύετε ότι θα ήταν εφικτή η επιβολή κάποιας μορφής ανώτατης τιμής για τα διασυνοριακά πακέτα και δέματα ανά τεμάχιο και ότι θα αποτελούσε αποτελεσματική επιλογή για την κάλυψη των αναγκών των ηλεκτρονικών εμπόρων λιανικής και των καταναλωτών; Ποιος θα ήταν ο αντίκτυπος της επιβολής ανώτατης τιμής στην προσφορά της αγοράς και στον ανταγωνισμό;

### **5.3 Βελτίωση της διαλειτουργικότητας σε ολόκληρη την αλυσίδα παράδοσης**

Μεγαλύτερη διαφάνεια και καλύτερες εταιρικές σχέσεις απαιτούνται για την αντιμετώπιση των αναγκών των ηλεκτρονικών εμπόρων λιανικής πώλησης, για την ανάδειξη των βέλτιστων πρακτικών στους τομείς της εφοδιαστικής και της παράδοσης, και για την αποτελεσματική γνωστοποίηση των διαθέσιμων επιλογών παράδοσης στους καταναλωτές. Η ανάπτυξη

<sup>63</sup> FTI, CIVIC (2011), Ευρωβαρόμετρο, Accenture «European cross border e-commerce» (2011), YouGov Psychonomics «Mystery Shopping Evaluation of Cross-Border e-commerce in the EU» (2009). Η YouGov Psychonomics αναφέρει ότι η τιμή παράδοσης που χρεώνουν οι διαδικτυακοί έμποροι και οι πωλητές εξ αποστάσεως στους καταναλωτές είναι κατά μέσο όρο διπλάσια για τις διασυνοριακές παραδόσεις απ' ό,τι για τις εγχώριες παραδόσεις: το μέσο κόστος αποστολής ήταν 8 ευρώ για τις εγχώριες προσφορές έναντι 16 ευρώ για τις διασυνοριακές προσφορές.

επιτυχούς εταιρικής σχέσης τόσο εντός όσο και μεταξύ των δύο αυτών τομέων θα έχει καθοριστική σημασία για το μέλλον του ηλεκτρονικού εμπορίου.

### **5.3.1 Επενδύσεις για να αυξηθεί η χρήση της τεχνολογίας**

Η πιο γενικευμένη χρήση της παρακολούθησης της πορείας δεμάτων θα μπορούσε να ενισχύσει τον ρόλο των πελατών, παρέχοντάς τους τη δυνατότητα να επιλέγουν τον τόπο και την ώρα της παράδοσης. Αυτό θα βελτιώνει το ποσοστό επιτυχίας των πρώτων αποπειρών παράδοσης και, ως εκ τούτου, θα μειώνει το κόστος. Συγχρόνως, οι ηλεκτρονικοί έμποροι λιανικής θα εξασφάλιζαν κατάλληλες και χρήσιμες πληροφορίες, με αποτέλεσμα να είναι σε θέση να διαχειριστούν καλύτερα τα αποθέματά τους, να βελτιστοποιήσουν τις διαδικασίες επιστροφής χρημάτων και επιστροφής αντικειμένων, και να απλουστεύσουν τις διοικητικές διαδικασίες.

#### **Ερωτήσεις: βελτίωση της διαλειτουργικότητας – επενδύσεις στην τεχνολογία**

##### **15) Απαιτούμενα επίπεδα επενδύσεων:**

- α) Σε ποιον βαθμό είναι δυνατόν να εκτιμηθεί, τόσο σε μικροοικονομικό όσο και σε μακροοικονομικό επίπεδο, το κατά προσέγγιση κόστος ενός γενικευμένου συστήματος παρακολούθησης της πορείας και εντοπισμού των δεμάτων; Ποιες είναι οι πλέον κατάλληλες παράμετροι που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη;
- β) Ποια ειδικά δοκιμαστικά σχέδια για την παράδοση των προϊόντων του ηλεκτρονικού εμπορίου θα μπορούσαν να προωθηθούν, ενδεχομένως στο πλαίσιο ευρύτερων προγραμμάτων με στόχο την τόνωση των επενδύσεων στις τεχνολογίες των πληροφοριών και των επικοινωνιών<sup>64</sup>;

### **5.3.2 Ενισχυμένες εταιρικές σχέσεις μεταξύ των ηλεκτρονικών εμπόρων λιανικής πώλησης και των επιχειρήσεων υπηρεσιών παράδοσης**

Οι επιχειρήσεις τείνουν να προτιμούν να συναλλάσσονται με τους μεγάλους πελάτες που αντιπροσωπεύουν σημαντικούς όγκους και έχουν λιγότερα κίνητρα να επενδύσουν στην προσφορά των υπηρεσιών τους σε μικρότερους αποστολείς, παρότι θα μπορούσαν κατ' αρχήν να τους επιτρέψουν να αυξήσουν τις δραστηριότητές τους. Επίσης, οι ηλεκτρονικοί έμποροι λιανικής δεν γνωρίζουν πάντοτε τις πιθανές εναλλακτικές λύσεις και τις διαθέσιμες προσφορές.

<sup>64</sup> Πρόγραμμα-πλαίσιο για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία, επιχειρησιακό πρόγραμμα ψηφιακής σύγκλισης, ή άλλες πρωτοβουλίες με στόχο την ανάπτυξη ειδικών τεχνολογιών, όπως η χρήση της ραδιοσυχνικής αναγνώρισης (RFID).

## **Ερωτήσεις: βελτίωση της διαλειτουργικότητας – ενισχυμένες εταιρικές σχέσεις**

### **16) Εταιρικές σχέσεις και συνεργασία:**

- α) Είναι πιθανόν η καλύτερη συνεργασία μεταξύ των ηλεκτρονικών εμπόρων λιανικής πώλησης και των επιχειρήσεων υπηρεσιών παράδοσης να αυξήσει τη διαλειτουργικότητα των εργασιών; Εάν ναι, με ποιον συγκεκριμένο τρόπο θα μπορούσαν οι έμποροι λιανικής και οι επιχειρήσεις υπηρεσιών να δημιουργήσουν νέες ή να βελτιώσουν ήδη υφιστάμενες εταιρικές σχέσεις;
- β) Θα ήταν σκόπιμο να αναπτυχθούν από κοινού πρόσθετες ικανότητες για την αντιμετώπιση των περιόδων αιχμής; Εάν ναι, με ποιον τρόπο;
- γ) Θα σας ήταν χρήσιμες υπηρεσίες διαμεσολάβησης και υπηρεσίες εφοδιαστικής τρίτων μερών; Πώς θα μπορούσαν να αναπτυχθούν αυτές οι —νέες ή υφιστάμενες— υπηρεσίες, να γίνουν ευρύτερα γνωστές και να αυξηθεί η προβολή τους;

### **5.3.3 Διασυνδεδεμένα δίκτυα και πλατφόρμες**

Οι ηλεκτρονικοί έμποροι λιανικής πώλησης εξαρτώνται από την ολοκλήρωση της ενιαίας αγοράς για την παράδοση των αγαθών που πραγματοποιούνται μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η έλλειψη ολοκλήρωσης και η αδυναμία μεταφοράς δεδομένων μεταξύ διαφόρων πληροφοριακών συστημάτων συνιστούν μείζον εμπόδιο στο διασυνοριακό εμπόριο<sup>65</sup>, και θα απαιτηθούν σημαντικές επενδύσεις για να προσαρμοστούν τα σημερινά συστήματα.

Ωστόσο, όταν οι ταχυδρομικοί φορείς που αποστέλλουν αγαθά διεθνώς δέχθηκαν πιέσεις από τις αεροπορικές εταιρείες και τις τελωνειακές αρχές προκειμένου να συμμορφωθούν με υψηλότερα πρότυπα ασφαλείας μετά τον προσδιορισμό σημαντικών κινδύνων ασφαλείας, κατόρθωσαν να εξεύρουν λύσεις για την ανταλλαγή των αναγκαίων δεδομένων. Μια παρόμοια προσπάθεια ενδέχεται να απαιτηθεί για να εξασφαλιστεί η κάλυψη των αναγκών του ηλεκτρονικού εμπορίου από κοινού με τους ηλεκτρονικούς εμπόρους λιανικής πώλησης.

Οι υπηρεσίες της Επιτροπής έχουν ήδη δρομολογήσει σειρά δράσεων επίδειξης οι οποίες αποβλέπουν στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τομέα των μεταφορών και της εφοδιαστικής στην Ευρώπη, με την έξυπνη χρήση των τεχνολογιών πληροφοριών, και στη

---

<sup>65</sup> Αφενός, υπάρχουν διαφορές μεταξύ εγχώριων και διασυνοριακών πλατφορμών ΤΠ, ακόμη και στους κόλπους μιας επιχείρησης υπηρεσιών παράδοσης με διασυνοριακή παρουσία στην ΕΕ. Αφετέρου, υπάρχουν πληροφορίες οι οποίες θα μπορούσαν να ανταλλαχθούν μεταξύ των ηλεκτρονικών εμπόρων λιανικής πώλησης και των επιχειρήσεων υπηρεσιών παράδοσης, ώστε να βελτιωθεί ο προγραμματισμός των ικανοτήτων και των δύο πλευρών. Για παράδειγμα, οι ηλεκτρονικοί έμποροι λιανικής έχουν δεδομένα σχετικά με τα προϊόντα που αγοράζονται μέσω του Διαδικτύου και γνωρίζουν τη χρονική στιγμή και την ποσότητα προϊόντων που θα εισέλθουν στην αλυσίδα παράδοσης. Όσον αφορά τις επιστροφές, θα ήταν χρήσιμο για τους εν λόγω εμπόρους να ενημερώνονται για την ποσότητα και τη χρονική στιγμή των επιστροφών σε πραγματικό χρόνο, πράγμα που θα επέτρεπε την προορατική εξυπηρέτηση των πελατών και την αποτελεσματική διαχείριση των αποθεμάτων.

διασύνδεση, ειδικότερα των μικρότερων επιχειρήσεων, στις ψηφιακές αλυσίδες αξίας των μεταφορών και της εφοδιαστικής<sup>66</sup>.

### **Ερωτήσεις: βελτίωση της διαλειτουργικότητας – διασύνδεση**

#### **17) Καλύτερη διασύνδεση:**

- α) Θα επέτρεπαν πλατφόρμες εφοδιαστικής<sup>67</sup> για ομάδες επιχειρήσεων την καλύτερη ανταπόκριση στις ανάγκες των ηλεκτρονικών εμπορών λιανικής πώλησης; Εάν ναι, με ποιον τρόπο;
- β) Θα μπορούσε μια ομάδα δράσης του κλάδου<sup>68</sup> να συμβάλει στην προώθηση της καινοτομίας και στην αύξηση της χρήσης των νέων τεχνολογιών για τη διευκόλυνση ενός υψηλότερου επιπέδου διασύνδεσης; Εάν ναι, με ποιον τρόπο;
- γ) Θα ήταν σκόπιμο να βελτιωθούν οι διαδικασίες που χρησιμοποιούνται για την επιστροφή αγαθών (τόσο σε εγχώριο όσο και σε διασυνοριακό επίπεδο); Εάν ναι, με ποιον τρόπο;
- δ) Αποτελούν άραγε οι απαιτήσεις διαλειτουργικότητας και η προώθηση των νέων τεχνολογιών δυσκολία για τις ΜΜΕ που δραστηριοποιούνται στην αλυσίδα παράδοσης; Ποιες ενέργειες θα μπορούσαν να συμβάλουν στην άμβλυνση αυτών των δυσκολιών;
- ε) Ποιες είναι (ενδεχομένως) οι τρεις βασικές δράσεις που θα μπορούσαν να βελτιώσουν τη διασυνοριακή διαλειτουργικότητα στο εσωτερικό της ΕΕ για τη διακίνηση αγαθών που παραγγέλλονται μέσω του Διαδικτύου<sup>69</sup>; Με ποιον τρόπο θα

<sup>66</sup> Σκοπός του έργου DiSCwise (<http://www.discwise.eu/>), που χρηματοδοτείται από τη ΓΔ ENTR, είναι να βελτιώσει τη διασύνδεση των ενδιαφερόμενων μερών, βοηθώντας τα να ενταχθούν σε αποτελεσματικές συντροπικές αλυσίδες εφοδιασμού. Παρέχει τη δυνατότητα στους χρήστες και στις επιχειρήσεις υπηρεσιών μεταφοράς και εφοδιαστικής, και ιδίως στις ΜΜΕ, να συμμετέχουν πιο εύκολα στον προγραμματισμό και στην εκτέλεση της μεταφοράς, με τη χρήση βιώσιμων εναλλακτικών τρόπων μεταφοράς.

<sup>67</sup> Στην ιδανική περίπτωση, οι πλατφόρμες αυτές θα απλούστευαν την παράδοση για το ηλεκτρονικό εμπόριο, θα ολοκλήρωναν τις υπηρεσίες εφοδιαστικής με ενιαία συστήματα πληροφοριών, θα βελτίωναν τον συντονισμό και θα χρησιμοποιούσαν έναν κοινό ή συμφωνημένο μεταφορέα για την παράδοση (με αποτέλεσμα τον περιορισμό των περιβαλλοντικών επιπτώσεων και τη διευκόλυνση του χειρισμού των επιστροφών και της διαχείρισης των αποθεμάτων).

<sup>68</sup> Ένα παράδειγμα αυτού του είδους ομάδας δράσης είναι η πρώην «US Mailing Industry Task Force» που δημιουργήθηκε κατά τη δεκαετία του 90 και συγκέντρωνε υπεύθυνους για θέματα τεχνολογίας των βασικών ενδιαφερόμενων μερών του κλάδου για την εξεύρεση καινοτόμων και έξυπνων λύσεων με στόχο την καλύτερη παράδοση της αλληλογραφίας.

<sup>69</sup> Επί του παρόντος το 30% των καταναλωτών που ψωνίζουν ηλεκτρονικά στο ΗΒ αναφέρουν ότι αγοράζουν προϊόντα από ξένους ιστότοπους (και εκτός Ευρώπης). Ο ενδοενοσιακός μέσος όρος των διασυνοριακών αγορών σε απευθείας σύνδεση είναι περίπου 10%. Με βάση τα παραπάνω, καθίσταται σαφές ότι είναι σημαντικό να συμφωνηθούν ευρωπαϊκά και διεθνή πρότυπα και να εξασφαλιστεί ένα υψηλότερο επίπεδο συνδεσιμότητας, ιδίως για τις ΜΜΕ και τους καταναλωτές που επηρεάζονται δυσανάλογα.

μπορούσε να βελτιωθεί η κατάσταση βραχυπρόθεσμα, ποιες πρωτοβουλίες θα μπορούσαν να αναληφθούν μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα; Επίσης, πώς θα μπορούσε να βελτιωθεί η διαλειτουργικότητα σε διεθνές επίπεδο;

## **6. Διακυβέρνηση για μια ολοκληρωμένη αγορά παράδοσης δεμάτων**

Το μελλοντικό τοπίο του ευρωπαϊκού ηλεκτρονικού εμπορίου θα διαμορφωθεί κυρίως από τις ικανότητες παράδοσης και τα δίκτυα που θα δημιουργηθούν κατά το προσεχές μέλλον. Απαιτείται παρακολούθηση των αλλαγών αυτών και του αντίκτυπού τους στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου, και είναι αναγκαίο να εξασφαλιστεί ο συντονισμός των προσπαθειών για την προώθηση ενός αποτελεσματικού και βιώσιμου ευρωπαϊκού περιβάλλοντος παράδοσης για τις παραγγελίες ηλεκτρονικού εμπορίου.

Ορισμένοι παράγοντες διαθέτουν ήδη πλατφόρμες συντονισμού, όπως για παράδειγμα το δίκτυο European Parcel Group<sup>70</sup> που συγκεντρώνει τους κατεστημένους ταχυδρομικούς φορείς. Όσον αφορά τις ρυθμιστικές αρχές, στόχος της Ομάδας των ευρωπαϊκών ρυθμιστικών αρχών του τομέα παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών (ERG)<sup>71</sup> είναι η διευκόλυνση του συντονισμού και της συνεργασίας μεταξύ ανεξάρτητων εθνικών ρυθμιστικών αρχών, ώστε να διασφαλιστεί η συνεπής εφαρμογή της οδηγίας για τις ταχυδρομικές υπηρεσίες. Επί του παρόντος οι δραστηριότητές της και οι ρόλοι της δεν καλύπτουν το πλήρες φάσμα της δραστηριότητας ηλεκτρονικού εμπορίου. Νέα φόρουμ θα μπορούσαν να διαδραματίσουν κάποιο ρόλο στην οικοδόμηση μιας ενιαίας ευρωπαϊκής αγοράς παράδοσης για το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Απαιτείται μεγαλύτερη στοχοθέτηση της συνεργασίας, της εποπτείας και της επιβολής, προκειμένου να ενισχυθεί ο συντονισμός των προσπαθειών για την προώθηση του τομέα της παράδοσης για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Με τον τρόπο αυτό θα δοθεί ώθηση στη βελτίωση της παράδοσης των αγαθών που αγοράζονται μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου.

---

<sup>70</sup> Βλ. υποσημείωση 17.

<sup>71</sup> Απόφαση της Επιτροπής 2010/C217/07.



## **Ερωτήσεις: διακυβέρνηση**

**18)** Υπάρχουν τομείς στους οποίους θα ήταν δυνατόν να παρέμβει αποτελεσματικά ο κλάδος για την αντιμετώπιση των ζητημάτων που προσδιορίζονται στην παρούσα Πράσινη Βίβλο; Πώς θα μπορούσε να προωθηθεί η προσέγγιση αυτή<sup>72</sup>; Πώς να εξασφαλιστεί η συμμετοχή τόσο των επαγγελματιών ενώσεων του ηλεκτρονικού εμπορίου όσο και εκείνων του κλάδου της παράδοσης;

**19)** Πώς θα πρέπει να αντιμετωπιστούν οι σημερινές πτυχές της διακυβέρνησης που αφορούν την τυποποίηση και τη διαλειτουργικότητα<sup>73</sup>; Είναι αναγκαίο να ενισχυθεί η συμμετοχή των εκπροσώπων του ηλεκτρονικού εμπορίου, ιδίως των ΜΜΕ, και των καταναλωτών;

### **7. Συνέχεια και επόμενα βήματα:**

Όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη καλούνται να εκφράσουν τις απόψεις τους σχετικά με τις παραπάνω ερωτήσεις. Οι εισηγήσεις θα πρέπει να αποσταλούν το αργότερο έως τις 15 Φεβρουαρίου 2013 στις ακόλουθες διευθύνσεις:

[markt-delivery@ec.europa.eu](mailto:markt-delivery@ec.europa.eu)

ή

European Commission

DG Internal Market and Services

On line services unit

Rue de la Loi 200

1049 Brussels

Οι εισηγήσεις δεν απαιτείται να καλύπτουν απαραίτητως όλα τα ζητήματα που περιέχονται στην παρούσα Πράσινη Βίβλο. Ως εκ τούτου, πρέπει να διευκρινίζετε με σαφήνεια τα ζητήματα τα οποία αφορά η εισήγησή σας. Αν είναι δυνατόν, παρουσιάστε συγκεκριμένα επιχειρήματα υπέρ ή κατά των επιλογών και των προσεγγίσεων που παρουσιάζονται στο έγγραφο. Καλείστε επίσης να αναφέρετε αν, κατά την άποψή σας, υπάρχουν άλλες πτυχές ή άλλα ζητήματα τα οποία χρειάζεται να εξεταστούν για να δημιουργηθεί μια ολοκληρωμένη αγορά παράδοσης δεμάτων στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

---

<sup>72</sup> Για παράδειγμα, η προώθηση των βέλτιστων πρακτικών, οι συμφωνίες εταιρικής σχέσης, κώδικες δεοντολογίας· πρότυπα για την ηλεκτρονική διαβίβαση δεδομένων, τις ετικέτες και τις βάσεις δεδομένων διευθύνσεων· η ανάπτυξη ενός ευρωπαϊκού σήματος για τις υπηρεσίες παράδοσης.

<sup>73</sup> Επί του παρόντος, τα θέματα τυποποίησης αντιμετωπίζονται από την Τεχνική Επιτροπή CEN για τις ταχυδρομικές υπηρεσίες και τα θέματα διαλειτουργικότητας μεταξύ ορισμένων ταχυδρομικών φορέων εξετάζονται από το European Parcel Group.

Οι εισηγήσεις θα δημοσιευθούν στον ιστότοπο της Γενικής Διεύθυνσης Εσωτερικής Αγοράς και Υπηρεσιών. Οι λαμβανόμενες απαντήσεις θα αναρτώνται στον ιστότοπο της Επιτροπής, εκτός εάν ζητηθεί ρητώς η τήρηση του απορρήτου.

Προκειμένου να δώσει συνέχεια στην παρούσα Πράσινη Βίβλο και με βάση τις απαντήσεις που θα λάβει, η Επιτροπή θα προσδιορίσει, την άνοιξη του 2013, τη δέσμη μέτρων που θα πρέπει να ληφθούν για την ολοκλήρωση της ενιαίας αγοράς υπηρεσιών παράδοσης δεμάτων.