

Euroopan talous- ja sosiaalikomitean lausunto aiheesta ”Komission tiedonanto neuvostolle, Euroopan parlamentille ja Euroopan talous- ja sosiaalikomitealle — ”Luottamuksen lisääminen yritysten välisiin sähköisiin markkinoihin”

KOM(2004) 479 lopullinen

(2005/C 255/04)

Komissio päätti 14. heinäkuuta 2004 Euroopan yhteisön perustamissopimuksen 262 artiklan nojalla pyytää Euroopan talous- ja sosiaalikomitean lausunnon edellämainitusta aiheesta.

Asian valmistelusta vastannut ”yhtenäismarkkinat, tuotanto ja kulutus” -erityisjaosto antoi lausuntonsa 16. maaliskuuta 2005. Esittelijä oli Göran **Lagerholm**.

Euroopan talous- ja sosiaalikomitea hyväksyi 6.–7. huhtikuuta 2005 pitämässään 416. täysistunnossa (huhtikuun 6. päivän kokouksessa) seuraavan lausunnon. Äänestyksessä annettiin 131 ääntä puolesta 4:n pidättyessä äänestämästä.

1. Tiivistelmä

1.1 Komissio on esittänyt tiedonannon luottamuksen lisäämisestä yritysten välisiin sähköisiin markkinoihin. Komitea katsoo seuraavaa:

- Tiedonannossa käsitellään oikeudenmukaisella tavalla sähköisten markkinoiden hyväksymiseen liittyviä tärkeitä kysymyksiä.
- Komitea korostaa kuitenkin, että muitakin toimia tarvitaan. Markkinoiden tietynasteinen vastahakoisuus on myös ymmärrettävää. Erityisesti sähköisten markkinoiden kehittyneet muodot eroavat pk-yritysten perinteisistä liiketoimintamalleista.
- Rajatylittävässä kaupassa on muita paljon merkittävämpiä esteitä.

2. Komission tiedonanto

2.1 Komission tiedonanto perustuu suurelta osin elinkeinoelämän ja sähköisten markkinoiden palveluntarjoajien edustajista koostuneen asiantuntijaryhmän (jäljempänä ”asiantuntijaryhmä”) työn tuloksiin⁽¹⁾. Tiedonanto koskee tarvetta lisätä luottamusta yritysten välisiin sähköisiin markkinoihin, jotta kyseisillä markkinoilla hyvän kauppataidan vastaisista tai laittomista liiketoimintakäytännöistä aiheutuvia taloudellisia riskejä voitaisiin vähentää. Yritysten välisten sähköisten markkinoiden avulla voitaisiin lisätä tehokkuutta vähentämällä liiketoiminnan kustannuksia ja lisäämällä kilpailua, mutta tällaiset tehokkuushyödyt riippuvat suurelta osin yritysten halukkuudesta osallistua kyseisille markkinoille. Poistaakseen luottamuksen puutteesta johtuvia mahdollisia esteitä yritysten välisten sähköisten markkinoiden käyttämiseltä komissio aikoo ryhtyä seuraaviin toimiin:

⁽¹⁾ Yritysten välisiä Internet-kauppapaikkoja käsitelleen asiantuntijaryhmän loppuraportti: <http://europa.eu.int/comm/enterprise/ict/policy/b2b/wshop/fin-report.pdf> [ei saatavilla suomenkielisenä].

— Analysoidaan yritysten välisillä sähköisillä markkinoilla ilmeneviin hyvän kauppataidan vastaisiin käytäntöihin nykyisin sovellettavia kansallisia lainsäädäntöjä tiiviissä yhteistyössä jäsenvaltioiden kanssa.

— Kannustetaan sidosryhmiä sopimaan menettelysäännöistä tai tarkistamaan niitä tarkoituksena edistää edelleen reilun kaupan periaatteita yritysten välisillä sähköisillä markkinoilla, kuten tiedonannossa kuvataan.

— Käynnistetään tutkimus, joka koskee yritysten välisten sähköisten markkinoiden taloudellisia vaikutuksia EU:n yritysten kilpailukykyyn ja tuottavuuteen. Tutkimuksessa analysoidaan erityisesti sähköisten markkinoiden osallistujille koituvia välittömiä ja välillisiä kustannuksia ja tuottoja. Tutkimuksen tuloksista keskustellaan sidosryhmien kanssa.

— Annetaan johdonmukaista tietoa voimassa olevien kilpailusääntöjen soveltamisesta yritysten välisillä sähköisillä markkinoilla tarkoituksena opastaa kilpailua edistävään käyttäytymiseen.

2.2 Tiedonannon avulla halutaan tiivistää yritysten välisillä sähköisillä markkinoilla toimivien sidosryhmien välistä vuoropuhelua reilun kaupan periaatteiden ja turvallisuusvaatimusten noudattamisesta. Tällaisiin sähköisiin kaupankäyntimuotoihin osallistumisen mahdolliset esteet olisi siis poistettava. Komission yksiköt raportoivat säännöllisesti asian edistymisestä Euroopan sähköisten markkinapaikkojen portaalin välityksellä.

3. Yritysten väliset sähköiset markkinat — määritelmä

3.1 Yritysten väliset sähköiset markkinat voidaan määritellä Internet-perusteisiksi kauppapaikoiksi, joilla yritykset vaihtavat tavaroita ja palveluja. Tämän varsin laajan määritelmän perusteella yritysten väliset sähköiset markkinat voidaan jaotella seuraavasti sen mukaan, millaisia liiketoimintamahdollisuuksia ne tarjoavat:

— Sähköisten markkinoiden yksinkertaisin muoto ovat nk. ilmoitustaulut, jotka tarjoavat vain vähän liiketoimintamahdollisuuksia. Liiketoimia voidaan valmistella siten, että myynti- tai ostohalukkaat voivat ilmoittaa aikeistaan.

- Ilmoitustaulumallia laajempi muoto ovat myynti- ja ostopörssit. Yleensä niihin sisältyy mekanismeja myyjien ja ostajien kohtaamisen helpottamiseksi, myynti- ja ostotoiminnan valvontaa sekä neuvottelufoorumi myyjille ja ostajille.
- Myyntiluetteloihin perustuvilla sähköisillä markkinoilla voidaan yhdistää eri myyjien tuoteluettelot.
- Verkkohuutokauppa on Internet-kauppapaikalla tapahtuva muodollinen hinnanmäärittämismenettely, jonka myyjä aloittaa tavoitteenaan myydä tuotteita tai palveluja mahdollisimman korkeaan hintaan. Laskevin hinnoin tapahtuvan verkkohuutokauppana menettelyn ("hankintahuutokauppa") taas käynnistää ostaja tavoitteenaan ostaa tuotteita ja palveluja mahdollisimman huokealla.

Aktiivisesti toimivien sähköisten markkinoiden määrä on vaihdellut eikä ole vielä vakiintunut. Arvioiden mukaan maailmassa toimii nykyisin tuhatkunta sähköistä markkinapaikkaa, mikä on noin 20 prosenttia vähemmän kuin kaksi vuotta sitten (SEK(2004) 930).

4. Yleistä

4.1 Komission tiedonanto koskee luottamuksen lisäämistä yritysten välisiin sähköisiin markkinoihin. Sähköiset markkinat ovat tärkeä osa laajempaa sähköisen liiketoiminnan aluetta. Sähköisestä liiketoiminnasta voidaan esittää joitakin yleisluonteisia kommentteja.

4.1.1 Lähtökohtana on, että hyvin toimivat sähköiset markkinat tehostavat omalta osaltaan liiketoimintaympäristöä, mistä on pitkällä aikavälillä hyötyä eurooppalaiselle liiketoiminnalle sekä työllisyydelle. Lisääntyvä kilpailu kannustaa eurooppalaisia yrityksiä tehostamaan toimintaansa. Tästä syystä ETSK kannattaa sähköisen kaupankäynnin kehittämistä hyödyttäviä toimia, kuten se on aiemminkin todennut.

4.1.2 Lausunnossaan sähköisen kaupankäynnin tiettyjä oikeudellisia näkökohtia koskevasta direktiiviehdotuksesta ⁽²⁾ komitea huomautti, että epävarma oikeudellinen kehys haittaa sähköistä kaupankäyntiä. Käsillä olevan tiedonannon tavoitteena on vähentää tätä epävarmuutta, mitä ETSK pitää tervetulleena.

4.1.3 ETSK on kommentoinut komission toimia sähköisen liiketoiminnan vauhdittamiseksi lausunnoissa, jotka se on antanut komission tiedonannoista "Pk-yritykset digitaaliaikaan" ⁽³⁾ ja "Sähköistä liiketoimintaa koskevien politiikkojen mukauttaminen muuttuvassa ympäristössä: GoDigital-aloitteen opetukset ja tulevaisuuden haasteet" ⁽⁴⁾. Pohjimmiltaan kyseiset kommentit ovat edelleen päteviä.

4.1.4 Sähköinen liiketoiminta on erittäin tärkeää yrityksille ja julkiselle sektorille. Se avaa mahdollisuuksia parantaa kilpailukykyä ja käydä kauppaa koko sisämarkkina-alueella. Lisäksi pk-yritykset saavat sen avulla tasavertaiset toimintamahdollisuudet. Sähköiseen liiketoimintaan liittyvän uuden teknologian käyttöä on tärkeää edistää erityisesti pk-yrityksissä. Komitea on tyytyväinen komission toimiin kyseisellä alalla ja antaa niille tukensa.

4.1.5 Komitea on tyytyväinen myös yritysten välisiä Internet-kauppapaikkoja käsitelleen asiantuntijaryhmän työn tuloksiin. Ryhmä teki perusteellista työtä ongelmien määrittelemiseksi. Asiantuntijaryhmällä ei kuitenkaan liene täysin selkeää käsitystä siitä, miten hyvin pk-yritykset ovat selvillä saatavista hyödyistä. Sivulla 10 kerrotaan, että "pk-yritykset ovat yleensä tietoisia ja vakuuttuneita sähköisen kaupankäynnin eduista", kun taas sivulla 11 todetaan, että "pk-yritykset epäroivät edelleen lähtöä täysipainoisesti mukaan sähköiseen kaupankäyntiin" ja että syynä on "riskejä ja etuja koskevan tiedon puute". On kuitenkin tärkeää huomata sähköisen liiketoiminnan ja sähköisen kaupankäynnin välinen ero. Päätelmänä voitaisiin todeta, että pk-yritykset ovat tietoisia tietotekniikan tarjoamista yleisistä mahdollisuuksista, mutta luonteeltaan spesifimpi sähköinen kaupankäynti on vielä etäistä.

4.1.6 Vaikka sähköisen liiketoiminnan tarjoamat mahdollisuudet tunnetaan ja pk-yritykset ovat eturivissä sähköisen kaupankäynnin hyödyntämisessä, eräät ongelmat haittaavat edelleen useimpien pk-yritysten täysipainoista integroitumista "sähköiseen liiketoimintayhteisöön". Kyseiset ongelmat ovat yleisluonteisempia eivätkä koske ainoastaan sähköistä kaupankäyntiä, mutta niillä on silti merkitystä sähköisen kaupankäynnin alalla.

— Pk-yritykset keskittyvät usein lähinnä lyhyen aikavälin ongelmiin. Ne epäroivät investoida tekniikkaan ja menettelyihin, joista ei saada välittömästi tuottoa.

— Erityisesti pk-yritysten tarpeisiin suunniteltuja ja kehitettyjä ratkaisuja ei ole riittävästi. Pk-yritysten vaatimukset eivät vastaa suurempien yritysten vaatimuksia, ja — mikä pahinta — konsultit ovat usein pk-yrityksille liian kalliita, joten pk-yritysten on vaikea hyödyntää olemassa olevia ratkaisuja.

— Usein pk-yrityksillä ei ole asiantuntijoita, joita monet ohjelmistot ja standardiohjelmistojen käyttöliittymien räätälöinti edellyttävät.

— Monet suuryritykset asettavat hankkijoilleen yhteistyön aloittamisen tai jatkamisen ehdoksi, että hankkijat käyttävät tiettyjä ohjelmistoja. Näin joudutaan pattitilanteeseen, sillä pk-yrityksillä ei usein ole varaa eikä mahdollisuuksia selviytyä teknisesti monimutkaisista tilanteista, joita syntyy, jos kukin asiakas vaatii erityisiä ratkaisuja. Tätä voidaan myös pitää yleisten standardien puutteesta johtuvana ongelmana.

— Sähköinen liiketoiminta tuo mukanaan suurehkoja yrityksiä suosivia mittakaavaetuja — tai saattaa jopa vaikuttaa taannuttavasti, kuten edellä todetaan. Pk-yritykset eivät voi asettaa omia sääntöjään; teknisen tuen saaminen maksaa suunnilleen saman verran koosta riippumatta. Pk-yritykset saattavat siis joutua soveltamaan erilaisia ratkaisuja siinä missä suuri yritys käyttää vain yhtä.

⁽²⁾ EYVL C 169, 16.6.1999.

⁽³⁾ EYVL C 80, 3.4.2002.

⁽⁴⁾ EUVL C 108, 30.4.2004.

4.1.6.1 Komissiolla on useita aloitteita, joilla tuetaan sähköisen liiketoiminnan hyödyntämistä pk-yrityksissä. Komitea kannattaa kyseisiä aloitteita ja kannustaa komissiota lisäämään tai tehostamaan aloitteita, joiden avulla pyritään helpottamaan mukautettuja ohjelmistoja ja standardeja koskevia pk-yritysten erityistarpeita.

4.1.7 Lisäksi ETSK haluaa erikseen mainita, että pk-yrityksiä tulee kannustaa selvittämään, kuinka ne voivat osallistua sähköiseen liiketoimintaan. Sähköisen kaupankäynnin ja liiketoiminnan ala muuttuu nopeasti. Pk-yritysten kannustamisesta jatkuvaan oppimiseen saattaisi olla hyötyä.

4.1.7.1 Edellä esitetty vastaa hyvin suosituksia, jotka komitea esittää äskettäin antamassaan elinikäistä oppimista käsittelevässä lausunnossa⁽⁹⁾. Siinä ETSK suosittelee, että tuotantoelämässä tällä hetkellä toimiville kansalaisille suunnattuja elinikäisen oppimisen ohjelmia vahvistettaisiin ja että kyseiset ohjelmat yhdistettäisiin suoraan tietopohjaista taloutta koskeviin tavoitteisiin. ETSK pitää erityisen tärkeänä, että pk-yritykset voivat osallistua tällaisiin ohjelmiin.

5. Erityistä

5.1 Yritysten väliset Internet-kauppapaikat

5.1.1 Asiantuntijaryhmä jaottelee loppuraportissaan erilaiset kauppapaikat omiksi ryhmikseen. Komitea kannattaa asiantuntijoiden esittämää näkemystä, jonka mukaan tässä yhteydessä "ei saa keskittyä pelkästään sähköisiin kauppapaikkoihin". "Sähköisen liiketoiminnan yhteisössä" voidaan toimia monin eri tavoin. Tarpeet ja liiketoimintaperiaatteet vaihtelevat yrityksen mukaan. Kuten asiantuntijaryhmä huomauttaa, "— — yritysten välisistä Internet-kauppapaikoista eniten huomiota on kiinnitetty laskevin hinnoin tapahtuviin verkkohuutokauppiin, koska useimmat pk-yritysten kohtaamat ongelmat liittyvät sähköisiin kauppapaikkoihin ja erityisesti edellä mainitun kaltaisiin huutokauppiin".

5.1.2 Komitea haluaa kuitenkin kiinnittää tässä yhteydessä huomiota siihen, miten kahta julkisia hankintoja koskevaa direktiiviä parhaillaan pannaan täytäntöön jäsenvaltioissa. Direktiivit avaavat uusia menettelyjä, joiden avulla hankintoja voidaan tehdä sähköisesti. Vaikka täytäntöönpano saattaa olla eri valtioissa erilaista, liiketoiminnalle on tietenkin merkittävää etua siitä, että julkiset hankinnat voivat edistää uusien sähköisten keinojen käyttöä. Lisäksi komissio on käynnistänyt toimintasuunnitelman, jonka avulla edistetään sähköisiä julkisia hankintoja koskevan oikeudellisen kehyksen täytäntöönpanoa. Toimintasuunnitelma on tärkeä pk-yritysten tutustuttamiseksi sähköiseen liiketoimintaan.

5.1.3 Komitea on samaa mieltä siitä, että sähköisiin kauppapaikkoihin liittyy erityistä potentiaalia, jota on viisasta tukea. Tiedonanto on tervetullut. Komitea ei kuitenkaan usko luottamuksen puutteen — merkittävyydestään huolimatta — olevan ainoa syy siihen, että pk-yritykset suhtautuvat vastahakoisesti sähköisiin kauppapaikkoihin tai yleensä yritysten välisiin Internet-kauppapaikkoihin.

5.1.3.1 Asiantuntijaryhmä toteaa: "Yrityspolitiikasta voi olla hyötyä, kun pk-yrityksiä autetaan mukautumaan Internet-kauppapaikkojen asettamiin uusiin haasteisiin. Keinoina voivat olla markkinoiden avoimuuden, yhteentoimivuuden ja oikeudenmukaisuuden edistäminen. — — viranomaisten ei tule edistää tiettyjä sähköisen kaupan muotoja vaan pysyä puolueettomina erilaisten myyntikanavien ja Internet-kauppapaikkojen tarjoamien toimintojen suhteen. — — On todettu, että lisätoimia tarvitaan erityisesti tietoisuuden, markkinoiden avoimuuden, standardoinnin ja luottamuksen edistämiseksi."

5.1.3.2 Yleisesti ottaen yritysten välisiin Internet-kauppapaikkoihin tulee saada tietoa pk-yrityksiltä. Mitä edistyneemmästä ympäristöstä on kyse, sitä enemmän tarvitaan standardeja. Tällaiset standardit eivät vielä ole läheskään valmiita, ja kun ne valmistuvat, niiden käyttämiseksi tulee olla pk-yrityksiä varten mukautettuja ohjelmistoja.

5.1.3.3 Standardipula ei koske vain teknisiä ratkaisuja vaan myös käyttäjän ja koneen välisiä käyttöliittymiä. Pk-yritysten vastahakoisuus on ymmärrettävää, kun otetaan huomioon kauppapaikkojen määrä ja monikielisyysdestä aiheutuvat ongelmat. Standardointielinten ja komission tulee tarkastella tätä alaa entistä perusteellisemmin, erityisesti jos tavoitteena on edistää rajatylittävää kauppaa. Niin ikään tuote- ja palveluluokitusten ja -nimitysten standardointi on puutteellista. ETSK tukeekin Euroopan standardointikomiteassa (CEN) ja tietoyhteiskunnan standardointijärjestelmässä (ISSS) käynnissä olevia pyrkimyksiä parantaa tilannetta.

5.1.3.4 Pk-yritysten saattaa olla hankala osallistua verkkohuutokauppiin ja muiden sähköisten kauppapaikkojen toimintaan siitä syystä, että tarjoajille asetetaan kokovaatimuksia. Pk-yritysten mahdollisuudet hoitaa mittavia tilauksia ovat rajalliset. Tähän seikkaan tulisi kiinnittää huomiota erityisesti julkisten hankintojen yhteydessä.

5.1.3.5 Lisäksi Internet-kauppapaikkojen käytön saattavat estää erilaiset kansalliset lainsäädännöt ja EU:n direktiivien erilainen täytäntöönpano. Yhdenmukaistamisen näkökulmasta on valitettavaa, että monissa direktiiveissä sallitaan maakohittaiset toimintavaihtoehdot. Sähköiset allekirjoitukset muodostavat suuren ongelman. Komitea pitää tervetulleena ja kannattaa painokkaasti komission aloitetta, joka koskee voimassa olevien säästöjen analysointia.

5.2 Sähköiset markkinat, verkkohuutokaupat mukaan luettuina

5.2.1 Erityyppiset yritysten väliset Internet-kauppapaikat soveltuvat eri tarkoituksiin. Sähköiset markkinat tuovat yleensä esiin "huokeimman hinnan". Monissa tapauksissa se ei ole tärkein tekijä, vaan yhtä tärkeitä tai tärkeämpiäkin ovat JOT-toimitukset ("juuri oikeaan tarpeeseen"), palvelukustannukset ja räätälöintikustannukset. Nämä tekijät on vaikea sisällyttää lähes automaattisesti toimiviin sähköisiin kauppapaikkoihin, ja tämä voi olla osasy syy siihen, että sähköisten markkinoiden automatisoiduimmat muodot on omaksuttu käyttöön suhteellisen hitaasti.

⁽⁹⁾ EUVL C 133, 6.6.2003.

5.2.2 Usein pk-yritykset eivät kilpaile ensisijaisesti huokeimmalla hinnalla vaan myös joustavuudella ja räätälöinnillä. Henkilökohtaiset kontaktit ovat pk-yrityksille tärkeitä. Sähköisten markkinoiden käyttö on uudenlaista yrityskulttuuria, johon pk-yritykset eivät aina ole sopeutuneet. Internetin anonyymiyys saattaa pelottaa pk-yrityksiä. Psykologisilla syillä saattaa hyvinkin olla suuri osuus vastahakoisessa suhtautumisessa edistyneimpien sähköisten markkinoiden käyttöön. Tämä on otettava huomioon alan menettelysäännöissä.

5.2.3 Keskustelussa yritysten välisten sähköisten markkinoiden kilpailusäännöistä on ilmaistu huoli siitä, että niin sanotut verkottumisvaikutukset voivat johtaa verkon operaattorin määräävään asemaan. On kiistanalaista, miten paljon tästä seikasta tulisi kantaa huolta. Useimmissa tapauksissa tällaisen määräävän aseman väärinkäytön riski vaikuttaa pienehköltä. Komitea on kuitenkin samaa mieltä siitä, että komission tulee seurata asiaa, jotta mahdolliset merkittävästä valta-asemasta johtuvat väärinkäytökset huomataan. Komitea vastustaa kuitenkin jyrkästi tätä kysymystä koskevien erityisten sääntöjen asettamista sähköisille markkinoille. Sähköisten markkinoiden sääntelyn tulee vastata mahdollisimman tarkasti perinteisillä markkinoilla sovellettavia sääntöjä. Sääntöjen ja direktiivien tulee olla neutraaleja siihen nähden, mitä tekniikkaa ja toimitusmekanismeja käytetään.

5.3 Luottamus

5.3.1 Komitea kannattaa komission näkemyksiä, jotka koskevat sidosryhmien kannustamista sopimaan menettelysäännöistä tai tarkistamaan niitä. Se tukee myös asiantuntijaryhmän esittämiä ajatuksia tarkistuslistan käytöstä.

5.3.2 Komissio toteaa tiedonannossaan (sivulla 4), että monien yritysten saattaa olla "vaikea erottaa taloudellisista syistä hyväksyttävää markkinavoiman siirtymistä oikeussääntöjen tai menettelysääntöjen vastaisista epäreilusta käytännöistä". Usein markkinat tarvitsevat aluksi aikaa mukautuakseen uusiin liiketoimintamalleihin. Komission huomio on varmasti oikea, ja uusiin markkinamekanismeihin tutustuttamista tulee korostaa nykyistä enemmän.

5.3.3 Vaikka osa hankkijoista saattaa suhtautua kielteisesti laskevin hinnoin tapahtuviin verkkohuutokauppoihin, tällaiset huutokaupat tarjoavat varmasti suuria mahdollisuuksia hyödykkeille (erittäin selväpiirteiset tuotteet, pieni palvelusisältö ja vähäiset mahdollisuudet tuotemerkkien hyödyntämiseen). Komitea on komission kanssa samaa mieltä siitä, että tämän-tyyppisiä huutokauppoja tulee säännellä tiukasti riippumatta siitä, toteutetaanko ne verkossa vai muilla tavoin.

5.3.4 Luottamuskykyssä on monia puolia:

- luottamus kauppapaikkojen konseptiin ja sen hyödyllisyyteen omalle liiketoiminnalle
- luottamus tiettyyn kauppapaikkaan sinänsä ja sen soveltuvuuteen parhaalla tavalla juuri omiin tarkoituksiin
- luottamus siihen, ettei asiaan liity mitään "pienellä pränättä" (piilosääntöjä)
- luottamus kauppapaikan sääntöihin ja siihen, että kaikki osallistujat noudattavat sääntöjä
- luottamus tukitekniikkaan ja turvallisuuteen
- luottamus siihen, että ostajasta tai myyjästä on saatavilla asianmukaiset tiedot
- luottamus siihen, että tulos määräytyy pelkästään asiaankuuluvien näkökohtien perusteella.

Edellä mainitut ja muut luottamukseen liittyvät näkökohdat tulisi ottaa huomioon.

5.4 Kaiken kaikkiaan komitea on samaa mieltä kaikista tiedonannon päätelmien keskeisistä kohdista. Sen mielestä on kuitenkin tärkeää huomata, että vaikka kyseessä on merkittävä tai välttämätönkin askel yritysten välisten Internet-kauppapaikkojen käytön ja erityisesti sähköisten markkinoiden edistämiseksi, muitakin toimia tarvitaan. Muita kysymyksiä ovat standardit, sopivat ohjelmistot, tietoisuuden lisääminen sekä kansallinen ja yhteisön lainsäädäntö.

Bryssel 6. huhtikuuta 2005

Euroopan talous- ja sosiaalikomitean
puheenjohtaja
Anne-Marie SIGMUND