

Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság véleménye a következő témában: Az Európai Bizottság közleménye a Tanács, az Európai Parlament, valamint az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság számára – A vállalkozói elektronikus piacokba vetett bizalom növelése

COM(2004) 479 final

(2005/C 255/04)

2004. július 14-én az Európai Bizottság úgy határozott, hogy az Európai Közösséget létrehozó szerződés 262. cikke alapján kikéri az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság véleményét a fent említett kérdésben.

Az „Egységes piac, termelés és fogyasztás” szekció, amelynek az volt a feladata, hogy az EGSZB munkáját előkészítse ezzel a témával kapcsolatban, 2005. március 16-án fogadta el véleményét. Az előadó **Göran Lagerholm** volt.

Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság 2005. április 6–7-én megtartott 416. plenáris ülésén (2005. április 6-i ülés) 131 szavazattal 4 tartózkodás mellett a következő véleményt fogadta el.

1. Összegzés

1.1 Az Európai Bizottság közleményt adott ki a vállalkozói elektronikus piacokba vetett bizalom növeléséről. Az EGSZB véleménye a következő:

- A jelentés egészében véve fontos kérdéseket tárgyal az elektronikus piacok elfogadottságáról, és ezt korrekt módon teszi.
- Az EGSZB azonban hangsúlyozni szeretné, hogy nem csupán erre az egy lépésre van szükség. Bizonyos mértékig az is érthető, hogy a piac hozzáállása némiképp vonakodó. Az elektronikus piacok, főként a korszerűbb formái eltérnek a kis- és közép vállalkozások hagyományos üzleti modelljétől.
- Ha a határon átnyúló kereskedelmet tekintjük, más, sokkal lényegesebb akadályok is vannak.

2. Az Európai Bizottság közleménye

2.1 Az Európai Bizottság közleménye nagymértékben hagyatkozik az ipar és az elektronikus piacok szolgáltatóinak képviselőiből álló szakértői csoport („a szakértői csoport”) munkájára⁽¹⁾. A közlemény a vállalkozói (B2B) elektronikus piacokba vetett bizalom növelésének szükségességével foglalkozik, azzal a céllal, hogy csökkentse az ilyen piacokon tapasztalható tisztességtelen vagy illegális üzleti gyakorlatból eredő gazdasági kockázatokat. Az elektronikus B2B piacok a tranzakciós költségek csökkentése és a verseny erősítése révén lehetőséget teremtenek a hatékonyság növelésére, de ez a hatékonyságnövekedés nagyban függ attól, hogy a vállalkozások mennyire hajlandóak részt venni e piacok működésében. Az elektronikus B2B piacok használata előtti, a bizalom hiányából eredő lehetséges akadályok felszámolása érdekében az Európai Bizottság a következő lépéseket tervezi:

⁽¹⁾ A szakértői csoport végleges jelentése a B2B internet kereskedelmi platformokról
<http://europa.eu.int/comm/enterprise/ict/policy/b2b/wshop/fin-report.pdf>

- A B2B piacokon tapasztalható tisztességtelen kereskedelmi módszerekre vonatkozó, meglévő nemzeti jogszabályok elemzése, szoros együttműködésben a tagállamokkal.
- Az érintettek ösztönzése arra, hogy a tisztességes kereskedelmi gyakorlat alapelveinek az elektronikus B2B piacokon való további terjesztése érdekében, a jelen közleményben leírtak szerint állapotodjanak meg magatartási kódexekben, illetve vizsgálják felül azokat.
- Tanulmány közzététele az elektronikus B2B piacoknak az EU vállalkozásainak versenyképességére és termelékenységére gyakorolt gazdasági hatásáról, főként az e-piac résztvevői számára jelentkező közvetlen és közvetett költségeket, illetve előnyöket elemezve. E tanulmány eredményeit ezután még megvitatják az érdekeltekkel.
- Összehangolt információk nyújtása a meglévő versenyszabályok elektronikus B2B piacokra való alkalmazásáról, iránymutatásként a verseny szempontjából előnyös magatartáshoz.

2.2 A közlemény élénkebb párbeszédre biztat az elektronikus B2B piacokon érdekeltek között a tisztességes kereskedelem alapelveinek tiszteletben tartása és a biztonsági követelmények tekintetében. A kereskedelem effajta elektronikus formáiban való részvétel előtt álló lehetséges akadályokat tehát fél kell számolni. Az Európai Bizottság szolgálatai az európai e-piacról portál útján rendszeresen be fognak számolni az elért előrehaladásról.

3. Vállalkozói elektronikus piacok – meghatározás

3.1 Az elektronikus B2B piacokat internet alapú kereskedelmi platformokként lehet definiálni, ahol a vállalatok árukat és szolgáltatásokat cserélnek. E meglehetősen széles körű meghatározás alapján az elektronikus B2B piacok az alábbi kategóriákba sorolhatók, az általuk kínált különféle tranzakciós lehetőségek szerint:

- „Faliújságok” vagy üzenőablak, amelyek az e-piacok legegyszerűbb, csupán korlátozott tranzakciós lehetőségeket nyújtó típusai. A tranzakciók előkészítése úgy válik lehetővé, hogy módot adnak a konkrét vételi vagy eladási szándék meghirdetésére.

- „Piacok”, amelyek a „faliújságok” kibővített változataiként rendszerint mechanizmusokat kínálnak a vevők és az eladók összehozására, ellenőrzik interakcióikat, és lehetővé teszik, hogy a platformon keresztül tárgyaljanak egymással.
- Katalógus alapú e-piacok, amelyek több eladó terméket tartalmazó, kombinált termékkatalógusokat kínálnak.
- Aukciós szolgálatok, melyek internetes kereskedelmi platformon működő, az árlejtéseket egyeztető tipizált eljárások, ahol az aukciót az eladó kezdeményezi, azzal a céllal, hogy a lehető legmagasabb áron adjon el termékeket vagy szolgáltatásokat. A fordított aukciókat („árlejtéseket”) a vevő kezdeményezi azzal a céllal, hogy a lehető legalacsonyabb áron jusson hozzá termékekhez vagy szolgáltatásokhoz.

Az aktív e-piacok száma eddig változó volt és még most sem stabil. A becslések szerint jelenleg mintegy 1000 e-piac működik aktívan világszerte, kb. 20 %-kal kevesebb, mint két évvel ezelőtt [SEC(2004) 930].

4. Általános megjegyzések

4.1 Az Európai Bizottság közleményében foglalkozik „A vállalkozói elektronikus piacokba vetett bizalom növelése” témakörrel. Az elektronikus piacok fontos részei az e-business általánosabb területének. Az e-business e területéről tehető néhány általános megállapítás.

4.1.1 A jól működő elektronikus piac alapvetően hozzájárulnak az üzleti környezet hatékonyabbá tételéhez. Hosszú távon ez előnyös az európai üzleti élet és a foglalkoztatás szempontjából. A megnövekedett verseny arra ösztönzi az európai üzleti világot, hogy javítsa hatékonyságát. Az EGSZB ezért támogatja az olyan akciókat, amelyek kedveznek az elektronikus kereskedelem fejlődésének. Ezt korábbi hozzászólásaiban is leszögezte.

4.1.2 Az elektronikus kereskedelem egyes jogi oldalait érintő irányelvjavaslatról készült véleményében ⁽²⁾ az EGSZB megjegyezte, hogy a bizonytalan jogi környezet akadályozza az elektronikus kereskedelmet. A jelen közlemény e bizonytalanság csökkentését célozza, amit az EGSZB üdvözl.

4.1.3 Az EGSZB az Európai Bizottság „Segítség a KKV-knak a digitális megjelenéshez” ⁽³⁾, illetve „Az e-üzleti politikák hozzáigazítása a változó környezethez: a digitális megjelenést segítő kezdeményezés tanulságai és az előttünk álló kihívás” ⁽⁴⁾, című közleményeihez fűzött véleményeiben már hozzászólt az Európai Bizottság e-üzletet ösztönző erőfeszítéseivel. Észrevételei alapvetően még mindig érvényesek.

4.1.4 Az elektronikus üzlet igen fontos az üzleti és az állami szféra számára, mivel módot ad a versenyképesség növelésére és az egész belső piacot átfogó kereskedelemre, továbbá egyenlő lehetőségeket teremt a KKV-k számára. Fontos tehát segíteni ennek az új technológiának a használatát, különösen a KKV-k körében. Az EGSZB üdvözlí és támogatja az Európai Bizottság munkáját ezen a területen.

4.1.5 Az EGSZB üdvözlí a szakértői csoportnak az internetes B2B kereskedelmi platformokra vonatkozó megállapításait is. A csoport alapos munkát végzett a problémák azonosítása terén. A szakértői csoport azonban talán nem fogalmaz elég világosan abban a kérdésben, hogy a KKV-k mennyire vannak tisztában az előnyökkel. A 10. oldalon az áll, hogy „a KKV-k általában tisztában vannak az e-üzlet előnyeivel, és meggyőzőnek tartják azokat”, míg a 11. oldalon azt állítják, hogy „a KKV-k még mindig haboznak, hogy teljes mellszélességgel belevágjanak-e az elektronikus kereskedelembe”, és ez annak az eredménye, hogy „nem ismerik a kockázatokat és az előnyöket”. Fontos azonban kitérni az e-üzlet és az elektronikus kereskedelem közötti különbségre. Arra lehet következtetni, hogy a KKV-k ismerik az informatika általános lehetőségeit, de konkrétan az elektronikus kereskedelem még távolabb áll tőlük.

4.1.6 Még ha ismerik is az e-üzlet lehetőségeit, és sok KKV elől jár az e-kereskedelem alkalmazásában, van néhány probléma, amely egyelőre akadályozza a KKV-k többségének teljes körű részvételét az „e-üzleti társadalomban”. E problémák eléggé általános jellegűek, és nem korlátozódnak kifejezetten az elektronikus kereskedelem területére, mégis, e terület szempontjából is jelentősek.

- A KKV-k inkább a közvetlenül előttük álló problémákkal foglalkoznak, és vonakodnak olyan technológiákba és eljárásokba befektetni, amelyeknek nem azonnal jelentkezik a hasznuk.
- Kifejezetten KKV-k számára tervezett és fejlesztett megoldások hiánya. A KKV-knak nem ugyanazok az igényeik, mint a nagyobb vállalatoknak, és ami még rosszabb, a tanácsadók gyakran túl drágák a KKV-k számára, így azok nem egykönnyen tudnak meglévő megoldásokat felhasználni.
- A KKV-knak sokszor nincsenek szakembereik, akikre számos szoftvercsomagnál szükség volna, sem a saját csatlakozófelületeik fejlesztéséhez, sem a típuszoftverekhez.
- Számos nagyvállalkozás azt kívánja szállítótól, hogy speciális szoftvert használjanak, különben nem lehetnek, illetve maradhatnak az adott cég szállítói. Ez csapdahelyzetet teremt, mivel egy KKV gyakran nem engedheti meg magának, és kezelni sem tudja azt a technikailag bonyolult helyzetet, amikor több ügyfele más-más informatikai megoldásokat kíván meg. Ezt az általános szabványok hiányából eredő problémának is tekinthetjük.
- Az e-üzlet egy méretfüggő gazdaságossági tényezőt hoz a képbe a nagyobb cégek előnyére, melynek a másik oldalról a fenti, kifejezetten hátrányos hatása is lehet. A KKV nem érvényesítheti saját szabályait, és a technikai támogatás költsége a mérettől többé-kevésbé független. A KKV-knak esetleg több különböző megoldást kell bevezetniük, miközben a nagyobb cégeknek csak egy van.

⁽²⁾ HL C 169, 1999. 6. 16.

⁽³⁾ HL C 80, 2002. 4. 3.

⁽⁴⁾ HL C 108, 2004. 4. 30.

4.1.6.1 Az Európai Bizottságnak több kezdeményezése van az e-üzletet alkalmazó KKV-k támogatására. Az EGSZB támogatja ezeket, és arra ösztönözné az Európai Bizottságot, hogy növelje a KKV-k adaptált szoftverekre és szabványokra vonatkozó speciális igényeit támogató kezdeményezések számát, illetve bővítse azok hatókörét.

4.1.7 Az EGSZB külön meg kívánja jegyezni azt is, hogy fel kell kelteni a KKV-k érdeklődését az iránt, hogy megtanulják, miként vegyenek részt az elektronikus üzletben. Az elektronikus kereskedelem és az elektronikus üzlet területe gyorsan változik, érdemes lehet tehát közelebbről is megvizsgálni a KKV-k „élethosszig” tartó tanulásának ösztönzését.

4.1.7.1 Ez összhangban van az EGSZB-nek az élethosszig tartó tanulásról nemrég elfogadott véleményében⁽⁷⁾ foglalt ajánlásokkal. Az EGSZB ebben a véleményében a jelenleg dolgozó polgárokat megcélzó élethosszig tartó tanulási programok erősítését javasolja, közvetlen összefüggésbe hozva e programokat a tudásalapú gazdaság céljának elérésével. Az EGSZB különös jelentőséget tulajdonít annak, hogy a KKV-knak módjuk legyen hozzáférni a programhoz.

5. Részleteket érintő megjegyzések

5.1 Internetes B2B kereskedelmi platformok

5.1.1 A szakértői csoport végleges jelentésében különbséget tett a kereskedelmi platformok különböző formái közt. Az EGSZB egyetért a szakértők azon megjegyzésével, hogy „nem lenne jó csak az e-piacterekre koncentrálni”. Az „e-üzleti világban” való részvételnek több különböző módja van. Az egyes vállalatoknak eltérő igényeik és eltérő üzleti alapelveik vannak. Ahogy a szakértői csoport megfigyelte, „mivel a KKV-k legtöbb problémája az e-piacterekkel és ezen belül is az árlejtésekkel kapcsolatos, az internetes B2B kereskedelmi platformoknak ez a speciális formája ... kapta a legtöbb figyelmet”.

5.1.2 Az EGSZB azonban e pillanatban a közbeszerzésről szóló két irányelv nemzeti törvényhozási szinten jelenleg folyó bevezetésére is fel szeretné hívni a figyelmet. Ez a két irányelv új módszereket nyit meg az elektronikus közbeszerzés előtt, és még ha lenne is némi eltérés az egyes országokban a végrehajtás között, nyilvánvalóan igen hasznos az üzleti világ számára, hogy a közbeszerzések ösztönözhetik az új elektronikus eszközök használatát. Az Európai Bizottság egy cselekvési tervet is kiadott „az elektronikus közbeszerzés jogi kereteinek megvalósítására”, melynek fontos szerep jut abban, hogy a KKV-k jobban megismerjék az elektronikus üzletet.

5.1.3 Az EGSZB egyetért azzal a gondolattal, hogy az e-piacterekben olyan különleges lehetőségek rejlenek, melyek megvalósulását nem volna ésszerű nem támogatni. A közlemény üdvözlendő. Az EGSZB úgy véli azonban, hogy a bizalom hiánya, bár fontos tényező, nem az egyetlen oka annak, hogy a KKV-k húzódoznak az e-piacterek vagy akár az internetes B2B kereskedelmi platformok használatától.

5.1.3.1 Ahogy a szakértői csoport megállapítja, „A vállalkozáspolitikának hasznos szerepet játszhat abban, hogy a piac átláthatósága, az átjárhatóság és a korrekt magatartás ösztönzésével segítse KKV-kat az internetes kereskedelmi platformok kihívásaihoz való alkalmazkodásban. ... a hatóságoknak nem az e-kereskedelem speciális formáit kell támogatniuk, hanem semlegesnek kell maradniuk a különféle értékesítési csatornák és az internetes kereskedelmi platformok különböző lehetőségei között. ... megállapítottuk, hogy különösen a tájékoztatás, a piac átláthatósága, a szabványosítás és a bizalomépítés terén kell további lépéseket tenni.”

5.1.3.2 Az internetes B2B kereskedelmi platformokat általában a KKV-któl származó információkkal kell feltölteni. Minél korszerűbbek, annál nagyobb az igény a szabványokra. E szabványok még koránt sincsenek kész, és ha készen lesznek, a KKV-khoz adaptált szoftverre lesz majd szükség a használatukhoz.

5.1.3.3 A szabványok nem csak technikai értelemben hiányoznak, hanem az ember-gép csatlakozási felület terén is. Figyelembe véve a kereskedelmi platformok számát és hozzávéve a többnyelvűségből eredő bonyolultságot is, érthető a KKV-k vonakodása. E területet behatóbban meg kellene vizsgálni a szabványosítással foglalkozó szervezeteknek, valamint az Európai Bizottságnak is, főként, ha a határon átnyúló kereskedelem ösztönzése a cél. Ez a termék- vagy szolgáltatás-besorolás és megnevezés szabványosítására is vonatkozik, melynek vonatkozásában az EGSZB támogatja a CEN/ISSS folyamatban lévő erőfeszítéseit.

5.1.3.4 A KKV-k számára a tenderek méretei miatt bizonyos fókig problémát jelent, hogy elektronikus aukciókon vagy más elektronikus piactereken részt vegyenek. A KKV-knak csak korlátozott lehetőségeik vannak arra, hogy nagy mennyiségeket szállítsanak. Ez olyan kérdés, amelyre figyelmet kell fordítani, különösen a közbeszerzési eljárásoknál.

5.1.3.5 Az eltérő nemzeti jogszabályok és az uniós irányelvek eltérő megvalósítása olyan további problémák, amelyek akadályozhatják az internetes kereskedelmi platformok használatát. A harmonizáció szempontjából sajnálatos, hogy számos irányelv választási lehetőségeket hagy az egyes országoknak, ami különösen az e-aláírás terén okoz gondot. Az EGSZB üdvözlő és nyomatékosan támogatja az Európai Bizottságnak a meglévő jogszabályok elemzését célzó kezdeményezését.

5.2 Elektronikus piacok, például elektronikus aukciók

5.2.1 A különböző internetes B2B kereskedelmi platformok eltérő célokra alkalmasak. Az elektronikus piacok jellemzője, hogy a „legalacsonyabb ár” felé hatnak – márpedig sok esetben nem az alacsony ár a legfontosabb tényező. A pontosan időzített szállítás, a szervizköltségek vagy a tesztre szabás költségei éppilyen fontosak – ha nem fontosabbak. E tényezőket pedig nehéz beépíteni a többé-kevésbé automatizált e-piacokba, ami részben megmagyarázza az e-piacok automatizáltabb változatainak viszonylag lassú elfogadását.

(7) HL C 133, 2003. 6. 6.

5.2.2 A KKV-k sokszor nem elsősorban a „legalacsonyabb árral” versenyeznek, fontos tényező a rugalmasság és a vásárlók kívánságaihoz való igazodás is. A KKV-k számára fontos a személyes kapcsolat. Az e-piacok használata olyan, új „vállalati kultúrát” jelent, amelyhez a KKV-k nem mindig vannak hozzászokva. Az internet anonimitása megijesztheti a KKV-kat. A pszichológiai okoknak fontos szerepük lehet abban, hogy idegenkednek a korszerűbb elektronikus piacok használatától. A magatartási kódexnek figyelembe kell vennie e körülményeket.

5.2.3 A B2B e-piacokra vonatkozó versenyszabályokról folyó vitában szó esett arról az aggályról, hogy az „ügynevezett hálózati hatás” folytán a hálózatüzemeltető domináns helyzetbe kerülhet. Kérdéses, hogy ez mennyire ad okot aggodalomra. Az ilyen domináns helyzetből eredő visszaélések veszélye többnyire korlátozottnak tűnik. Az EGSZB azonban támogatja, hogy az Európai Bizottság kövesse figyelemmel ezt a kérdést, hogy észlelje a jelentős hatalomból eredő esetleges visszaéléseket, ám határozottan amellett van, hogy e tekintetben nem kell speciális rendszabályokat bevezetni az elektronikus piacokra nézve. Az e-piacok szabályozása, amennyire lehet, feleljen meg a hagyományos piacokénak. A szabályoknak és irányelveknek a technológia, valamint a szolgáltatások szállítási mechanizmusai tekintetében semlegeseknek kell lenniük.

5.3 Bizalom

5.3.1 Az EGSZB támogatja, hogy az Európai Bizottság ösztönzi az érdekelteket egy magatartási kódexben való meggyezésre, illetve annak felülvizsgálatára. Támogatni kívánja a szakértői csoport által az ellenőrzőlista használatát illetően előadott ötleteket is.

5.3.2 Az Európai Bizottság a közleményben (4. oldal) megjegyzi, hogy sok vállalkozás esetleg „nehéznek érezheti a különbségtételt a piaci erő gazdasági okokból elfogadandó eltolódása és a magatartási kódex jogi előírásainak nem megfelelő, tisztességtelen gyakorlat között”. Új üzleti modellek bevezetésekor mindig kell némi idő a piac alkalmazkodásához. Az Európai Bizottság észrevétele kétségkívül helytálló; több hang-

súlyt kellene fektetni arra, hogy megpróbálják megmagyarázni az új piaci mechanizmusokat.

5.3.3 Még ha néhány szállító kedvezőtlen véleménnyel van is az ún. árlejtésekről, ez az eszköz egyértelműen nagy lehetőségeket rejt magában a közszükségleti cikkek (nagyon jól meghatározott termékek, melyeknél alacsony a szolgáltatástartalom és kevés a lehetőség a márkacikké tételre) esetében. Az EGSZB egyetért az Európai Bizottsággal abban, hogy az ilyenfajta aukciókra – történjenek akár elektronikus, akár egyéb úton – szigorúbb szabályoknak kell vonatkoznuk.

5.3.4 A bizalom kérdésének számtalan oldala van:

- bizalom a piacterek koncepciójában, abban, hogy az a vállalkozásom számára előnyös;
- abban, hogy az adott piactér az én céljaim szempontjából a „legjobb”;
- bizalom abban, hogy nincs „apró betűs szöveg” (rejtett szabályok);
- bizalom a piactér szabályaiban és abban, hogy a szabályokat minden résztvevő betartja;
- bizalom az alapul szolgáló technológiában, annak biztonságosságában;
- bizalom a vevőre vagy az eladóra vonatkozó fontos információk hozzáférhetőségében;
- bizalom abban, hogy az eredményt a lényeges tényezők határozzák meg.

A bizalom fenti oldalait és más vetületeit is figyelembe kell venni.

5.4 Összegezve: az Európai Bizottság közleményében szereplő következtetések közt nincs olyan lényeges tárgykör, amellyel az EGSZB ne értene egyet. Fontosnak véli azonban annak felismerését, hogy ez, habár fontos, sőt, talán szükséges lépés az internetes B2B kereskedelmi platformok és konkrétan az e-piacok használatának ösztönzésében, mégsem az egyetlen szükséges lépés: a szabványok, a megfelelő szoftverek, a tájékoztatás, valamint a nemzeti és uniós jogalkotás terén is vannak tennivalók.

Brüsszel, 2005. április 6.

Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság

elnöke

Anne-Marie SIGMUND