

BG

BG

BG



КОМИСИЯ НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ

Брюксел, 18.5.2009
COM(2009) 25 окончателен/2

CORRIGENDUM : annule et remplace le document COM(2009) 25 final

**СЪОБЩЕНИЕ НА КОМИСИЯТА ДО ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ, ДО
СЪВЕТА, ДО ЕВРОПЕЙСКИЯ ИКОНОМИЧЕСКИ И СОЦИАЛЕН КОМИТЕТ И
ДО КОМИТЕТА НА РЕГИОНИТЕ**

**Проследяване на резултатите за потребителите в единния пазар
Второ издание на индекса за развитие на пазарите на дребно**

{SEC(2009) 76}

СЪОБЩЕНИЕ НА КОМИСИЯТА ДО ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ, ДО СЪВЕТА, ДО ЕВРОПЕЙСКИЯ ИКОНОМИЧЕСКИ И СОЦИАЛЕН КОМИТЕТ И ДО КОМИТЕТА НА РЕГИОНИТЕ

Проследяване на резултатите за потребителите в единния пазар Второ издание на индекса за развитие на пазарите на дребно

Обобщение

Настоящото съобщение представя резултатите от второто издание на индекса за развитие на пазарите на дребно и допълва разгърнатия от Комисията по-мощен процес на наблюдение на пазара¹, като предоставя допълнителна информация относно неправилното функциониране на пазарите от потребителска гледна точка. Основаната цел на индекса е определяне на тези страни от вътрешния пазар, които не функционират добре за потребителите. Основните заключения на индекса са следните:

- Потребителите изпитват по-голяма неудовлетвореност и срещат повече трудности на пазара на услуги, отколкото на пазара на стоки. Сред проучените сектори най-проблематични са тези на енергетиката, транспорта (автобусен и железопътен)² и банковите услуги. Секторът на енергетиката показва особено лоши резултати що се отнася до процеса на преминаване на потребителите от един доставчик към друг и се нарежда на едно от последните места по удовлетвореност на потребителите и подадени жалби. През последните две години само 7 % от потребителите са променили доставчика си на енергия, въпреки че по-малко от две трети от потребителите са доволни от доставчика си. Автобусният и железопътният транспорт са секторите, които будят най-голямо недоволство и са предмет на голям брой жалби. В банковия сектор малко на брой са хората, които сменят своята банка, и офертите трудно могат да бъдат сравнени. Съществената разлика в банковите такси между отделните държави-членки не се обясняват с различни нива на разходите. От трите сектора, енергийният е този, който поглъща най-много средства на потребителите (5,7 % от семейния бюджет), а в него най-висок дял от потреблението се пада на електроенергията (2,1 %). Във връзка с това пазарът на **дребно на електроенергия** е целевият сектор, избран за продължаване на пазарния анализ с оглед извършването на по-подробна оценка на проблемите, пред които са изправени потребителите.
- На пазарите, на които се наблюдават по-чести смени на доставчиците като автомобилното застраховане, интернет и мобилните телефонни услуги, потребителите изглежда по-малко изразяват недоволството си от повишението на

¹ SEC(2008)3074 – Наблюдение на пазара: сегашно състояние и планирани последващи действия.
² Комисията вече предприе действия в тези две проблематични сфери на транспорта. Регламент (ЕО) № 1371/2007 на Европейския парламент и на Съвета от 23 октомври 2007 г. относно правата и задълженията на пътниците в железопътния транспорт ще влезе в сила през декември 2009 г. Комисията прие наскоро предложението за Регламент относно правата на пътниците в градския и междуградския автобусен транспорт и за изменение на Регламент (ЕО) № 2006/2004 относно сътрудничеството между националните компетентни органи [COM(2008)817].

цените. Улесняването на постъпките при смяна на доставчика следва да бъде приоритет на политиките по отношение на най-важните услуги на дребно.

- Онлайн пазаруването става все по-разпространено, но трансграничната електронна търговия не се развива така бързо, както търговията на вътрешния пазар, вследствие на трансграничните бариери пред онлайн търговията. Докладът относно електронната търговия, публикуван с настоящия индекс, обрисова подробна картина на сегашното състояние на електронната търговия в ЕС. Докладът относно пазара на дребно през 2009 г. ще включва глава, посветена на онлайн продажбата на дребно, в която ще се направи преглед на различните инициативи, свързани с географската сегментация на онлайн пазара, и ще се опишат препятствията, пред които се изправят потребителите при трансгранично онлайн пазаруване, както и полаганите в момента усилия за тяхното преодоляване.
- Ефикасното правоприлагане и обжалване са от основно значение за доброто функциониране на пазарите: данните показват основни различия между държавите-членки и възможности за подобрене на механизмите за правоприлагане и обжалване. Комисията ще се занимае с тези въпроси като изготви съобщение относно правоприлагането и предприеме по-нататъшни действия след публикуването на Зелената книга относно колективните жалби.
- Необходима е повече достоверна информация за разработването на солидна база данни по въпросите на потребителите. Комисията ще продължи да разработва методологията за събиране на данни за средните цени на съпоставими и представителни стоки и услуги. Тя ще работи и по хармонизиране на методология за класифициране на потребителски жалби.

Наличните понастоящем данни относно **жалбите, цените, удовлетвореността, смяната на доставчика и безопасността**, свързани с потребителите, все още не са достатъчни да се направят окончателни заключения, но позволяват да се отбележи следното:

Събраните по повод **удовлетвореността** на потребителите данни показват, че пазарът на стоки буди повече удовлетворение, отколкото пазарът на услуги. Услугите предполагат по-сложни договорни и потребителски отношения, както и променяща се потребителска среда в случай на либерализиране на пазара. Потребителите на автобусни и железопътни транспортни услуги изразяват най-голямо недоволство и срещат най-много проблеми: по-малко от половината от потребителите са доволни от тези услуги, а една четвърт са срещали проблеми. Като цяло, удовлетвореността е ниска и при **стационарните телефонни услуги, пощенските услуги и енергетиката (доставка на електричество и газ)**. Основните източници на недоволство на тези пазари са ценовите равнища, привлекателността на търговското предлагане, удобството при пазаруване и отношението към потребителите.

По въпроса за **жалбите** наличните данни, въпреки проблемите, възникнали при тяхното съпоставяне, също отчитат висок брой жалби на пазара на услугите, по-специално в сектора на **транспорта**, комуникациите (**телекомуникационни и пощенски услуги**) и групата, която обхваща **банковите услуги и застраховането**.

Данните относно **смяната на доставчика** показват, че **банковите услуги (банкови сметки)** и **енергетиката (доставката на електричество и газ)** са особено

проблематични от гледна точка на съпоставимост на предлагането, удобство на процедурата и реално извършена смяна на доставчика. Само 9 % от титулярите на текущи сметки са сменили своите банки, 7 % са сменили доставчика на газ и 8 % — доставчика на електроенергия. Тези стойности са ниски спрямо тези в автомобилното застраховане — 25 %.

Наличните данни за **цените** са недостатъчни, за да се проследи добре вътрешния пазар. Повечето от наличните в момента данни са експериментални, въпреки това обаче опитът за анализ на цените, с които се разполага, показва необясними трансгранични различия в цените на редица стоки и услуги: банкови такси, някои високотехнологични продукти (възпроизвеждащи устройства за DVD и празни CD), някои хранителни продукти (кафе, кисело мляко, маслиново масло, сладолед, портокалов сок, черен чай, конфитюр, риба тон в консерви), прах за пране и широколентов достъп.

Трансграничната търговия на дребно е в застои. Съотношението на потребителите, които пазаруват в друга държава-членка, не е нараснало от 2006 г. насам, а броят на търговците на дребно, които продават извън националните си граници, е намалял. Независимо от това през последните 12 месеца 25 % от потребителите са направили покупки зад граница, а 33 % от запитаните възнамеряват да го направят през идната година. Ако в ЕС се установят хармонизирани потребителски норми, 49 % от търговците на дребно биха били заинтересовани да продават зад граница. Това би било значителен напредък, в сравнение с броя на търговците, които понастоящем продават зад граница, а именно 20 %. Онлайн пазаруването става все по-разпространено, но трансграничната търговия не се развива така бързо, както вътрешното онлайн пазаруване.

Процентът на потребителите, които се чувстват адекватно **защитени** от действащите мерки, варира значително от една **държава-членка** до друга. През 2008 г. половината от европейците са вярвали, че действащите мерки защитават добре потребителите. Наред с това потребителите изглежда срещат трудности при разрешаването на даден проблем или при подаването на **жалба**. Приблизително половината от европейските потребители, подали жалба, са останали неудовлетворени от начина, по който тя е била обработена. Само четири от всеки десет потребители са на мнение, че е лесно спорове с продавачи и доставчици да бъдат разрешени с алтернативни механизми за разрешаване на спорове, и само три от всеки десет потребители смятат, че е лесно споровете да бъдат разрешени по съдебен път. Тези цифри са малко по-ниски от тези през 2006 г.

1. ВЪВЕДЕНИЕ

1. На 29 януари 2008 г. Комисията прие Съобщение „Относно проследяването на резултатите за потребителите в единния пазар: индекс за развитие на пазарите на дребно“³ и придружаващ го работен документ на службите на Комисията⁴, първото издание на индекса. Инициативата за проследяване на резултатите на вътрешния пазар за потребителите се зароди с прегледа на единния пазар⁵, в който се апелираше за по-тесни връзки с гражданите на ЕС, за политики, които отчитат по-добре тревогите на гражданите, и за процеси на правене на

³ COM(2008) 31.

⁴ SEC(2008) 87.

⁵ COM(2007) 724.

политика, които в по-голяма степен се основават на конкретни данни и се ръководят от по-добро осъзнаване на истинските резултати за потребителите.

2. В заключенията си относно прегледа на единния пазар от 25 февруари 2008 г., подкрепени в заключенията на Европейския съвет от 13—14 март 2008 г., Съветът за конкурентоспособност *„приветства намерението на Комисията да разработи с участието на държавите-членки индекс за развитие на пазарите на дребно и нови данни за потребителските цени“*.
3. На 18 ноември 2008 г. Европейският парламент прие доклад, в който се подкрепят методологията и показателите и се призовава за допълнителни сведения относно осведомеността и уменията на потребителите да защитават своите права. В него се подчертава значимостта на тясното сътрудничество с държавите-членки и на по-широкото оповестяването на резултатите.

2. ПРОСЛЕДЯВАНЕ НА РЕЗУЛТАТИТЕ ЗА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ

4. В рамките на прегледа на единния пазар Комисията започна по-мощен процес на наблюдение, насочен към систематично наблюдение на пазара, осъществявано на два етапа. Предвид това, че поради липсата на сведения, потребителското измерение е отразено само частично, индексът за развитие на пазарите на дребно може да допринесе за по-добро отразяване на потребителското измерение в процеса на проследяване на пазара като предоставя по-подходящи сведения. Понастоящем Комисията започна задълбочен анализ на четири сектора: хранителните доставки, търговията на дребно, електроуредите и фармацевтичната промишленост.
5. Индексът бе разработен така, че да проследява на два етапа пазарите от гледна точка на потребителите: етап на проучване и етап на анализ. Освен това индексът е замислен да се превърне в богат източник на съпоставителни данни за националните създатели на политики в областта на конкуренцията, защитата на потребителите и други сфери, за да ги подпомогне в определянето на неправилното функциониране на пазара на национално равнище.
6. В първия раздел на индекса се проследяват резултатите на пазарите на всички сектори на икономиката посредством пет ключови показателя. Това би следвало да определи кои сектори са най-застрашени от неправилно функциониране, водещо до икономически и социални последици за потребителите. Във втория раздел показателите проследяват напредъка в процеса на интегриране на пазара на дребно. Третият раздел на индекса представя данни, които позволяват съпоставяне на националната потребителска среда.
7. При проследяването на пазарите на национално равнище също се взема предвид гледната точка на потребителите. В Дания се публикува годишен „индекс за положението на потребителите“ за петдесет и седем пазара, които са подредени едни спрямо други. Този индекс отчита доверието на потребителите, прозрачността на пазарите и подадените жалби. Въз основа на същата методология Норвегия разработи подобен „индекс на удовлетвореността на потребителите“, а Обединеното кралство — „проучване на положението на потребителите“. Франция, Обединеното кралство и Португалия разработиха

цялостни системи за регистриране на жалбите, които да бъдат вземани под внимание при създаването на политиките, а редица държави-членки (напр. Италия и Белгия) създадоха центрове за наблюдение на цените.

8. Първото издание на индекса, който съдържа малкото налична навремето информация, беше просто представяне на това, в което той ще се превърне. Основната констатация от първия процес на проследяване бе, че не са налице подходящи, съпоставими на ниво на ЕС данни, които да позволят да се прецени дали вътрешният пазар се отразява благотворно на потребителите или не.
9. Доклад относно **електронната търговия**, който придружава настоящия индекс, прави предварителни констатации относно тенденциите на трансграничната електронна търговия. През първата половина на 2009 г. Комисията ще направи оценка на проблемите, с които се срещат потребителите вследствие на липсата на прозрачност в сектора на **финансовите услуги на дребно**.
10. През 2008 г. Комисията започна сериозно да разработва и събира данни и сведения за потребителите посредством проучвания и изследвания и в сътрудничество със заинтересованите страни в държавите-членки — национални статистически служби, създатели на политики в областта на защитата на потребителите, правоприлагащи органи и потребителски организации. Особено внимание бе обърнато на качеството на данните. Въпреки че вторият индекс представя повече данни за показателите, в много сфери (напр. цени, жалби, правоприлагане) има още какво да се желае: не за всички потребителски пазари има налични данни, данните понякога са събирани посредством различни определения на пазара, показателите се нуждаят от доработване, а събирането на данни трябва да бъде организирано така, че да отчита различията в националните системи. Понастоящем някои държави-членки не използват данни за проследяване на потребителските пазари и изпитват трудности при събирането на данните. Въпреки тези трудности осъществената през 2008 г. работа предостави солидна база за по-нататъшен напредък.

3. ВТОРО ИЗДАНИЕ НА ИНДЕКСА ЗА РАЗВИТИЕ НА ПАЗАРИТЕ НА ДРЕБНО

11. Второто издание на индекса потвърждава, че основаният на сведения подход е от голямо значение за определяне на това кои пазари е възможно да не функционират в интерес на потребителите. От него става ясно, че е налице необходимост от по-пълни данни, за да се направи оценка на всички главни потребителски пазари.

Част 1 — Проучване на потребителските пазари

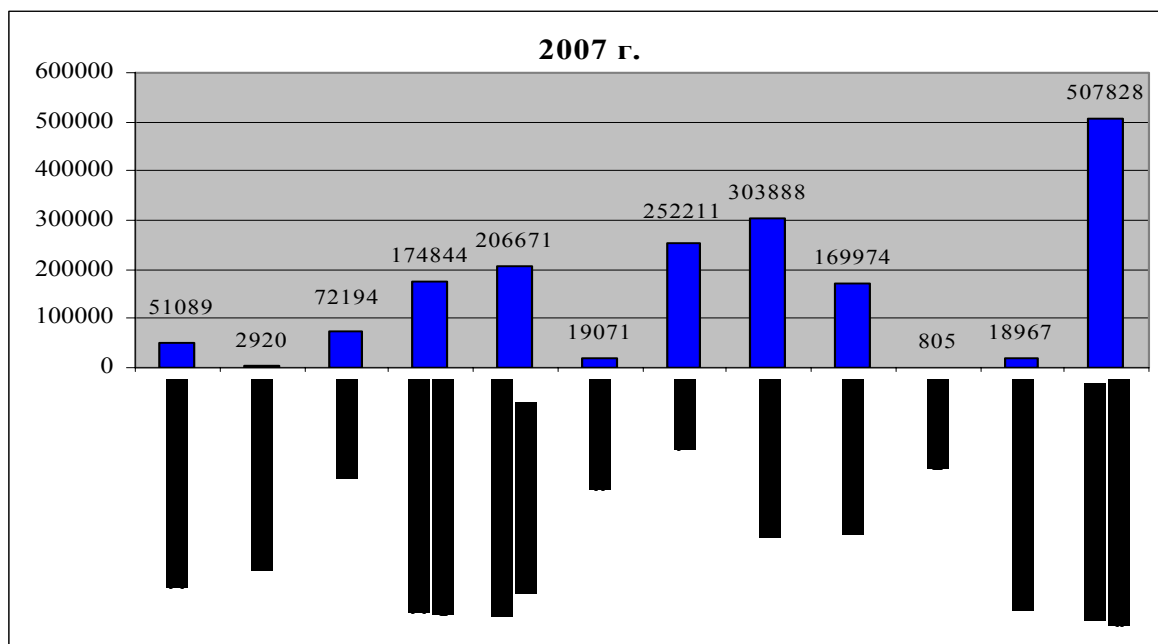
12. Пет показателя — жалби, цени, удовлетвореност, смяна на доставчика и безопасност — подпомагат определянето на потребителските пазари, на които има опасност от неправилно функциониране. Сам по себе си нито един показател не е достатъчен — единствено на базата на няколко показателя може да се заключи къде е налице необходимост от допълнителен анализ. Освен това, фактът, че даден сектор се нуждае от допълнителен анализ, не е потвърждение за неправилното функциониране на пазара. Проучването на

потребителските пазари допълва проучването, извършвано в рамките на процеса на проследяване на пазара.

13. Подадените от потребителите жалби са ключов показател за неправилно функциониране на пазара, използван широко от националните създатели на политики за бързо определяне на проблемите. Жалбите се събират от националните органи във всички държави-членки, но на сегашния етап данните относно потребителските жалби не са хармонизирани и не дават възможност за правилно сравняване на пазари или държави. Комисията проведе обществено допитване относно разработването на хармонизирана методология за класифициране на потребителските жалби⁶. Заинтересованите страни се обявиха в подкрепа на доброволна методология за класифициране и отразяване на жалбите, отнесени към трети страни (което изключва жалбите, отправени към фирми). Комисията работи в сътрудничество с всички заинтересовани страни, за да гарантира възможно най-широко приемане на тази методология.
14. Властите от двадесет и три държави-членки, Норвегия и Исландия предоставиха данни относно потребителските жалби. Въпреки разликите в събирането и класифицирането, събраните данни могат да бъдат съпоставени. Данните от Фигура 1 са ясно ограничени: що се отнася до тяхната пълнота, отговорите варират значително и нивото на групиране е прекалено високо, за да позволи разграничаване на отделните потребителски пазари. Независимо от това ясно се очертава следното: потребителите съобщават за повече проблеми в сектора на услугите.

⁶ Всички отговори, както и съответно резюме, са публикувани на уебсайта на ГД „Здравеопазване и потребители“: http://ec.europa.eu/consumers/consultations/consultations_en.htm

Фигура 1: Потребителски жалби, отнесени към трети страни — COICOP⁷. Основни рубрики

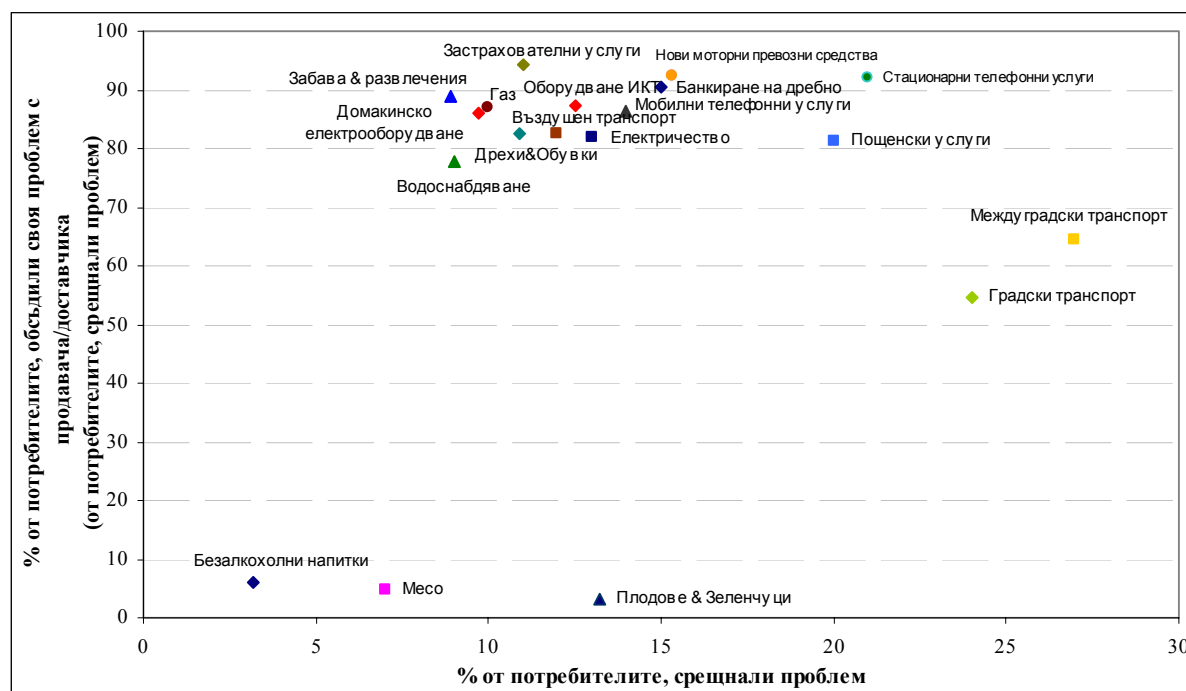


Източник: държавите-членки и органите на ЕИП

15. Въпреки че данните за подадени жалби са важни за определяне на проблеми във функционирането, липсата на жалби не винаги означава, че няма такива. Фигура 2 показва, че на някои пазари потребителите са по-малко склонни да подадат жалба, дори когато срещнат трудности, например в сектора на автобусния и железопътния транспорт и на някои хранителни пазари като тези за плодове и зеленчуци.

⁷ Classification Of Individual COnsumption by Purpose (Класификация на личното потребление по цели).

Фигура 2: Потребители, съобщили за проблеми и отправили запитвания или жалби, 19 пазара на стоки и услуги



Източник: Проучвания на IPSOS от 2006 г. и 2008 г. относно удовлетвореността на потребителите

16. Най-много притеснения сред потребителите бъдат цените; те са и един от основните определящи фактори за тяхното благосъстояние. Прекалено големи разлики в цените могат да бъдат показател за неправилно функциониране и фрагментиране на пазара. И докато разликите в цените могат да отразяват различия в разходите или жизнените стандарти, потребителските предпочитания, данъците, търгуемостта или нетъргуемостта на продуктите, те могат също така да бъдат знак за фрагментиране или неправилно функциониране на вътрешния пазар
17. Данни за цените са налице само за ограничен брой стоки и услуги⁸. Разликите в цените, наблюдавани между отделните държави, често са свързани с различни нива на разходите⁹. За някои категории продукти обаче наблюдаваните разлики в цените не са свързани с нивата на разходите. Тези продукти са: някои високотехнологични продукти (възпроизвеждащи устройства за DVD и празни CD), някои хранителни продукти (кафе, кисело мляко, маслиново масло, сладолед, портокалов сок, черен чай, конфитюр, риба

⁸ Индикативните цени на шестдесет и шест продукта и услуги бяха събрани по време на експериментален изследователски проект, проведен от Евростат и националните статистически служби на двадесет и три държави-членки, Швейцария, Исландия и Норвегия. Цените на автомобилите, както и таксите в секторите на телекомуникациите, енергетиката и банковото дело са достъпни и от няколко други източника.

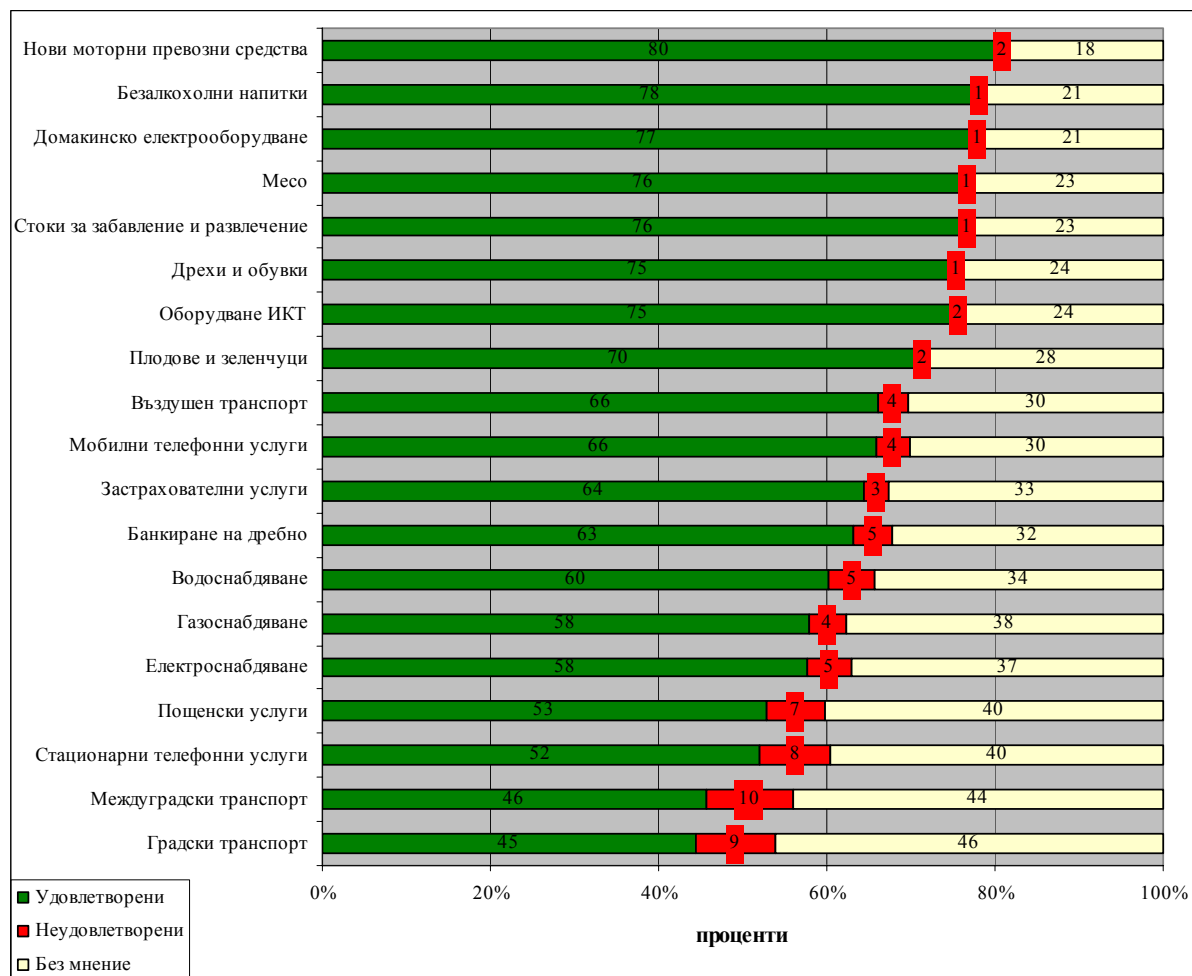
⁹ Нивото на разходите е използвано тук като косвен показател за действителното индивидуално потребление, което отговаря на общото количество стоки и услуги, консумирани от домакинствата и финансирани от публични и частни източници. Резултатите от изчислението на цените са описани в раздел 1.2 на Работния документ на службите на Комисията, който придружава настоящото съобщение.

тон в консерви), прах за пране, банкови такси и широколентов достъп. Целесъобразно е обаче да се отбележи, че някои от данните за ценните са събрани в рамките на изследване от Евростат и на този етап трябва да се разглеждат като експериментални.

18. Наличните данни все още не са достатъчни за правилното проследяване на вътрешния пазар; необходимо е да се повиши броят на наблюдаваните цени на стоки и услуги и да се подобри качеството на информацията, особено що се отнася до съпоставимостта и представителността по отношение на пазара на данните за цените. Така например за професионалните услуги почти няма налични данни, а единственото проведено от Комисията изследване¹⁰ показва значителни различия в цените между отделните държави. Една по-голяма прозрачност на данните относно цените също би била доказателство за това, че ежедневните тревоги на гражданите биват вземани под внимание. През идните години Комисията ще работи в сътрудничество с националните статистически служби за събиране и публикуване на цените, практикувани в държавите-членки за значителен брой продукти.
19. Нивата на удовлетвореност на потребителите отразяват потребителското възприятие за предлагането, съпоставимостта на цените и качеството, прозрачността и доверието. Фигура 3 илюстрира общата удовлетвореност на потребителите на деветнадесет пазара на базата на данни, събрани през 2006 г. за пазара на услуги и през 2008 г. за пазара на стоки. От нея става ясна една постоянна тенденция: нивото на удовлетвореност на пазара на услуги е по-ниско от това на пазара на стоки. Това може би се дължи на по-голямата сложност на договорните отношения и на предоставянето на услуги в сравнение със закупуването на стоки, при което стойността може да бъде определена още преди извършване на самата покупка. Като цяло ниската удовлетвореност на пазара на автобусни и железопътни транспортни услуги се обяснява с големия брой проблеми, с които се срещат потребителите, тяхното недоволство от цените, удобството на услугата и отношението към потребителите. Различията между отделните държави-членки са значително по-подчертани от тези между отделните пазари.

¹⁰ COMP/2006/D3/003 – Conveyancing Services Markets, декември 2007 г.

Фигура 3: Обща удовлетвореност/неудовлетвореност на 19 пазара на услуги и стоки



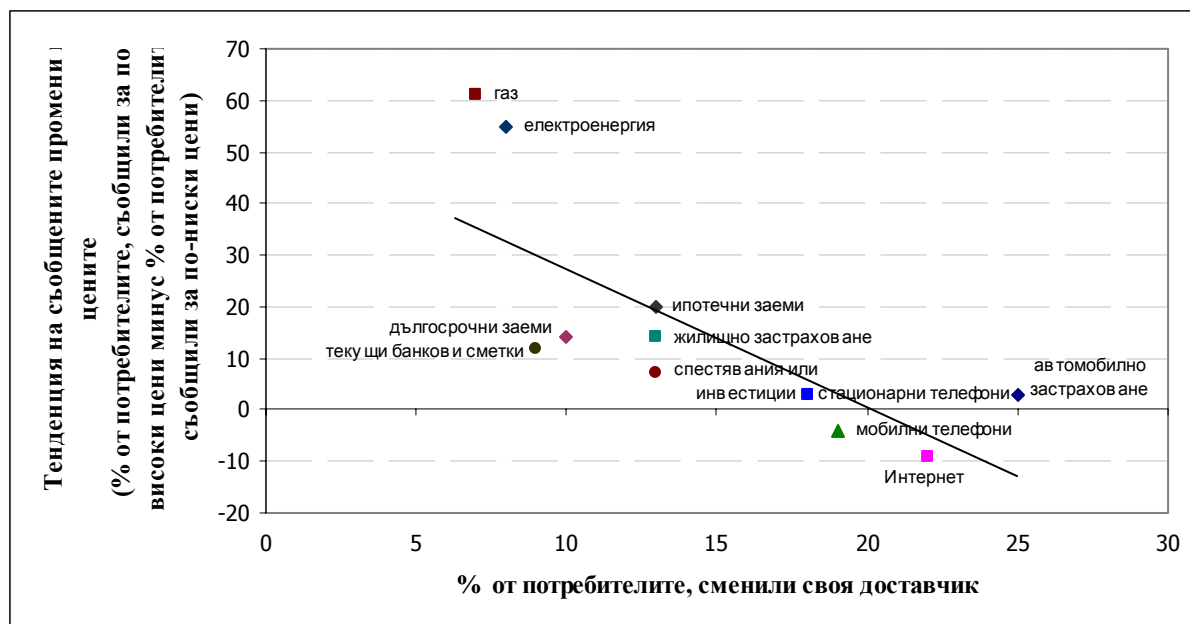
Източник: Проучвания на IPSOS от 2006 г. и 2008 г. относно удовлетвореността на потребителите

20. В бъдещите издания на индекса обхватът на проучването на удовлетвореността на потребителите ще бъде разширен така, че да включва всички основни потребителски пазари, което да предостави съпоставима база за оценка (за една и съща година).
21. Възможността за смяна на доставчика е основно измерение на конкуренцията в пазарната икономика. Смяната на доставчика има положителен ефект само тогава, когато разходите от гледна точка на пари, време и усилие са достатъчно ниски в сравнение с цената на услугата. Освен това, ако не са в състояние да разберат и сравнят предлаганите услуги, потребителите не могат да изберат най-добрата от тях.
22. Фигура 4 показва нивата на смяна на доставчика и отразените нетни промени в цените на избраните пазари¹¹. Секторът, в който потребителите най-много са прибягвали до смяна на доставчика е клон „Гражданска отговорност“ на *автомобилното застраховане*: една четвърт от титулярите на застрахователни полици са сменили своя доставчик през последните две години. След това се

¹¹ Флаш Евробарометър 243 — Мнение на потребителите относно смяната на доставчици.

нареждат телекомуникационните услуги: интернет (22 %), мобилните (19 %) и стационарните телефонни услуги (18 %). Средно през последните две години само 11 % от потребителите на банкови услуги на дребно са сменили своя доставчик или продукт; най-склонни към промяна са били притежателите на ипотечни и инвестиционни продукти (по 13 %), а само 9 % са променили съществуващите си банкови сметки и 10 % са внесели промяна в договорните отношения по дългосрочни кредити. Най-малко склонни към промяна на доставчика са били потребителите в енергийния сектор: 7 % са сменили доставчика на газ и 8 % — доставчика на електроенергия.

Фигура 4: Движение на пазарите и развитие на цените по сфера услуги



Източник: Флаш Евробарометър 243 — Мнение на потребителите относно смяната на доставчиците на услуги.

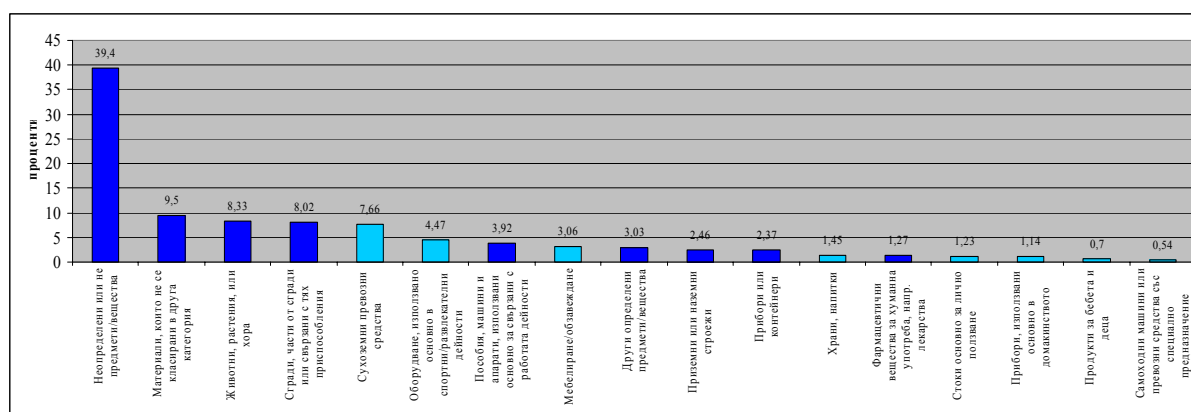
23. По-голямата част от потребителите, които са сменили своя доставчик, съобщават, че са спечелили финансово от това. И още по-важно: пазарите, на които нивото на смяна на доставчика е високо, потребителите са по-малко склонни да се оплакват от повишение на цените (Фигура 4). Потребителите, които умеят да търсят своите права и са прибегнали до смяна на доставчик, допринасят за подобряване на положението на всички потребители.
24. Осигуряването на безопасността на потребителските стоки и услуги е приоритет на политиката в областта на защитата на потребителите. Проучване¹² показва, че като цяло доверието на потребителите в безопасността на продуктите е високо. Приблизително половината от потребителите са на мнение, че само малка част от продуктите са опасни, а 17 % смятат, че в основата си всички продукти са безопасни. От друга страна, 18 % от потребителите са на мнение, че значителен брой продукти не са безопасни. В държавите-членки, в които виждането на потребителите за безопасността е

¹² Специално проучване на Евробарометър 298 — Защита на потребителите на вътрешния пазар, 2008 г.

положително, това на търговците¹³ на дребно също е положително. Въпреки това, разликите между отделните държави-членки са съществени.

25. Шестнадесет държави-членки събират в момента данни за нараняванията и нещастните случаи посредством обща система — база данни за нараняванията (БДН). Фигура 5 показва степента, до която различните категории продукти са причинили нещастни случаи в десет държави-членки (категориите продукти, които причиняват по-малко от 0,5 % от случаите не са отразени). Сред потребителските продукти най-високо място в тази връзка заемат категориите „сухоземни превозни средства“ и „оборудване, използвано за спортни/развлекателни дейности“. Въпреки това действителните проценти са доста ниски (съответно 7,7 % и 4,5 %, поради големия дял продукти, чиято категория не е определена).

Фигура 5: Причинени наранявания по вид продукти — средна стойност за 10 държави-членки



Източник: БДН — всички телесни наранявания в Европа

Част 2 — Проследяване на напредъка в процеса на интегриране на пазара на дребно

26. Окончателното изграждане на вътрешния пазар на дребно е от решаващо значение за посрещане на икономическите предизвикателства пред Европа и за постигане на реални ползи за гражданите. Добре функциониращият вътрешен пазар би трябвало да предостави по-широк избор от продукти, възможно най-добри цени и наред с това високо ниво на защита на потребителите.
27. Трансграничната търговия на дребно показва противоречиви тенденции. През изминалата година една четвърт от европейските потребители са извършили покупка зад граница (т.е. приблизително същото съотношение като през 2006 г.). Седемдесет и пет процента¹⁴ от търговците на дребно са продавали само на потребители от своята собствена страна (т.е. малко повече от тези през 2006 г.). Въпреки че процентът на потребителите, които пазаруват в друга държава-членка, не е нараснал, този вид пазаруване вдъхва увереност на все повече потребители. Средният размер на разходите за покупки зад граница е

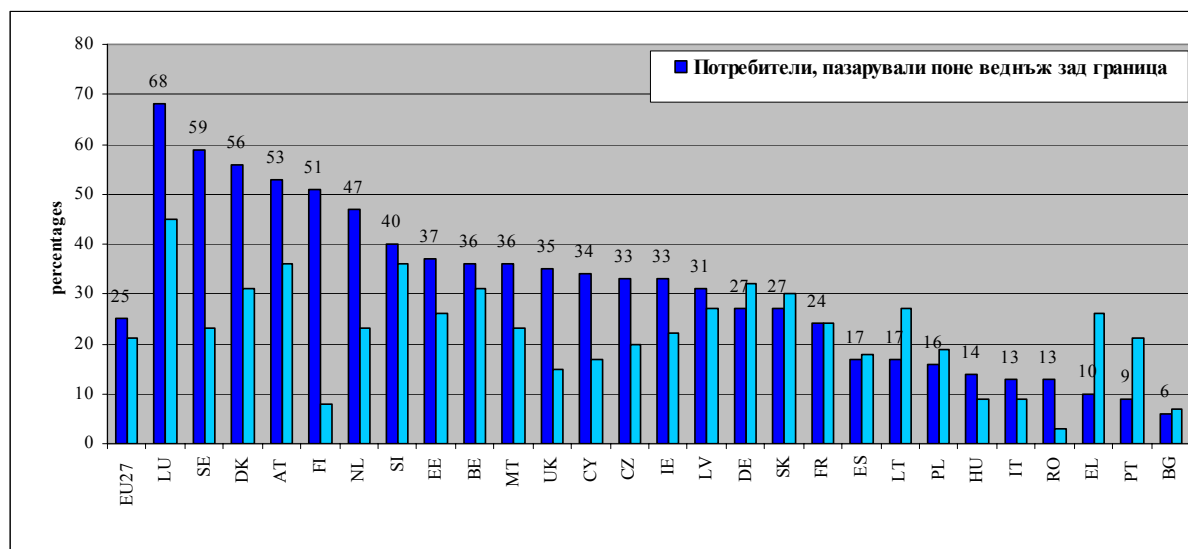
¹³ Флаш Евроарометър 224 — Отношение на фирмите към трансграничната търговия и защитата на потребителите, октомври 2008 г.

¹⁴ С изключение на трансграничните продажби в магазини.

съществен (737 EUR на човек за година). Делът на приходите на търговците на дребно, реализирани от продажби зад граница, варира между 10 и 17 % в зависимост от търговската верига — процент, сходен с този от 2006 г. Хармонизирането на нормите в ЕС би могло да бъде начин за насърчаване на търговците на дребно да продават зад граница. При такова хармонизиране почти един на всеки двама заявява, че е готов да продава зад граница, докато понастоящем само 20 % от търговците продават зад граница. Трансграничната търговия определено може да отбележи напредък, ако пречките пред нея бъдат определени и отстранени.

28. Фигура 6 показва, че на територията на ЕС значимостта на трансграничната дейност все още варира значително. В повечето държави-членки, в които много потребители пазаруват зад граница, много търговци на дребно също продават зад граница и обратно. Фактът, че по-голяма част от търговците на дребно продават само на клиенти от своята собствена страна и само 7 % продават в шест или повече европейски държави, се обяснява с факта, че 8 % от потребителите, извършвали покупка зад граница, в определен момент са срещнали проблем при закупуването на стока или услуга в друга държава-членка поради това, че не са живеели в тази държава. Търговците на дребно продават средно зад граница само в 1,3 държави на ЕС.

Фигура 6: Покупки и продажби зад граница



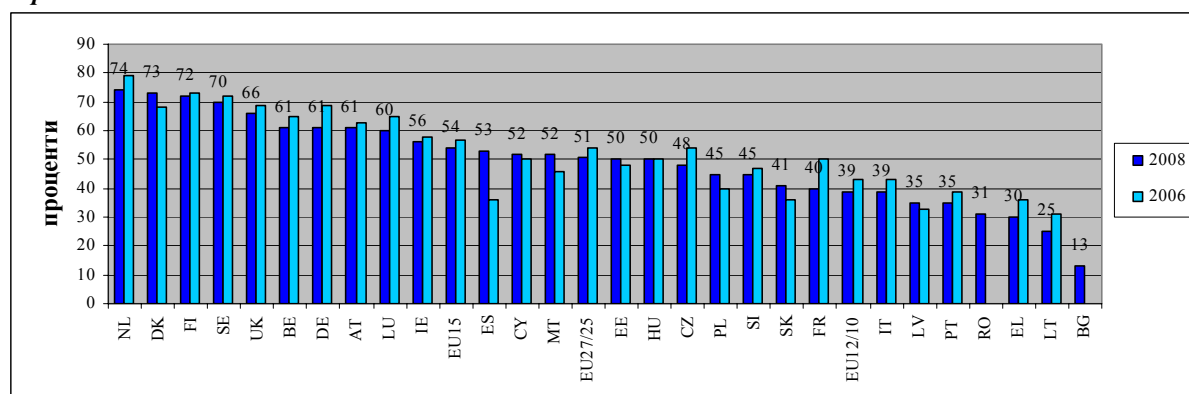
Източници: Специално проучване на Евробарометър 298 — Защита на потребителите на вътрешния пазар, юни 2008 г. и Специално проучване на Евробарометър 205 — Защита на потребителите на вътрешния пазар, март 2006 г.

29. Електронната търговия става все по-разпространена, но трансграничната електронна търговия не се развива така бързо, както вътрешното онлайн пазаруване. През изминалата година тридесет и три процента от потребителите са пазарували онлайн, срещу 27 % през 2006 г. Този ръст не е отразен в цифрата за трансгранично пазаруване по Интернет, която остава стабилна (6 % през 2006 г. и 7 % през 2008 г.). Отделен доклад относно електронната търговия представя с повече подробности сегашното състояние на онлайн търговията на дребно в ЕС.

Част 3 — Съпоставяне на националните политики за защита на потребителите

30. Ефективните национални политики за защита на потребителите са от съществено значение за доброто функциониране на вътрешния пазар. Съпоставянето на резултатите на територията на ЕС подпомага определянето на най-добри практики и повишава увереността на стопанските субекти, потребителите и властите, че за всички се прилагат едни и същи правила. Свободното движение на безопасни продукти и предпазването на потребителите от нелоялни търговци зависят от ефикасното правоприлагане и наблюдение на пазара в държавите-членки. Осведомените за правата си потребители са ключов елемент за ефикасното функциониране на пазарите, тъй като те се „отплащат“ на коректните доставчици, които работят честно и отговарят най-добре на потребностите на потребителите.
31. Процентът на потребителите, които се чувстват адекватно защитени от действащите мерки, варира значително от една държава-членка до друга; през 2008 г. в повечето държави той бе по-нисък от този през 2006 г. Близко половината от европейците са вярвали, че действащите мерки защитават добре потребителите. Понастоящем потребителите изглежда срещат трудности при разрешаването на даден проблем или при подаването на **жалба**. Приблизително половината от европейските потребители, подали жалба, са останали неудовлетворени от начина, по който тя е била обработена. Само четири от всеки десет потребителя са на мнение, че е лесно спорове с продавачи и доставчици да бъдат разрешени с алтернативни механизми за разрешаване на спорове, и само три от всеки десет потребителя смятат, че е лесно споровете да бъдат разрешени по съдебен път.

Фигура 7: Процент на потребителите, които се чувстват адекватно защитени от действащите мерки



Източници: Специално проучване на Евробарометър 298 — Защита на потребителите на вътрешния пазар, юни 2008 г. и Специално проучване на Евробарометър 205 — Защита на потребителите на вътрешния пазар, март 2006 г.

32. Събраните данни сочат, че правоприлагането и осведомеността на потребителите в ЕС съвсем не са еднородни и че повечето държави представят както положителни, така и отрицателни страни. При тълкуването на цифрите обаче трябва да се подходи предпазливо. С оглед на по-доброто осмисляне на тези данни, Комисията възнамерява да проведе през 2010 г. мащабно проучване на правата на потребителите.

4. Следващи стъпки

33. Едно средство за наблюдение на пазара като индекса за развитие на пазарите на дребно подпомага Комисията при определянето на онези аспекти на пазара, които не отговарят на очакванията на потребителите, и допълва по-мощния процес на наблюдение на пазара. Второто издание идентифицира някои от слабите места на единния пазар и набляга на необходимостта от допълнителни усилия за събирането на достоверни данни, така че Комисията да разполага с актуални и убедителни сведения за пазара, на базата на които да разгърне своята дейност.
34. Сътрудничеството с държавите-членки ще играе ключова роля за по-нататъшното разработване на базата данни. С оглед на реализирането на вътрешен пазар в услуга на потребителите е важно да се сравни отражението на пазара върху потребителите в отделните държави-членки и да се съпостави потребителската среда на национално равнище. Сведенията за жалбите, цените и правоприлагането на национално равнище ще допринесат за по-голяма прозрачност, ще внесат яснота в дебата относно начина на функциониране на вътрешния пазар и ще покажат най-добрите практики. Комисията ще работи в сътрудничество с националните експерти от комитетите, работните групи и националните статистически служби в държавите членки, както и с организациите на потребителите.
35. Сред действията, предвидени за 2009 г., са:
- провеждане на проучване на пазара на електричество на дребно;
 - поместване в изследването на пазара на дребно на глава, посветена на географската сегментация на онлайн пазара, в която ще се направи анализ на проблемите, с които се сблъскват потребителите при трансграничното пазаруване онлайн;
 - изготвяне на съобщение относно правоприлагането, в което ще се изложи глобална стратегия за гарантиране на ефективното прилагане на достиженията в областта на защитата на потребителите;
 - редовно събиране на данни за средните цени на сравними потребителски стоки и услуги от Евростат и националните статистически служби;

разработване на доброволна хармонизирана методология за класиране на отправените от потребителите жалби;

Работа по разработването на адекватни показатели, които да измерват нивото на правоприлагане и осведоменост на потребителите със съдействието на националните заинтересовани страни.