

nastavite

DELO.si

za svojo domačo stran

DELO

Zadnja spr.: Sre, 17.08.2005, 18:26
markopu | odjava

tiskana izdaja iskanje

Iskanje

Moje Delo

napredno iskanje

zaposlitev

Ona - Tor, 17.08.2004

HTML oblika

PDF oblika

Spletno Delo

Arhiv

E-novice

Tiskano Delo

Zadnja izdaja

Komentarji

Iskanje

Sobotna priloga

Nedelo

Povezave

Zaposlitev

Poslovni portal

Borza

Izberi.si

Forum

MM portal

Prednosti in pasti e-nakupov

Za vse je kriva naivnost ljudi, ne slaba varnost

Tor 17.08.2004

V začetku meseca je virtualne kupce šokirala vest ameriške družbe Verisign, ki je v poročilu Slovenijo uvrstila med štiri države z največjim deležem goljufivih spletnih transakcij na svetu. Po njihovih ugotovitvah

– družba ima do leta 2007 zagotovljeno ekskluzivno pravico trženja spletnih domen .com in .net, pod katerima gostuje več kot tri četrtine vseh spletnih naslovov – naj bi bilo pri nas kar 92 odstotkov vsega poslovanja in plačevanja prek interneta tvegane. Slovenijo so na lestvici prehiteli Kamerun, Nigerija in Indonezija. Ker e-nakupovanje kot tudi e-bančništvo naraščata, smo preverili, ali so podatki natančni. In za nameček raziskali, katere varnostne sisteme uporabljajo resne spletne trgovine, kaj slovenski potrošniki kupujejo na spletu in kaj jim je storiti, ko gre kaj narobe. Da ne bo kdo potem rekel, da ni bil opozorjen.

Dejstvo je, da je vpliv interneta v komercialne namene pogosta tema raziskav, ki poskušajo ugotoviti pravi obseg priložnosti za trgovce in kupce oziroma, kot se je izkazalo, za ponudnike certifikatov varnega poslovanja. Zato najprej komentar na trditve o domnevno visokem številu finančnih goljufij pri nas.

»Podatki so nas zelo presenetili in dvomimo, da so natančni. Naše izkušnje z varnostjo nakupov so povsem drugačne. Telemachov sistem transact-eon za varno plačevanje prek spleta od začetka vpostavitve še ni ugotovil ene same zlorabe kreditnih ali plačilnih kartic. Bili so poskusni, a smo z avtorizacijskimi centri nepošteno namene zgodaj odkrili in preprečili,« pove Julija Čeh, vodja marketinga in odnosov z javnostmi na Telemachu. Prek njihovega sistema deluje okoli šestdeset spletnih trgovin, za katere je varnost najvišja prioriteta.

Julija Čeh še opozarja, da ni nujno, da je Slovenija država izvora zlorab. »Podatki v poročilu navajajo, da lahko hekerji uporabijo proxy server neke države in tako prikrijejo pravi izvor. Raziskava tudi ugotavlja, da se največ zlorab dogaja prek e-pošte, kjer ljudje puščajo podatke o kreditnih karticah. Gre torej bolj za naivnost ljudi kot za slabo varnost. Drugače pa je pri zadevi sporno že dejstvo, da gre za podatke podjetja, ki podeljuje certifikate, in ne za raziskavo neodvisne organizacije.«

HITRA RAST, SKROMEN OBSEG

Tudi po mnenju računalniških strokovnjakov je kljub občasnim poročilom o zlorabah uporaba interneta za nakupe ob obvezni zaščiti varnejša od transakcij v fizičnem svetu, kjer obstaja neprimerno več možnosti in načinov zlorab – libanonska zanka, skeniranje številke.

A v nasprotju z ZDA, ki veljajo za državo z najbolj wwwiziranim deležem prebivalstva v globalnem merilu, in Evropo – od aktivnih uporabnikov interneta je 36 odstotkov takih, ki v spletu tudi kupujejo – smo Slovenci do medija, ki je postal strahovito skomercializiran v zadnjem desetletju, dokaj zadržani. V analizi projekta Raba interneta v Sloveniji (RIS), ki je bila izvedena marca in aprila letos, se je izkazalo, da število e-kupcev pri nas sicer narašča, vendar še vedno dosega le okoli 20 odstotkov aktivnih spletnih uporabnikov. Primerjava s prejšnjimi raziskavami kaže, da se je njihov delež zadnji dve leti podvojil, seveda pa se je tudi število rednih mesečnih uporabnikov spleta povzpelo že na 710.000 oziroma 35 odstotkov celotne populacije.

Obseg potrošnje on-line v Sloveniji po nekaterih podatkih znaša med 0,2 in 0,4 odstotka, kar je skromno v primerjavi z razvitimi gospodarstvi, kjer se že skoraj dva odstotka vse maloprodaje opravi prek spletne trgovine.

SPLETNI KUPCI SO VEČINOMA MOŠKI

Po raziskavi o spletnih nakupovalnih navadah E-monitor, ki jo je med 1807 slovenskimi

ORODJA

Fit inovacija
Nad celulit z osebno
savno, namesto
naporne vadbe.

Kliknite tu



ki se jim obeta velika kupna moč, in zaposleni z nadpovprečnimi dohodki ter s sodobnim življenjskim stilom. Sestava kupcev, ki na spletu kupujejo nekajkrat na leto, je v prid moškim – 75 proti 25 odstotkom žensk.

Slovenski virtualni kupci pripisujejo prednosti e-nakupovanja njegovi časovni ekonomičnosti in fizični priročnosti. Neomejene možnosti informiranja, branje o izkušnjah, ki jih imajo kupci istega izdelka, in primerjave s konkurenčno ponudbo poudarjajo manj. Tudi nižje cene niso med vodilnimi razlogi, bržkone, ker ni nujno, da so spletni nakupi tudi cenejši. Drugi razlogi za nakup na spletu, ki jih ljudje poudarjajo, so povezani s tem, da je za nekatere vrste ponudb internet edina prodajna pot.

Miha Mazzini o najbolj fascinantnem nakupu: »Nekoč ko bom velik, bom pripravil predavanje o slavni igralcih, ki so na določeni točki kariere mislili, da zmorejo vse – pa so posneli ploščo in veselo prepevali, četudi so povsem brez posluha. Ko je prišla streznitev, so te plošče izbrisali iz trgovin, biografij in spomina. Ampak, tu in tam, v kakšnem zakotnem mestu, na zaprašenem podstrešju, nekdo najde tako ploščo in jo za majhen denar ponudi na eBayu. Moram reči, da je vsako poslušanje po takem nakupu vedno fascinantno, naj gre za zlate glasove Sylvestra Stallona ali Orsona Wellesa.«

NAJ VIRTUALNI TRGOVCI

Čeprav se po internetu prodaja vse – od živil, oblek, avtomobilov, umetnin, letal in različnih storitev – se zdi, da razen redkih Slovenci kupujejo vedno iste reči. Knjige, nosilci multimedijских vsebin in računalniška oprema so prodajne uspešnice medmrežne trgovine. Med nakupi višjih vrednosti prevladujejo rezervacije hotelskih sob, najem vozil in plačilo počitnic.

»Spletne trgovine so svoj bum začele s cedeji in knjigami; oboje je v dokaj ugodnem razmerju med ceno nakupa in stroški pošiljanja. Poleg tega lahko oboje prek interneta preizkusite bolje kot v trgovini. S cedeja imate na voljo zadosti odlomkov ali celih skladb, pri knjigi vsaj poglavje ali dva, ki ju lahko mirno preberete. Pri čevljih, denimo, je kaj podobnega nemogoče, zato njih nakupa ne svetujem nikomur, tudi finim damam ne,« razmišlja Miha Mazzini.

Vodilni spletni nakupovalni center v Sloveniji je ameriški Amazon (cedeji, devedeji, video, knjige). In čeprav je slišati, da oblačila, obutev, dišave, nakit in pokvarljivo blago ne sodijo na splet, je razcvet tudi na tem področju očiten, saj kataloška prodajalca Neckermann in Quelle dosejata pomembne uspehe pri trženju tekstila in obutve. S prodajo letalskih vozovnic prednjači Ryanair. Sledijo domači spletni trgovci: Big Bang, Emka, Superge, Kolosej, EnaA, Comtron in Gambit.

S KLIKOM DO NAKUPA

Slovenska trgovina se svetovnemu spletu ne izogiba: vsako veliko in srednje podjetje ima spletno stran, ki pa jo pogosto uporabljajo le kot pomembno obliko oglaševanja na internetu. To so prek odzivov kupcev spoznali tudi v Big Bangu. Kljub temu potrošnikom ponujajo virtualno nakupovanje, ki je identično nakupovanju v trgovini. »Big Bangova e-trgovina ima vsak mesec okoli 500 kupcev, ki opravijo do 800 nakupov. Lani je povprečen nakup znašal 11.000 tolarjev, prodaja prek spleta na leto ustvarja približno 100 milijonov tolarjev prometa,« razkriva Damijan Milivojevič iz Big Banga.

Med izdelki gredo najbolj cedeji in devedeji, sledijo televizorji in bela tehnika. »Naročniki v virtualni trgovini so večinoma moški med 25. in 40. letom. Precej je tudi žensk od 30 do 40 let. Skupinama sledijo mladi do 20 let. So tudi redne stranke, ki so že dolgo upokojene,« pove Damijan Milivojevič. Cene so enake kot v prodajalnah, dostava po Sloveniji je brezplačna in najpozneje dan po naročilu, če je izdelek v zalogi. Trenutno je 80 odstotkov plačil opravljenih po prevzetju, sledita Klik NLB in Moneta. Sistem za uporabo s plačilnimi karticami bo izpopolnjen do konca leta.

PO VODO IN PLENICE IZ NASLANJAČA

Med spletnimi trgovinami s širokim naborom izdelkov je tudi Mercator, kjer nakupe le seštevajo. Prodaja se jim od leta 2001 vsako leto poveča za 30 odstotkov. »V spletni trgovini je med našimi kupci 57 odstotkov žensk, večina, skoraj 45 odstotkov, je stara od 25 do 34 let. Stranke največkrat posegajo po vodi, mleku, sokovih, pivu, kavi, plenih in podobnih izdelkih za vsakdanjo rabo. Cene so enake kot v hipermarketih, blago pa dostavimo v določenem terminu na dan, ki ga potrošnik sam izbere – praviloma brezplačno, če je košarica napolnjena za najmanj 15.000 tolarjev, sicer za doplačilo 800 tolarjev,« povzame Mateja Jesenek, direktorica strateškega marketinga.

Znesek povprečnega nakupa je lani znašal 20.000 tolarjev, v prvi polovici letošnjega leta pa 23.000 tolarjev. »Med ugodnosti kupovanja v spletni trgovini poleg vsestranske ponudbe, prihranka časa in dostave na dom štejemo zagotavljanje varnosti podatkov. Kar zadeva slednje, naj na prvem mestu omenim varnostni protokol Secure socket layer (SSL), ki skrbi za zapleteno kodiranje in dekodiranje podatkov s 128-bitnim ključem. Poleg tega spletna trgovina podpira še druge mehanizme varovanja podatkov: sistem uporabniških imen in gesel, osebnih kod in podobno. Kombinacija varnostnih mehanizmov zagotavlja, da je trgovanje varno – z vidika kupca in trgovca. V ta namen smo na lastno pobudo pridobili tudi certifikat Qweb, ki ga izdaja mednarodna certifikacijska mreža IQNet,« razloži Mateja Jesenek.

NISEM BIL/A JAZ

Elektronska trgovina je v trgovskem svetu nedvomno povzročila revolucijo, še vedno pa

podajo v kibernetični prostor, še zdaleč ne pokupijo vsega, kar medmrežje ponuja. Ker je internet idealen medij za goljufe, se tudi tisti, ki redno kupujejo v virtualnih trgovinah, začnejo potiti, ko morajo v računalnik vtipkati številko svoje kreditne kartice. Njihov strah naj bi bil po mnenju poznavalcev odveč, saj hekerji in tatovi kreditnih kartic običajno iščejo hitreje in večje zaslužke. Kako ranljivo je v resnici kupovanje na daljavo?

V NLB so lani na mesec obravnavali 20 pritožb oziroma reklamacij v zvezi s kartičnim poslovanjem prek interneta. Europay International pa je banke izdajateljice Eurocard/Mastercard kartic obvestil, da se je precej povečalo število zlorab kartic v ZDA, Kanadi, na Daljnem in Bližnjem vzhodu, in sicer pri oblikah kupovanja na daljavo, ko kupec in kartica nista fizično prisotna. Zanimivo je, da 84 odstotkov vseh zahtev za reklamacije pri transakcijah s pravimi številkami, vendar drugimi lastniki stranke na splošno utemeljujejo z: »Nisem bil/a jaz.«

Ureditev stanja na tem področju bodo morda prinesle nove rešitve, ki jih pospešeno pripravljata sistema Europay International in Visa.

KAJ PA DAVKI, POŠTNINA IN CARINA?

Spletne uporabnike, ki nočejo postati spletni kupci, moti tudi dejstvo, da izdelka ne morejo zares videti. Zanimivo, da je to bržkone tudi vzrok, da je med virtualnimi kupci manj žensk. Še vedno je veliko spletnih obiskovalcev, ki na internetu ne upajo kupovati, ker se jim ne zdi varno zaradi splošne negotovosti glede varstva osebnih podatkov, poleg tega morebitne kupce tudi tarejo vprašanja: kaj, če prodajalec izdelka nima v zalogi; kaj če ne bo pravočasno prispel do naslovnika; kaj, če se za navedeno ceno skrivajo posebno visoka poštnina ali kakšni posebni davki; kaj, če se zaplete in bo potem treba opraviti z zasoljenim telefonskim računom.

V zvezi s tem je treba biti posebno pozoren pri nakupih v trgovinah, ki so locirane v ZDA.

Monika S. o neprijetni izkušnji z izdelovalcem perila Victoria's secret: »Ker je njihova e-trgovina cenejša od klasične, sva se s prijateljico pred leti odločili za šoping. No ja, vedeli sva, da bo treba h končnemu seštevku dodati še ustrezno takso (8,5 odstotka) in stroške poštnine. A odločili sva se zamižati na obe očesi. Streznila naju je šele domača carinska služba. Ker je vrednost blaga presegala 9000 tolarjev, sva morali h končnemu računu prišteti še okoli 15 odstotkov carine in 19 odstotkov DDV. Znesek je bil na koncu občutni višji od najinega predvidenega limita.«

Zgolj v vrednost in ravnanje: Paketi iz tretje države prejemniku v EU, katerih vsebina ne presega protivrednosti 22 evrov, in nekomercialne pošiljke v protivrednosti 45 evrov so oproščeni plačila carine in DDV. Drugo blago se carini, DDV pa se obračuna in plača po stopnji 20 oziroma 8,5 odstotka.

KAKO NAKUPOVATI, DA SE NE BI OPEKLI?

Že nakupujete v spletu? Ne še? Nič hudega, gotovo še boste. Če gre verjeti napovedim, imajo spletni trgovci na voljo še precej manevrskega prostora ali povedano drugače – medmrežje postaja čedalje bolj enoten in globalen svetovni trg. »Perspektiva prodaje po internetu je v tem, da bo izgubila pridevnik internetna. Če si kupite skladbo ali plačate parkiranje prek svojega mobilnega telefona, je to lahko prav tako internetna prodaja, le da tega sploh ne veste in ste ostali zvesti svoji zaobljubi, da se računalnika, te hudičeve naprave, ne boste niti dotaknili,« razmišlja Miha Mazzini.

Katere so malenkosti, na katere je treba med spletnim nakupovanjem paziti? Poskušajte kupovati pri znanih in preverjenih ponudnikih – če ne drugače, pojdite tja, kamor so šli prijatelji. Zapomnite si, da vsakič ko uporabite splet, za sabo puščate sled. Pazite se tako imenovanih piškotkov in hroščkov, preko katerih podjetja prikrito zbirajo podatke o potrošnikih, in, za božjo voljo, osebnih podatkov nikoli ne sporočajte po elektronski pošti. Podatke o kreditni kartici vtipkajte le takrat, kadar program za brskanje uporablja spletne protokole (SSL, TLS ali WTLS) za varne prenose podatkov – ikona z zaklenjeno ključavnico mora biti vidna v spodnji statusni vrstici.

In kam se pritožiti, če gre kaj narobe? »Na Zvezi potrošnikov Slovenije skoraj nimamo pritožb zaradi internetnega kupovanja. V nekaj redkih primerih je šlo za spore, ker potrošniki niso prejeli naročenega. Sicer pa naj potrošniki kršitve na področju osebnih podatkov prijavijo na inšpektorat za varstvo osebnih podatkov, ki bo ustrezno ukrepal. Če posameznik zaradi kršitev utрпи škodo, lahko po sodni poti zahteva povračilo nastale škode,« pove Lili Maher z Zveze potrošnikov Slovenije.

Piše: Klavdija Miko

Karikatura: Aljana Primožič

  



KOMENTARJI - PRISPEVAJTE SVOJE MNENJE

ime in priimek



Prosimo, da vaši prispevki niso žaljivi in da ne vsebujejo besed, ki niso primerne za objavo.

 **oddaj komentar**

KOMENTARJI OBISKOVALCEV

 **RAZVRSTI PO ČASU**  

Ni komentarjev.

 **na vrh**

