



EVROPSKA
KOMISIJA

Bruselj, 29.11.2012
COM(2012) 698 final

ZELENA KNJIGA

Integriran trg dostave paketov za rast elektronskega poslovanja v EU

(Besedilo velja za EGP)

1. Uvod

Elektronsko poslovanje je splošno priznano kot ključni dejavnik za gospodarsko rast in povečanje ravni zaposlenosti v Evropski uniji¹. Sporočilo Komisije o elektronskem poslovanju in spletnih storitvah² opredeljuje dostavo blaga, kupljenega prek spleta, kot eno izmed petih prednostnih nalog za okrepitev elektronskega poslovanja do leta 2015, njen pomen pa sta poudarila tudi Svet Evropske unije in Evropski parlament³. Dostava ima odločilen pomen, saj v veliki meri olajšuje elektronsko prodajo in je ključni element za vzpostavitev zaupanja med prodajalci in kupci⁴.

Za trgovske in – širše gledano – gospodarske odnose med trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, in potrošniki je značilna vrsta kompleksnih dejavnosti na področju logistike. Pojem „dostava“, kot se uporablja v tem dokumentu, se nanaša na pošiljko fizičnega blaga, naročenega preko spleta, do trenutka, ko doseže končnega naročnika. V procesu dostave je udeleženih veliko izvajalcev. V tem dokumentu so navedeni kot „izvajalci storitev dostave“ in vključujejo: prevoznike, poštne operaterje in operaterje hitre pošte ter druge ponudnike logističnih storitev. V tej zeleni knjigi je pojem paket opredeljen v najširšem pomenu in zajema vse predmete, ki tehtajo do 30 kg⁵.

Način, na katerega se blago kupuje in dostavlja v Evropi, je v procesu hitrih in temeljitih sprememb. Glede na to, da potrošniki EU vse bolj iščejo in uporabljajo spletne nakupe, zlasti prek meja, narašča potreba po sistemu dostave, ki izpolnjuje njihova pričakovanja in deluje nemoteno, da bi olajšali njihovo vsakdanje življenje ter ustvarjali večje zaupanje v elektronsko poslovanje in njegovo povečano uporabo⁶. Učinkovitost in cenovna dostopnost sistema dostave je tudi ključno gibalno za trajnost poslovnih modelov velikega števila MSP ter zlasti njihove zmožnosti zagotavljanja storitev svojim strankam. Ker so MSP gonilna sila inovacij in rasti v Evropi⁷, bi izboljšanje splošnega sistema dostave blaga, naročenega v

¹ Internetno gospodarstvo je k rasti BDP v zadnjih petih letih prispevalo približno 21 %. Ustvarja tudi 2,6 delovnega mesta na eno izgubljeno delovno mesto in včasih dosega 25 % neto ustvarjenih delovnih mest (COM(2011) 942 final).

² „Skladen okvir za okrepitev zaupanja v enotni digitalni trg elektronskega poslovanja in spletnih storitev“, COM(2011) 942 final.

³ Svet EU, Sklepi o enotnem digitalnem trgu in upravljanju enotnega trga, 31. maj 2012; Resolucija z dne 21. septembra 2010 o dokončnem oblikovanju notranjega trga za elektronsko poslovanje (P7_TA82010)0320).

⁴ 42 % spletnih podjetij v Združenem kraljestvu daje prednost boljšim storitvam dostave, medtem ko jih le 18 % daje prednost naložbam v hitrejše širokopasovne povezave.

⁵ Na kratko, majhni predmeti in blago, s katerimi lahko ravna ena oseba.

⁶ 66 % vseh "izpraznitev košarice" nastane zaradi dejavnikov dostave, „2011 Consumer trends in multi-channel retailing“, Royal Mail.

⁷ Po ocenah FTI Consulting 22 % čezmejnega elektronskega poslovanja opravijo mali trgovci na drobno. Eurostat ocenjuje, da več kot četrtina vseh podjetij pošilja spletna naročila v druge države EU: 23 % navedenih podjetij je malih podjetij, 41 % velikih podjetij in 33 % srednjih podjetij.

Evropi preko spleta, po pričakovanjih lahko zagotovilo zelo pomembne rezultate glede rasti in delovnih mest⁸.

Številne raziskave in panožna poročila⁹, kakor tudi razgovori z različnimi zainteresiranimi stranmi, ki so potekali med pripravo te zelene knjige, potrjujejo analizo o storitvah dostave, ki je predstavljena v sporočilu o elektronskem poslovanju in spletnih storitvah.

57 % trgovcev na drobno obravnava čezmejno dostavo kot oviro¹⁰, medtem ko 46,7 % potrošnikov skrbi dostava pri čezmejnih transakcijah. Vprašanje dostave in vprašanje vračanja proizvodov sta dva najpomembnejša razloga za zaskrbljenost potrošnikov v zvezi s spletnim nakupovanjem¹¹. Neuspešna dostava, poškodovani ali izgubljeni artikli in visoki stroške dostave so tudi med desetimi najpogostejšimi razlogi za skrb potrošnikov, ki prispevajo k nizkemu zaupanju potrošnikov v čezmejno elektronsko poslovanje. Potrošniki bodo čedalje bolj naklonjeni kupovanju prek spleta, če se jim bo zagotovilo, da bo kupljeno blago dostavljeno v dobrem stanju in v napovedanem roku ter če bodo postopki vračanja blaga enostavni¹². Večja dostopnost novih tehnologij in njihova uporaba omogočata vrsto novih priložnosti za izboljšanje kakovosti storitve dostave in zadovoljstva potrošnikov. Nastanek in rast družabnih omrežij sta tudi znatno vplivala na način, na katerega se potrošniki seznanjajo z blagovnimi znamkami in kupujejo blago prek spleta. Inovativni načini elektronske komunikacije med trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, ponudniki storitev in potrošniki lahko prispevajo k učinkovitejši in ustrežnejši dostavi ter učinkovitejšemu in ustrežnejšemu postopku vračanja ter povečujejo zaznavanje kakovosti. Bolje delujoči trg elektronskega poslovanja bo prinesel oprijemljive vzajemne koristi za potrošnike in MSP, ter za vse akterje in industrijske sektorje, vključene v dejavnost elektronskega poslovanja.

⁸ Raziskava, ki jo je opravil Civic Consulting ocenjuje, da EU ne izkorišča potenciala elektronskega poslovanja; skupne socialne ugodnosti, ki bi se lahko pridobile za potrošnike EU, v primeru, če bi delež elektronskega poslovanja znašal 15 % prodaje na drobno (namesto 3,5 % v letu 2010), je po ocenah 204,5 milijard EUR na leto ali 1,7 % BDP EU.

⁹ „Focus on the Future“, BCG, maj 2012; IMRG; ACSEL; „Intra-community cross-border parcel delivery“, FTI, 2011; Sklop nacionalnih spletnih barometrov, E-bay; „The evolution of the European Postal market since 1997“, ITA/Wik, 2009; Poročilo IPC o čezmejnem elektronskem poslovanju, 2010, Eurobarometer, „Consumer market study on the functioning of e-commerce and Internet marketing and selling techniques in the retail of goods“, CIVIC, 2011.

¹⁰ „Poslovni odnos do čezmejne prodaje in varstvo potrošnikov“ (*Business attitude Towards cross-border sales and consumer protection*), analitično poročilo, Flash Eurobarometer 224, julija 2008, poglavje 2, oddelek 2.1, str. 21.

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

¹² Nedavna raziskava v Združenem kraljestvu kaže, da je skoraj 65 % anketirancev navedlo, da zaradi možnosti neuspešne dostave (zaradi tega, ker ob dostavi nikogar ni doma), ne bi kupovali na spletu. Preveč nejasni roki in tveganje, da artikel ne bo dostavljen pravočasno, so tudi razlog za skrb za približno 43 % anketirancev („A study of online fulfilment requirements“, IMRG UK Consumer Home Delivery Review 2012).

Pomen pošiljanja in dostave blaga je še dodatno povečan v mednarodnem okviru. Ker vedno več potrošnikov kupuje iz azijsko-pacifiške in severnoameriške regije in vedno več evropskih trgovcev na drobno, ki poslujejo elektronsko, želi izvažati v te regije, trgovski tokovi med njimi močno naraščajo. V tem okviru so elementi pošiljanja in dostave blaga še bolj zapleteni, vzbujajo dodatne skrbi in pomisleke glede varnosti ter pomenijo velik izziv in tudi edinstveno priložnost za razvoj evropskega elektronskega poslovanja, zlasti za MSP¹³.

Bolj primerna zasnova dostavne verige za elektronsko poslovanje v EU bi tudi pozitivno vplivala na številna področja politike, kot so:

- **Kohezija:** dati vsem državljanom in podjetjem, ne glede na njihovo velikost, na voljo koristi elektronskega poslovanja, in sicer prek dobro delujoče dostave po vsej Evropi.
- **Zaposlovanje:** zagotoviti odgovorne pogoje zaposlovanja v sektorju dostave, ki deluje pod močnimi pritiski za znižanje stroškov in povečanje prožnosti.
- **Inovacije:** pospeševati splošno uporabo novih informacijskih tehnologij v sistemih dostave, ki imajo neposredno korist za vse državljane in podjetja in so prilagojeni novemu družbenemu medijskemu okolju.
- **Okolje:** spodbujati trajnostni razvoj in optimizacijo logistike dostave, da bi tako omogočili prihranek energije in splošno zmanjšanje negativnih zunanjih učinkov.
- **Konkurenčnost evropskih industrij:** graditi na prednostih evropske industrije (trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, in izvajalci storitev dostave) za spodbujanje naložb v evropsko dostavno mrežo, ki se srečuje z močno konkurenco v mednarodnem okolju.

Ta zelena knjiga preučuje kako se razvijajo elektronsko poslovanje in trgi dostave v Evropi ter kaj je potrebno za vzpostavitev enotnega trga dostave, analizira ključne izzive za različne akterje in poudarja možnosti za izboljšanje izvajanja procesa dostave, ki bi koristil državljanom in podjetjem, zlasti MSP. Na podlagi informacij, zbranih v okviru posvetovanja, bo spomladi leta 2013 Komisija natančno ugotovila katera vprašanja je treba obravnavati in sprejela sklepe glede niza ukrepov, ki jih je treba sprejeti za dokončanje enotnega trga dostave paketov.

¹³ Sporočilo „Mala podjetja, velik svet – novo partnerstvo za pomoč MSP pri izkoriščanju priložnosti v svetu“, COM(2011) 702 final.

2. Trenutne tržne razmere in perspektive

2.1 Evropski trg elektronskega poslovanja in pomembnost dostave

Trgi elektronskega poslovanja v EU so zelo raznoliki in na različnih stopnjah razvitosti, kar je posledica različnih potrošniških praks, davčnega obravnavanja, razpoložljivosti proizvodov, dostopa do širokopasovne povezave in konkurenčnih trgov dostave. Trgovski profili nacionalnih trgov¹⁴ tudi v veliki meri vplivajo na dostavo, medtem ko čezmejna dostava¹⁵ v Evropi ostaja še vedno izziv za potrošnike in trgovce na drobno, ki poslujejo elektronsko¹⁶. Poleg tega bo učinkovita čezmejna dostava ohranjala potencial rasti novih tržnih niš, zahvaljujoč učinku „dolgega repa“¹⁷.

Trg elektronskega poslovanja se hitro razvija ter je vse bolj zahteven glede inovativnih poslovnih rešitev in pričakovanih potrošnikov. Potrebe sektorja, povezane z dostavo, so vse bolj raznolike zaradi večjega števila segmentih proizvodov, ki se ponujajo (knjige, DVD-ji, oblačila, male elektronske naprave, domače elektronske naprave, pohištvo, gospodinjski aparati) po različnih cenah ter so različne teže in velikosti pakiranja. Družabna omrežja, instantne informacijske tehnologije ter splošna raba telefonov in dlančnikov so tudi povečala pričakovanja potrošnikov glede rešitev, ki temeljijo na informacijah v realnem času in prožnih možnostih dostave.

Trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, so pod časovnim pritiskom. Nove zamisli in ideje morajo biti hitro izvedene. Sposobnost preživetja in uspešnost njihovega poslovanja sta odvisni od zmožnosti logističnega sektorja, da omogoči dostavo po nizki ceni in na primeren način¹⁸. To velja zlasti za manjše akterje na trgu elektronskega poslovanja, ki nimajo pogajalske moči za pridobitev velikih popustov od izvajalcev storitev dostave, niti zmogljivosti za naložbe v lastno logistično mrežo. V okolju, za katerega je značilna ekonomija obsega, ta tveganja zmanjšujejo njihovo konkurenčnost v primerjavi z večjimi

¹⁴ *E-commerce in the Nordics 2012*, Postnord.

¹⁵ Za čezmejne pošiljke so na voljo različni modeli, zlasti v obliki sodelovanja med nacionalnimi izvajalci poštne storitve, neposrednega pošiljanja v določen nacionalni poštni sistem ali drugih sporazumov s subjekti, ki izvajajo logistične dejavnosti.

¹⁶ V EU-27 le 9 % evropskih potrošnikov in 18 %¹⁶ evropskih trgovcev na drobno uporablja čezmejno elektronsko poslovanje; 48 % potrošnikov je povedalo, da bolj zaupajo spletnim nakupom doma kot v tujini (Evropska komisija, Pregled razmer za potrošnike, Potrošniki doma na enotnem trgu, marec 2011).

¹⁷ Skupna vsota prodaje proizvodov, po katerih je povpraševanje majhno ali katerih obseg prodaje je majhen, lahko pomeni enak ali večji tržni delež od tržnega deleža proizvodov, ki se prodajajo najbolje, če lahko prodajalci ponudijo večjo izbiro.

¹⁸ Na primer 57 % trgovcev na drobno obravnava čezmejno dostavo kot oviro (Flash Eurobarometer 224, julij 2008). 78 % prodajalcev na eBay-u meni, da so stroški dostave glavna ovira za čezmejno elektronsko poslovanje, 42 % pa omenja slabe storitve dostave (FreshMinds, raziskava o čezmejni trgovini, ki je bila opravljena v Združenem kraljestvu, Nemčiji in Franciji).

trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, saj potrošniki vse bolj pričakujejo ponudbo „brezplačne dostave“ pri spletnih nakupih¹⁹.

2.2 Evropski trg dostave

Trg dostave paketov EU je bil v letu 2008 ocenjen na 42,4 milijarde EUR, pri čemer segment poslovanja med podjetji in potrošniki (*business to consumer*) predstavlja 15 % tega trga²⁰. Zaradi rasti elektronskega poslovanja se je v zadnjih 5 letih segment poslovanja med podjetji in potrošniki na trgu dostave velikih in malih paketov hitro razvijal. Današnje ocene kažejo, da na zrelejših trgih elektronskega poslovanja, kot je Združeno kraljestvo, ta segment trenutno predstavlja med 20 % in 40 % celotnega obsega elektronskega poslovanja.

Trg se običajno deli na hitro in standardno dostavo paketov. Vendar pa trenutne opredelitve²¹ ne odražajo zapletenosti in relativnega pomena različnih ponudb (standardna, odložena ali hitra dostava ali dostava na isti dan, sledenje, dokazilo o dostavi, priporočena pošiljka) ter realnosti sektorja elektronskega poslovanja, ki uporablja tudi pojem mali paketi (manjši artikli do 2 kg).

Eurostat ocenjuje, da več kot četrtina vseh podjetij pošilja spletna naročila v druge države EU. Od teh je 23 % malih podjetij, 41 % velikih podjetij in 33 % srednjih podjetij²². Male in priložnostne stranke, ki predstavljajo le manjši obseg prodaje in zato nimajo pogajalske moči z izvajalci storitev dostave, imajo na voljo veliko manj možnosti dostave. Glede na oceno FTI so objavljene cene, ki jih nacionalni poštni operaterji zaračunajo za čezmejno dostavo paketov (za priložnostne stranke), v povprečju dvakrat višje od domačih cen.

Poštna omrežja zagotovijo pošiljanje le dela vseh poslanih paketov (z zelo različnimi tržnimi deleži v različnih državah)²³ in le za majhen odstotni delež (5 do 10 %) te količine paketov velja obveznost univerzalne storitve, na podlagi katere morajo države članice vsem uporabnikom zagotoviti osnovno storitev nacionalne in čezmejne dostave na vseh točkah

¹⁹ V raziskavi, ki je bila opravljena v Združenem kraljestvu, je bila brezplačna dostava največkrat omenjeni kriterij (67 %), zaradi katerega vprašani še naprej naročujejo blago pri trgovcu na drobno, ki posluje elektronsko, ali pa celo povečujejo obseg svojih naročil (*Delivery Matters, 2011 Consumer Trends in multi-channel retailing, Royal Mail*).

²⁰ ITA/Wik 2009. Ti podatki se nanašajo na leto 2008 in vključujejo trga paketov in hitrih pošiljk. Druga študija IPC ocenjuje vrednost trga dostave paketov in hitrih pošiljk EU v letu 2008 na 37,38 milijard EUR (mali paketi niso všteti), medtem ko je segment poslovanja med podjetji in potrošniki zajemal 26 % celotnega trga dostave paketov in hitrih pošiljk EU.

²¹ V Poštni direktivi (Direktiva 97/67/ES, kot je bila spremenjena z Direktivama 2002/39/ES in 2008/6/ES) pošiljke korespondence ali dokumentov do 2 kg štejejo za pismo, pošiljke blaga do 20 kg pa za paket.

²² Eurostat (Isoc_ec_ebuyn2) Slika 11.

²³ Tržni delež izvajalcev univerzalnih storitev se znatno razlikuje med državami članicami: manj kot 10 % v državah članicah, kot so na primer Bolgarija, Španija in Združeno kraljestvo; med 10 % in 15 % v državah članicah, kot sta Madžarska in Italija; in več kot 25 % v državah članicah, kot sta na primer Češka, Danska, Francija in Estonija; *The Evolution of the European Postal Market since 1997*, ITA/ WIK 2009.

dostopa na njihovem ozemlju in po dostopnih cenah²⁴. Te obveznosti so bile dogovorjene že dolgo pred uvedbo elektronskega poslovanja in niso bile zasnovane za izpolnitev sedanjih potreb tega hitro razvijajočega se sektorja. Tradicionalno so poštna omrežja organizirana tako, da lahko dostavljajo pakete med 2 in 30 kg, vendar brez prožnosti in zmogljivosti, ki sta potrebni zaradi rasti prodaje prek spleta²⁵. V zadnjih letih so kljub temu nekateri izvajalci storitev dostave uspeli reorganizirati svoja omrežja dostave paketov ali pa so še v procesu reorganizacije, saj se v tem sektorju na domačem trgu soočajo z visoko ravni konkurence.

Izvajalci hitre dostave so svoj uspeh in infrastrukturo zgradili na posebnem integriranem omrežju, namenjenem zagotavljanju storitev segmentu medpodjetniškega poslovanja (*business to business*), pri čemer so ponujali nadstandardne storitve (hitrost dostave, storitev možnosti iskanja in sledenja). Ti izvajalci so se zavedali potenciala rasti elektronskega poslovanja in pomanjkanja zadovoljivih rešitev za akterje elektronskega poslovanja po vsej Evropi ter so zdaj vedno bolj aktivni v segmentu poslovanja med podjetji in potrošniki.

Ostali akterji logistike na tem področju, kot so združevalci, posredniki, izvajalci odpremnih storitev, tretji ponudniki logističnih storitev²⁶ so vedno bolj pomembni, saj zapolnjujejo vrzel med elektronskim poslovanjem in izvajalci storitev dostave z inovacijami, prožnostjo, upravljanjem zalog, prevozom in vračanjem paketov. Rešitve, ki jih ponujajo, še niso splošno znane, zlasti med MSP. Z boljšo prepoznavnostjo bi lahko v prihodnosti imeli še večjo vlogo pri poenostavitvi dejavnosti na področju logistike za trgovce na drobno, ki poslujejo elektronsko. Z združevanjem pošiljk različnih manjših pošiljateljcev bi lahko imeli možnost tudi za pridobitev ugodnejših pogojev ali tarif za dostavo, kar bi omogočilo koristi njihovim pogodbenikom in nenazadnje potrošnikom.

Pojavljajo se tudi nekateri **akterji v tržnih nišah**. To so izvajalci, ki so oblikovali posebne rešitve za segment določenih proizvodov (npr. posebna pošiljka in dostava za oblačila, naročena prek spleta). Poleg tega so tudi nekateri **vodilni trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko**, nedavno postali bolj dejavni pri logističnih storitvah in storitvah dostave ter širijo svoje logistične storitve z vključevanjem manjših trgovcev na drobno, ki poslujejo elektronsko.

Paketne postaje (samopostrežni avtomati, kjer potrošnik z uporabo posebne kode prevzame paket) izvajalci storitev dostave preizkušajo v različnih državah, njihova splošna uporaba pa bo odvisna od tega, ali se bodo potrošnikom zdele dovolj praktične in ali se bodo na ta način lahko dostavili tudi večji paketi.

²⁴ Glej poglavje 4 za več informacij o Direktivi o poštnih storitvah.

²⁵ Zlasti za potrošnike in MSP: pomanjkanje nizkocenovnih možnosti dostave za pakete (pod 2 kg); storitve, kot sta možnost iskanja in sledenja obstajajo, vendar se lahko ponudijo le v povezavi z ugodnostmi z višjo dodano vrednostjo.

²⁶ Tretji ponudniki logističnih storitev zagotavljajo pomoč strankam pri storitvah logistike, zaupanim zunanjim izvajalcem delno ali v celoti (kot so prevzem in embaliranje, skladiščenje, dokumentiranje, postopki označevanja in distribucija). Spletni posredniki in združevalci paketov ponujajo popuste na enotne pošiljke integratorjev ali nacionalnih izvajalcev.

Točke prevzema (mreža trgovin, ki uporablja tehnološko platformo in kjer potrošniki lahko prevzemajo pakete) se že dolgo uporabljajo pri prodaji na daljavo. Navedena omrežja so bili posodobljena z novimi informacijskimi sistemi in pomenijo alternativo dražjim storitvam dostave na dom. Njihova uspešnost je odvisna od lokalnih preferenc in zgodovinskih praks, vendar se zdi, da pomenijo izvedljivo in obetavno alternativo za dostavo pri elektronskem poslovanju.

2.3 Povezava med elektronskim poslovanjem in trgi dostave

Izvajalci storitev dostave se zavedajo možnosti, ki jih ponuja elektronsko poslovanje. Ustvarjanje novih modelov dostave za segment poslovanja med podjetji in potrošniki lahko zahteva velike naložbe in obsežno preoblikovanje njihovih dejavnosti. Vendar so dejavnosti postale zapletene²⁷, saj je cilj pokriti vse točke dostopa na ozemlju, pri čemer so količine različne in jih je težko napovedati.

Izvajalci storitev dostave ponujajo dodatne možnosti za dostavo končnemu uporabniku, kot je npr. dostava v pisarno ali k sosedu; boljša obveščенost in izbira pa omogočata potrošniku, da lahko sam odloči, kje in kdaj želi prejeti paket. Trenutno se pojavljajo tudi nekateri novi poslovni modeli, ki ponujajo boljše storitve za vračanje proizvodov.

Vendar pa se te nove rešitve uvajajo počasi in so pogosto povezane z dragimi dodatnimi ugodnostmi, ki pa niso vedno potrebne. Obstaja povpraševanje po posamičnih malih paketih z možnostjo sledenja²⁸ in po dostopnih cenah²⁹, za katero pa trenutno ni ponudbe.

Storitve dostave, za katere veljajo številne omejitve, so z operativnega vidika zapletene. Tradicionalne storitve dostave paketov (z osnovnimi ugodnostmi in visokimi stroški čezmejne dostave) in storitve hitre dostave z visoko dodano vrednostjo (v preteklosti zasnovane za segment medpodjetniškega poslovanja) še niso prilagojene posebnim potrebam, ki jih je ustvaril svet elektronskega poslovanja. Povezava med poštnimi operaterji v okviru čezmejne dostave se izboljšuje, zlasti v okviru EPG (European Parcel Group)³⁰. Vendar ta povezava velja le za del pošiljk; nobena druga možnost ni predvidena za storitve sledenja malih paketov ali za neprednostne pakete.

²⁷ Količine, destinacije in pričakovanja potrošnikov je treba upoštevati pri oceni količin, načrtovanju zmogljivosti in časovnem razporedu.

²⁸ Raziskava, ki jo je opravil IRMG za *UK Consumer Home Delivery Review 2012*, je pokazala, da je 85 % vprašanih izpostavilo dostop do podatkov o sledenju pošiljke na spletu kot dejavnik, ki v največji meri vpliva na primernost dostave („*IRMG UK Consumer Home Delivery Review 2012 – a study of online fulfilment requirements*“). V raziskavi glede evropskega elektronskega poslovanja, ki jo v letu 2011 izvedel Accenture za organizacijo za evropsko trgovino na drobno (*European Retail Round Table*), je 34 % vprašanih dostavno verigo in vprašanja glede dostave opredelilo kot oviro za vstop na trg, 42 % vprašanih pa je kot oviro navedlo infrastrukturne težave pošiljke („*European Cross-border E-commerce – the challenge of achieving profitable growth*“, Accenture, januar 2012).

²⁹ FTI (2011); Civic Consulting (2011); *Mystery shopping evaluation of cross-border e-commerce in the EU* (2009).

³⁰ Poštnim operaterjem, ki prednostne pakete pošiljajo prek integriranega omrežja dostave EPG, je omogočena uporaba sistema iskanja in sledenja ter avtomatičnega sistema storitev za kupce, ki je povezan s klicnim centrom vsakega poštnega operaterja.

Vzporedno se torej srečujeta dva različna sveta; enega vodi trženje (elektronsko poslovanje), medtem ko drugi (logistika) temelji na vrsti operativnih zahtev. Za njuno poslovanje veljajo različni časovni okviri, različna ozadja, različni informacijski sistemi in različni kazalniki uspešnosti. Trga elektronskega poslovanja in dostave se zato soočata z velikimi in temeljnimi izzivi; model elektronskega poslovanja še ni v celoti stabiliziran, medtem ko sektor logistike še ni v celoti prilagojen zahtevam elektronskega poslovanja. V tako hitro spreminjajočem se okolju, je odločitve glede naložb težko sprejemati.

3. Ključni izzivi za različne akterje

3.1 Izkušnje in pričakovanja potrošnikov

Potrošniki želijo bolj praktično dostavo; več možnosti dostave, pri čemer lahko sami odločijo, katera možnost jim je najljubša, več vnaprejšnjih informacij o poteku dostave, lažje postopke vračanja in storitve, prijazne do uporabnikov, ki uporabljajo nove tehnologije, ki uporabnike vnaprej obveščajo o dostavi (pametni telefon, tablični računalniki, SMS opozorila)³¹. Potrošniki pričakujejo več preglednosti v zvezi s pogoji, ki veljajo za pošiljanje njihovih naročil, in sicer zlasti takrat, ko se paketi pošljejo z zamudo, poškodujejo ali izgubijo. Hkrati pričakujejo tudi preglednost glede jasnosti in primerljivosti cen kot tudi glede ravni konkurence.

Glede na to, da so potrošniki končni prejemniki blaga, na njihovo odločitev o nakupu močno vpliva možnost brezplačne ali nizkocenovne dostave (in vračanja). Potrošniki se vse bolj obračajo tudi na druge nacionalne trge, vendar pa kompleksnost čezmejne dostave in njena nepreglednost pomeni veliko oviro. Potrošniki kot pošiljatelji paketov, še zlasti pri vračilu naročenega blaga, predstavljajo razmeroma odvisen trg in visoki stroški dostave so bili navedeni kot eden od glavnih razlogov za njihovo nezadovoljstvo pri nakupovanju prek spleta³². Na splošno je cena še naprej najbolj prevladujoč kriterij pri izbiri možnosti čezmejne storitve dostave³³.

Praktičnost dostave se razlikuje glede na nacionalne trge in vrste proizvodov. Raziskave, opravljene med potrošniki, kažejo, da se vidiki praktičnosti lahko nanašajo na celoten postopek dostave.

³¹ Opravljene so bile številne raziskave, da se ugotovijo potrebe potrošnikov v zvezi z dostavo blaga, naročenega prek spleta. Na primer raziskava „*Home delivery in the UK 2011*“, Snow Valley, *Cross border E-commerce report*, IPC, 2010; IRMG (2012), CIVIC (2011).

³² Študija o izkušnjah potrošnikov s spletnim nakupovanjem kaže, da je večina težav, s katerimi se potrošniki srečujejo pri nakupu blaga, povezana z dostavo: dolgi roki dostave (28 % potrošnikov je navajalo to težavo), dostavljen poškodovan proizvod (20 %), nedostavljen proizvod (17 %), dostavljen napačen proizvod (14 %) in stroški dostave ali končna cena je bila višja od prikazane na spletni strani (7 %).

³³ *Cross border e-commerce report*, IPC.

Na primer, raziskava v Združenem kraljestvu je opredelila šest glavnih področij preferenc potrošnikov: prožne možnosti dostave, dostopni stroški dostave, prožnost glede kraja dostave, učinkovito komuniciranje glede njihove dostave, hitrost storitev in dobre izkušnje z dostavo na domu³⁴. Zagotavljanje informacij v realnem času postaja vedno bolj pomembno, zlasti za mlajše generacije³⁵. Mladi hočejo imeti nadzor nad dostavo in pričakujejo, da se jim ponudi možnosti sledenja in pošiljanja kratkih sporočil (tj. SMS opozoril)³⁶.

3.2 Izzivi, s katerimi se soočajo trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, pri dostavi blaga svojim strankam

Trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, se želijo odzvati na potrebe in pričakovanja potrošnikov s preprostimi, preglednimi in zanesljivimi storitvami dostave³⁷. Zavedajo se dejstva, da je odziv potrošnikov močno odvisen od izkušenj pri dostavi, kar neposredno vpliva na njihovo blagovno znamko in njihov ugled.

Zato potrebujejo več možnosti, ki bi jih moral zagotoviti bolj konkurenčen trg dostave (tj. trg z več akterji, ki nudijo različne ponudbe in alternativne možnosti dostave). Nekateri imajo lahko posebne potrebe glede dostave, ki so povezane z določenimi proizvodi (npr. zdravila, sveži proizvodi ali blago visoke vrednosti). Vendar tudi na najbolj konkurenčnih trgih vrzel med tržno vodenimi ponudbami elektronskega poslovanja in operativno vodenimi logističnimi postopki še vedno obstaja.

Logistika je ključnega pomena za nadaljnji obstoj trgovcev na drobno, ki poslujejo elektronsko, ter zlasti za MSP. Razpoložljivost cenovno ugodnih in učinkovitih rešitev glede dostave je zlasti pomembna za MSP in mikro podjetja, ki delujejo iz oddaljenih območij ali obrobnihih regij.

V zelo konkurenčnem okolju je pritisk na cene ključni dejavnik za pridobitev tržnega deleža. MSP, ki iščejo priložnosti za zaslužek prek nacionalnih meja, so v veliki meri odvisna od integriranega evropskega sistema dostave, ki pa še ne obstaja. MSP, ki bi se rada uveljavila na drugih nacionalnih trgih, se soočajo z višjimi stroški, večjo kompleksnostjo in nepreglednostjo, ko gre za vprašanje čezmejnega pošiljanja³⁸. Veliki prodajalci imajo veliko boljše možnosti za pogajanja o tarifah in pogojih pošiljanja z izvajalci storitev dostave.

³⁴ *The 2011 online retail delivery report*, Snow Valley.

³⁵ Consumer Focus.

³⁶ Vedno več potrošnikov v Združenem kraljestvu bi rado prejelo SMS sporočilo za potrditev informacij o stanju dostave; 80 % spletnih nakupovalcev navaja, da želi prejemati posodobitve na vsaki stopnji dostave, *Delivery matters*, 2011.

³⁷ *IPC Cross border e-commerce report*, 2010.

³⁸ Največji dve oviri za čezmejno pošiljke v Franciji so visoki stroški pošiljanja (78 %) ter slabe storitve pošiljanja (42 %) v primerjavi s pomanjkanjem povpraševanja (28 %) ali kulturnimi razlikami (12 %), poročilo eBay.

Veliki in mali trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, potrebujejo več prožnosti pri storitvah dostave na splošno ter zlasti glede zmogljivosti prevoznikov in stopnje tehnološke inovacije. Trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, se srečujejo s posebnim izzivom med obdobji konic, kot je obdobje pred Božičem, ko zmogljivost prevoznikov ne zadostuje za zadovoljitev povpraševanja. Gre za pomembno težavo za rast in prodajo, in sicer zaradi pomembnosti tega obdobja za letni promet.

Trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, si vedno bolj želijo nadzorovati postopek pošiljanja in dostave ter zato vstopajo v partnerstvo z izvajalci storitev dostave. Ne glede na to ali se odločijo, da bodo upravljanje logistike izvajali sami ali bodo oddali naročilo podizvajalcu, še vedno potrebujejo veliko več informacij in preglednosti od njihovih ponudnikov storitev dostave. Za svoje pošiljke trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, potrebujejo tudi več skupno dogovorjenih kazalnikov uspešnosti, ki jim bodo pomagali prilagoditi poslovne modele potrebam v realnem času (upravljanje zalog, plačilo, vračila).

Nadaljnji razvoj njihovega poslovanja ovira tudi neobstoj dostavne mreže, ki bi temeljila na njihovih posebnih potrebah (in ki ne bi bila samo prilagoditev tradicionalnih modelov dostave paketov ali logističnih modelov hitre pošte). Potrebna je večja integracija, ki bi omogočila, da se izkoristijo možnosti za rast. Boljša izmenjava informacij in rešitve, ki so bolj prilagodljive njihovim tržnim ponudbam, bi zelo izboljšale njihove dejavnosti.

3.3 Izzivi, s katerimi se soočajo izvajalci storitev dostave

Izvajalci storitev dostave so vsi tisti akterji, ki sodelujejo pri pošiljanju blaga, naročenega na spletu, do končne dostave potrošniku in vključujejo npr. prevoznike, izvajalce storitev dostave paketov in logistike, druge ponudnike logističnih storitev, poštne operaterje in operaterje hitre pošte za segment poslovanja med podjetji in potrošniki. Sektor logistike običajno posluje z nizkimi stopnjami dobička in z visokimi fiksnimi stroški. Izvajalci storitev dostave so pod velikim pritiskom, ki ga izvajajo veliki trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko (veliki pošiljatelj), za znižanje tarif.

Na drugi strani pa izvajalci storitev dostave dolgoročno potrebujejo trajnostne tarife, da bi se lahko spopadli z visokimi fiksnimi stroški njihovega omrežja³⁹. Dogovorjene cenovne režime, ki se odobrijo večjim pošiljateljem, ni mogoče razširiti na pošiljatelje z majhno količino pošiljk, kaj šele na posamezne potrošnike.

Izvajalci storitev dostave se vse pogosteje soočajo z zahtevami trgovcev na drobno, ki poslujejo elektronsko, ki od njih zahtevajo, da v zelo kratkem času ponudijo nove nizkocenovne storitve in možnosti. Vendar pa izvajalci storitev potrebujejo določen čas za prilagoditev logističnih dejavnosti, ki so večinoma kompleksne in morajo upoštevati številne zunanje omejitve. Stopnja prožnosti, ki se pričakuje od njih (in od njihove delovne sile), je prav tako zelo zahtevna.

³⁹ Vključno s stroški za obnovo flote, da je stalno v skladu z okoljskimi standardi.

Poleg tega je nezadostno povezovanje med elektronskimi komunikacijskimi sistemi podjetij, ki so del prevozne in logistične verige, ključna ovira, ki zelo omejuje njihovo izbiro glede razpoložljivih prevoznih in logističnih možnosti, še posebej za manjše pošiljatelje. Povečana interoperabilnost bi lahko pospešila izmenjavo podatkov, olajšala združevanje prevoznih potreb, dostavo paketov in izdajanje računov, poenostavila večmodalni prevoz ter znižala upravne izvedbene stroške in izvedbene stroške za informacijsko tehnologijo⁴⁰.

⁴⁰ Kot je navedeno v demonstracijskem ukrepu DiSCwise, (<http://www.discwise.eu/>).

4. Ustreznost obstoječega pravnega in institucionalnega okvira

Za sektor storitev dostave veljajo različna pravila in predpisi, ki vplivajo na način organiziranja pošiljanja in dostave. Najpomembnejša med njimi so opisana in ocenjena v nadaljevanju:

- **Poštna direktiva**⁴¹ Določbe Poštne direktive se osredotočajo na zagotavljanje (osnovnih) univerzalnih poštних storitev. Večina njenih določb se uporablja samo za majhen del trga dostave paketov, ki spada v okvir obveznosti univerzalnih storitev (okrog 10 % celotne količine paketov)⁴².

Pravila glede zagotavljanja (minimalnega) standarda kakovosti in načel, ki se nanašajo na stroške in cene, reguliranje cen ter zbiranje informacij in podatkov, so neposredno in v večini primerov izključno povezana z obveznostjo univerzalnih storitev.

Nekaj določb, zlasti člen 19 o pritožbenih postopkih, omogoča dodatne regulativne ukrepe v zvezi z dostavo paketov, ki ne spadajo v obveznost univerzalnih storitev. Navedene določbe bi načeloma lahko bile primerne za obravnavanje vprašanj, ki se nanašajo na kakovost storitev. Vendar pa večina težav, ki so bile ugotovljene (neprimerni roki dostave, odsotnost storitve prevzema, možnosti iskanja in sledenja ter postopkov vračanja, nejasnost glede odgovornosti v primeru izgube, kraje, poškodbe ali zamude in nepreglednost/pomanjkanje informacij o storitvah), ne bi rešile. Glede na navedeno, sedanji regulativni okvir za poštne storitve ni ustrezen za obravnavanje potreb potrošnikov, ki kupujejo na spletu.

- **Okvir varstva potrošnikov:** Nadaljnje izboljšave glede kakovosti storitev in varstva potrošnikov (zlasti na področju spletnega nakupovanja) se pričakujejo po celoviti uporabi nacionalnih predpisov za izvajanje Direktive o pravicah potrošnikov (CRD), in sicer do 13. junija 2014. Več določb Direktive o pravicah potrošnikov bo izboljšalo posredovanje informacij in preglednost, kot so (a) odprava skritih stroškov in večja preglednost cen za pogodbe na daljavo in pogodbe, sklenjene zunaj poslovnih prostorov, (b) daljše obdobje za pravico do odstopa od pogodbe (14 dni), (c) boljše pravice do povračila (npr. po potrebi povračila stroškov dostave), (d) možnost, da lahko potrošnik uporabi vzorec obrazca za odstop od pogodbe (kjer morajo biti kontaktni podatki in naslov, na katerega je treba poslati obrazec, jasno navedeni) in (e) jasne zahteve glede informacij o stroških za vračilo kupljenega blaga v primeru odstopa od pogodbe.

⁴¹ Direktiva 97/67/ES, kakor je bila spremenjena z Direktivo 2002/39/ES in 2008/6/ES.

⁴² Izvajalci univerzalnih storitev imajo le 36-odstotni delež trga dostave paketov, pri čemer le za malo število izvajalcev od teh 36 % velja obveznost univerzalne storitve. Minimalne zahteve v Poštni direktivi zahtevajo zagotavljanje osnovnih storitev dostave paketov. Minimalne obveznosti univerzalne storitve so opredeljene v členu 3 Direktive, vendar lahko države članice presežejo te zahteve.

Direktiva o pravicah potrošnikov bo vplivala tudi na storitve dostave paketov, saj so te storitve, zlasti v zvezi z dostavo pošiljk potrošnikom, del pogodbe na daljavo in pogodbe, sklenjene zunaj poslovnih prostorov, ki jih zajema Direktiva o pravicah potrošnikov. Direktiva o pravicah potrošnikov bo, po tem ko se bo začela izvajati, lahko povečala zaupanje potrošnikov v čezmejne nakupe. Vendar pa kljub temu ne obravnava vprašanj glede cen za dostavo paketov in ne določa podlage za pojasnitev morebitne odgovornosti izvajalcev storitve dostave ali za dodatne kvalitativne ugodnosti (možnost iskanja in sledenja, storitve prevzema, itd.), ki bi jih spletni kupci lahko pričakovali.

Predlog uredbe o skupnem evropskem prodajnem pravu⁴³ določa samostojni enotni sklop določb pogodbenega prava, ki veljajo v čezmejnih pogodbah v segmentu poslovanja med podjetji in potrošniki in v segmentu medpodjetniškega poslovanja. Predlog vsebuje pravila o dostavi blaga in digitalnih vsebin, zlasti pri prodajnih pogodbah, ki vključujejo prevoz blaga s strani prevoznika. Ta pravila bi se uporabila samo, če je pravo, ki ga stranki izbereta za pogodbo, skupno evropsko prodajno pravo. Tako kot Direktiva o pravicah potrošnikov, prihodnje skupno evropsko prodajno pravo ne bo obravnavalo vprašanj v zvezi s pretiranimi cenami za dostavo paketov ali določenih kvalitativnih ugodnosti.

Z novim predlogom Komisije za alternativno reševanje potrošniških sporov⁴⁴ bi se nadalje izboljšalo varstvo potrošnikov glede reševanja sporov. Veljavne določbe o varstvu potrošnikov, ki zadevajo (poštno) dostavo paketov (člen 19 Direktive o poštnih storitvah), bo zakonodaja o alternativnem reševanju sporov⁴⁵ še dodatno okrepila.

- **Konkurenčno pravo:** Za cene dostave paketov zunaj univerzalnih storitev ne velja sektorska zakonodaja, temveč konkurenčno pravo. Člena 101 in 102 PDEU se uporabljata neposredno. Na trgu čezmejne dostave paketov znotraj EU bi bilo konkurenčno pravo EU (člen 102 PDEU) na primer kršeno, če bi se prevladujoč izvajalec (čezmejne) dostave paketov plenilsko tržno ravnal, da bi tako preprečil vstop na trg čezmejne dostave paketov.

Člen 101 PDEU prepoveduje kakršen koli sporazum med podjetji, ki bi lahko vplival na trgovino med državami članicami in katerega cilj ali posledica je preprečevanje, omejevanje ali izkrivljanje konkurence na notranjem trgu.

⁴³ COM (2011) 635 final, 11. oktober 2011.

⁴⁴ Predlog Komisije za Direktivo Evropskega parlamenta in Sveta o alternativnem reševanju potrošniških sporov ter o spremembi Uredbe (ES) št. 2006/2004 in Direktive 2009/22/ES (Direktiva o alternativnem reševanju potrošniških sporov), COM (2011) 793 final., sprejeto dne 29. novembra 2011.

⁴⁵ Člen 19 Direktive o poštnih storitvah poziva države članice, naj spodbujajo razvoj neodvisnih sistemov za izvensodno reševanje sporov.

- Z določenimi omejitvami za sektor dostave veljajo tudi določbe **Direktive o storitvah**⁴⁶ in ustrezni nacionalni izvedbeni ukrepi. V okviru elektronskega poslovanja in s tem povezane dostave zahtevata posebno pozornost naslednja dva vidika:
 - Direktiva o storitvah v členu 20(2) vsebuje prepoved diskriminacije v splošnih pogojih za dostop do storitev na podlagi prebivališča prejemnika. S tem želi direktiva olajšati čezmejno zagotavljanje storitev. Službe Komisije so 8. junija 2012 izdale smernice glede uporabe določbe o nediskriminaciji s strani nacionalnih organov⁴⁷. To bi moralo imeti za posledico večjo preglednost glede uporabe omejitev, ki veljajo za dostavo (v pričakovanju obveznosti iz člena 8 Evropske direktive o pravicah potrošnikov), in zmanjšanje nezadovoljstva potrošnikov pri zavrnitvi dostave na podlagi njihovega stalnega prebivališča. Smernice tudi pojasnjujejo, da glede na to, da obstajajo osnovne univerzalne poštno storitve, podjetje lahko le redko uveljavlja argument, da ni možnosti za dostavo, kot utemeljen razlog za zavrnitev dostave kupljenega blaga v določeno državo članico.
 - Člen 22 Direktive o storitvah, ki se nanaša na obveznost zagotavljanja informacij, ki velja za ponudnike storitev, želi zagotoviti, da so prejemniku storitev določene informacije vedno zagotovljene na lahko dostopen način (npr. ime in kontaktni podatki ponudnika, splošni pogoji, cena storitve).
- Vprašanja glede **prevoza** in z logistiko povezana vprašanja, na ravni EU in na mednarodni ravni, so zajeta v številnih pravilih, zlasti v okviru dokončnega oblikovanja notranjega trga za promet ter okoljska (npr. dekarbonizacija dobavne verige, zmanjšanje onesnaženosti zraka zaradi motornih vozil) in varnostna vprašanja. Ključne pobude politike so določene v Beli knjigi Komisije „Načrt za enotni evropski prometni prostor“ in v prihodnji pobudi za elektronski tovorni promet⁴⁸.
- **Drugi pomembni predpisi**, ki bi lahko vplivali na sektor, vključujejo predpise, ki zajemajo vprašanja urbanističnega načrtovanja, nadzora trga, DDV, delovnih pogojev in, v primeru zunanje trgovine, carinska, varnostna in druga mednarodna vprašanja.
 - Urbanistično načrtovanje: v zadnjem času so številne države članice začele uvajati posebna pravila o prometu v mestnih središčih (ali celo zunaj teh območij), da bi na primer zmanjšale onesnaženost zraka kot del njihove širše

⁴⁶ Direktiva 2006/123/ES.

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

⁴⁸ Bela knjiga Evropske komisije: Načrt za enotni evropski prometni prostor, COM(2011) 144 final in pobuda na področju elektronskega tovornega prometa:

http://ec.europa.eu/governance/impact/planned_ia/docs/2013_move_001_e_freight.pdf.

politike za boljšo kakovost zraka⁴⁹ ali ohranile kulturno dediščino. Takšni nacionalni predpisi lahko vplivajo na poslovne rešitve izvajalcev storitev dostave, ki morajo prilagoditi čas prevzema in dostave časovnim intervalom, ki so na voljo, ali celo zagotoviti dostavo z drugimi sredstvi (npr. s kolesi), saj je mestni promet lahko ob določenem času prepovedan.

- Tržni nadzor proizvodov: za sektor dostave veljajo tudi določbe o nadzoru trga⁵⁰. Te določbe se uporabljajo ne glede na distribucijski kanal, vključno s prodajo na daljavo in elektronsko prodajo, ter določajo, da carinski organi in organi nadzora trga izvajajo nadzor proizvodov, ki vstopajo v EU. Na primer, če organi nadzora trga ugotovijo, da proizvod, ki v EU vstopa prek izvajalca storitev dostave, ni v skladu z zakonodajo EU, morajo sprejeti ustrezne ukrepe, po potrebi vključno s prepovedjo dajanja proizvoda na trg. To ima neposreden učinek na izvajalca storitev dostave, ki bo morda moral proizvode vrniti ali pa bodo v nekaterih primerih organi nadzora trga njegov proizvod uničili.
- DDV: nacionalni predpisi glede DDV in stopnje DDV lahko vplivajo na potrošnike ter na izbiro storitve dostave. Če je dostava del javnih poštних storitev, bo oproščena DDV; v nasprotnem primeru bodo uporabniki takšnih storitev (morda) nosili stroške DDV⁵¹. Stopnje DDV za storitve dostave se prav tako razlikujejo med državami članicami. To lahko vpliva na trgovinske tokove znotraj EU.
- Delovni pogoji: sektor dostave se tradicionalno obravnava kot delovno intenzivni sektor, kjer je največji delež stroškov povezan z zadnjim kilometrom dostave. Zaradi tega so se v sektorju dostave razvile številne možnosti glede „plačila za storitev dostave“ (npr. fiksna dajatev za dostavo, plačilo na dostavljen artikel), kar je odvisno tudi od veljavnega regulativnega okvira⁵².
- Carinska in druga mednarodna vprašanja: obstaja več drugih pravil, ki izhajajo iz mednarodnih trgovinskih sporazumov ali prava EU in bi lahko vplivali na možnosti čezmejnne dostave, vključno s tokovi znotraj EU. Na primer, za

⁴⁹ Na primer Direktiva 2008/50/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 21. maja 2008 o kakovosti zunanjega zraka in čistejšem zraku za Evropo (UL L 152, 11.6.2008) določa regulativni okvir v zvezi s cilji glede kakovosti zraka v EU.

⁵⁰ Kot je določeno v Uredbi (ES) št. 765/2008 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 9. julija 2008 o določitvi zahtev za akreditacijo in nadzor trga v zvezi s trženjem proizvodov ter razveljavitvi Uredbe (EGS) št. 339/93 in Direktivi 2001/95/ES o splošni varnosti proizvodov.

⁵¹ Več glede področja uporabe oprostitev DDV v poštnem sektorju: glej predhodne odločbe Sodišča Evropske unije v zadevi C-357/07, *The Queen*, na predlog TNT Post UK Ltd proti The Commissioners of Her Majesty's Revenue & Customs, ECR [2009] I – 03025, točke 36–40.

⁵² Na primer točka 19 člena 2 Direktive o poštних storitvah določa spoštovanje pogojev za zaposlitev kot eno možnih bistvenih zahtev za izvajalce poštних storitev ob vložitvi zahtevka za izdajo dovoljenja.

izvajalce storitev dostave, ki izvažajo v tretje države ali uvažajo iz njih, veljajo carinski postopki in varnostne zahteve, ki izhajajo iz mednarodnih sporazumov (npr. pravila Svetovne poštne zveze (UPU), pravila ICAO) ali iz prava EU (npr. carinski zakonik Skupnosti⁵³, uredba 2320/2002 o varnosti v letalstvu).

- Poleg tega za nacionalne poštne operaterje veljajo posebna pravila Svetovne poštne zveze.

Vprašanja: Reglativni in institucionalni okvir za trg dostave paketov EU

- 1) V tej zeleni knjigi je pojem „paket“ opredeljen v najširšem pomenu in zajema vse predmete, ki tehtajo do 30 kg. Ali po vašem mnenju obstajajo posebni elementi, bistveni za opredelitev pojma „paket“ v okviru namere, da bi se v EU uvedel bolj integriran in učinkovit trg dostave paketov⁵⁴?
- 2) Ali je veljavni regulativni okvir ovira za vzpostavitev resnično integriranega evropskega trga dostave paketov, ki bi izpolnjeval potrebe in pričakovanja trgovcev na drobno, ki poslujejo elektronsko, potrošnikov in delavcev v tem sektorju, ter v kolikšni meri?
- 3) Kateri so trije glavni izzivi, ki izhajajo iz regulativnega okvira? Kaj bi lahko storili, da bi se lažje odzvali na te izzive, in sicer kratkoročno ter dolgoročno?
- 4) Ali menite, da obstajajo vrzeli v regulativnem okviru ali potreba po dodatnih ukrepih/predpisih? Če ste odgovorili pritrdilno, navedite podrobnosti.

5. Na poti k resnično integriranemu trgu dostave paketov

Na podlagi analize veljavnega regulativnega in institucionalnega okvira se bodo naslednja poglavja osredotočila na tri glavna vprašanja, ki so ključnega pomena za oblikovanje integriranega trga dostave paketov EU, ki trgovcem na drobno, ki poslujejo elektronsko, in njihovim strankam, zagotavlja možnosti dostave, ki jim ustrezajo.

- Praktičnost: več praktičnosti in preglednosti za potrošnike⁵⁵.
- Stroški: bolj stroškovno učinkovite rešitve, zlasti pri čezmejni dostavi.

⁵³ Uredba Sveta (EGS) št. 2913/92 z dne 12. oktobra 1992 o carinskem zakoniku Skupnosti, UL L 302, 19.10.1992.

⁵⁴ Prosimo upoštevajte, da morajo vaši odgovori na naslednja vprašanja temeljiti na opredelitvi iz te zelene knjige.

⁵⁵ 47 % potrošnikov meni, da jih nezadostna praktičnost dostave lahko odvrne od spletnega nakupovanja (raziskava o potrebah potrošnikov, Consumer Focus, november 2010).

- Interoperabilnost: višja raven interoperabilnosti med izvajalci v celotni dostavni verigi in boljše usklajevanje med trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, in izvajalci storitev dostave.

V naslednjih oddelkih se preskuša različne vidike teh treh ciljev, da bi kar najbolj opredelili možne rešitve za izboljšanje sedanjega stanja. Poleg tega se upošteva tudi v kolikšni meri bi učinkoviti trgi lahko dosegli zelene rezultate, oziroma ali je treba predvideti spremembe sedanjega nadzornega in regulativnega okvira.

5.1 Izboljšanje izkušenj potrošnikov in povečanje praktičnosti dostave

5.1.1 Povečanje preglednosti

Pri spletnih nakupih bi se pričakovalo, da se potrošnikom zagotovi več informacij o morebitnih možnostih dostave, cenah, kakovosti storitev in praktičnih vidikih dostave (tj. čas in kraj dostave)⁵⁶.

⁵⁶ Poleg zahtev iz zakonodaje EU o varstvu potrošnikov, ki obvezujejo trgovce, da potrošnikom zagotovijo jasne in pregledne informacije, zlasti glede njihove pravice do odstopa od pogodbe pri prodaji na daljavo.

Med dostavo in po njej bi morale imeti stranke možnost, da izrazijo svoje mnenje glede dejanske kakovosti storitev dostave. Bolj pregledne informacije o dejanskem izvajanju dostave, zlasti pri čezmejnih nakupih, imajo lahko več namenov. Potrošnikom bodo pri njihovih kasnejših nakupih predvsem omogočile bolj ozaveščeno izbiro in, če je to mogoče, zagotovile, da izberejo tisto možnost dostave, ki ji najbolj zaupajo in ki najbolj ustreza njihovim potrebam. Večja preglednost bo tudi spodbudila izvajalce storitev dostave, da še nadaljnje izboljšajo učinkovitost. Odpiranje „črne skrinjice“ dostave bo tudi pomagalo spremeniti zaznavanje potrošnikov v zvezi z dejansko učinkovitostjo dostave v primerih, ko je bilo njihovo zaznavanje napačno ali nerealno.

Predlagane so različne možnosti za povečanje preglednosti v zvezi z učinkovitostjo dostave velikih in malih paketov.

Vprašanja: Izboljšanje izkušenj potrošnikov in povečanje praktičnosti dostave - večja preglednost

5) Informacije o možnostih in načinih dostave

- a) Katere informacije⁵⁷ morajo biti potrošniku na voljo na spletišču trgovca na drobno, ki posluje elektronsko, (ime in kontaktni podatki izvajalca storitev dostave, cena dostave, čas in kraj dostave, informacije o reševanju pritožb, možnosti iskanja in sledenja, možnosti vračila)?
- b) Ob upoštevanju tveganja prevelike količine informacij, kaj bi bilo mogoče storiti, da bi potrošnikom v pravem trenutku zagotovili jasne, pregledne in primerljive informacije o dostavi?

6) Informacije o kakovosti/učinkovitosti dostave

- a) **Kazalniki učinkovitosti** se nanašajo, na primer, na hitrost dostave, geografsko pokritost izvajalcev storitev dostave, zamude in poškodovane ali izgubljene artikle. Kako bi lahko takšne informacije, povezane z učinkovitostjo, izmerili in zbrali? Bi objavljane rezultate o takšnih kazalnikih uspešnosti ustvarilo dodano vrednost za potrošnike? Ali obstaja potreba po razvoju standardov za spremljanje takšnih stopenj učinkovitosti?
- b) Bi **znak zaupanja** (npr. potrdilo, ki ga izda sektorsko združenje in dokazuje, da je izvajalec storitev dostave vreden zaupanja, saj izpolnjuje zahteve, ki temeljijo na najboljših praksah) na učinkovitejši način pripomogel k povečanju zaupanja potrošnikov?

⁵⁷ Poleg zahtev za zagotovitev informacij iz potrošniške zakonodaje EU ter iz Direktiv o storitvah in o elektronskem poslovanju (2006/123/ES in 2000/31/ES).

c) Bi **certifikat kakovosti ISO** za učinkovito dostavo lahko bil ustrezno orodje za povečanje zaupanja potrošnikov?

7) Neodvisni nadzor

Kdo bi morali prevzeti vodilno vlogo za spremljanje učinkovitosti: sektorska organizacija, neodvisni organ ali regulativni organ?

5.1.2 Zagotavljanje boljših storitev in boljše zaščite za potrošnike

Potrošniki pripisujejo velik pomen dostavi njihovih paketov, vendar niso nujno seznanjeni z vrsto izvajalca, ki zagotavlja storitve dostave. Potrošnikom je najpomembneje, da vedo na koga se lahko obrnejo v primeru vprašanj o dostavi ter kdo jim bo dal hitre odgovore in točne informacije. To je zlasti pomembno v primerih čezmejne dostave, ki ponavadi vključujejo več izvajalcev storitev dostave.

Veljavni regulativni okvir le delno zajema potrebe potrošnikov, ki kupujejo na spletu, glede dostave. Direktiva EU o poštnih storitvah ni bila namenjena okolju elektronskega poslovanja, izvajalci poštnih storitev pa so le eni izmed številnih akterjev dostave paketov. Direktiva o pravicah potrošnikov določa številne zaščitne ukrepe za potrošnike, ki kupujejo na spletu, kot so priglasitve cen, zamude pri dostavi in postopek vračanja. Nekatera posebna vprašanja glede dostave ostajajo zaskrbljujoča za potrošnike, zato bo morda potrebno več specifičnih zaščitnih ukrepov.

Sedanje univerzalne poštno storitve zagotavljajo „varnostne mreže“ le za občasne pošiljatelje paketov. Nekateri zainteresirane strani so trdile, da rast elektronskega poslovanja v segmentu poslovanja med podjetniki in potrošniki ter pomen praktičnosti zadnjega kilometra dostave lahko zahtevata novo opredelitev (univerzalnih storitev), ki mora biti bolj usklajena s pričakovanji spletnih potrošnikov. Takšne „nove“ univerzalne storitve morajo izpolnjevati zahteve potrošnikov v zvezi z minimalno stopnjo praktičnosti, zlasti na področju informacij o dostavi in možnosti za vračilo artiklov, ter trgovcev na drobno, ki poslujejo elektronsko, v zvezi s sledenjem in dostopnostjo njihove tržne ponudbe. Meni se, da kadar potrošniki želijo ugodnosti, ki presegajo takšne minimalne standarde kakovosti, bi trgi ponudili alternativne možnosti in storitve, s čimer bi izpolnili navedene povečane potrebe.

Vprašanja: Izboljšanje izkušenj potrošnikov in povečanje praktičnosti dostave - boljše storitve in boljša zaščita

8) Morebitna potreba po univerzalnih storitvah dostave paketov in njihov obseg

- a) Ali obstaja potreba po novi obveznosti univerzalne storitve, s čimer bi storitve dostave paketov postale splošno razširjene, dostopne in kakovostne?
- b) Če je tako, kakšne bi bile glavne značilnosti te „nove“ univerzalne storitve (stopnje storitve, praktičnost in cenovna dostopnost)?
- c) Z vidika izvajalca storitve dostave, ali menite, da bi bila univerzalna storitev (za pakete) izvedljiva glede stroškov in donosnosti? Če je odgovor pritrdilen, na kateri ravni?
- d) Katera bi bila najboljša orodja za izvajanje takšnega okvira (npr. smernice, pregled Direktive o poštnih storitvah, nov regulativni instrument, ki bi zagotavljal večja pooblastila nacionalnim regulativnim organom)?

9) Izboljšanje izkušenj potrošnikov

- a) Ob upoštevanju obstoječega sklopa pravic potrošnikov, kako bi lahko na najučinkovitejši način obravnavali skrbi potrošnikov in njihove pritožbe glede dostave⁵⁸?
- b) Ali imate kakršne koli pomisleke glede ureditve odgovornosti⁵⁹ v primeru izgubljenih ali poškodovanih paketov? Kaj bi bilo mogoče storiti za izboljšanje položaja?
- c) Ali bi sektor elektronskega poslovanja in izvajalci storitev dostave lahko predlagali dejavnejše rešitve, ki bi bolj ustrezale potrošnikom? Kateri ukrepi, ki bi kratkoročno izboljšati položaj, bi se lahko sprejeli hitro? Katere srednje- do dolgoročne rešitve bi lahko predvideli?

5.2 Bolj stroškovno učinkovite in konkurenčne možnosti dostave

Potrošniki in trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, na splošno menijo, da so trenutne stopnje cen previsoke. Nasprotno pa izvajalci storitev dostave trdijo, da že obratujejo z nizkimi stopnjami dobička in da so trajnostne cene potrebne za zagotovitev njihove dolgoročne sposobnosti preživetja.

⁵⁸ Glej člen 19 Direktive o poštnih storitvah, ki vzpostavlja pregledne postopke za pritožbo in mediacijo ter sisteme za alternativno reševanje sporov.

⁵⁹ Kar se tiče posebnega področja multimodalne odgovornosti, Komisija čaka na izid postopka ratifikacije roterdamskih pravil s strani držav članic.

5.2.1 Nadzorovanje stroškov

Kot je navedeno zgoraj, veljajo cene za čezmejne paketne pošiljke za previsoke, zlasti za pošiljateljje majhnih količin. Ta razdelek preučuje možnosti, ki bi lahko okrepile stroškovno učinkovitost storitev dostave, ki bi omogočila prenos znižanja stroškov na uporabnike teh storitev.

Struktura stroškov se bistveno razlikuje med izvajalci storitev dostave, in sicer zaradi razlik v geografskih in individualnih dejavnikih (kot so gostota, količine, časovne omejitve). Objavljene tarife ponavadi temeljijo na povprečni teži, stopnjah zavarovanja in hitrosti, vendar niso nujno v skladu z dejanskimi stroški izvajalcev storitev dostave⁶⁰. Izvajalci storitev dostave menijo, da je dostava v segmentu poslovanja med podjetniki in potrošniki, zlasti dostava paketov, draga. Predvidene rešitve za zagotovitev uspeha pri prvem poskusu dostave (kot so bolj posodobljena podatkovna zbirka naslovov, predhodno obvestilo o dostavi) lahko zmanjšajo dodatne stroške. Različne oblike izvajanja dostave (kot so točke prevzema ali paketne postaje) lahko prav tako zmanjšajo stroške dostave.

Pogostejše združevanje majhnih pošiljk, zlasti tistih, ki jih pošiljajo MSP, tudi ponuja možnosti za splošno zmanjšanje stroškov. Več sinergij med izvajalci storitev dostave bi povzročilo večjo učinkovitost na trgu, ki ga vodi ekonomija obsega. Sinergije bi v okviru čezmejne dostave povečale tudi pretočnost paketnih tokov.

Vprašanja: Bolj stroškovno učinkovite in konkurenčne možnosti dostave – nadzorovanje stroškov

10) Predvidijo se lahko različne možnosti za nadzor stroškov:

- a) Ali obstajajo kakšni izstopajoči primeri ali najboljše prakse, povezani z alternativnimi načini dostave, ki bi omogočali zmanjšanje stroškov?
- b) Ali obstajajo kakšni izstopajoči primeri ali najboljše prakse za povečanje učinkovitosti⁶¹?
- c) Katere vrste tehnologij bi lahko znižale stroške dostave?
- d) Kaj bi bilo po vašem mnenju mogoče storiti za odpravo ali ublažitev veljavnih regulativnih omejitev, ne da bi s tem ogrozili doseganje njihovih osnovnih ciljev⁶²?

⁶⁰ V okviru razporeditve stroškov „teža, stopnje zavarovanja in hitrost“ niso nujno povzročitelji stroškov, ki so povezani z vsemi poštnimi dejavnostmi (zbiranje, prevoz, razvrščanje in dostava). Poleg tega je za razdelitev skupnih stroškov na različne poštno proizvode običajno potreben splošni razdeljevalec (npr. EPMU – *equally proportionate mark-up price*), pri čemer različni stroškovni kazalniki, kot je teža, niso neposredno relevantni. To pomeni, da izračun stroškov, ki temelji na zgoraj omenjenih načelih razporeditve stroškov, ne daje nujno enak rezultat, kot če se kot kazalnik za stroške uporabi teža ali druge posamezne lastnosti.

⁶¹ Npr. povečano raven usklajevanja procesa dostave, povečanje učinkovitosti, združevanje in souporaba infrastrukture v lokalnih logističnih vozliščih. Glej tudi pobudo o elektronskem tovornem prometu: http://ec.europa.eu/governance/impact/planned_ia/docs/2013_move_001_e_freight.pdf.

5.2.2 Konkurenčne, vendar tudi trajnostne cene

Potreba po trajnostnih tarifah

Izvajalce storitev dostave paketov zadevajo potencialna povečanja stroškov, ki bi se lahko odražala v višjih cenah za potrošnike. Obenem pa se potrošniki privajajo na ponudbe „brezplačne dostave“, zaradi česar morda podcenjujejo dejanske operativne in družbene stroške, povezane z dostavo.

Veliki trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko se zaradi obsega prodanih količin lahko pogajajo glede tarif. Pritisk na marže izvajalcev storitev je lahko velik, medtem ko morajo izvajalci izvesti nove naložbe za prilagoditev svojih dejavnosti zahtevam elektronskega poslovanja.

Pojem „trajnost“ cen se v tem oddelku nanaša na cene, ki bi odražale dejanske stroške zadevnih storitev, ki nastajajo tako za ponudnike storitev (tj. zagotavljanje njihove dolgoročne donosnosti) in za družbo na splošno (npr. v okoljskem in družbenem smislu) – vendar ob predpostavki, da so trgi nacionalne in čezmejnne dostave dovolj konkurenčni in učinkoviti.

Vprašanja: Konkurenčne, vendar tudi trajnostne cene – trajnost in preglednost tarif

11) Trajnost tarif:

- a) Ali menite, da je sedanja stopnja tarif, ki so potrošnikom zaračunane za dostavo na dom, srednje- in dolgoročno trajnostna? Če je odgovor ne, kaj bi bilo treba narediti za izboljšanje?
- b) Ali bi morali biti dejanski stroški dostave, ki nastanejo trgovcem na drobno, ki poslujejo elektronsko, bolj pregledni za potrošnike? Če je tako, zakaj?
- c) Bi morali biti dejanski stroški dostave bolj pregledni za družbo na splošno? Če je tako, zakaj? In na kakšen način?

Bolj konkurenčni trgi dostave

Izbira možnosti dostave se potrošnikom pogosto zdi zelo omejena, in sicer zaradi pomanjkanja preglednosti trga in dejanskega ali zaznavanega stanja konkurence na trgu. V nekaterih primerih lahko zadevne trge dostave obvladuje manjše število izvajalcev, ki s svojim ravnanjem preprečujejo trgovcem na drobno, ki poslujejo elektronsko, in potrošnikom, da izkoristijo vse prednosti resnično konkurenčnih trgov.

Lahko se predvidijo posebne predhodne regulativne rešitve, ki bi v korist potrošnikov zagotovile trajno konkurenčnost trgov dostave.

⁶² Glede veljavnega regulativnega okvira glej poglavje 4.

Vprašanja: Konkurenčne, vendar tudi trajnostne cene – bolj konkurenčni trgi dostave

12) Raven konkurence na trgih dostave

- a) Na katerih trgih ali segmentih trga bi bilo povečanje konkurence bistvenega pomena?
- b) Objavljanje primerjave cen bi zagotavljalo več jasnosti za potrošnike in MSP. Kako bi lahko to dosegli? Kakšne bi bile prednosti in slabosti?

13) Nadzor in ureditev

Predhodni regulativni ukrepi (kot so obveznost preglednosti, obveznost zagotovitve dostopa do omrežij dostave, obveznost, da tarife odražajo stroške itd.), ki veljajo za izvajalce storitev dostave z znatno tržno močjo, lahko vodijo h konkurenčnejšim trgov.

- a) Katere trge bi bilo treba upoštevati v zvezi s tem?
- b) Katere značilnosti čezmejne dostave bi lahko upravičile zmanjševanje stroškov? Navedite.
- c) Ali bi morali imeti regulativni organi na voljo več informacij glede računovodskih podatkov izvajalcev storitev, s katerimi bi bolje ocenili povezavo med stroški in cenami pri velikih in malih paketih.
- d) Bi morali regulativni organi in/ali organi, pristojni za konkurenco, imeti bolj aktivno vlogo pri spremljanju nacionalnih trgov ali zadevnih segmentov trga?

Bolj konkurenčne cene za čezmejne storitve dostave

Cene za čezmejne storitve so še posebej zaskrbljujoče za potrošnike in trgovce na drobno, ki poslujejo elektronsko, zlasti MSP. Tarife se zelo razlikujejo⁶³, celo pri naročilih, ki vsebujejo enako vrsto blaga in so poslana na isti namembni kraj. Zato je treba opredeliti rešitve za omejitev vpliva prehoda meje na cene dostave in premostiti obstoječe razlike med cenami za nacionalno in čezmejno dostavo, če takšna razlika ni objektivno upravičena.

⁶³ FTI, CIVIC (2011), Eurobarometer, Accenture, „European cross border e-commerce“ (2011), YouGov Psychonomics, „Mystery shopping evaluation of cross-border e-commerce in the EU“ (2009). YouGov Psychonomics poroča, da je cena za dostavo, ki jo zaračunavajo trgovci, ki poslujejo elektronsko in na daljavo, za potrošnike v povprečju dvakrat višja pri čezmejnih dostavah kot pri nacionalnih dostavah: povprečni strošek pošiljanja pri nacionalni dostavi je 8 €, pri čezmejni dostavi pa 16 €.

Vprašanja: Konkurenčne, vendar tudi trajnostne cene – bolj konkurenčne cene za čezmejne storitve dostave

14) Kako bi lahko zagotovili bolj konkurenčne in preglednejše čezmejne tarife?

- a) Ali je treba tržnim silam pustiti, da same zagotovijo tarifne stopnje in stopnje preglednosti, ki jih zahtevajo potrošniki in trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko?
- b) Bi bolj regulativni nadzor prispeval k doseganju trajnostnih cen za potrošnike?
- c) Ali menite, da bi uporaba cenovnega praga za vsako čezmejno pošiljko (veliki in mali paketi) bila izvedljiva in učinkovita možnost, ki bi zadovoljila potrebe trgovcev na drobno, ki poslujejo elektronsko, in potrošnike? Kakšen bi bil učinek takšnega cenovnega praga na tržno ponudbo in konkurenco?

5.3 Izboljšati interoperabilnost v celotni dobavni verigi

Da bi se zadostilo potrebam trgovcev na drobno, ki poslujejo elektronsko, s čimer bi bolje razumeli, kaj so najboljše prakse na področju logistike in dostave ter si učinkovito sporočali možnosti, ki so na voljo potrošnikom, se zahtevajo večja preglednost in boljša partnerstva. Uspešno partnerstvo znotraj teh dveh sektorjev in med njima bo odločilnega pomena za prihodnost na področju elektronskega poslovanja.

5.3.1 Naložbe za povečanje uporabe tehnologij

Splošnejša uporaba možnosti sledenja bi lahko strankam omogočila več samostojnosti, tako da bi lahko same izbirale čas in kraj dostave. To bi izboljšalo uspeh dostave v prvem poskusu in zmanjšalo stroške. Hkrati bi trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, pridobili ustrezne in pomembne informacije in bi tako lahko bolje upravljali zaloge, optimizirali postopke vračanja proizvodov ter vračila kupnine in poenostavili upravne postopke.

Vprašanja: Izboljšanje interoperabilnosti – naložbe v tehnologijo

15) Stopnja potrebnih naložb

- a) V kolikšni meri je mogoče oceniti, na mikro in makro ravni, približne stroške splošnega sistema iskanja in sledenja paketov? Kateri so najpomembnejši parametri, ki jih je treba upoštevati?
- b) Katere posebne pilotne projekte za dostavo proizvodov elektronskega poslovanja bi bilo treba spodbujati, po možnosti v okviru širših programov, ki so namenjeni spodbujanju naložb v informacijske in komunikacijske tehnologije⁶⁴?

⁶⁴ Okvirni program za konkurenčnost in inovativnost, operativni program za digitalno zблиževanje ali druge pobude za razvoj posebnih tehnologij, kot so uporaba radiofrekvenčne identifikacije podatkov.

5.3.2 Okrepljeno partnerstvo med trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, in izvajalci storitev dostave

Izvajalci se večinoma osredotočajo na velike stranke, z velikim obsegom pošiljk in so manj naklonjeni naložbam v trženje svojih storitev za manjše pošiljatelje, čeprav imajo načeloma potencial za povečanje poslovanja. Poleg tega se trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, vedno ne zavedajo morebitnih alternativnih rešitev in razpoložljivih ponudb.

Vprašanja: Izboljšanje interoperabilnosti – okrepljeno partnerstvo

16) Partnerstva in sodelovanje

- a) Ali bi boljše sodelovanje med trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, in izvajalci storitev dostave lahko povečalo interoperabilnost storitev? Če je odgovor pritrdilen, kaj natančno bi lahko trgovci na drobno in izvajalci storitev dostave lahko naredili za izgradnjo novih partnerstev ali izboljšanje obstoječih partnerstev?
- b) Ali bi bilo za obvladovanje konic treba združiti zmogljivosti izvajalcev storitev dostave za nepredvidljive dogodke? Če je odgovor pritrdilen, kako bi lahko to dosegli?
- c) Ali bi potrebovali storitve moderatorjev in tretjih ponudnikov logističnih storitev? Kako bi se lahko navedene – nove ali obstoječe – storitve razvile in bile bolj prepoznavne?

5.3.3 Medsebojno povezana omrežja in platforme

Trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, so za dostavo blaga, kupljenega prek spleta, odvisni od dokončanja enotnega trga. Pomanjkljivo povezovanje in nezmožnost prenosa podatkov med različnimi informacijskimi sistemi je glavna ovira za čezmejno trgovino⁶⁵, za prilagoditev sedanjih sistemov pa bodo potrebne precejšnje naložbe.

Po ugotovitvi pomembnih varnostnih tveganj so bili poštni operaterji, ki pošiljajo blago na mednarodni ravni, pod pritiskom zračnih prevoznikov in carinskih organov, ki so od njih zahtevali naj izpolnijo višje varnostne standarde, in pri iskanju rešitev za izmenjavo zahtevanih podatkov so bili uspešni. Podobna prizadevanja so morda potrebna za zagotovitev, da se potrebe elektronskega poslovanja obravnavajo skupaj s trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko.

⁶⁵ Na eni strani obstajajo razlike med nacionalnimi in čezmejnimi platformami informacijske tehnologije, ki se lahko celo razlikujejo za tiste izvajalce storitev dostave, ki čezmejno dostavljajo znotraj EU. Na drugi strani pa obstajajo informacije, ki bi se lahko izmenjale med trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, in izvajalci storitev dostave, s čimer bi se izboljšalo načrtovanje zmogljivosti na obeh straneh. Na primer, trgovci na drobno, ki poslujejo elektronsko, imajo na voljo podatke o proizvodih, kupljenih prek spleta, in vedo, kdaj in v kakšni količini bodo ti proizvodi dani v proces dostave. Pri vračilih je lahko za trgovce na drobno, ki poslujejo elektronsko, koristno, da so pravočasno obveščeni o količini, ki bo vrnjena, in času vračila, kar bi omogočilo dejavnejše varstvo strank in učinkovito upravljanje zalog.

Službe Komisije so že začele z več demonstracijskimi ukrepi, s katerimi želijo izboljšati konkurenčnost sektorjev prevoza in logistike v Evropi, in sicer s pametno uporabo informacijskih tehnologij in z vključevanjem, zlasti manjših podjetij, v digitalne vrednostne verige na področju prevoza in logistike⁶⁶.

⁶⁶ Projekt DiSCwise (<http://www.discwise.eu/>), ki ga financira GD ENTR, je namenjen boljšemu povezovanju zainteresiranih strani, in sicer z vključitvijo v učinkovito, povezano dobavno verigo. Uporabnikom ter ponudnikom prevoznih in logističnih storitev, zlasti MSP, omogoča lažje sodelovanje pri načrtovanju in izvajanju prevoza z uporabo trajnostnih alternativ na področju prevoza.

Vprašanja: Izboljšanje interoperabilnosti – povezovanje

17) Boljše povezave

- a) Ali bi lahko logistične platforme⁶⁷ za skupine izvajalcev storitev bolje izpolnjevale potrebe trgovcev na drobno, ki poslujejo elektronsko? Če je odgovor pritrdilen, pojasnite kako?
- b) Ali bi sektorska projektna skupina⁶⁸ lahko prispevala k spodbujanju inovacij in povečanju uporabe novih tehnologij, s čimer bi omogočili večjo stopnjo povezanosti? Če je odgovor pritrdilen, pojasnite kako?
- c) Ali bi se morali postopki vračila blaga (za nacionalne in čezmejne dostave) izboljšati? Če je odgovor pritrdilen, pojasnite kako?
- d) Ali so za MSP, ki poslujejo v dostavni verigi, zahteve glede interoperabilnosti in spodbujanje novih tehnologij težavni? Kateri ukrepi bi lahko pomagali zmanjšati takšne težave?
- e) Kateri so (če obstajajo) glavni trije ukrepi, ki bi prek meja EU lahko izboljšali interoperabilnost za prevažanje blaga, naročenega na spletu⁶⁹? Kaj bi bilo mogoče storiti za izboljšanje razmer v kratkoročnem obdobju, katere pobude bi lahko sprejeli srednje- do dolgoročno? Kaj je treba storiti za izboljšanje interoperabilnosti na mednarodni ravni?

6. Upravljanje integriranega evropskega trga dostave paketov

Razvoj evropskega elektronskega poslovanja bodo oblikovale zlasti zmogljivosti dostave in mreže, ki bo vzpostavljena v bližnji prihodnosti. Te spremembe in njihov vpliv na sektor elektronskega poslovanja je treba spremljati, prizadevanja za spodbujanje učinkovitega in trajnostnega evropskega okolja za dostavo spletnih naročil pa morajo biti usklajena.

⁶⁷ V idealnem primeru bi navedene platforme poenostavile dostavo v okviru elektronskega poslovanja, vključile logistične storitve z deljenim informacijskim sistemom, izboljšale usklajevanje in uporabile skupnega ali dogovorjenega prevoznika za dostavo (s čimer bi omejile vpliv na okolje ter olajšale upravljanje vračil in zalog).

⁶⁸ Primer take projektne skupine je bivši „*US Mailing Industry Task Force*“, ki je bil oblikovan v devetdesetih letih 20. stoletja in združil visoke uradnike ključnih zainteresiranih strani na področju tehnologije, za iskanje inovativnih in inteligentnih rešitev za boljšo dostavo pošte.

⁶⁹ Trenutno približno 30 % spletnih nakupovalcev v Združenem kraljestvu navaja, da kupuje blago na tujih spletnih straneh (tudi zunaj Evrope). Znotraj EU znaša povprečje čezmejnih nakupov na spletu okrog 10 %. Glede na navedeno se jasno kaže pomen dogovora o evropskih in mednarodnih standardih ter zagotavljanja višje stopnje povezljivosti, zlasti za MSP in potrošnike, ki so nesorazmerno prizadeti.

Nekateri udeleženci že imajo platforme za usklajevanje, na primer EPG (European Parcel Group)⁷⁰, ki združuje prvotne poštne operaterje. Kar zadeva regulativne organe, želi Evropska skupina regulativnih organov za poštne storitve⁷¹ olajšati usklajevanje in sodelovanje med neodvisnimi nacionalnimi regulativnimi organi, da bi zagotovila dosledno uporabo Direktive o poštah. Trenutno njene dejavnosti in vloge ne zajemajo celotnega obsega dejavnosti elektronskega poslovanja. Pri oblikovanju enotnega evropskega trga dostave za elektronsko poslovanje bi nov forum lahko igral pomembno vlogo.

Bolj osredotočeno sodelovanje, nadzor in izvrševanje je potrebno za usklajevanje prizadevanj za spodbujanje sektorja dostave za potrebe elektronskega poslovanja. To bo še povečalo dinamiko, ki bi olajšala izboljšano dostavo blaga, naročenega prek spleta.

Vprašanja: Upravljanje

18) Ali obstajajo področja, na katerih bi sektor lahko našel uspešne rešitve za obravnavanje vprašanj, opredeljenih v tej zeleni knjigi? Kako bi lahko to spodbujali⁷²? Kako vključiti tako združenja elektronskega poslovanja kot združenja sektorja dostave?

19) Kako bi bilo treba obravnavati sedanje vidike upravljanja standardizacije in interoperabilnosti⁷³? Ali obstaja potreba po povečanju sodelovanja predstavnikov elektronskega poslovanja, zlasti MSP, in potrošnikov?

7. Spremljanje izvajanja in naslednji koraki:

Vse zainteresirane stranke so vabljeni, da predstavijo svoja stališča v odgovor na zgoraj navedena vprašanja. Prispevke je treba poslati najpozneje do 15. februarja 2013 na naslednje naslove:

markt-delivery@ec.europa.eu

ali

Evropska komisija

GD za notranji trg in storitve

Enota za spletne storitve

Rue de la Loi 200

⁷⁰ Glej opombo 17.

⁷¹ Sklep Komisije 2010/C217/07.

⁷² Na primer spodbujanje najboljših praks, sporazumov o partnerstvu in kodeksov ravnanja, standardi za elektronski prenos podatkov, oznake, zbirke podatkov naslovov, razvoj evropskega znaka za dostavo.

⁷³ Trenutno vprašanja standardizacije obravnava tehnični odbor za poštne storitve CEN, vprašanja v zvezi s interoperabilnostjo med nekaterimi poštnimi operaterji pa obravnava EPG.

1049 Bruselj

Ni nujno, da prispevki obravnavajo vsa vprašanja, navedena v tej zeleni knjigi. Zato vas prosimo, da jasno navedete vprašanja, na katera se nanašajo vaši prispevki. Navedite jasne argumente za ali proti možnostim in pristopom, predstavljenim v tej knjigi, če je to mogoče. Pozivamo vas tudi, da v vaših prispevkih izrazite mnenje ali obstajajo kakšni drugi vidiki ali druga vprašanja, ki bi jih bilo treba obravnavati, da bi dosegli integriran trg dostave paketov v Evropski uniji.

Prispevki bodo objavljeni na spletni strani GD za notranji trg in storitve. Prejeti odgovori bodo, razen v primeru posebne zahteve po zaupnosti, na voljo na spletnih straneh Komisije.

Kot nadaljevanje te zelene knjige, in na podlagi prejetih odgovorov, bo Komisija spomladi leta 2013 opredelila niz ukrepov, ki jih je treba sprejeti za dokončanje enotnega trga za dostavo paketov.