



Euroopa Komisjon

ISSN 1831-3353

Teine tarbijaturgude tulemustabel



Euroopa Komisjon ega üksi tema nimel tegutsev isik ei vastuta selle eest, kuidas järgnevat teavet kasutatakse.

© photos: www.shutterstock.com

„Europe Direct” on teenistus, mis aitab leida vastused Euroopa Liitu puudutavatele küsimustele

**Tasuta infotelefon: (*)
00 800 6 7 8 9 10 11**

(*) Teatud juhtudel ei võimalda mobiilsideoperaatorid helistamist 00800 numbritele või on need kõned tasulised.

Lisateavet Euroopa Liidu kohta saate Internetist „Europa” serverist (<http://europa.eu>).

Katoloogimisandmed on esitatud väljaande lõpus.

Luxembourg: Euroopa Ühenduste Ametlike Väljaannete Talitus, 2009

ISBN: 978-92-79-11234-8

doi: 10.2772/77400

© Euroopa ühendused, 2009

Allikale viitamisel on reprodutseerimine lubatud.

PRINTED IN BELGIUM

Teine tarbijaturgude tulemustabel



Tervise- ja tarbijaküsimuste
peadirektooraat

Euroopa Komisjon

SISUKORD

KOMMENTEERITUD KOKKUVÕTE

1. Sissejuhatus.....	6
2. Turu seire tarbija seisukohast	7
3. Teine tarbijaturgude tulemustabel	8
1. osa – Tarbijaturgude sõeluuring	8
2. osa – Jaemüügituru integreerumise edenemine	13
3. osa – Riikide tarbijapoliitika võrdlus	14
4. Järgmised sammud.....	15

KOMISJONI TEATIS EUROOPA PARLAMENDILE, NÕUKOGULE, EUROOPA MAJANDUS- JA
SOTSIAALKOMITEELE NING REGIOONIDE KOMITEELE

Ühtse turu seire tarbija seisukohast

TEINE TARBIJATURGUDE TULEMUSTABEL



KOMMENTEERITUD KOKKUVÕTE

Käesolevas teatises esitatakse teise tarbijaturgude tulemustabeli tulemused ja sellega täiendatakse komisjoni laiemat turuseiret,¹ andes lisateavet turgude mittetoimimise kohta tarbija seisukohast. Tulemustabeli peamine eesmärk on selgitada välja, millised siseturu osad ei toimi tarbijate seisukohast hästi. Tulemustabeli peamised järeldused on järgmised.

- Tarbijad on teenuste turuga vähem rahul ning neil esineb sellega rohkem probleeme kui kaupade turuga. Kõige problemaatilisemad sektorid on energia, transport (buss ja rong)² ja pangandusteenused. Energiasektor saab eriti nõrku hindeid seoses tarnija vahetamisega ning on üks kehvemini esinevaid sektoreid rahulolu ja kaebusi arvesse võttes. Ainult 7% tarbijatest vahetas viimasel kahel aastal energiatarnijat, kuigi vähem kui kaks kolmandikku tarbijatest on oma tarnijaga rahul. Bussi- ja raudteetransport on sektor, millega tarbijad on kõige vähem rahul ning mille kohta tuleb hulgaliselt kaebusi. Pangandussektoris esineb teenusepakkuja vahetamist harva ning pakkumisi on raske võrrelda. Pankade teenustasude märkimisväärset erinevust liikmesriikide vahel ei saa põhjendada kulutuste taseme erinevusega. Nimetatud kolmest sektorist kulutatakse kõige rohkem raha energiale (5,7% leibkonna eelarvest) ning energiasektori sees kulub suurim osa tarbijate kulutustest elektrile (2,1%). Seetõttu tehakse **elektrienergia jaemüügituru** kohta täiendav turuanalüüs, et hinnata tarbijate probleeme täpsemalt.
- Selliste turgude puhul, kus teenusepakkujat vahetatakse tihedamini, näiteks liikluskindlustus, internet ja mobiilside, on vähem tõenäoline, et tarbijad teatavad hinnatõusust. Teenusepakkuja vahetamise lihtsustamine peab olema poliitiline prioriteet kõigi olulisemate jaemüügiteenuste puhul.
- Internetikaubandus levib järjest enam, kuid piiriline e-kaubandus ei arene nii kiiresti kui kodumaine, sest esinevad piirilise internetikaubanduse

duse tõkked. Käesoleva tulemustabeliga koos avaldatavas e-kaubanduse aruandes esitatakse üksikasjalik ülevaade e-kaubanduse olukorrast ELis. 2009. aasta jaemüügituru aruanne sisaldab online-jaemüüki käsitlevat peatükki, kus esitatakse erinevad algatused, mis tegelevad online-turu geograafilise segmentimisega, ning kirjeldatakse takistusi, millega tarbijad kokku puutuvad, ostes interneti kaudu kaupu piiriülevalt ning samuti pingutusi, mida tehakse nende takistuste ületamiseks.

- Tõhus jõustamine ja hüvitamine on turgude sujuva toimimise seisukohast üliolulised: Tõendid näitavad, et liikmesriikide vahel on suuri erinevusi ning jõustamise ja hüvitamise mehhanisme annab oluliselt parandada. Komisjon tegeleb nende küsimustega jõustamist käsitlevas teatises ning kollektiivset hüvitamist käsitleva rohelise raamatu järelmeetmetes.
- Tugeva tarbijaid käsitleva tõenditebaasi loomiseks on vaja rohkem kvaliteetseid andmeid. Komisjon arendab edasi metoodikat võrreldavate ja representatiivsete toodete ja teenuste keskmiste hindade kogumiseks. Samuti töötatakse tarbijate kaebuste liigitamise ühtlustatud metoodika kallal.

Praegused tõendid tarbijate **kaebuste, hindade, rahulolu, teenusepakkuja vahetamise ja ohutuse** kohta ei ole piisavad lõplike järelduste tegemiseks, kuid täheldada võib järgmist.

Rahulolu käsitlevad andmed näitavad, et vähem ollakse rahul teenuste kui kaupade turuga. Teenustega on seotud keerulisemad lepingud ja kliendisuhted ning tarbimiskeskond muutub turgude avamisega. **Bussi- ja raudteetransporti** kasutavad tarbijad on kõige vähem rahul ning neil on kõige rohkem probleeme: Vähem kui pooled tarbijatest on nende teenustega rahul ning umbes igal neljandal esines probleeme. Üldine rahulolu on madal ka **tavatelefoni-teenuste, postiteenuste** ja **energia** puhul (**elektri ja gaasi tarnimine**). Peamisteks rahulolematuse põhjusteks nendel turgudel on hinnatase, pakkumiste atraktiivsus, ostmise lihtsus ja tarbijakesksus.

1 SEC(2008)3074 – Market Monitoring: State of Play and Envisaged Follow-Up.

2 Komisjon on juba võtnud meetmeid nende kahes problemaatilises transpordivaldkonnas. Euroopa Parlamendi ja nõukogu 23. oktoobri 2007. aasta määrus (EÜ) nr 1371/2007 (rongireisijate õiguste ja kohustuste kohta) jõustub 2009. aasta detsembris. Komisjon on hiljuti vastu võtnud ka määruse ettepaneku, mis käsitleb bussireisijate õigusi ning millega muudetakse määrust (EÜ) nr 2006/2004 tarbijakaitse seaduse jõustamise eest vastutavate siseriiklike asutuste vahelise koostöö kohta [KOM(2008)817].

Ka kättesaadavad andmed **kaebuste** kohta, kuigi neid on raske võrrelda, näitavad, et teenusteturul on ohtralt kaebusi, eriti **transpordi**, side (**telekommunikatsiooni** ja **postiteenused**) ning **pangateenuste** ja **kindlustuse** valdkonnas.

Tõendid **teenusepakkuja vahetamise** kohta näitavad, et **pangateenused (pangakontod)** ja **energia (elektri ja gaasi tarnimine)** on eriti probleemilised pakkumiste võrreldavuse, teenusepakkuja vahetamise lihtsuse ja teenusepakkuja tegeliku vahetamise seisukohast. Ainult 9% kontoomanikest vahetas panka, 7% tarbijatest vahetas gaasitarbijat ja 8% elektrienergia tarnijat. Need numbrid on madalad võrreldes 25 protsendiga, kes vahetasid liikluskindlustuse pakkujat.

Kättesaadavad **hinna** andmed ei ole piisavad korralikuks siseturu seireks. Praegu kättesaadavatest andmetest on paljud eksperimentaalsed, kuid kättesaadavate hindade esialgne analüüs näitab siiski põhjendamatuid piiriüleseid hinnaerinevusi mitmete toodete ja teenuste puhul: pankade teenustasud, mõned kõrgtehnoloogilised tooted (DVD-mängijad ja CD toorikud) ning mõned toiduained (kohv, maitsestatamata jogurt, oliiviõli, jäätis, apelsinimahla, must tee, moos, tuunikalakonservid), pesupulber ja lairibaühendus.

Piiriülene jaekaubandus kiratseb. Piiriüleseid sisseoste tegevate tarbijate hulk ei ole alates 2006. aastast suurenenud ning piiriülese jaekaubanduse osakaal on vähenenud. Viimase 12 kuu jooksul on piiriüleseid sisseoste teinud 25% tarbijatest, kuid 33% kavatses seda teha järgmisel aastal. Kui kogu ELi piires võetakse kasutusele ühtlustatud tarbijaeeskirjad, oleks 49% jaemüüjatest huvitatud piiriülesest müügist. See oleks märgatav edasimineku võrreldes 20 protsendiga, kes praegu müüvad piiriülesest. Internetikaubandus levib järjest enam, kuid piiriülene e-kaubandus ei arene nii kiiresti kui kodumaine.

Nende tarbijate osakaal, kelle arvates tagavad olemasolevad meetmed piisava **kaitse**, on **liikmesriigiti** väga erinev. 2008. aastal olid pooled eurooplased kindlad, et olemasolevad meetmed kaitsevad tarbijaid hästi. Lisaks tundub tarbijatel olevat raskusi, kui soovitakse lahendada probleemi või taotleda **hüvitist**. Umbes pooled Euroopa tarbijatest, kes esitasid kaebuse, ei olnud kaebuse käsitlemisega rahul. Vaid neli tarbijat kümnest leidis, et müüjate ja tarnijatega tekkinud

vaidluste lahendamine alternatiivsete vaidluste lahendamise meetodite abil on lihtne ning vaid kolm kümnest leidis, et vaidluste lahendamine kohtus on lihtne. Need arvud on natuke väiksemad kui 2006. aastal.

1. Sissejuhatus

1. 29. jaanuaril 2008. aastal võttis komisjoni vastu teatise „Ühtse turu seire tarbija seisukohast: tarbijaturgude tulemustabel“³ ning sellele lisatud komisjoni talituste töödokumendi⁴ – esimese tarbijaturgude tulemustabeli. Algatus siseturu toimimise seireks tarbija seisukohast tuli ühtse turu ülevaatest,⁵ kus leiti, et ELi kodanike usalduse taastamiseks peab poliitika rohkem arvestama kodanike muresid ning poliitikavalikute tegemine peab rohkem põhinema tõenditel ja tarbija seisukohast tegelike tulemuste saavutamisel.
2. Konkurentsivõime nõukogu leidis 25. veebruaril 2008. aastal oma järeldustes ühtse turu ülevaate kohta, mille Euroopa Ülemkogu kiitis heaks 13.–14. märtsi 2008. aasta järeldustes, et „*tervitat komisjoni algatust luua koos liikmesriikidega tarbijaturgude tulemustabel ja uued tarbijahinna andmed*“.
3. 18. novembril 2008. aastal võttis Euroopa Parlament vastu aruande, millega kiideti heaks meetodid ja näitajad ning kutsuti üles koguma täiendavaid tõendeid tarbija teadlikkuse suurendamise kohta, näiteks kirjaoskuse ja muude oskuste kohta. Aruandes rõhutati ka liikmesriikide tiheda koostöö ja tulemuste avalikkusele tutvustamise tähtsust.

³ KOM (2008) 31.

⁴ SEK(2008) 87.

⁵ KOM (2007) 724.

2. Turu seire tarbija seisukohast

4. Ühtse turu ülevaatega seoses algatas komisjon laiema turuseiremeetme, mille eesmärk on turgude süstemaatiline seire kahes etapis. Kuna tarbijaid käsitlevad andmed on kättesaadavad vaid osaliselt, siis võib tarbijaturgude tulemustabel aidata tarbijate seisukohti turuseire puhul arvesse võtta, pakkudes sobivamaid andmeid. Komisjon on praeguseks algatanud süvaavalüüsi neljas sektoris: toiduainete tarneahel, jaemüügisektor, elektrikaubad ja farmaatsiatööstus.
5. Tulemustabel arendati välja selleks, et teostada turuseiret tarbija seisukohast kahes etapis: andmete sõelumine ja analüüs. Tulemustabeli eesmärk on saada ka rikkalikuks võrreldavate andmete allikaks, mida riikide poliitikakujundajad konkurentsivõime- ja tarbijapoliitika valdkonnas ning muudes valdkondades võiksid kasutada, et leida kohad, kus turg riiklikul tasandil halvasti toimib.
6. Tulemustabeli esimeses osas jälgitakse turu toimimist erinevates majandusvaldkondades, kasutades viit peamist näitajat. See peaks näitama, millistes sektorites esineb suur turu halva toimimise risk, kui lähtuda majanduslikest ja sotsiaalsetest mõjudest tarbijale. Teises osas esitatakse näitajad, mille alusel võib jälgida jaemüügituru integreerumise arengut. Tulemustabeli kolmandas osas esitatakse andmed riiklike tarbijakeskkondade võrdlemiseks.
7. Turuseire tarbija seisukohast toimub ka riiklikul tasandil. Taanis avaldatakse igal aastal tarbijaindeks 57 sektori kohta, mida on hinnatud omavaheliste suhete alusel. Indeks jälgib tarbijausaldust, läbipaistvust ja kaebamise tingimusi. Sama meetodika alusel on Norra välja arendanud tarbija rahulolu indeksi ning Ühendkuningriik tarbijatingimuste uuringu. Prantsusmaa, Ühendkuningriik ja Portugal on välja töötanud põhjalikud kaebuste esitamise süsteemid poliitika kujundamiseks ning mitmed liikmesriigid (nt Itaalia ja Belgia) on loonud hindade seirekeskused.
8. Esimene tulemustabel sisaldas tol hetkel kättesaadavat piiratud andmehulka, kuid see oli vaid illustratsioon selle kohta, milliseks kujuneb tulemustabel tulevikus. Esimese tulemustabeli peamine järeldus oli see, et enamjaolt puuduvad asjakohased, võrreldavad, kogu ELi hõlmavad andmed, mille põhjal saaks hinnata siseturu toimimist tarbija seisukohast.
9. Käesolevale tulemustabelile lisatud **e-kaubanduse** aruandes esitatakse esimesed järeldused piiriülese e-kaubanduse suundumuste kohta. Komisjon hindab 2009. aasta esimeses pooles tarbijate probleeme, mis tulenevad **tarbijatele osutatavate finantsteenuste** vähesest läbipaistvusest
10. Komisjon alustas 2008. aastal täie tõsidusega tarbijaandmete ja tõendite kogumist ja arendamist küsitluste ja uuringute abil ning koostöös liikmesriikide sidusrühmadega – riiklike statistikaametite, tarbijapoliitika kujundajate, täitevasutuste ja tarbijaorganisatsioonidega. Erilist tähelepanu on pööratud andmete kvaliteedi tagamisele. Kuigi teises tulemustabelis esitatakse näitajate kohta rohkem andmeid, on töö mitmes valdkonnas (nt hinnad, kaebused, jõustamine) siiski veel puudulik: andmed ei ole veel kättesaadavad kõikide tarbijaturgude kohta ning sageli on need kogutud erinevate turudefiniitsioonide alusel, näitajaid tuleb veel edasi arendada ning andmete kogumisel võtta arvesse riiklike süsteemide erinevusi. Hetkel ei kasuta mõned liikmesriigid tarbijaturgude seireandmeid ning neil on probleeme andmete koondamisega. Neist raskustest hoolimata on 2008. aastal tehtud töö loonud tugeva aluse edasiseks progressiks.

3. Teine tarbijaturgude tulemustabel

11. Teine tulemustabel kinnitab tõenditel põhineva lähenemisviisi väärtust näidates, millised turud ei toimi tarbijate seisukohast hästi. Samuti tuleb välja, et kõikide tarbijaturgude hindamiseks on vaja täielikumaid tõendeid.

1. osa – Tarbijaturgude sõeluuring

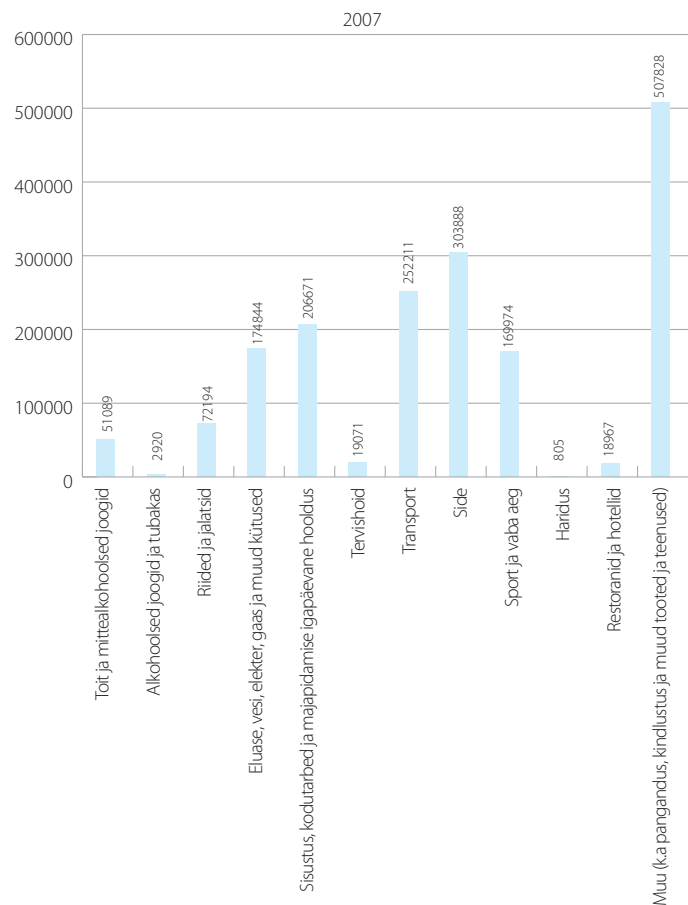
12. Viis näitajat – kaebused, hinnad, rahulolu, teenusepakkuja vahetamine ja ohutus – aitavad välja selgitada, millistel tarbijaturgudel esineb halva toimimise risk. Ükski üksiknäitaja ise ei ole piisav – ainult uurides koos mitmeid näitajaid võib teha järeldusi täiendavate analüüside vajaduse kohta. Ühe sektori valik täiendavaks analüüsiks ei ole tõend selle kohta, et turg toimib halvasti. Tarbijaturgude sõeluuring täiendab turuseire raamistikus toimuvaid sõelumismeetmeid.

13. Tarbijate **kaebused** on halvasti toimivate turgude peamine näitaja, mida riiklikud poliitikakujundajad kasutavad sageli probleemide kiireks leidmiseks. Kõikide liikmesriikide ametiasutused koguvad kaebusi, kuid praegu ei ole tarbijate kaebusi käsitlevad andmed ühtlustatud ning ei võimalda korrektset võrdlust turgude ja riikide vahel. Komisjon korraldas avaliku arutelu tarbijate kaebuste liigitamise ühtlustatud meetodi kohta⁶. Sidusrühmad toetasid vabatahtlikku meetodit kolmandatele osapooltele adresseeritud kaebuste (seega välja arvatud ettevõtetele saadetud kaebused) liigitamisel ja nendest teatamisel. Komisjon teeb koostööd kõigi asjaomaste sidusrühmadega, et tagada meetodi võimalikult laiaulatuslik kasutamine.

14. 23 liikmesriigi, Norra ja Islandi ametiasutused esitasid andmeid tarbijate kaebuste kohta. Hoolimata erinevustest andmete kogumisel ja liigitamisel, saab koondandmeid siiski võrrelda. Joonisel 1 esitatud andmetel on selgeid piiranguid – vastuste täielikkus oli väga erinev ning andmed on liialt koondatud, et eristada üksikuid tarbijaturge. Siiski on tabelist näha tugevat üldist tendentsi, et tarbijad teatavad probleemidest rohkem teenusteturu puhul.

⁶ Kõik vastused on avaldatud tervise- ja tarbijaküsimuste peadirektoraadi veebisaidil ning neile on lisatud kokkuvõte – http://ec.europa.eu/consumers/consultations/consultations_en.htm.

Joonis 1. Tarbijate kaebused kolmandatele osapooltele – COICOP⁷ Peamised valdkonnad

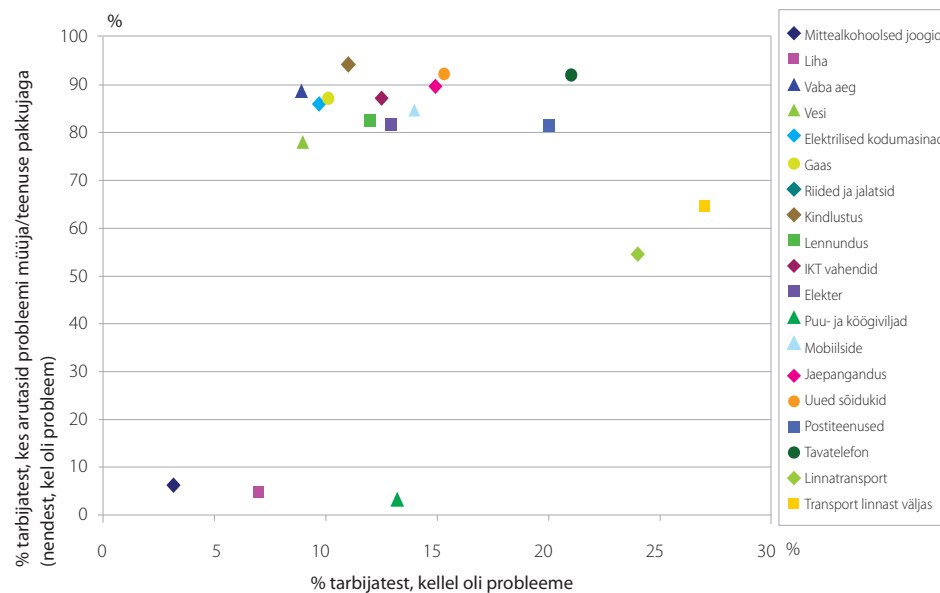


Allikas: liikmesriigid ja EMP ametiasutused

7 COICOP – eratarbimise liigitus kuluartiklite lõikes.

15. Kuigi andmed kaebuste kohta aitavad leida puudusi turgude toimimises, ei tähenda kaebuste puudumine alati seda, et probleeme pole. Joonisel 2 on näidatud, et mõnede turgude puhul kaebavad tarbijad harva, kuigi neil on probleeme, näiteks busi- ja raudteetranspordi puhul ning mõnede toiduainete, näiteks puu- ja köögiviljade puhul.

Joonis 2. Tarbijad, kes teatasid probleemide esinemisest ning esitasid päringuid või kaebusi, 19 kaupade või teenuste turgu



Allikas: IPSOS tarbija rahulolu uuringud 2006 ja 2008

16. Tarbijate peamine mure nende heaolu kõige rohkem mõjutav tegur on **hind**. Põhjendamatud hinnaerinevused võivad olla märgiks turgude mittetoimimise ja killustatuse kohta. Hinnaerinevused võivad peegeldada elukallidust või –standardit, tarbijate eelistusi, makse, kaupade kaubeldavust või mittekaubeldavust, kuid nad võivad olla ka märgiks siseturu kehva toimimise või killustatuse kohta.
17. Hinnaandmed on kättesaadavad vaid osade kaupade ja teenuste puhul⁸. Täheldatud hinnaerinevused riikide vahel on sageli seotud erinevustega kulutuste tasemes⁹. Kuid on mõningaid tooteid, mille hinnaerinevused ei ole tingitud kulutuste tasemest. Sellised tooted on: mõned kõrgtehnoloogilised tooted (DVD-mängijad ja CD toorikud) ning mõned toiduained (kohv, maitsestatamata jogurt, oliiviõli, jäätis, apelsinimahl, must tee, moos, tuunikalakonservid), pesupulber, pankade teenustasud ja lairibaühendus. Tuleb siiski märkida, et osa hinnaandmetest pärineb Eurostati uuringust, mida käesolevas etapis tuleb pidada veel eksperimentaalseks.
18. Kättesaadavad andmed ei ole veel piisavad korralikuks siseturu seireks; vaja on suurendada seiratavate toodete ja teenuste arvu ning parandada andmete kvaliteeti, eriti hinnaandmete võrreldavust ja representatiivsust turu seisukohast. Näiteks ei ole peaaegu üldse andmeid professionaalsete teenuste kohta, kuigi üks komisjoni läbiviidud uuring¹⁰ näitas, et nende teenuste hinnaerinevused riikide vahel on märkimisväärsed. Läbipaistvad hinnaandmed näitavad ka seda, et kodanike igapäevaste muredega tegeletakse. Komisjon teeb koostööd riiklike statistikaametitega, et koguda ja avaldada järgmistel aastatel paljude toodete hinnad erinevates liikmesriikides.

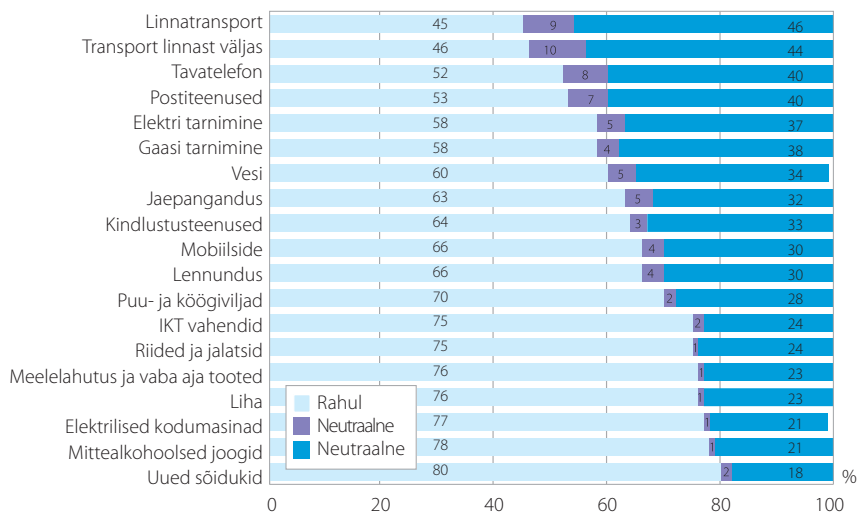
19. Tarbijate **rahulolu** mõjutavad nende hinnangud valikule, hindade võrreldavus ja kvaliteet, läbipaistvus ja usaldus. Joonisel 3 on näidatud rahulolu 19 turuga – teenuste kohta pärinevad andmed 2006. aastast ja kaupade kohta 2008. aastast. Jooniselt on näha, et tarbijad on pidevalt teenuste turuga vähem rahul kui kaupade turuga. Põhjuseks võib olla see, et teenustega seotud lepingulised suhted ja teenuste osutamine on keerulisemad kui kaupade turul, kus enne ostu sooritamist saab asja väärtust hinnata. Üldine madal rahulolu bussi- ja raudteetranspordiga tuleneb faktist, et tarbijatel esineb mitmeid probleeme ja nad ei ole rahul hindade, ostmise lihtsuse ja tarbijakesksusega. Erinevused liikmesriikide vahel on märgatavalt suuremad kui erinevused turgude vahel.

8 Liikmesriigi, Islandi ja Norra statistikaametid ning Eurostat viisid läbi eksperimentaaluuringu, mille käigus koguti kuuekümmne kuu toote ja teenuste hinnad. Erinevatest allikatest on kättesaadavad ka autode, side, energia ja pangateenuste hinnad.

9 Kulutuste taset kasutatakse siin näitamaks tegelikku eratarbimist, mis koosneb leibkondade tarbitud toodete ja teenuste summast, mis on rahastatud nii avalikest kui ka eraallikatest. Hindade arvutamise tulemused on esitatud käesolevale teatisele lisatud komisjoni talituste töödokumendi osas 1.2.

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

Joonis 3. Üldine rahulolu 19 teenuste ja kaupade turuga.

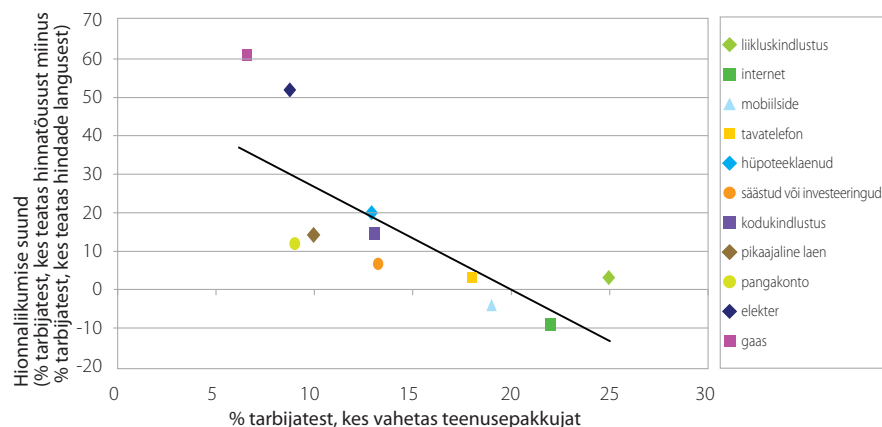


Allikas: IPSOS tarbija rahulolu uuringud 2006 ja 2008

20. Tulevastes tulemustabelites laiendatakse rahulolu uuringuid, et katta kõik peamised tarbijaturud ning anda võrreldavaid hinnanguid (sama aasta kohta).
21. Võimalus vahetada teenusepakkujat on turumajanduses oluline konkurentsi näitaja. **Teenusepakkuja vahetamine** annab positiivse efekti ainult siis, kui raha, aja ja vaevaga seotud kulud on piisavalt madalad võrreldes teenuse hinnaga. Tarbijad saavad parima pakumise valida vaid juhul, kui nad mõistavad ja saavad võrrelda erinevaid pakkumisi.
22. Joonisel 4 on näidatud teenusepakkuja vahetamise osakaal ja netohindade muutus valitud turgudel¹¹. Kõige rohkem vahetati teenusepakkujat liikluskindlustuse puhul: veerand kindlustuspoliisi omanikest vahetas teenusepakkujat viimase kahe aasta jooksul. Järgnesid

telekommunikatsiooniteenused: internet (22%), mobiilside (19%) ja tavatelefoniteenused (18%). Keskmiselt ainult 11% jaepangandusteenuste tarbijatest vahetas teenusepakkujat või toodet kahe viimase aasta jooksul; kõige rohkem vahetasid teenust hüpoteekide ja investeerimistoodete omanikud (13%), samaskui olemasolevat kontot vahetas ainult 9% ja pikaajalisi krediitingimusi 10% tarbijatest. Kõige vähem vahetati teenusepakkujat energiasektoris: 7% vahetas gaasitarbijat ja 8% elektrienergia tarbijat.

Joonis 4. Liikuvus turul ja hindade muutumine teenuste kaupa



Allikas: Eurobaromeetri uuring 243 – tarbijate suhtumine teenusepakkuja vahetamise.

23. Enamik tarbijaid, kes teenust vahetas, teatas, et sai vahetusest rahalist kasu. Veelgi olulisem on see, et turgudel, kus teenusepakkujat vahetati tihedamini, esines vähem hindade tõusu (joonis 4). Tarbijad, kes kaaluvad teenusepakkuja vahetamist, teevad sellega teene kõikidele tarbijatele.

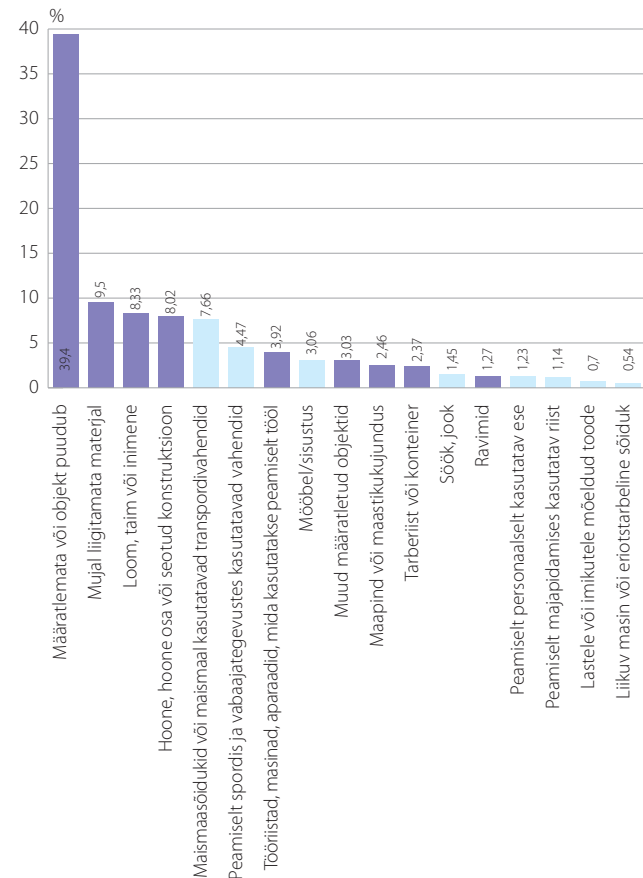
11 Eurobaromeetri uuring 243 – tarbijate suhtumine teenusepakkuja vahetamise.

24. Tarbijapoliitika üks prioriteet on tagada toodete ja teenuste ohutus. Uuring¹² näitas, et tarbijate usaldus toodete **ohutuse** suhtes on üldiselt kõrge. Pääaegu pooled tarbijad arvavad, et ainult vähesed tooted ei ole ohutud ning 17% leidis, et põhimõtteliselt kõik tooted on ohutud. Teisest küljest leidis 18% tarbijatest, et märkimisväärne arv tooteid ei ole ohutud. Liikmesriikides, kus tarbijate hinnang ohutusele on positiivne, kehtib sama ka üldiselt jaemüüjate puhul¹³. Siiski on erinevused liikmesriikide vahel märgatavad.
25. Kuusteist liikmesriiki kogub praegu andmeid vigastuste ja õnnetuste kohta, kasutades ühtset süsteemi – vigastuste andmebaasi (Injury Database – IDB) Joonisel 5 on näha, kuidas erinevad tootekategooriad on vigastustega seotud kümnes liikmesriigis (tootekategooriad, mille osakaal oli alla 0,5%, ei ole joonisel esitatud). Kõige suurem osakaal on tootekategooriatel „maismaasõidukid või maismaal kasutatavad transpordivahendid“ ja „peamiselt spordis ja vabaajategevustes kasutatavad vahendid“. Protsendid on siiski suhteliselt madalad (vastavalt 7,7% ja 4,5%, sest määratlemata toodete hulk on suur).

12 Eurobaromeetri eriuuring 298 – Tarbijakaitse siseturul, 2008.

13 Eurobaromeetri uuring 224 – ettevõtte hoiakud piiriülese kaubanduse ja tarbijakaitse suhtes, 2008.

Joonis 5. Vigastused õnnetusega seotud toodete kaupa – 10 liikmesriigi koondkeskmised.

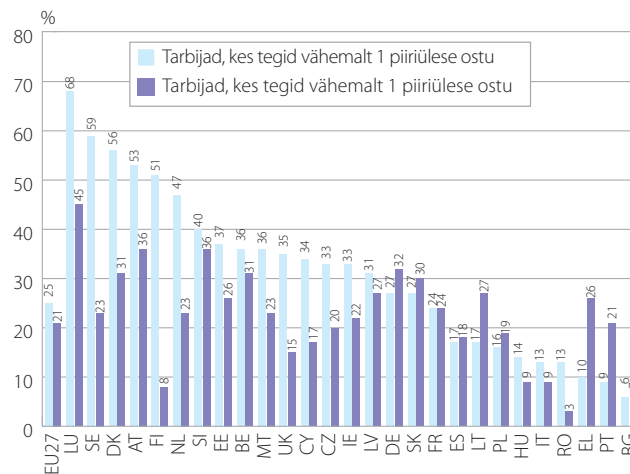


Allikas: IDB — Kõik vigastused Euroopas

2. osa – Jaemüügituru integreerumise edenemine

26. Jaemüügi siseturu toimimine on kesksel kohal, kui soovitakse lahendada Euroopa majandusprobleemid ja pakkuda kodanikele konkreetset kasu. Hästioimiv siseturg peaks tarbijatele pakkuma laiemat tootevalikut, võimalikult soodsad hinnad ning samal ajal tagama tarbijate kaitse kõrge taseme.
27. Piiriülese jaekaubanduse pilt on ebaühtlane. Veerand Euroopa tarbijatest on teinud piiriülese ostu kahe viimase aasta jooksul (umbes sama palju kui 2006. aastal). 75% jaemüüjatest¹⁴ müüb ainult oma riigi tarbijatele (pisut rohkem kui 2006. aastal). Kuigi piiriüleste oste tegevate tarbijate osakaal ei ole suurenenud, tunneb üha rohkem tarbijaid ennast kindlalt piiriüleste ostate puhul. Keskmine kulutus piiriüleste ostate puhul on märkimisväärne (737 eurot isiku kohta aastas). Piiriüleste ostate osakaal jaemüüjate tuludest on 10–17% sõltuvalt müügikanalist, mis on sarnane 2006. aasta tulemusel. Ühtlustatud regulatsioon terves ELis oleks üks viis, kuidas julgustada jaemüüjaid tegelema piiriülese müügiga. Sellise regulatsiooni puhul oleks pooled vastanutest nõus müüma üle piiri, praegu piiriülese müügiga tegelevate jaemüüjate osakaal on 20%. Piiriülese kaubanduse taset on lähitulevikus kindlasti võimalik tõsta, kui suudetakse kindlaks teha tõkked ja need kõrvaldada.
28. Jooniselt 6 on näha, et piiriülene tegevus varieerub ELis tugevalt. Enamikes riikides, kus tarbijad ostavad piiriülesest, paljud jaemüüjad ka müüvad piiriülesest ning vastupidi. Fakt, et enamik jaemüüjatest müüb ainult oma riigi klientidele ning ainult 7% müüvad rohkem kui kuude Euroopa riiki, tuleneb sellest, et 8% tarbijatest, kes piiriüleste oste sooritasid, evisid mingil hetkel probleeme, kui nad üritasid osta tooteid või teenuseid teisest ELi riigist, sest nad ei olnud selle riigi elanikud. Keskmiselt müüvad jaemüüjad ainult 1,3 ELi riiki.

Joonis 6. Tarbijad, kes ostavad ja jaemüüjad, kes müüvad piiriülesest.



Allikad: Eurobaromeeter 298, Tarbijakaitse siseturul, juuni 2008 ja Eurobaromeeter 205, Tarbijakaitse siseturul, märts 2006.

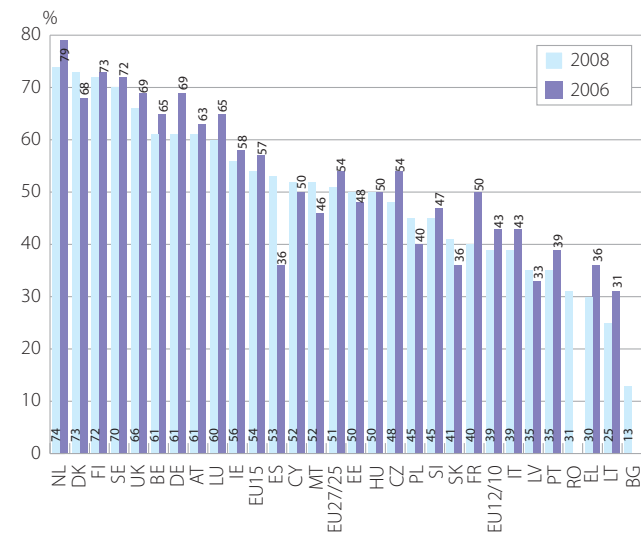
29. E-kaubandus levib järjest enam, kuid piiriülene e-kaubandus ei arene nii kiiresti kui kodumaine. 33% tarbijatest sooritasid ostu interneti teel eelmisel aastal, võrreldes 27% 2006. aastal. Seda kasvu ei ole näha piiriülese internetikaubanduse numbrites, mis on püsinud stabiilsena (6% 2006. aastal ja 7% 2008. aastal). Eraldiseisvas e-kaubanduse aruandes kirjeldatakse täpsemalt internetikaubanduse olukorda ELis.

14 Välja arvatud piiriülene jaemüük poodides.

3. osa – Riikide tarbijapoliitika võrdlus

30. Tõhus riiklik tarbijapoliitika ja toimivad asutused on siseturu toimimise seisukohast ülimalt olulised. Tulemuste võrdlemine ELi piires aitab kindlaks teha parimad tavad ning suurendada müüjate, tarbijate ja ametiasutuste kindlust, et kõigile on võrdsed tingimused. Ohutute toodete vaba ringlus ning tarbijate kaitse petturite eest sõltuvad seaduste **jõustamise** tõhususest ja turuseirest kõikides liikmesriikides. **Teadlikud tarbijad** on turgude seisukohast väga olulised, sest nad premeerivad ausalt tegutsevaid ja tarbijate vajadustest lähtuvaid tarnijaid.
31. Nende tarbijate osakaal, kelle arvates tagavad olemasolevad meetmed piisava kaitse, on liikmesriigiti väga erinev ning enamikes riikides oli see näitaja 2008. aastal madalam kui 2006. aastal. Umbes pooled eurooplased on kindlad, et olemasolevad meetmed kaitsevad tarbijaid hästi. Praegu tundub tarbijatel olevat raskusi, kui soovitakse lahendada probleemi või taotleda **hüvitist**. Umbes pooled Euroopa tarbijatest, kes esitasid kaebuse, ei olnud kaebuse käsitlemisega rahul. Vaid neli tarbijat kümnest leidis, et müüjate ja tarnijatega tekkinud vaidluste lahendamine alternatiivsete vaidluste lahendamise meetodite abil on lihtne ning vaid kolm kümnest leidis, et vaidluste lahendamine kohtus on lihtne.

Joonis 7. Tarbijate osakaal, kelle arvates tagavad olemasolevad meetmed piisava kaitse



Allikad: Eurobaromeeter 298, Tarbijakaitse siseturul, juuni 2008 ja Eurobaromeeter 205, Tarbijakaitse siseturul, märts 2006.

32. Kogutud tõendid näitavad, et jõustamine ja teadlikkus on ELis ühetaolisusest kaugel ning enamikel riikidel on nii tugevaid kui ka nõrku külgi. Siiski tuleb praegu andmete tõlgendamisel olla ettevaatlik. Andmete paremaks mõistmiseks kavatseb komisjon korraldada 2010. aastal suure uuringu teadlikkuse kohta.

4. Järgmised sammud

33. Tarbijaturgude tulemustabeli taoline turuseire vahend aitab komisjonil kindlaks teha, millised turud tarbija seisukohast ei toimi, ning sellega täiendatakse komisjoni laiemat turuseiret. Tarbijaturgude teine tulemustabel peegeldab mõningaid ühtse turu nõrku külgi ning rõhutab vajadust edasisteks pingutusteks, et pakkuda tõeseid andmeid, et komisjonil oleks tegutsemiseks ajakohane ja paljuütlev turuinfo.
34. Koostöö liikmesriikidega on kesksel kohal vajaliku tõendusmaterjali kogumisel. Erinevate riikide tarbijate võimaluste võrdlemine ja tarbijakeskkonna võrdlemine riigi tasandil on olulisel kohal, kui soovitakse pakkuda tarbija seisukohast toimivat siseturgu. Riikide andmed kaebuste, hindade ja jõustamise kohta aitavad tuua läbipaistvust ja selgust siseturu toimimise arutellu ning aitavad välja selgitada paremad tavad. Komisjon teeb koostööd liikmesriikide ekspertidega komiteedes ja töörühmades ning riiklike statistikaametite ja tarbijaorganisatsioonidega.

35. 2009. aasta tegevused on järgmised:

- elektrienergia jaeturu uuring;
- online-jaemüüki käsitlev peatükk, kus uuritakse turu geograafilist segmentimist ning käsitletakse tarbijate probleeme, mis esinevad piiriüleste online-ostude korral;
- teatis jõustamise kohta, kus sätestatakse üldine strateegia tarbijat käsitlevate õigusaktide tõhusa jõustamise tagamiseks;
- võrreldavate toodete ja teenuste keskmiste hindade regulaarse kogumise arendamine, mida teostavad Eurostat ja riiklikud statistikaametid;
- vabatahtliku ühtlustatud meetodi arendamine tarbijate kaebuste liigitamiseks;
- Asjakohaste näitajate arendamine koos liikmesriikide sidusrühmadega, et mõõta jõustamist ja teadlikkust.

Euroopa Komisjon

Teine tarbijaturgude tulemustabel

Luxembourg: Euroopa Ühenduste Ametlike Väljaannete Talitus

2009 — 15 pp. — 29.7 x 21 cm

ISBN: 978-92-79-11234-8

doi: 10.2772/77400

Euroopa Liidu väljaannete tellimine

Tasulised väljaanded:

- EU Bookshopi kaudu (<http://bookshop.europa.eu>);
- raamatukauplustes, esitades pealkirja, väljaandja ja/või ISBNi numbri;
- võtke otse ühendust meie müügiesindajatega;
- kontaktandmed leiate veebilehelt <http://bookshop.europa.eu> või saatke faks numbrile +352 2929-42758.

Tasuta väljaanded:

- EU Bookshopi kaudu (<http://bookshop.europa.eu>);
- Euroopa Komisjoni esindustes ja delegatsioonides;
- kontaktandmed leiate veebilehelt <http://ec.europa.eu> või saatke faks numbrile +352 2929-42758.



Служба за публикации

