

телеком

Торговля на птичьих правах

Интернет-торговля

Интернет-торговля попала в поле зрения правительства и получила новые регуляционные правила, введенные с середины октября. Они дают дополнительные права покупателям и возлагают новые требования на продавцов. Рынок реагирует противоречиво — от опасений близящегося краха до равнодушия. Тем не менее новые правила дают больше возможностей так называемым покупателям-террористам, которые отказываются от заказанного товара без объяснения причин.

По мере того как растет интернет-аудитория в стране, увеличивается и число покупателей онлайн-магазинов. Ежегодно полку россиян, выходящих в сеть, прибавляет на 20%. Объем же рынка электронной коммерции предположительно растет на 40%. Предположительно — поскольку с точными оценками большинство экспертов затрудняются. Непрозрачность, закрытость и виртуальность этого сектора приводит к тому, что данные по его объему и динамике могут различаться значительно. Однако все сходится во мнении, что темпы здесь отнюдь не замедляются.

Достаточно долго российский рынок интернет-торговли существовал вообще без како-

го-либо контроля. В связи с чем идея покупки в интернете имела коннотацию некоей авантюры. Покупая вещь, что не видишь, у тех, кого не знаешь — и где потом кого искать, случилась какая неприятность? Торговые техники интернет-магазинов, разумеется, предусматривают гарантию. Но вот вернуть, например, не слишком понравившийся в реальности виртуально выбранный товар до недавнего времени было почти невозможно. К тому же сам выбор товара часто оказывался действительно «виртуальным»: из заявленного на сайтах интернет-магазинов ассортимента реально существовали и могли добраться до покупателя далеко не все позиции.

Новое — недоделанное старое
В конце сентября российский потребительский сектор оговорили новым постановлением правительства России. Были утверждены правила продажи товаров дистанционным способом — когда у потенциального покупателя нет возможности непосредственно ознакомиться с товаром либо его образом при заказе, можно только получить информацию о нем в каталогах или интернете. Другими словами, порядок осуществления дистанционной торговли благодаря постановлению правительства РФ №612 от 27.09.07 обрел теперь более детальное законодательное регулирование по сравне-



Клиенты интернет-магазинов частенько приобретают котят в мешке
ФОТО PHOTOPRESS

нию со ст. 26.1 закона РФ «О защите прав потребителей». Онлайн-магазинам дали всего две недели на то, чтобы подготовиться к работе в новых условиях. Во-первых, введены жесткие требования к содержанию предоставляемой потребителю информации. Например, на сайте интернет-магазина должны быть размещены подробные сведения о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества. Во-вторых, правила регламентируют процедуру возврата товара без объяснения причин. Покупатель может отказаться от

него в любое время до момента передачи или в течение семи дней — после. В случае же, если в момент доставки не была предоставлена в письменной форме информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества, можно будет вернуть его в течение трех месяцев с момента передачи. При этом при отказе продавец возвращает покупателю уплаченную сумму в соответствии с договором, «за исключением расходов продавца на доставку от покупателя возвращенного товара, не позднее чем через десять дней с даты предъявления покупателем соответствующих требований».

Впрочем, лучше поздно, чем никогда. Постановление выдано своевременным Евгением Шевелеву, директору по онлайн-операциям торговой сети «Белый ветер Цифровой». «Давно пора узаконить этот вид деятельности и определить правила поведения продавца и потребителя. Если бы они были введены ранее и рынок работал бы все это время более цивилизованно, то вполне вероятно, темпы роста могли быть выше».

По мнению Оксаны Чертиллиной, директора юридической департамента интернет-магазина Ozon.ru, принятие данного постановления мож-

но считать шагом вперед на пути регламентирования деятельности по дистанционной торговле. «Однако до сих пор, — считает она, — существуют нормы, которые либо неприменимы, либо с трудом применимы к дистанционной торговле. Остается надеяться, что законодательство будет продолжать совершенствоваться, чтобы соответствовать в полной мере условиям и требованиям реальности».

Всеобщее спокойствие
Опубликованное 27 сентября 2007 года пресс-службой правительства России постановление, очевидно, должно было порадовать покупателей, осваивающих или только планирующих делать покупки в сети. Со стороны же интернет-магазинов ожидалась реакция бурная, особенно в связи с тем самым пунктом 21, регулирующим процедуру возврата товара. Риск продавца здесь в том, что можно превратиться в своего рода прокатную службу, особенно в отношении техники — цифровых и видеокамер, ноутбуков, плееров, диктофонов и т. д.

Тем не менее многие участники рынка сохраняют спокойствие. Дмитрий Сальников, генеральный директор PalmShop, считает, что возврат в том или ином виде работает и сейчас — просто по другим правилам. Феликс Мунчик, генеральный директор интернет-супермаркета SoftKey, также уверен, что с выходом нового постановления ничего не изменится: магазин и раньше работал в соответствии с законом «О защите прав потребителей».

Другое дело, что в целом может улучшиться климат на этом рынке. «Новые правила упрядотят некоторые юридические моменты и определения в дистанционной торговле. В таких условиях останутся только добросовестные компании, действующие в рамках законодательства», — считает Феликс Мунчик. Евгений Шевелев, ди-

ректор по онлайн-операциям торговой сети «Белый ветер Цифровой», согласен, что усиление регулирования рынка в итоге уничтожит некоторое количество игроков, «не соблюдающих элементарной этики бизнеса», и целом произойдет консолидация бизнеса. А значит, явно сложнее станет работать здесь молодым компаниям, предполагает Дмитрий Сальников.

Действительно, серьезных изменений от нововведений игроки, по крайней мере крупные, особо не ждут. Не слишком очевидно даже то, что новые правила, сориентированные явно под потребителя, будут способствовать заметному притоку клиентов в онлайн-магазины. «Возможно, — предполагает Оксана Чертилина, — принятие указанных правил и отразится на количестве покупателей, совершающих покупки в интернет-магазинах, но не сразу. Сначала сами продавцы должны привести свою деятельность в соответствие с требованиями законодательства». На ее взгляд, доверие покупателей к интернет-магазинам все же повысится, учитывая, например, тот объем информации, которая должна быть предоставлена потребителю о самом продавце, о товаре, а также дополнительные гарантии прав в случае совершения покупки в интернет-магазине.

Факторы риска

Благодаря новым правилам покупатель интернет-магазина получает возможность работать с солидным и добросовестным игроком, предоставляющим ему качественные товары и услуги. И главное, о них можно теперь получить достоверную информацию. Онлайн-площадки теперь будут предлагать именно те товары, которые реально смогут доставить. «В рунете, — напоминает Дмитрий Сальников, — не так много магазинов с реальным наличием товара. Я сам много раз пытался заказать то видео-

камеру, то фотоаппарат — итог один: этой модели нет, но есть другая, дороже. Налицо обычный обман».

С другой стороны, обманывать теперь проще станет покупателю, у которого появляются новые возможности не оплатить доставленный товар либо отказаться от него. Риски продавца, даже радуясь процессу формирования цивилизованной отрасли, все-таки возрастают. Как себя обезопасить в новых условиях?

Оксана Чертилина: «Учитывая право покупателя отказаться от любого товара в течение семи дней после передачи, предлагает оценить риск продажи таких видов товаров, как, например, продукты питания, средства личной гигиены, косметика. А также призывает уделить особое внимание упаковке, нарушение которой может лишить потребителя права на возврат товара. В любом случае, — отмечает она, — риски осуществления интернет-торговли по сравнению с обычной, стационарной, существовали и до принятия новых правил».

Дмитрия Сальникова же больше беспокоят здесь другие риски — отложенные: «Смущает запрет на продажу алкогольной продукции в интернете. Все делается по стандартной схеме: сначала начинают давать помалу, ждут реакции, а потом все больше и больше. Не удивлюсь, если завтра запретят продавать через интернет сотовые телефоны или книги».

С другой стороны, в интернет-бизнесе ведь и риски тоже виртуальные. Нигде же не написано, обращает внимание Дмитрий Сальников, что такое интернет-магазин и что значит «продажа через интернет». Дефакто электронная коммерция в том виде, в каком она существует на Западе, когда через интернет осуществляется как выбор, так и оплата товара, в России пока на начаточном уровне развития.

Мария Попова

МОСКВИЧИ СКУПАЮТ 60% ТОВАРОВ В РУНЕТЕ

Хотя на точные данные о российском сегменте В2С рассчитывать пока не приходится, среди всех попыток его оценить наибольший резонанс произвела те, что предпринимает «Яндекс» и отраслевая ассоциация НАУ-ЭТ. Первые обозначили рост по итогам 2006 года в 42%, последние указывали аналогичный показатель за 2005 год — 38%. Со своей стороны рост оборота российской интернет-розницы по итогам 2006 года в НАУ-ЭТ определили в 51%, а объем рынка насчитали в \$1 млрд. С этими оценками согласны в Euromonitor International, которые прогнозируют увеличение показателя в 2007 году до \$1,2 млрд.

Для сравнения: на уровне 50% оценивается сегодня рост всего мирового рынка интернет-торговли, самый зрелый и развитый сектор которого — американский — растет на 26% (данные Forrester Research за 2006 год). Объем мирового рынка В2С, который занимает лишь 5% всего рынка электронной коммерции, составил в прошлом году \$150 млрд. В США на сегмент В2С приходится около 2% от общего объема розницы. В России аналогич-

ный показатель составляет пока лишь 0,3–0,5% от всех розничных продаж. Отставание закономерное, учитывая, например, что уровень проникновения интернета в стране ниже, чем в Америке или Западной Европе. Можно говорить о содержанном интересе потребителей к онлайн-каналу продаж и недоверии к электронному способу оплаты, да и в целом к интернету. Так, в последнем рейтинге «электронной готовности» стран, который ежегодно представляет Economist Intelligence Unit, Россия занимает лишь 57-е место (при том что всего ранжируются 69 стран), слывших с него с 52-й позиции в 2006 году. За год россияне обогнали китайцев, индусов и филиппинцев. Не говоря уже о занимающих более высокие позиции странах Балтии, а также лидерах рейтинга Дании, США и Швеции.

Все еще редкость в России банковские проводки интернет-платежей. Резонны и опасения насчет позиционирования денег со счетов — раз уж даже в США, по данным Gartner, подобное беспочвенно сократило в 2006 году рынок онлайн-коммерции на \$2 млрд. Еще одна проблема — доставка товара

почтой, которая в российских условиях часто оказывается медленной и ненадежной. Ну и, собственно, издержки виртуальной среды — отсутствие достоверной информации — также не радуют интернет-покупателей. По данным «Яндекса», они жалуются и на заниженные для введения в заблуждение цены, а также на частое отсутствие выбранного товара на складе интернет-магазина. Впрочем, именно эти два пункта призваны скорректировать недавно принятые новые правила для ведения дистанционной торговли. Не зря еще в начале 2006 года глава Мининформсвязи Леонид Рейман обещал, что развитие интернет-торговли в стране получит заметный импульс за счет совершенствования законодательной базы.

Как бы то ни было, два ключевых преимущества интернет-торговли — в целом более низкие по сравнению с обычными магазинами цены и удобство покупки — в России все же успели оценить. Наиболее готовы к преодолению страхов в связи с интернет-покупками москвичи: по данным «Яндекса», на их долю пришлось в 2006 году более 61% всех приобретений онлайн.

Во втором месте жители Петербурга (8,3%). Остальные же крупнейшие города России преодолевают пока лишь скромную отметку в 1% от общего числа покупок. Насколько точны эти оценки? В «Яндексе» исходили из количества переходов пользователей на сайты российских интернет-магазинов в «зоне покрытия» «Яндекс.Маркет». В целом количество магазинов в рунете за год увеличилось примерно на 47%. Наиболее высокие темпы демонстрируют онлайн-бизнесы, предлагающие оборудование (77%, опережающие темпы, в частности, у крупногабаритной бытовой техники — холодильников, посудомоечных машин и пр.), а также строительные материалы (68%), подарки и цветы (62%), книги (52%), спортивные (51%) и детские товары (49%). В топ-10 брендов, которые чаще всего искали в течение последнего года пользователи «Яндекса», больше половины представляют марки мобильных телефонов (в том числе смартфонов). В число главных вендоров рунета закономерно вошли в основном производители бытовой техники и электроники.

Мария Попова

NO COMMENT | STAR TELEGRAM

Safe online shopping

Making your list and checking it twice should include a few security precautions

Безопасные покупки через интернет

Когда вы составляете список покупок, нужно еще раз убедиться в соблюдении некоторых правил безопасности

Teresa Mucsic
Тереза Макюзик

Ожидается, что объем предпраздничных продаж через интернет в этом году вырастет на 21% и составит \$33 млрд. Кроме того, по данным National Retail Federation, в этом году потребители планируют сделать примерно 30% от всех своих покупок через интернет.

Если вы хотите совершить покупки не выходя из дома и не снимая любимой пижамы, но испытываете некоторое беспокойство при мысли об онлайн-шопинге, есть несколько способов оплатить покупки собственной кредитной, оставив ее дополнительными уровнями безопасности.

При помощи новых сервисов например Bill Me Later или Google Check Out можно вообще платить, не используя саму кредитную карту. Удостоверьтесь в надежности самого сайта онлайн-магазина. Есть два способа убедиться в том, что ваш интернет-магазин безопасен, — «буква» и «замок». Буква S должна быть в адресной строке прямо после http — https означает, что соединение с сайтом безопасно и любая информация, направленная туда, будет зашифрована, а затем — уже при получении самим ритейлером — вновь расшифрована. Второй способ: посмотрите на маленькое изображение ключа или закрытого замка в окне вашего браузера — обычно внизу экрана. Любой из этих значков говорит о безопасном соединении.

Никогда не заходите на сайты с всплывающих окон или таких же ссылок. Если вы примите подобное приглашение, это может привести к тому, что ваша персональная информация окажется у злоумышленников. Если же вас все-таки настолько поразило предложение, потрудитесь отпра-

вить минуто на то, чтобы набрать адрес этого сайта и убедиться в том, что вы знаете этот сайт.

Распечатайте страницу с описанием заказанного вами товара, любого электронного письма или страницы, где есть имя продавца, его адрес, телефонный номер и условия возврата товара.

Сделайте телефонный звонок. На случай, если вам неудобно впечатывать номер вашей кредитки при помощи клавиатуры, многие ритейлеры могут принять заказ и номер кредитки по телефону. Правда, директор сервиса Credit-Cards.com Бен Вулсли просит помнить о том, что такой способ совершения покупки на самом деле менее безопасен (в частности, с использованием беспроводного телефона) по сравнению с интернетом. Кроме того, ритейлеры все чаще предпочитают продавать вещи через интернет, так что, сделав звонок, вы можете только проиграть.

Используйте одну кредитную карту. Юристы, занимающиеся защитой прав потребителей, рекомендуют использовать только одну кредитку для совершения покупок через интернет: если данные с этой карты будут украдены, ее можно сразу заблокировать. Сделайте так, чтобы к этой карте не были привязаны счета автоматической оплаты. Используя только одну карту, можно контролировать общую сумму покупок и отслеживать любые необычные действия с ней. По федеральным законам ваши обязательства за совершение неавторизованных покупок при помощи кредитной карты составляют \$50, но большинство кредитных карт не подразумевают какой-либо ответственности за совершение неавторизованных покупок. Не используйте для оплаты товаров в интернете дебетовую карту.

Создайте пароль для своей кредитки. Visa и MasterCard бесплатно

предоставляют услугу добавления дополнительного пароля для использования в интернете кредитной карты. «Код безопасности» (Secure Code), заверенный Visa и MasterCard, предлагают и большинство банков-эмитентов. Чтобы воспользоваться этой услугой, надо зайти на www.visa.com или www.mastercard.com и найти программы обеспечения безопасности, затем заполнить несложную форму. После этого каждый раз при совершении покупки онлайн программа будет подсказывать вам ввести пароль для использования кредитки.

Используйте виртуальные номера кредитных карт. Вот этот номер есть, а вот его и нет. Все крупные компании, обслуживающие кредитные карты, бесплатно предлагают услугу временных номеров для вашего счета, которые могут использоваться в интернете. Такие программы легко загружаются с сайта эмитента вашей кредитки, потом эта программа сама загрузается каждый раз, когда вы находитесь на странице подтверждения заказа. Программа автоматически вносит временный номер кредитной карты в бланк заказа вместе с вашим именем и адресом электронной почты. Некоторые из таких программ можно настроить на совершение покупки не более чем на определенную сумму или задать срок действия такой программы.

Платите при помощи одного постоянного ресурса. Так, например, Google Check Out является новым способом оплаты, который все чаще появляется на страницах заказа интернет-магазинов. В процессе оплаты вы можете занести номер вашей кредитки и пароль в специальную учетную запись Google, и когда вы совершаете покупку в интернете, программа Google Check Out осуществит сам процесс оплаты. Конечно, не все онлайн-ритейлеры исполь-

зуют Google Check Out, тем не менее таких ритейлеров уже несколько сотен. Процесс напоминает систему PayPal, которая уже в течение многих лет используется eBay и другими интернет-аукционами для обеспечения безопасности при использовании кредитных карт индивидуальными продавцами и покупателями.

Чек в почтовом ящике. Есть еще одна услуга под названием Bill Me Later («пришлите мне чек потом»), которую все чаще используют интернет-магазины. Нажмите на кнопку использования этой услуги и компания из Марленда (разработавшая эту услугу) спросит с вас только дату рождения и последние четыре цифры номера карточки социального обеспечения. В течение нескольких секунд эта компания получит данные по вашей кредитной истории и выдаст вам в качестве краткосрочного займа сумму, равную сумме заказа. Потом компания платит интернет-магазину за вашу покупку, а вам отправляет обычный бумажный счет по почте. Представитель этой компании заявил, что она обслуживает клиентов, у которых не менее 620 баллов в общенациональном рейтинге заемщиков по их платежеспособности — таких в США 87% от всего взрослого населения.

Защита при помощи ПО. Необходимо иметь антивирусные и анти-вирусные программы, которые к тому же надо регулярно обновлять. По данным исследования, проведенного Consumer Report, у вас один шанс из трех стать жертвой вируса или другой вредоносной программы. На сайте Consumer Report в бесплатной части раздела «Безопасность» по адресу www.consumerreports.org/security можно найти соответствующие рекомендации и инструкции.

Перевел Евгений Хвостик

V2B | НАДЕЖНАЯ СВЯЗЬ С БИЗНЕСОМ

Более 14 лет Ростелеком предоставляет услуги междугородной и международной связи для малого, среднего и крупного бизнеса. Мы используем проверенные технологии и собственную цифровую магистральную сеть, именно поэтому полностью контролируем процесс и отвечаем за результат.



ОАО «Ростелеком» предлагает корпоративным клиентам комплекс современных телекоммуникационных услуг:

Доступ в Интернет

Качественный высокоскоростной доступ в Интернет от провайдера первого (магистрального) уровня.

Виртуальная Частная Сеть (IP VPN)

Объединение филиалов и региональных офисов в единую защищенную частную сеть. Полный спектр телекоммуникационных услуг. Гарантированно высокая степень надежности.

«Бесплатный вызов» по кодам 8-800-100 и 8-800-200

Единые номера 8-800-100 и 8-800-200 позволяют проводить рекламные или маркетинговые акции, организовывать информационно-справочные службы на всей территории РФ.

НАДЕЖНАЯ СВЯЗЬ МОЖЕТ БЫТЬ ВЫГОДНОЙ

Дополнительная информация — по телефону 8-800-200-00-33

www.rt.ru