

Utorok 9. marca 2010

I

(Uznesenia, odporúčania a stanoviská)

UZNESENIA

EURÓPSKY PARLAMENT

Ochrana spotrebiteľa

P7_TA(2010)0046

Uznesenie Európskeho parlamentu z 9. marca 2010 o ochrane spotrebiteľa (2009/2137(INI))

(2010/C 349 E/01)

Európsky parlament,

- so zreteľom na oznámenie Komisie z 28. januára 2009 s názvom Monitorovanie spotrebiteľských výsledkov na jednotnom trhu – Druhé vydanie hodnotiacej tabuľky spotrebiteľských trhov (KOM(2009)0025) a na priložený pracovný dokument útvarov Komisie s názvom Druhé vydanie hodnotiacej tabuľky spotrebiteľských trhov (SEK(2009)0076),
 - so zreteľom na oznámenie Komisie z 2. júla 2009 o presadzovaní spotrebiteľského acquis (KOM(2009)0330),
 - so zreteľom na správu Komisie z 2. júla 2009 o uplatňovaní nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 z 27. októbra 2004 o spolupráci medzi národnými orgánmi zodpovednými za vynucovanie právnych predpisov na ochranu spotrebiteľa (nariadenie o spolupráci v oblasti ochrany spotrebiteľa) (KOM(2009)0336),
 - so zreteľom na oznámenie Komisie zo 7. júla 2009 o harmonizovanej metodike klasifikácie a ohlasovania sťažností a otázok spotrebiteľov (KOM(2009)0346) a na priložený návrh odporúčania Komisie (SEK(2009)0949),
 - so zreteľom na pracovný dokument útvarov Komisie z 22. septembra 2009 o opatreniach v oblasti maloobchodných finančných služieb v nadväznosti na hodnotiacu tabuľku spotrebiteľských trhov (SEK(2009)1251),
 - so zreteľom na svoje uznesenie z 18. novembra 2008 o hodnotiacej tabuľke spotrebiteľských trhov ⁽¹⁾,
 - so zreteľom na článok 48 a článok 119 ods. 2 rokovacieho poriadku,
 - so zreteľom na správu Výboru pre vnútorný trh a ochranu spotrebiteľa (A7-0024/2010),
- A. keďže hodnotiacu tabuľku spotrebiteľských trhov (ďalej len „tabuľka“) si spolu s hodnotiacou tabuľkou vnútorného trhu kladie za cieľ zlepšiť fungovanie vnútorného trhu, aby lepšie reagoval na očakávania a obavy občanov,

⁽¹⁾ Prijaté texty, P6_TA(2008)0540.

Utorok 9. marca 2010

- B. keďže politické usmernenia budúcej Komisie, ktoré predložil predseda Barosso, si vyžadujú systematickejší a integrovanejší prístup k dobudovaniu vnútorného trhu, napr. pomocou tzv. iniciatívy na monitorovanie trhu,
- C. keďže 499 miliónov spotrebiteľov v EÚ má ústredný význam pre fungovanie vnútorného trhu a zohráva kľúčovú úlohu pri dosahovaní cieľov Lisabonskej agendy, medzi ktorými sú vyššia rast, zamestnanosť a hospodárska súťaž, keďže výdavky spotrebiteľov vytvárajú polovicu bohatstva EÚ,
- D. keďže v rámci lisabonskej stratégie po roku 2020 treba spotrebiteľskú politiku začleniť do rámca trvalo udržateľného rozvoja rešpektujúceho životné prostredie a dbajúceho na sociálny rozmer vnútorného trhu,
- E. keďže vnútorný trh, ktorý účinne reaguje na požiadavky spotrebiteľov, pomáha aj pri zabezpečovaní inovatívnejšieho a zdravšieho hospodárstva, pretože účinné a pohotové spotrebiteľské trhy v hospodárstve sú hlavnými hybnými silami konkurencieschopnosti a blahobytu občanov,
- F. keďže riadne fungujúci vnútorný trh by mal spotrebiteľom ponúkať širokú paletu výrobkov a služieb vysokej kvality za konkurencieschopné ceny a zároveň vysokú úroveň ochrany spotrebiteľa,
- G. keďže väčšina občanov EÚ sa každodenne dostáva do styku s vnútorným trhom v úlohe spotrebiteľov,
- H. keďže efektívnosť spotrebiteľskej politiky sa posilní, ak si spotrebiteľia a podniky budú vedomí svojich práv a povinností v rámci existujúcich právnych predpisov a ak ich budú schopní uplatňovať pri obchodných transakciách,
- I. keďže sebaistí, dobre informovaní a uvedomelí spotrebiteľia sú kľúčom k účinnému fungovaniu trhov, pretože odmeňujú obchodníkov, ktorí konajú čestne a najlepšie reagujú na potreby spotrebiteľov,
- J. keďže aktívna spotrebiteľská politika, ktorá informuje spotrebiteľov, v dôsledku čoho sa spotrebiteľia stávajú zodpovednejšími a vyžadujú kvalitné výrobky a služby, bude zohrávať významnú úlohu pri budovaní celosvetovo konkurencieschopnej, dynamickej a inovatívnej EÚ,
- K. keďže vzhľadom na väčšiu zložitosť maloobchodných trhov, najmä trhu s maloobchodnými službami, je pre spotrebiteľov čoraz ťažšie kvalifikovane sa rozhodnúť pri nákupe tovaru a služieb,
- L. keďže koordinovaný prístup k vzdelávaniu spotrebiteľov je potrebný na to, aby spotrebiteľia mohli bez obáv uplatňovať svoje práva,
- M. keďže spotrebiteľia majú v prípade ujmy z dôvodu uplatnenia nezákonných postupov právo na náhradu, ale v praxi musia pri snahe o súdne riešenie takýchto prípadov čeliť značným prekážkam v dôsledku vysokých nákladov, dlhých a zložitých postupov a rizika spojeného so súdnym sporom,
- N. keďže z tabuľky vyplýva, že iba štyria z desiatich spotrebiteľov sa domnievajú, že je jednoduché vyriešiť spory s predajcami a poskytovateľmi služieb prostredníctvom mechanizmov alternatívneho riešenia sporov, a iba podľa troch z desiatich spotrebiteľov je jednoduché riešiť spory súdnou cestou,
- O. keďže asi polovica spotrebiteľov v EÚ, ktorí podali sťažnosť, nie je spokojná s tým, ako sa ich sťažnosť rieši, a iba polovica z nich podniká ďalšie kroky,

Utorok 9. marca 2010

- P. keďže hospodárska kríza zintenzívnila tlak na skupiny spotrebiteľov s nízkymi príjmami, ktoré vynakladajú väčšinu príjmov na potraviny a bývanie, a keďže z tohto dôvodu sa zväčšuje počet spotrebiteľov, ktorí sú nadmerne zadĺžení,
- Q. keďže s príchodom elektronického obchodovania prudko silnie cezhraničný rozmer spotrebiteľských trhov, ale spotrebiteľia sa naďalej zdráhajú využívať výhody, ktoré poskytuje integrácia trhu, najmä preto, že nemajú dôveru v rovnakú ochranu svojich práv pri cezhraničných nákupoch a v dôsledku neistoty, ktorá vládne v oblasti práva na odškodnenie,
- R. keďže vysoká úroveň ochrany spotrebiteľov v EÚ je základom rozvoja cezhraničného obchodu v rámci jednotného trhu, ktorý zodpovedá potrebám spotrebiteľov,
- S. keďže silnejúci cezhraničný rozmer spotrebiteľských trhov stavia orgány presadzovania práva pred nové výzvy, pretože sú ohraničené jurisdikciou a rozdrobeným regulačným rámcom,
- T. keďže Komisia a vnútroštátne orgány presadzovania práva by mali zvýšiť svoje úsilie, aby sa dosiahla vysoká miera ochrany spotrebiteľa a vybudovala dôvera spotrebiteľov vo využívanie všetkých možností jednotného trhu,
- U. keďže pravidlá EÚ v oblasti ochrany spotrebiteľa sa mňajú účinku, ak nie sú riadne transponované, vykonávané a presadzované na vnútroštátnej úrovni,
- V. keďže Komisia by mala aktívne pomáhať vnútroštátnym orgánom pri správnom uplatňovaní právnych predpisov, hneď ako príjmu vnútroštátne právne predpisy,
- W. keďže vzhľadom na súčasný hospodársky pokles je dôrazné a nepretržité presadzovanie práva tým dôležitejšie, že v dôsledku krízy sú spotrebiteľia zraniteľnejší a nízka miera dodržiavania práva im môže spôsobiť ešte vyššie ujmy, zatiaľ čo orgány presadzovania práva môžu byť pod zvýšeným tlakom v súvislosti so znižovaním prostriedkov, musia si starostlivo určiť priority a v čo najväčšej miere zvýšiť vplyv svojich činností,
- X. keďže Európsky parlament a národné parlamenty môžu prostredníctvom vzájomnej úzkej spolupráce aktívne prispievať k lepšej transpozícii a presadzovaniu právnych predpisov na ochranu spotrebiteľa,

Úvod

1. domnieva sa, že vymenovanie komisárky zodpovednej za spotrebiteľskú oblasť v roku 2007 a jej silná osobná angažovanosť, veľká otvorenosť a výrazne proaktívna úloha viedli k pokroku v oblasti európskej politiky ochrany spotrebiteľa a spotrebiteľských otázok, čo bolo veľmi prínosné pre občanov EÚ;
2. pociťuje obavu, že rozdelenie zodpovednosti za spotrebiteľské otázky medzi rezorty dvoch komisárov by mohlo viesť k tomu, že nová Komisia bude venovať týmto otázkam menšiu pozornosť, a zároveň vyjadruje obavu, že nová organizačná štruktúra rôznych generálnych riaditeľstiev môže spôsobiť rozdrobenie alebo mať nepriaznivý vplyv na súdržnosť a efektívnosť spotrebiteľskej politiky;
3. zdôrazňuje, že nadobudnutím platnosti Lisabonskej zmluvy sa v článku 12 Zmluvy o fungovaní Európskej únie ako všeobecne platné ustanovenie opätovne potvrdzuje, že pri definovaní a vykonávaní ostatných politík a činností EÚ by sa mali zohľadňovať požiadavky na ochranu spotrebiteľa; vyzýva preto Komisiu, aby zabezpečila efektívne začlenenie spotrebiteľských záujmov do všetkých politík EÚ a aby vo svojich hodnoteniach vplyvu preskúmala možné dôsledky každého nového právneho predpisu a politík, ktoré sa priamo alebo nepriamo týkajú spotrebiteľov; naliehavo vyzýva všetky príslušné generálne riaditeľstvá Komisie, aby zverejnili výročné správy o integrácii spotrebiteľskej politiky do svojich oblastí zodpovednosti;

Utorok 9. marca 2010

4. zdôrazňuje potrebu aktívnej spotrebiteľskej politiky, ktorá občanom umožní využívať vnútorný trh v plnej miere; domnieva sa, že aktívna spotrebiteľská politika má ešte zásadnejší význam počas súčasnej hospodárskej krízy, pokiaľ ide o podporu sociálnej politiky v rámci boja proti prehlbujúcim sa rozdielom a ochrany zraniteľných spotrebiteľov a skupín s nízkymi príjmami;

5. zdôrazňuje, že spotrebiteľia by mali mať možnosť kvalifikovaného výberu, pretože sa tým zintenzívni súťaživosť obchodníkov v prospech vyššej kvality tovaru a služieb, ktoré poskytujú, a zachovania cien na konkurenčnej úrovni, a nemali by byť vystavení psychologickému nátlaku zo strany výrobcov využívajúcich nástroje, pomocou ktorých tendenčne a zavádzajúco predstavujú svoje výrobky;

6. vyjadruje presvedčenie, že zodpovedný prístup podnikov založený na dodržiavaní zásady sociálnej zodpovednosti, pravidiel hospodárskej súťaže a hospodárskych záujmov spotrebiteľov pomôže vybudovať dôveru medzi spotrebiteľmi;

7. opätovne zdôrazňuje, že spotrebiteľské organizácie zohrávajú kľúčovú úlohu pri upozorňovaní verejných orgánov na každodenné problémy spotrebiteľov a že by sa mali zlepšiť nástroje, ktoré majú k dispozícii, aby sa zvýšili ich možnosti efektívne reagovať na úrovni EÚ a na vnútroštátnej úrovni; vyzýva členské štáty, aby zabezpečili, že vo všetkých fázach rozhodovacieho procesu a pri transpozícii a uplatňovaní spotrebiteľského práva budú prebiehať náležité konzultácie so spotrebiteľskými organizáciami;

8. vyzýva Komisiu a členské štáty, aby zintenzívnili informovanosť a odbornú prípravu spotrebiteľov a posilňovali tak ich postavenie; vyzýva členské štáty, aby zabezpečili poskytovanie jasných a zrozumiteľných informácií najmä mladým spotrebiteľom o výrobkoch a službách, ktoré sú im určené; vyzýva členské štáty, aby spotrebiteľské otázky zaradili do štátnych učebných osnov na všetkých úrovniach vzdelávania s cieľom dosiahnuť, aby deti získali potrebné zručnosti, ktoré im neskôr v živote umožnia prijímať komplexné rozhodnutia, a aby zväzili vzdelávacie programy pre rodičov a dospelých spotrebiteľov, ktorých dlhodobým cieľom bude rozvíjať a upevňovať uvedomelosť v oblasti spotreby; zdôrazňuje, že tieto programy by mali zodpovedať vzdelávacím potrebám a spôsobilostiam študentov na každom stupni, a využívať moderné metódy vzdelávania založené na praktických skúsenostiach a príkladoch; pripomína, že vzdelaní spotrebiteľia, ktorí poznajú svoje práva a vedia, kam sa obrátiť v prípade, že nie sú rešpektované, sú dôležití aj pri odhaľovaní prípadov nedodržiavania predpisov;

9. zdôrazňuje, že je treba propagovať udržateľnú spotrebu zdôrazňovaním skutočnosti, že poskytovatelia služieb a maloobchodníci, ako aj spotrebiteľia, musia byť vzdelanejší a lepšie informovaní o koncepcii udržateľnej spotreby, aby mohli konať v tomto duchu;

10. dôrazne vyzýva Komisiu a členské štáty, aby začali uplatňovať správne zameranú komunikačnú stratégiu s cieľom zvyšovať informovanosť občanov EÚ o rizikách, ktorým sú vystavení, a o ich spotrebiteľských právach, najmä tým, že zavedú užívateľsky zrozumiteľné webové portály, zorganizujú osvetové kampane a zriadia informačné miesta na miestnej, regionálnej a vnútroštátnej úrovni; zdôrazňuje potrebu využívať osobitné komunikačné kanály, zamerané na najzraniteľnejších spotrebiteľov, zabezpečením spoľahlivosti, dôveryhodnosti a nestrannosti organizácií zodpovedných za riadenie a organizáciu komunikačných médií;

Hodnotiaca tabuľka spotrebiteľských trhov

11. opätovne potvrdzuje, že hodnotiaca tabuľka je významným nástrojom lepšieho monitorovania spotrebiteľských trhov s cieľom poskytnúť informácie, ktoré môžu prispieť k zabezpečeniu lepšej tvorby politiky a právnych predpisov, ale takisto ukázať občanom, že ich záujmy sa náležite zohľadňujú;

12. víta päť hlavných ukazovateľov uvedených v hodnotiacej tabuľke – sťažnosti, cenové úrovne, spokojnosť, prechod k inej ponuke a bezpečnosť – ktoré majú kľúčovú úlohu pri identifikovaní trhov, na ktorých hrozí najväčšie riziko zlyhania z hľadiska hospodárskych a sociálnych spotrebiteľských výsledkov; domnieva sa však, že treba tiež využívať ukazovatele, ktoré umožnia vyhodnotiť adekvátnosť výrobkov a služieb v porovnaní s cieľom trvalo udržateľného rozvoja;

Utorok 9. marca 2010

13. uznáva, že hoci týchto päť ukazovateľov nepokrýva všetky stránky spotrebiteľského prostredia, poskytujú dostatočný základ na stanovenie priorit a vyvodenie záverov vzhľadom na prípadnú potrebu ďalšej analýzy za predpokladu, že údaje poskytnuté členskými štátmi sú kompletne a možno ich zhromaždiť na ľahko porovnateľnom základe;

14. domnieva sa, že súčasné údaje o spotrebiteľských sťažnostiach, cenových úrovniach, spokojnosti, prechodu k inej ponuke a bezpečnosti stále nepostačujú na vyvodenie konečných záverov a že na vybudovanie spoľahlivej databázy o spotrebiteľskej problematike sú potrebné ďalšie hodnotné podklady; zdôrazňuje, že je preto potrebné ďalej rozvíjať ukazovatele a organizovať zhromažďovanie údajov so zreteľom na rozdiely medzi systémami jednotlivých štátov;

15. navrhuje, aby potom, keď päť základných ukazovateľov a príslušná metodológia budú vypracované dostatočne na to, aby poskytli kvalitné výsledky, mala by Komisia zväziť, že do hodnotiacej tabuľky začlenení dodatočné dlhodobé ukazovatele, ktoré sa týkajú podielov na trhu, kvality, propagácie, transparentnosti a porovnateľnosti ponúk, ukazovatele týkajúce sa presadzovania predpisov a uvedomejšieho postoja spotrebiteľov, sociálne, environmentálne a etické ukazovatele, ako aj ukazovatele na určenie nápravy a ujmy spôsobenej spotrebiteľovi; domnieva sa však, že by sa to malo zrealizovať postupne, aby sa zabezpečilo presné zameranie a zrozumiteľnosť hodnotiacej tabuľky, s cieľom vytvoriť globálnu koncepciu ochrany spotrebiteľov, aby mohli naplno využiť výhody vnútorného trhu;

16. opätovne zdôrazňuje, že hodnotiaci tabuľka by mala obsahovať všetky hlavné kategórie spotrebiteľských výdavkov s cieľom identifikovať najproblematickejšie trhy a pripraviť pôdu pre ešte podrobnejšiu sektorovú analýzu, najmä ak sa na základe podkladov zistia problémy spoločné pre rôzne trhy; vyzýva preto Komisiu a členské štáty, aby v záujme ďalšieho zdokonaľovania hodnotiacej tabuľky zabezpečili primerané financovanie a personál;

17. uvedomuje si, že spotrebiteľia sú menej spokojní a majú viac problémov v oblasti služieb než v oblasti tovaru, čo sčasti odráža väčšiu zložitosť zmluvných vzťahov v oblasti služieb a poskytovania služieb; žiada Komisiu, aby dôkladne analyzovala všetky problematické odvetvia vymedzené v hodnotiacej tabuľke; vyzýva ďalej Komisiu, aby dohliadala na to, aby túto činnosť dopĺňali osobitné legislatívne iniciatívy a politické odporúčania pre členské štáty a aby bol Parlament oboznámený s výsledkami;

18. oceňuje záujem a kvalitnú prácu Komisie v štúdiu o maloobchodných finančných službách, ktorá nadväzuje na hodnotiacu tabuľku; berie na vedomie problémy zistené v oblasti finančných služieb, ktoré finančná kríza ešte zväčšila; víta najmä zistenia tejto štúdie, napríklad pokiaľ ide o závažné problémy v oblasti transparentnosti a porovnateľnosti poplatkov spojených s bežnými účtami v EÚ; domnieva sa, že treba vyvodit' všetky dôsledky, ktoré súvisia s potrebou lepšej regulácie činností v tomto sektore;

19. poukazuje na to, že hoci sú sťažnosti spotrebiteľov dôležité na odhalenie zlého fungovania trhu, ich neprítomnosť vždy neznamená, že trhy sú v poriadku, keďže v niektorých členských štátoch majú spotrebiteľia menšiu tendenciu sťažovať sa, pretože majú odlišné spotrebiteľské zvyklosti, alebo neveria, že by mohli uspieť; na druhej strane poukazuje na to, že množstvo sťažností v konkrétnom členskom štáte by sa nevyhnutne nemalo vysvetľovať ako prejav zlyhávajúceho trhu, ale môže byť dôsledkom existencie účinne fungujúcich orgánov, ktoré sa zaoberajú sťažnosťami, alebo nedávnej informačnej kampane o spotrebiteľských právach;

20. konštatuje, že v EÚ je vyše 700 organizácií tretích strán, ktoré zhromažďujú sťažnosti, ale opatrenia týkajúce sa tejto činnosti sa navzájom značne líšia a pomerne málo z týchto organizácií zbiera údaje o povahe sťažnosti a predmetnom odvetví; domnieva sa, že hoci je to možno dostatočné na poskytnutie rady alebo informácie, vôbec to nepostačuje na identifikáciu možných zlyhaní trhu z hľadiska spotrebiteľa; vyzýva preto všetky orgány, ktoré sa zaoberajú sťažnosťami, aby prijali harmonizované postupy klasifikácie a oznamovania spotrebiteľských sťažností, a nabáda ich, aby v súvislosti so sťažnosťami nahlasovali údaje vo všetkých položkách – odporúčaných i dobrovoľných – ktoré Komisia uviedla vo svojom návrhu odporúčaní; je presvedčený, že vypracovanie harmonizovaných postupov umožní členským štátom zozbierať užitočnejšie údaje a vytvoriť ucelenejší obraz vnútroštátnych spotrebiteľských trhov a že povedie k vytvoreniu celoeurópskej databázy, ktorá umožní porovnávať problémy spotrebiteľov v celej EÚ;

Utorok 9. marca 2010

21. upriamuje pozornosť na analýzu dostupných cenových údajov, ktorá zobrazuje nevysvetlené cezhraničné odchýlky v niekoľkých tovaroch a službách; domnieva sa, že hoci cenové rozdiely často súvisia s rozdielmi v dopyte, úrovniach výdavkov, daniach alebo nákladovej štruktúre, mnohokrát sú tiež prejavom rozdrobenia či zlého fungovania vnútorného trhu; navrhuje, aby sa v prípade, keď je cena vyššia ako referenčná hodnota, venovala pozornosť vzťahu medzi dovoznými a spotrebiteľskými cenami a aby sa dôkladne preskúmali príčiny odlišných cenových hladín;

22. je presvedčený, že dostupné cenové údaje nepostačujú na riadne monitorovanie vnútorného trhu, a vyzýva vnútroštátne štatistické úrady a EUROSTAT, aby spolupracovali s Komisiou s cieľom poskytnúť viac údajov a ďalej rozvíjať postupy zhromažďovania priemerných cien porovnateľného a reprezentatívneho tovaru a služieb; v tejto súvislosti pripomína, že je potrebné, aby vnútroštátne štatistické úrady schválili práce na zhromažďovaní údajov a výpočte priemerných cien a aby sa vo väčšej miere na týchto prácach zúčastňovali; zdôrazňuje, že poskytovanie transparentnejších údajov o cenách by zvýšilo dôveru spotrebiteľov a zároveň by preukázalo, že sa hľadajú riešenia ich každodenných starostí;

23. uznáva, že spokojnosť spotrebiteľov je dôležitým ukazovateľom toho, ako trhy dokážu plniť potreby spotrebiteľov; žiada Komisiu, aby ďalej rozvíjala postupy a meracie techniky na vykonávanie prieskumov spotrebiteľskej spokojnosti a aby sa v budúcnosti venovala aj ďalším odvetviam;

24. zastáva názor, že schopnosť prejsť k inému poskytovateľovi je základným znakom hospodárskej súťaže v trhovom hospodárstve; dôrazne vyzýva Komisiu a členské štáty, aby prijali opatrenia na uľahčenie takéhoto prechodu v rámci všetkých dôležitých maloobchodných služieb;

25. konštatuje, že z prieskumov vyplýva, že dôvera spotrebiteľov v bezpečnosť výrobkov je vo všeobecnosti veľká, hoci medzi jednotlivými členskými štátmi existujú výrazné rozdiely v tom, ako spotrebiteľia vnímajú bezpečnosť; žiada Komisiu a členské štáty, aby zlepšili súčasné dostupné údaje o bezpečnosti spotrebných výrobkov, ktoré sa získavajú najmä na základe nahlásených nehôd a zranení spôsobených nevyhovujúcimi výrobkami alebo prostredníctvom systémov oznamovania rizika; zdôrazňuje, že opatrnosť je potrebná, najmä pokiaľ ide o bezpečnosť hračiek;

26. vyzýva všetky členské štáty, aby v záujme zvýšenia bezpečnosti spotrebiteľov prostredníctvom spoločnej databázy systematicky evidovali nehody a zranenia a zhromažďovali o nich údaje;

27. konštatuje, že nárast cezhraničnej aktivity v EÚ stále výrazne kolíše, a hoci sú priemerné výdavky na cezhraničné nákupy značné (737 EUR na osobu ročne), veľká väčšina maloobchodníkov (75 %) predáva len spotrebiteľom vo vlastnej krajine, zatiaľ čo iba štvrtina spotrebiteľov v EÚ uskutočňuje cezhraničné nákupy; domnieva sa, že napriek množstvu štrukturálnych prekážok, akými sú jazyk, vzdialenosť a rozdielne zákony na ochranu spotrebiteľa, by väčšia dôvera spotrebiteľov podstatne zvýšila mieru cezhraničného obchodu; domnieva sa, že rozvoj cezhraničného obchodu by nemal viesť k oslabeniu predpisov, ale naopak, že vyvoláva potrebu väčšieho úsilia na udržanie optimálnej úrovne ochrany spotrebiteľov v EÚ;

28. berie na vedomie skutočnosť, že nakupovanie cez internet je čoraz bežnejšie, ale cezhraničné elektronické obchodovanie sa nerozvíja tak rýchlo ako nakupovanie vo vlastnej krajine; žiada Komisiu, aby do budúcich hodnotiacich tabuliek zaradila kompletnejšie údaje o skutočnej miere cezhraničného predaja a o problémoch, s ktorými sa stretávajú cezhraniční spotrebiteľia;

29. konštatuje, že o niečo viac než polovica spotrebiteľov v EÚ (51 %) sa domnieva, že existujúce spotrebiteľské opatrenia ich dostatočne chránia, viac než polovica (54 %) je presvedčená, že verejné orgány náležite chránia ich práva, a o čosi viac (59 %) je presvedčených, že predajcovia a poskytovatelia rešpektujú ich práva;

30. zdôrazňuje, že takmer tretina spotrebiteľov v EÚ (30 %), ktorí uskutočnili nákup na diaľku prostredníctvom internetu, telefonicky alebo poštou, uvádza problémy s dodaním tovaru; všima si však, že deviatim z desiatich spotrebiteľov, ktorí sa pokúsili nákup vrátiť alebo zrušiť zmluvu v rámci lehoty na odstúpenie, sa to aj podarilo;

Utorok 9. marca 2010

31. pripomína, že viacero členských štátov vytvorilo nástroje na monitorovanie svojich vnútorných trhov z hľadiska spotrebiteľa, napríklad strediská na sledovanie cien alebo komplexné systémy podávania sťažností na účely získavania informácií pri tvorbe politik, zatiaľ čo ďalšie členské štáty nevyužívajú údaje na monitorovanie spotrebiteľských trhov a majú problémy pri ich zhromažďovaní; zdôrazňuje, že z tohto dôvodu je potrebná výmena skúseností z najlepšej praxe medzi členskými štátmi;
32. zdôrazňuje, že výrazná účasť vnútroštátnych štatistických úradov a Eurostatu, ako aj úzka spolupráca týchto orgánov s Komisiou, tvorcami spotrebiteľskej politiky, vnútroštátnymi orgánmi presadzovania práva, ako aj spotrebiteľskými a obchodnými organizáciami bude mať kľúčový význam pri zabezpečovaní kvality a úplnosti údajov a pri ďalšom rozvoji potrebnej databázy podkladov; vyzýva Eurostat, členské štáty a všetky zainteresované strany, aby prijali kroky na uľahčenie takejto spolupráce;
33. domnieva sa, že údaje o trhu môžu prinášať zásadný podnet na inováciu a konkurencieschopnosť; zdôrazňuje preto význam hodnotiacej tabuľky, ktorá predstavuje vhodný nástroj na vymedzenie preferencií a požiadaviek spotrebiteľov; poznamenáva, že tieto údaje môžu stimulovať inováciu tým, že budú povzbudzovať podniky, aby prenikali na nové trhy, a budú vyvíjať na podniky nátlak, aby zlepšili kvalitu svojich výrobkov a svojich služieb;
34. zastáva názor, že hodnotiaci tabuľka doplnená o spoľahlivé údaje, ktoré sa dajú ľahko porovnávať medzi 27 členskými štátmi, by mala byť bohatým zdrojom porovnateľných údajov pre tvorcov politiky v jednotlivých štátoch v oblasti hospodárskej súťaže, spotrebiteľskej politiky a iných politík a mala by im pomôcť identifikovať na vnútroštátnej úrovni trhy, ktoré z hľadiska spotrebiteľa dobre nefungujú;
35. vyzýva Komisiu, aby porovнала spotrebiteľské prostredia jednotlivých členských štátov a zohľadnila pritom rozdiely v spotrebiteľskom práve a tradíciách; opätovne zdôrazňuje, že porovnanie spotrebiteľských výsledkov medzi členskými štátmi a spotrebiteľského prostredia v celej EÚ pomôže pri definovaní najlepšej praxe a v konečnom dôsledku zabezpečí vnútorný trh, ktorý slúži spotrebiteľom;
36. vyzýva všetky členské štáty, aby každoročne vykonali rozsiahle monitorovanie trhu s cieľom identifikovať trhy, ktoré z hľadiska spotrebiteľa zlyhávajú, a poskytnúť komplexné údaje, ktoré Komisii umožnia monitorovať a porovnať problémy, s ktorými sa spotrebiteľia stretávajú na vnútornom trhu;
37. zastáva názor, že hodnotiaci tabuľka by mala slúžiť nielen na zabezpečenie lepšej politiky ochrany spotrebiteľa, ale musí byť aj podkladom pre všetky politiky, ktoré sa týkajú spotrebiteľa, čím sa zabezpečí lepšia integrácia spotrebiteľských záujmov do všetkých politík EÚ, ako aj začlenenie cieľa trvalo udržateľného rozvoja do politiky ochrany spotrebiteľa; zdôrazňuje, že hodnotiaci tabuľka by mala byť aj podnetom na všeobecnejšiu diskusiu o otázkach spotrebiteľskej politiky;
38. žiada Komisiu, aby s pomocou členských štátov vypracovala stratégiu na lepšie sprostredkovanie hodnotiacej tabuľky širšiemu okruhu príjemcov, okrem iného tým, že zabezpečí jej ľahkú dostupnosť a viditeľnosť na príslušných webových stránkach a podporí jej náležité šírenie v médiách, na úrovni vnútroštátnych orgánov, spotrebiteľských organizácií a ďalších zainteresovaných strán; domnieva sa, že je potrebné pokračovať v každoročnom uverejňovaní brožúry s hodnotiacou tabuľkou a jej sprostredkovaní vo všetkých úradných jazykoch EÚ; žiada Komisiu a členské štáty, aby medzi európskymi občanmi primeraným spôsobom propagovali internetovú stránku „eYou Guide“, ktorú Komisia osobitne zriadila ako príručku práv občanov;

Presadzovanie spotrebiteľského acquis

39. víta päť prioritných oblastí činnosti, ktoré stanovila Komisia v oznámení o presadzovaní spotrebiteľského acquis;
40. zdôrazňuje, že účinné vykonávanie a zabezpečovanie dodržiavania predpisov EÚ v oblasti ochrany spotrebiteľa podnecuje väčšiu dôveru spotrebiteľov a je účinným odstrašujúcim prostriedkom pre podniky, ktoré by tieto predpisy chceli obísť; vyzýva Komisiu, aby dôsledne monitorovala spotrebiteľské acquis EÚ a pomáhala členským štátom pri jeho transpozícii a vykonávaní; v tejto súvislosti vyzýva Komisiu, aby zvažila možnosti, ktoré by v súlade s právnym základom vychádzajúcim z článku 169 Zmluvy o fungovaní Európskej únie, pomocou podporných a sprievodných opatrení pre politiky členských štátov, prípadne pomocou vytvorenia európskej spotrebiteľskej agentúry, umožnili lepšie zviditeľniť politiku ochrany spotrebiteľa;

Utorok 9. marca 2010

41. konštatuje, že zabezpečovanie plnenia príslušných predpisov nie je v EÚ ani zďaleka jednotné a väčšina krajín má svoje silné a slabé stránky; poukazuje na to, že z údajov vyplývajú významné rozdiely medzi členskými štátmi, pokiaľ ide o rozpočet vyčlenený na dohľad nad trhom a množstvo zainteresovaných inšpektorov; naliehavo vyzýva členské štáty, aby zdvojnásobili úsilie a zvýšili zdroje s cieľom zaručiť, aby sa na maloobchodných trhoch presadzovali zákony na ochranu spotrebiteľov a zabezpečenie hospodárskej súťaže;

42. domnieva sa, že posilnenie dohľadu nad trhom a mechanizmov presadzovania práva, ako aj jeho účinnej a dôslednej transpozície v záujme povzbudenia dôvery spotrebiteľov má kľúčový význam, pretože výdavky spotrebiteľov budú dôležitým faktorom v rámci hospodárskej obnovy; zastáva názor, že verejné orgány by mali dostať viac zdrojov na vyšetrowanie a v konečnom dôsledku aj zastavenie nezákonných obchodných praktík;

43. zdôrazňuje, že spotrebiteľské trhy sa vyvíjajú rýchlo a orgány presadzovania práva musia byť schopné čeliť novým výzvam, pred ktoré ich z hľadiska schopnosti účinnej reakcie v cezhraničnom prostredí, akým je napríklad vnútorný trh, stavajú hospodárske a technologické zmeny, a na tento účel musia spojiť svoje úsilie, aby sa zabezpečilo účinné a dôsledné presadzovanie práva v celej EÚ; domnieva sa, že revízia regulačného rámca je tiež potrebná na odstránenie medzier v oblasti regulácie;

44. vyzýva, aby sa vo všetkých členských štátoch zriadili nezávislé agentúry na ochranu spotrebiteľov, ktoré by poskytovali informácie a iniciovali konanie na vnútroštátnych súdoch s cieľom ochrany záujmov spotrebiteľov; vyzýva preto k spolupráci medzi existujúcimi agentúrami na ochranu spotrebiteľov vo všetkých členských štátoch;

45. naliehavo vyzýva všetky členské štáty, aby preskúmali výhody, ktoré by prinieslo vytvorenie inštitúcie ombudsmana pre spotrebiteľov; upozorňuje, že v niektorých členských štátoch už táto inštitúcia existuje ako mimosúdny orgán pre zmierovacie konanie v prípade sporov v spotrebiteľskej oblasti, aj ako poradná inštitúcia fungujúca po boku štátu, ktorá je poverená riešením problémov spadajúcich do jej právomocí;

46. zhoduje sa s Komisiou v názore, že mechanizmy alternatívneho riešenia sporov, napríklad mediácia a rozhodcovské konanie alebo mimosúdne vyrovnanie, môžu byť vhodným a atraktívnym prostriedkom pre spotrebiteľov, ktorí neuspeli pri neformálnom vyriešení sporu s obchodníkom alebo verejnou organizáciou poskytujúcou služby; naliehavo vyzýva členské štáty, aby poskytovali podnety na vývoj mechanizmov alternatívneho riešenia sporov s cieľom zvýšiť úroveň ochrany spotrebiteľov a zmaximalizovať súlad s právnymi predpismi, zdôrazňuje však, že tieto mechanizmy by mali dopĺňať súdne či administratívne prostriedky presadzovania práva, a nie ich nahrádzať; zároveň sa domnieva, že stanovenie presných lehôt na odpovede, ktoré musia dať orgány a podniky v súvislosti s predloženými prípadmi, by mohlo významne pomôcť spotrebiteľom, ktorí sa chcú zmobilizovať a dosiahnuť vyriešenie sporu;

47. pripomína, že podklady poukazujú na výrazné rozdiely medzi členskými štátmi a na priestor na zlepšenie z hľadiska opravných mechanizmov; pripomína, že systémy kolektívneho uplatňovania nárokov na nápravu súdnou cestou v súčasnosti existujú v 13 členských štátoch a vyzýva Komisiu, aby čo najskôr prijala ďalšie kroky v nadväznosti na svoju Zelenú knihu o kolektívnom uplatňovaní nárokov spotrebiteľov na nápravu z 27. novembra 2008 (KOM(2008)0794);

48. zdôrazňuje, že štátnym zamestnancom a súdnym orgánom je potrebné poskytovať v oblasti spotrebiteľských právnych predpisov EÚ riadnu odbornú prípravu a vzdelávanie;

49. konštatuje, že výsledky revízie siete pre spoluprácu v oblasti ochrany spotrebiteľa naznačujú, že orgány zaoberajúce sa cezhraničnými prípadmi majú ťažkosti z dôvodu nedostatku zdrojov; vyzýva Komisiu, aby preskúmala, ako možno zabezpečiť primerané zdroje s cieľom splniť existujúce záväzky v rámci nariadenia o spolupráci v oblasti ochrany spotrebiteľa;

50. vyjadruje podporu pre zosúladené opatrenia zamerané na presadzovanie práva (celoplošných kontrol), pri ktorých vnútroštátne orgány súběžne kontrolujú vybrané odvetvie, aby zistili, či sa dodržiavajú právne predpisy EÚ; zdôrazňuje, že takéto opatrenia by sa mali uskutočňovať častejšie (dvakrát ročne) na základe spoločnej metodiky a mali by sa kombinovať s ďalšími nástrojmi;

Utorok 9. marca 2010

51. uznáva právnu zložitosť súvisiacu s uverejnením výsledkov činností dohľadu nad trhom a presadzovania práva a skutočnosť, že vyšetrovacía činnosť často podlieha prísnyim pravidlám dôvernosti, ale zastáva názor, že Komisia a členské štáty by mali zverejniť takéto výsledky vrátane rozpisu podľa jednotlivých spoločností v prípadoch, kde sa zistilo opakované používanie nezákonných praktík; domnieva sa, že sa tým zabezpečí väčšia transparentnosť, väčšmi sa zviditeľní činnosť vnútroštátnych orgánov v oblasti presadzovania práva a spotrebiteľia budú môcť prijímať kvalifikované rozhodnutia;

52. žiada o posilnenie štruktúr dohľadu nad trhom vo všetkých členských štátoch, aby tak výrobky, ktoré sú v obehu na ich trhoch, spĺňali vysoké bezpečnostné normy a chybné alebo nebezpečné výrobky boli rýchlo odstránené z trhu; vyzýva Komisiu, aby monitorovala a pravidelne revidovala usmernenia, ktorými sa riadi systém rýchleho varovania RAPEX, s cieľom zlepšiť jeho fungovanie;

53. v tejto súvislosti vyzýva Komisiu, aby prísnejšie kontrolovala, ako členské štáty vykonávajú nariadenia v oblasti dohľadu nad trhom, najmä nariadenie (ES) č. 765/2008, a v prípade potreby urýchlene iniciovala konanie vo veci porušenia právnych predpisov;

54. podporuje úsilie Komisie o vyhodnotenie najnovších možností v oblasti technického monitorovania s cieľom zabezpečiť celkovú sledovateľnosť výrobkov počas celého logistického reťazca (napr. pomocou etikiet RFID alebo čiarových kódov); vyzýva Komisiu, aby Parlamentu predložila svoje súčasné iniciatívy a najnovšie dostupné informácie v súvislosti s vývojom celosvetovej siete sledovateľnosti;

55. pripomína, že Sieť európskych spotrebiteľských stredísk potrebuje primerané finančné prostriedky, aby mohla podporovať dôveru spotrebiteľov tým, že bude občanom poskytovať rady týkajúce sa ich spotrebiteľských práv a zjednodušovať prístup k opravným prostriedkom v prípadoch cezhraničných nákupov spotrebiteľov;

56. poukazuje na to, že vzhľadom na stále rastúci objem dovozu do EÚ z tretích krajín majú colné úrady dôležitú úlohu pri ochrane spotrebiteľov pred dovozom nebezpečných výrobkov, z čoho vyplýva, že je potrebná čoraz užšia spolupráca orgánov dohľadu nad trhom a colných úradov, ale aj colných úradov rôznych členských štátov navzájom;

57. zdôrazňuje, že zaisťovanie bezpečnosti výrobkov na vnútornom trhu si vyžaduje spojenie úsilia s orgánmi tretích krajín; podporuje preto iniciatívu Komisie za zintenzívnenie medzinárodnej spolupráce a úsilie o uzavretie formálnych dohôd s orgánmi presadzovania práva v tretích krajinách, najmä v Číne, USA a Japonsku; poznamenáva, že je v záujme všetkých strán pokračovať v dialógu a výmene informácií týkajúcich sa bezpečnosti výrobkov, čo je zároveň zásadné pri budovaní dôvery spotrebiteľa; vyzýva Komisiu, aby Parlament pravidelne informovala o dialógu s tretími krajinami;

*

* *

58. poveruje svojho predsedu, aby toto uznesenie postúpil Rade, Komisii, vládam a parlamentom členských štátov.
