



Briselē, 2025. gada 21. novembrī
(OR. en)

15782/25

COMPET 1218
MI 940

PIEZĪME

Sūtītājs:	Padomes Ģenerālsekretariāts
Saņēmējs:	Pastāvīgo pārstāvju komiteja / Padome
Temats:	<i>Gatavošanās Padomes (Konkurētspēja (iekšējais tirgus, rūpniecība, pētniecība un kosmos)) sanāksmei 2025. gada 8. decembrī</i> E-komercija: problēmas saistībā ar produktu atbilstību un izpildi – <i>viedokļu apmaiņa</i>

Pielikumā pievienota prezidentvalsts piezīme par tematu “E-komercija: problēmas saistībā ar produktu atbilstību un izpildi”, gatavojoties viedokļu apmaiņai Konkurētspējas padomē 2025. gada 8. decembrī.

DISKUSIJU DOKUMENTS

Konkurētspējas padomes sanāksme

Brisele, 2025. gada 8. decembris

E-komercija: problēmas saistībā ar produktu atbilstību un izpildi

Pēdējo desmitgažu laikā Eiropas un pasaules līmeņa patēriņa ieradumi un uzņēmējdarbības prakse ir būtiski mainījušies. E-komercijas nozare ir piedzīvojusi ievērojamu izaugsmi un ir kļuvusi par vienu no galvenajām pasaules ekonomikas sastāvdaļām, būtiski mainot veidu, kā preces tiek pirktas un pārdotas ES un citur pasaulē. 2022. gadā 1,4 miljardi zemas vērtības (līdz 150 EUR) paku tika ievestas ES no trešām valstīm, šim skaitam ievērojami palielinoties līdz 4,6 miljardiem 2024. gadā ¹. E-komercijas straujā paplašināšanās ir atklājusi vairākas regulatīvas problēmas, kas apdraud vienotā tirgus kohēziju un darbību. Viena no galvenajām problēmām ir saistīta ar tādu nelikumīgu un neatbilstīgu produktu izplatīšanu, ko ES ieved no trešām valstīm, un ar iestāžu iespējām un nosacījumiem, kas ļauj nodrošināt atbilstību dažādās nozarēs.

Liels daudzums tiešsaistes tirdzniecības vietās piedāvāto produktu, kas tiek tieši nosūtīti patērētājiem ES no trešām valstīm, neatbilst noteiktajiem standartiem un tiesību aktiem ². Tā kā pastāv ierobežoti pienākumi attiecībā uz atbilstības nodrošināšanu, tiešsaistes tirdzniecības vietas darbojas kā vārteja trešo valstu pārdevējiem, ļaujot laist to produktus vienotajā tirgū attālināti, bez tradicionāla importētāja, kam ir pienākums nodrošināt atbilstību.

¹ Vienotā tirgus stratēģija: saskaņā ar ES uzraudzības datiem 2024. gadā ES tika importēti 4,6 miljardi zemas vērtības (līdz 150 EUR) sūtījumu. Tas ir gandrīz divreiz vairāk nekā 2023. gadā (2,4 miljardi) un vairāk nekā trīs reizi vairāk, salīdzinot ar 2022. gadu (1,4 miljardi).

² Vienotā tirgus stratēģija: kāda patērētāju organizācija pārbaudīja produktus, kas ievietoti labi zināmā lielā e-komercijas platformā, un gandrīz visu testēto kategoriju produkti, piemēram, ķiveres, kosmētika, rotaļlietas, ierīces, sveces, sūkļi, elektriskie un saistītie produkti, bija bīstami, par tiem nebija nenodrošināta vajadzīgā informācija, piemēram, drošības instrukcijas vai sastāvdaļu saraksts, un/vai bija ietverti nepareizi apgalvojumi.

Pašreizējā izpildes sistēma nav pietiekama, lai apstrādātu no trešām valstīm ievesto produktu lielo apjomu³. E-komercijas imports pārslogo jau ierobežotos resursus divos ES aizsardzības virzienos – muitas dienestos un tirgus uzraudzības iestādēs. Eiropas uzņēmumiem, kas ievēro noteikumus, tiek radīti neizdevīgāki konkurences apstākļi, jo tie tērē arvien vairāk resursu, lai nodrošinātu atbilstību attiecīgajiem Savienības tiesību aktiem. Turklāt milzīgais nedrošu vai neatbilstīgu produktu apjoms var radīt nopietnu risku patērētāju veselībai un drošībai un negatīvi ietekmēt vidi un ES konkurētspēju.

Pēdējās desmitgades laikā ir pakāpeniski veikti pasākumi e-komercijas problēmu risināšanai vairākos saistītajos tiesību aktos, jo īpaši Digitālo pakalpojumu aktā, Tirgus uzraudzības regulā un Ražojumu vispārējā drošuma regulā. Tomēr sarežģījumi e-komercijas jomā joprojām pastāv, un problēmas pastāvīgi pieaug, nemitīgi palielinoties to produktu skaitam, kurus Savienībā ievēd no trešām valstīm.

Komisija šā gada laikā ir atkārtoti pievērsusies arvien lielākajām problēmām e-komercijas jomā. Februārī tā iesniedza Paziņojumu par e-komerciju, kas veido visaptverošu ES rīkkopu drošai un ilgtspējīgai e-komercijai. Paziņojumā ir izklāstīta Komisijas pieeja e-komercijas radīto sarežģījumu risināšanai, galveno uzmanību pievēršot nepieciešamībai pēc holistiskas un labi koordinētas pieejas no izpildes iestāžu puses, vairākām strukturālām izmaiņām spēkā esošajos tiesību aktos, kā arī stingras attiecīgo ES tiesību aktu izpildes, kuri aizsargā patērētājus tiešsaistē, tostarp Digitālo pakalpojumu akta izpildes.

³ Vienotā tirgus stratēģija: liels produktu apjoms, ko Eiropas tirgū ievēd no trešām valstīm, neļauj nodrošināt pilnīgu atbilstību tikai ar muitas un tirgus uzraudzības pārbaudēm. Saskaņā ar jaunāko TAXUD ĢD ziņojumu par produktu atbilstību tika pārbaudīti tikai 82 produkti no viena miljona, muitas dienesti apturēja 51 produktu, pamatojoties uz bažām par produktu atbilstību vai drošumu, un tikai 13 produktiem tika atteikta ievēšana ES (<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/ea5db20e-840f-11f0-9af8-01aa75ed71a1/language-en>).

Vēlāk Komisija iesniedza vienotā tirgus stratēģiju, izceļot e-komercijā pastāvošos sarežģījumus, novecojušus noteikumus par produktiem un produktu neatbilstību kā vienu no kaitīgākajiem un pastāvīgākajiem šķēršļiem uzņēmumiem ES. Lai atrisinātu šos sarežģījumus, Komisija kā iespējamu risinājumu noteica jaunas ES Tirgus uzraudzības iestādes izveidi, kā arī produktu tiesiskā regulējuma modernizēšanu un digitalizāciju. Turklāt ar ES muitas reformas priekšlikumu, par kuru pašlaik notiek sarunas ar Eiropas Parlamentu un par kuru Padomē tika panākta provizoriska vienošanās, var panākt politisku vienošanos, tostarp par 150 EUR atbrīvojuma no muitas nodokļa robežvērtības atcelšanu, kuras mērķis ir risināt vairākas problēmas saistībā ar nelikumīgiem produktiem no trešām valstīm. Turklāt Komisija nesēn nāca klajā ar ideju par Eiropas produktu aktu, kurā, paredzams, būs iekļauti priekšlikumi Tirgus uzraudzības regulas, jaunā tiesiskā regulējuma un Standartizācijas regulas pārskatīšanai. Ar šo iniciatīvu Komisija tiecas risināt sarežģījumus ar e-komercijas un produktu neatbilstību.

Ņemot vērā iepriekš minēto, mēs aicinām delegācijas apsvērt šādus jautājumus diskusijai Konkurētspējas padomē:

1. Kādi papildu pasākumi e-komercijas jomā būtu jāveic valstu vai ES līmenī, lai aizsargātu patērētājus, nodrošinātu vienlīdzīgus konkurences apstākļus un stiprinātu Eiropas uzņēmumu konkurētspēju?
2. Ko mēs varam darīt, lai uzlabotu koordināciju un stiprinātu izpildi saskaņā ar spēkā esošo tiesisko regulējumu ar mērķi labāk risināt problēmas, ko rada e-komercijas paplašināšanās? Cik liela ir nepieciešamība pēc jauniem likumdošanas pasākumiem, lai risinātu pieaugošos e-komercijas sarežģījumus, piemēram, piešķirot tiešsaistes tirdzniecības vietām lielāku atbildību par to platformās pārdotajiem produktiem?