

Интернет-журнал «Отходы и ресурсы» / Russian journal of resources, conservation and recycling <https://resources.today>
2017, Том 4, №3 / 2017, Vol 4, No 3 <https://resources.today/issues/vol4-no3.html>

URL статьи: <https://resources.today/PDF/01RRO317.pdf>

DOI: 10.15862/01RRO317 (<http://dx.doi.org/10.15862/01RRO317>)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Шишков Е.И. Повышение безопасности финансовых ресурсов при совершении розничных сделок в сети интернет // Отходы и ресурсы, 2017 №3, <https://resources.today/PDF/01RRO317.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI: 10.15862/01RRO317

For citation:

Shishkov E.I. (2017). Prevention of fraudulent activities when making purchases on the Internet. *Russian journal of resources, conservation and recycling*, [online] 3(4). Available at: <https://resources.today/PDF/01RRO317.pdf> (in Russian). DOI: 10.15862/01RRO317

УДК 08.00.05

Шишков Евгений Иванович

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Россия, Екатеринбург¹

Ассистент кафедры «Статистики, эконометрики и информатики»

E-mail: eishishkov@gmail.com

РИНЦ: http://elibrary.ru/author_items.asp?id=891745

Повышение безопасности финансовых ресурсов при совершении розничных сделок в сети интернет

Аннотация. В статье «Повышение безопасности финансовых ресурсов при совершении розничных сделок в сети интернет» проанализирован рынок электронной коммерции в России и за рубежом и дана характеристика рынка по темпам роста; определены основные нормативно-правовые источники, регулирующие торговую деятельность при продаже товаров дистанционным способом, и основные правила, устанавливающие отношения между интернет-магазинами и покупателями в рамках схем взаимодействия B2B и B2C (т. е. покупателем может выступать как частное лицо, так и любая организация); рассмотрены наиболее часто встречающиеся ошибки покупателей при заказе товаров с помощью интернет-магазинов, в результате которых покупатель может лишиться не только самого товара, но и потраченных денежных средств; определены основные признаки выявления опасных интернет-магазинов, на которые необходимо обращать особое внимание при поиске и покупке товаров дистанционным способом, а также действия злоумышленников, нацеленные на введение покупателей в заблуждение и получение денежных средств обманным путем; по каждому признаку даны необходимые рекомендации при совершении покупок, которые способствуют повышению уровня безопасности финансовых и корпоративных ресурсов предприятий, а также личной финансовой безопасности и развитию финансовой грамотности населения.

Ключевые слова: рынок электронной коммерции; покупки в интернет-магазинах; предотвращение мошенничества в интернет-магазинах; признаки опасных интернет-магазинов

Постоянное развитие интернет – технологий позволило приобретать людям товары, не выходя из дома, совершать сделки между предприятиями, находящимися в разных странах мира. Данный термин носит название «Электронная коммерция». Электронная коммерция – это

¹ 620144, Уральский ФО, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, д. 62/45

процесс удаленного приобретения товаров и услуг как физических, так и нефизических, при помощи телекоммуникационных сетей, прежде всего сети интернет [1]. Первые системы и методы электронной коммерции начали развиваться за счет появления технологий автоматизации продаж и внедрению автоматизированных систем управления корпоративными ресурсами [2]. Конкуренция среди интернет-магазинов по состоянию на 2017 год достаточно высока.

Компания J'son & Partners Consulting² предоставляет результаты исследования рынка электронной коммерции по всему миру. Электронная коммерция в настоящее время является ключевым фактором роста торговли в развитых и во многих развивающихся странах, сильно меняя привычные бизнес-процессы в секторе торговли. За 2014-2016 гг. рынок электронной коммерции вырос в США на 25 %, в Еврозоне – почти на 30 %. Среди стран-лидеров по уровню развития рынка электронной торговли аналитики J'son & Partners Consulting выделяют Великобританию и США с долей электронной коммерции в общем объеме розничной торговли в 10 % и более.

Электронная коммерция на российском рынке переживает стадию бурного роста, показывая среднегодовые темпы роста в 25-29 %. В 2016 г., по оценке консультантов J'son & Partners Consulting, объем рынка электронной коммерции превысил 3,2 трлн руб. В дальнейшем ожидаются стабильные темпы роста рынка на уровне 10-15 % ежегодно.

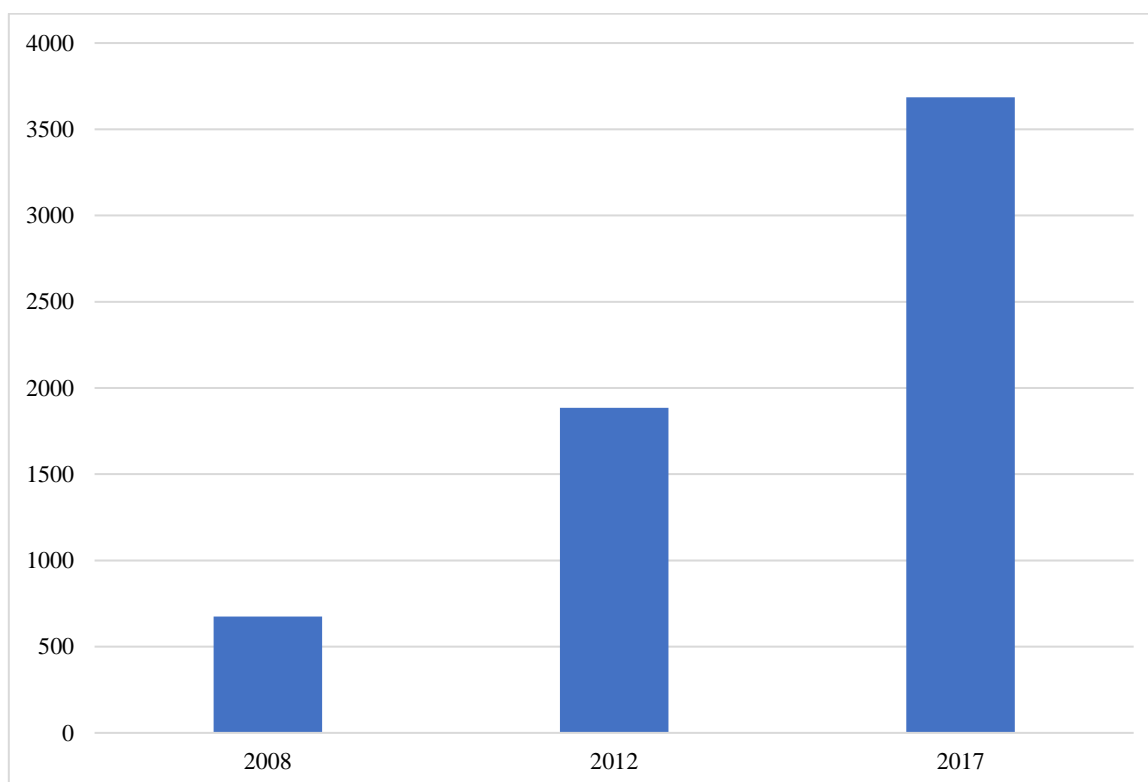


Рисунок 1. Российский рынок электронной коммерции, млрд руб., 2008-2017 гг. (составлено авторами)

В сравнении с другими странами у российского рынка электронной коммерции есть колоссальный резерв для дальнейшего роста [3]. Отношение рынка электронной коммерции к общему объему розничной торговли в России составляет около 2 %, в то же время в развитых рынках эта цифра ближе к 5 %, а у лидеров рынка – Великобритании и США – превышает 10 %.

² J'son & Partners – Management Consultancy [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.json.ru>.

На начало 2017 года объем рынка электронной коммерции в Российской Федерации составил 3686 млрд руб., а в 2008 году он составлял всего 676 млрд руб. (рисунок 1).

Однако, вместе с развитием электронной коммерции в Российской Федерации растет и число случаев мошенничества в данной сфере.

Ключевой особенностью розничных интернет-продаж является то, что у покупателя нет возможности непосредственного ознакомления с товаром во время принятия решения о покупке [4]. Стоит отметить, что покупателем может выступать как частное лицо, так и любая организация. Такая схема торговли определена ст. 497 ГК РФ³. Отношения интернет-магазина с покупателями регулируются Постановлением Правительства РФ от 27 сентября 2007 г. № 612 «Об утверждении правил продажи товаров дистанционным способом»⁴ и ст. 26.1 закона РФ «О защите прав потребителей»⁵.

Ошибки покупателей являются одной из самых наиболее часто встречающихся проблем при совершении сделок в сети интернет. Часто это бывает связано либо с недостаточными навыками работы в сети интернет и информацией о товаре, которой обладает покупатель, либо с невнимательностью и поспешностью при оформлении заказа, которые приводят к ошибкам. Например, при покупке одежды, обуви или аксессуаров – купленная вещь может не подойти по размеру, фасону и другим характеристикам. Данная проблема обычно легко решается. Вероятность совершения такой ошибки будет значительно меньше, если покупатель внимательно и дотошно относится к выбору товара, а также чем больше покупок он делает в интернете. Многочисленные товары, которые приобретает покупатель, дают опыт и знания об особенностях размерного ряда различных брендов, о качестве вещей конкретных марок и различных других нюансах, которые сложно определить новичкам. Хорошим инструментом являются таблицы соответствия размеров на сайтах интернет-магазинов. Также большую роль в приобретении опыта интернет-покупок играют тематические ресурсы, блоги и форумы, изучив которые, можно узнать много полезной информации о выбранном товаре или услуге. Поэтому покупателям-новичкам перед совершением покупки желательно потратить время и попробовать найти больше информации о выбранном товаре, который они собираются приобрести.

Необходимо отметить, что схема взаимоотношений участников не имеет значения. Это может быть такая схема как B2B (предприятие торгует с другим предприятием), так и B2C (В этом случае предприятие торгует уже напрямую с клиентом физическим лицом).

Встречаются ошибки при оформлении заказов. Если невнимательно отнестись к выбору опций и фильтров при оформлении заказа, то можно, например, приобрести вещь неподходящего размера или другого цвета, или указать неверный адрес для доставки товара.

Поэтому при оформлении любого заказа необходимо соблюдать внимательность и неторопливость. Важно изучить рейтинг магазина в интернете, в котором покупатель собирается делать покупки, описание заинтересовавшего товара и отзывы о нем в аналогичных источниках, найти информацию об особенностях размерного ряда конкретного бренда, внимательно заполнить данные об адресе, куда необходимо доставить товар, и платежные

³ Консультант-плюс: Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

⁴ Консультант-плюс: Правила продажи товаров дистанционным способом [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

⁵ Консультант-плюс: Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 03.07.2016) "О защите прав потребителей" [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

реквизиты [5] (платежная электронная система, банковская карта и прочее) – и риск нежелательных ошибок на данном этапе будет сведен к минимуму.

Стоит учитывать, что не всеми видами товаров можно торговать дистанционно. Запрещена продажа дистанционным способом алкогольной продукции, а также товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством РФ (психотропных, сильнодействующих и ядовитых веществ, наркотических средств).

Так как при дистанционной продаже покупатель лишен возможности осмотреть товар физически и получить о нем полную информацию, законодательство обязывает продавцов до заключения договора розничной купли-продажи предоставлять покупателям всю информацию об основных потребительских свойствах товаров и адресе (месте нахождения) продавца, о месте изготовления товара, полном фирменном наименовании (наименовании) продавца, о цене и об условиях приобретения товара, о его доставке, сроке службы, сроке годности и гарантийном сроке, о порядке оплаты товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора, о порядке и сроках возврата товара [10]. Также если приобретаемый покупателем товар был в употреблении или в нем устранялся недостаток (недостатки), покупателю должна быть предоставлена информация об этом.

Для того чтобы при совершении покупок в интернет-магазинах предотвратить получение некачественного товара или потерю денег всем покупателям рекомендуется обращать особое внимание на некоторые признаки, которые позволяют определять потенциально опасные интернет-магазины [6]. Полный перечень рекомендаций гражданам при совершении онлайн-покупок для ознакомления предлагает Роспотребнадзор⁶.

Существенно заниженная стоимость товара. Если в интернете есть магазин, предлагающий товары по ценам существенно ниже рыночных, необходимо иметь в виду, что мошенники очень часто используют данный прием для привлечения своих жертв.

Необходимо обратить внимание на стоимость аналогичных товаров в других интернет-магазинах, цена не должна отличаться слишком сильно, разница в стоимости товара обычно не превышает 15-20% [7]. Не нужно поддаваться на провоцирующие слова «акция», «количество ограничено», «спешите купить», «реализация таможенного конфиската» и другие. Также стоит обратить внимание на наличие счетчиков со временем до конца распродажи – при обновлении страницы счетчик возобновляется на первоначальное положение.

Требование внесения предоплаты. Если продавец интернет-магазина предлагает перечислить некоторую часть суммы в виде предоплаты за товар, особенно с использованием анонимных платежных систем, электронных денег или с помощью банковского перевода на карту, выданную на имя физического лица, необходимо понимать, что данная сделка является крайне опасной и может нести за собой потерю отправленных денежных средств.

Необходимо учитывать риск мошенничества при совершении интернет-покупок. При переводе денег в счет предоплаты нет никаких гарантий их возврата или получения товара. Если покупатель решил совершить покупку по предоплате, ему необходимо проверить рейтинги продавца в различных платежных системах.

Отсутствие возможности самовывоза товара и курьерской доставки. Данные факторы могут вынуждать покупателей пользоваться для доставки товара услугами различных транспортных компаний и, соответственно, вносить предоплату. Выбирая из нескольких интернет-магазинов, следует отдать предпочтение тому, в котором есть возможность забрать товар хотя бы самостоятельно. Злоумышленники могут предоставлять поддельные квитанции

⁶ Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.rospotrebnadzor.ru>.

об отправке товара транспортной компанией. **Отсутствие сведений о продавце и контактной информации.** Если на сайте интернет-магазина отсутствуют сведения об организации или индивидуальном предпринимателе, которые осуществляют свою деятельность в интернет-магазине, а контактные сведения представлены только формой обратной связи или номером мобильного телефона, такой магазин может представлять опасность [8].

Необходимо внимательно изучать сведения о продавце. Если на сайте указан адрес магазина, то необходимо проверить, действительно ли такой магазин существует по данному адресу. Очень часто злоумышленники указывают несуществующие адреса, либо по данным адресам располагаются совсем другие организации или организации с похожими названиями. Также необходимо проверить отзывы о магазине в открытых интернет-рейтингах, просмотреть отзывы как можно дальше в списке, злоумышленники могут прятать или удалять негативные отзывы за десятками фальшивых положительных оценок, которые написаны для создания хорошего впечатления о магазине. В случае совершения интернет-покупок посредством электронных досок объявлений нужно посмотреть историю сделок продавца и ознакомиться с его рейтингом – многие торговые площадки предлагают подобную услугу.

Отсутствие истории продаж у продавца или магазина. Если интернет-магазин или учетная запись продавца зарегистрированы несколько дней назад или совсем недавно, сделка с ними может быть опасной.

Для того, чтобы создать интернет-магазин необходимо всего нескольких часов, а изменить его название и переехать на другой интернет-адрес – нескольких минут [9]. Необходимо соблюдать крайнюю осторожность при совершении онлайн-покупок в только что открывшихся интернет-магазинах, не имеющих истории продаж.

Очевидные неточности или несоответствия в описании товаров. Если в описании товара присутствуют явные несоответствия, которые не характерны для данного товара, то следует осторожно отнестись к подобному интернет-магазину в целом.

Если информация о товаре не внушает доверия покупателю, то необходимо внимательно прочитать описание товара и сравнить его с описаниями на других интернет-ресурсах. При выявленных несоответствиях отказаться от совершения покупки.

Излишняя настойчивость продавцов и менеджеров при совершении покупки в интернет-магазине. Если в процессе совершения покупки менеджер или консультант магазина начинает торопить покупателя с заказом и оплатой товара, убеждая его в том, что если не заказать товар прямо сейчас, то цена изменится или товар будет снят с продажи – не нужно поддаваться на такие уговоры и трезво оценивать свои действия. Злоумышленники часто используют временной фактор для того, чтобы не дать жертве оценить все нюансы сделки.

Если интернет-магазин или объявление о продаже соответствуют хотя бы одному из указанных признаков, это серьезный повод задуматься о целесообразности совершения сделки. Если под их описание подходят два или более признаков, то настоятельно рекомендуется покупателю воздержаться от контактов с данным продавцом или интернет-магазином.

С нарастающим развитием электронной коммерции в мире возрастает и риск совершения мошеннических действий в интернете. При совершении покупок в интернет-магазинах рекомендуется руководствоваться основными признаками выявления опасных интернет-ресурсов и правилами финансовой безопасности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Юрасов А.В. Основы электронной коммерции. – М.: Горячая линия – Телеком, 2008.
2. А.Ф. Черненко, Н.Н. Ильшева, А.В. Башарина. Финансовое положение и эффективность использования ресурсов предприятия. – М.: Юнити-Дана, 2009.
3. Сэмюэл Грингард. Интернет вещей: Будущее уже здесь. – М.: Альпина Паблицер, 2016.
4. Крошилин С.В. Возможные угрозы безопасности экономических информационных систем и методы их устранения // Проблемы и методы управления экономической безопасностью регионов: Материалы межвузовской научной конференции профессорско-преподавательского состава, – Коломна: КГПИ, 2006.
5. Бурцев, В.В. Факторы финансовой безопасности России // Менеджмент в России и за рубежом. 2001. N 1.
6. Олейников Е.А. Экономическая и национальная безопасность: Учебник. – М.: Издательство «Экзамен», 2005.
7. Бабарыкин П.В. Гражданско-правовое регулирование создания и использования сайтов сети Интернет: дис. канд. юрид. наук. – СПб., 2005.
8. Успенский И.В. Интернет-маркетинг: электронный учебник. – СПб.: Изд-во СПГУЭиФ, 2003 г.
9. Петрик Е.А. Интернет-маркетинг // Московская финансово-промышленная академия – М., 2004 г.
10. Кристальный, Б.В. Концепция закона Российской Федерации «Об электронной торговле» // Информационное общество, 2000 г., N 3.

Shishkov Evgenii Ivanovich

Ural state university of economics, Russia, Ekaterinburg
E-mail: eishishkov@gmail.com

Prevention of fraudulent activities when making purchases on the Internet

Abstract. In the article "Improving the Security of Financial Resources in the Conduct of Retail Transactions in the Internet", the market of electronic commerce in Russia and abroad was analyzed and the market characteristics were given in terms of growth rates; The main regulatory and legal sources regulating trading activity in the sale of goods by remote means are defined and the basic rules establishing relations between online stores and customers in the framework of B2B and B2C interaction schemes (that is, the buyer can act as a private person or any organization); Considered the most common mistakes buyers when ordering goods through online stores, as a result of which the buyer can lose not only the goods themselves, but also the money spent; Identified the main signs of identifying dangerous online stores, which must be paid special attention when searching for and buying goods remotely, as well as the actions of intruders, aimed at misleading consumers and obtaining money by fraud; For each feature given the necessary recommendations when making purchases that contribute to improving the security of financial and corporate resources of enterprises, as well as personal financial security and the development of financial literacy of the population.

Keywords: E-commerce market; purchases in online stores; prevention of fraud in online stores; signs of dangerous online stores

REFERENCES

1. Yurasov A.V. (2008). Osnovy elektronnoi kommertsii. [*Fundamentals of e-commerce.*] Moscow: Goryachaya liniya – Telekom.
2. Chernenko A.F., Ilysheva N.N., Basharina A.V. (2009). Finansovoe polozhenie i effektivnost' ispol'zovaniya resursov predpriyatiya. [*Financial position and efficiency of the use of company resources.*] Moscow: Yuniti-Dana.
3. Semyuel Gringard (2016). Internet veshchey: Budushchee uzhe zdes'. [*Internet of things: The future is already here.*] Moscow: Al'pina Publisher.
4. Kroshilin S.V. (2006). Vozmozhnye ugrozy bezopasnosti ekonomicheskikh informatsionnykh sistem i metody ikh ustraneniya. [*Possible threats to the security of economic information systems and methods for their elimination.*] Kolomna: KGPI.
5. Burtsev V.V. (2001). Factors of financial security in Russia. *Management in Russia and abroad*, 1. (in Russian).
6. Oleynikov E.A. (2005). Ekonomicheskaya i natsional'naya bezopasnost'. [*Economic and national security.*] Moscow: Ekzamen.
7. Babarykin P.V. (2005). Grazhdansko-pravovoe regulirovanie sozdaniya i ispol'zovaniya saytov seti Internet. [*Civil-law regulation of the creation and use of Internet sites.*] Saint-Petersburg.
8. Uspenskiy I.V. (2003). Internet-marketing. [*Internet Marketing.*] Saint-Petersburg: Izd-vo SPGUEiF.
9. Petrik E.A. (2004). Internet-marketing. [*Internet Marketing.*] Moscow: Moscow Financial and Industrial Academy.
10. Kristal'nyy B.V. (2000). The Concept of the Law of the Russian Federation "On Electronic Commerce", *Informatsionnoe obshchestvo*, 3. (in Russian).