

ЗАГРОЗИ БЕЗПЕЦІ СПОЖИВАННЯ В ЕЛЕКТРОННІЙ ТОРГІВЛІ

Антонюк К. І.

к.е.н., доц., докторант,

Національний інститут стратегічних досліджень

Застосування сучасних інформаційних технологій у бізнесі формує нові напрямки розвитку світової економіки. До одного з них належить електронна торгівля, яка стала однією з найперспективніших сфер електронного бізнесу України, сприяє активному залученню сучасних технологій та позитивно впливає на розвиток як суміжних галузей, так і економіки в цілому. Тенденція до поширення торговельних операцій в мережі Інтернет обумовлена порівняною зручністю (відсутність часових та просторових обмежень) та дешевизною покупок. Поруч із цим виникає питання їх безпечності, що пояснюється особливостями взаємодії у цифровому середовищі: здійснення купівлі дистанційно, без особистого контакту, без можливості попередньої перевірки, розірваність у часі моментів оплати та отримання гарантій, складність контролю, що звужує обсяг прав споживача, з якими не завжди рахуються навіть на офлайн-ринку. Як свідчать дослідження, ризики безпеки електронної торгівлі переважно пов'язані із відкритістю природи Інтернет. При цьому швидкість їх змін досить стрімка. Кількість протиправних дій в Інтернеті (наприклад, віддалені інформаційно-програмні атаки, шахрайство, перехоплення конфіденційної інформації тощо) щороку стрімко зростає. Отже, об'єктом захисту в першу чергу має стати інформаційна система.

Оскільки відносини у сфері електронної комерції відзначаються значною різноманітністю учасників, характеристик і потреб у ступені захищеності, тому й загрози їхній безпеці різноманітні. На нашу думку, на увагу потребує питання забезпечення безпеки споживання, яка характеризує здатність створювати умови усвідомленого задоволення потреб у самовідтворенні суб'єктами економічних інтересів без або із завданням найменшої шкоди здоров'ю, навколишньому середовищу та суспільству. Можна виділити такі загрози економічній безпеці у сфері електронної торгівлі: (1) навмисні посягання на права та законні інтереси учасників електронної торгівлі (правопорушення, зокрема злочини, шахрайства); (2) технічні помилки, шуми в каналах комунікації, спричинені різними факторами (аварії, катастрофи, перебої в подачі енергії тощо); (3) необережні дії учасників системи електронної торгівлі (технічні помилки, неналежне виконання обов'язків тощо).

У процесі дослідження безпеки споживання серед частих порушень прав споживачів, зокрема з боку Інтернет-магазинів як основних суб'єктів (за результатами аналізу скарг споживачів до ВГО «Союз споживачів України»), можна виділити такі:

- a) відсутність інформації про продавця та порядок подання претензій у разі їх виникнення;
- b) невідповідність товару / послуги / документів, що супроводжують товар, вимогам нормативних актів, заявленим характеристикам;
- c) відмова у заміні, гарантійному ремонті, відшкодуванні коштів за повернення товарів;
- d) зміна ціни товару при його доставці;
- e) труднощі і колізії із доказуванням факту укладення договору на відстані.

Таким чином, можна виділити такі загрози безпеці споживання і відповідні ризики для споживачів та продавців під час виконання операцій з е-торгівлі (табл. 1), які доповнюють класичні проблеми. При чому вплив загроз посилюється через можливість налагодження прямих контактів із іноземними контрагентами, правила взаємодії між якими є менш контрольованими та регульованими у сфері Інтернет-комерції.

На нашу думку, безпеку споживання в е-торгівлі варто розглядати як залежність від можливостей захисту інтересів і мінімізації загроз, що виникають у процесі споживання, з боку споживачів, виробників (зокрема посередників) та держави (рис. 1).

Отже, одним з найважливіших аспектів забезпечення безпеки споживання в електронній торгівлі є формування у споживачів знань та навичок із користування (пошуку інформації та технічні вміння) Інтернет-ресурсами та захисту своїх прав в умовах онлайн-торгівлі. Тут важливою є роль установ і інформаційних джерел, покликаних до захисту прав споживачів та їх просвітництва, наприклад таких, як Європейський споживчий вісник, проект DOLCETA за фінансування Європейської комісії, Європейський споживчий центр, діяльність яких можна взяти за приклад для України. Підвищення рівня освіти онлайн-покупців може відбуватися шляхами або розроблення тематичних освітніх програм, їх поширення та популяризації, або створення умов для самоосвіти, зокрема шляхом вдосконалення відповідної освітньої інфраструктури на засадах інклюзивності.

Таблиця. 1. Загрози та ризики безпеки споживання в е-торгівлі в Україні.

Загрози		Ризики для споживача	Ризики для продавця
Безпеки продукції	невідповідність одержаних товарів заявленим характеристикам за	розміром, матеріалом, виробником (країною походження) тощо за представленим видом на рисунку (фото, відео)	недовіра покупця через неможливість протестувати
		відсутність можливості попереднього ознайомлення	
Інформаційні:	захисту інтелектуальної власності	неусвідомлення наслідків придбання та користування товаром / послугою, що не відповідають встановленим вимогам	захисту інтелектуальної власності
	наявність значної кількості неактуальної та недостовірної інформації	невміння аналізувати інформацію, її актуальність та достовірність	інформаційне забезпечення комерційної діяльності підприємства в ринкових умовах
	оманлива реклама	неправдивість інформації, про акції	
Освітні:	відсутність навичок діяльності в сфері е-торгівлі	відсутність навичок пошуку, замовлення, оплати товарів або послуг в Інтернет	відсутність чіткого розуміння ризиків, відповідних технологій безпеки та їх технічних стандартів керівництвом та IT-менеджерами
		відсутність знання своїх прав та заходів щодо їх захисту	
Фінансові:	інтернет-розрахунків	фінансовий ризик	захист матеріальних і фінансових цінностей
		шахрайські дії з боку продавця	шахрайські дії з боку покупця
Технологічні:	кібератаки, віруси	і покупці, і продавці піддаються впливу, тому що віруси, для прикладу, не розрізняють жертв	захист комерційної таємниці; захист персоналу
	незахищеність персональної інформації	скептицизм клієнтів, побоювання, особливо щодо безпеки реквізитів банківських рахунків та інших особистих даних	
Інституціональні:	інституціональна неврегульованість	взаємодії «споживач–споживач» (C2C)	наявність «сірого ринку е-торгівлі»
		недотримання, невстановлення, невідпрацьованість та неконтрольованість процедури повернення товару	



Рис. 1. Основні засоби послаблення загроз безпеці споживання в е-торгівлі.