



# Neytendur og netið

**Margt veldur því að neytendur forðast að versla á netinu. Þessu vill Evrópusambandið breyta.**

Um 1,4 milljarður manna er tengdur Internetinu. Netið er í vaxandi mæli notað til að afla upplýsinga um vörur og þjónustu, lesa fréttir, tjá sig um skoðanir sínar og jafnvel til að „hitta“ vini sína. Þrátt fyrir þetta bjóða aðeins um 25% fyrirtækja á EES-svæðinu vörur sínar til kaups á netinu og senda til annarra landa. Og það sem meira er; einungis 6% neytenda á sama svæði hafa nýtt sér þennan möguleika til kaupa á vörum.

## Margt fælist frá

Auðvitað er margt sem kemur til. Meðal ástæðna á Íslandi eru t.a.m. flutningskostnaður og þungt og flókið regluverk í kringum tolla og önnur gjöld. Þá óttast neytendur að önnur lög gildi í landinu sem þeir kaupa frá og þeir njóti því ekki sömu réttinda og við verslun í heimabyggð. Einnig geta tungumálaerfiðleikar verið fyrir hendi auk þess sem notuð eru mýmörg greiðsluferfi innan EES-svæðisins sem kunna að koma neytendum annarra landa spánkt fyrir sjónir.

## Efla þarf netviðskipti

Innan EB er mikill áhugi fyrir því að efla þennan „stafræna milli-landamarkað“ og auka traust neytenda á honum enda gefa þessar niðurstöður til kynna að innri markaðurinn virki ekki sem skyldi fyrir neytendur. Í þessum tilgangi var haldin ráðstefna í Brussel í byrjun aprilmánaðar sem fulltrúi Evrópsku neytendaástoðarinnar á Íslandi ([www.ena.is](http://www.ena.is)) sótti. Á fundinum komu fram ýmis áhugaverð sjónarmið og hugmyndir.

## Við vitum hvað þú gerir!

Á ráðstefnunni var m.a. fjallað um verndun persónuupplýsinga á netinu og þá slóð upplýsinga sem netnotendur skilja eftir sig. Ástoðarforstjóri Google, sem var meðal þeirra sem héldu erindi á ráðstefnunni, tók m.a. fram að Google vissi löngu á undan heilbrigðisfyrirvöldum hvar og hvenær flensufaraldrar brytust út. Það væri einfaldlega byggt á því hve margir á hverju svæði „gúggluðu“ orðið flensa. Það er þó væntanlega ekki meiningin hjá grunlausum

netverjum að gefa Google upplýsingar um heilsufar sitt og sjúkdómseinkenni.

## Netverjar kortlagðir

Þróaður, umfangsmikill og „ýtinn“ auglýsingamarkaður hefur tekið völdin á netinu. Á hverju kvöldi taka síður eins og MySpace og Facebook allar upplýsingar um notandann og allt sem skráð hefur verið á síðurnar þann daginn, greina þessar upplýsingar og nota til markaðssetningar. Póstforrit eins og Gmail birta auglýsingar um leið og tölvupóstur er lesinn og svo mætti lengi telja. Það vantar skýrar reglur um markaðssetningu á netinu og neytendavitund á þessu sviði er ekki nægilega sterk. Þá eru persónuverndarreglurnar sem netfyrirtækin setja sér sjálf íðulega svo umfangsmiklar, flóknar og ógagnsæjar að þeir fáu sem yfirhöfuð leggja í að lesa þær skilja sjaldnast upp eða niður. Og skyldi þá engan undra að neytendur séu almennt ragir við að gefa upp kortanúmer sín á netinu í þeim tilgangi að kaupa vörur.

## Hvað er til ráða?

Markmiðið með ráðstefnunni í Brussel var ekki að finna endanlegar lausnir á þeim vanda sem horfir við neytendum á netinu heldur miklu frekar að velja upp hugmyndum og ræða ýmis sjónarmið. Meðal annars kom fram sú krafa að skilmálar um persónuupplýsingar ættu að vera skýrir og á mannamáli og eins það að neytandinn ætti skilyrðislaust að geta bannað söfnun persónuupplýsinga um sig. Einnig kom upp sú hugmynd að setja á fót samræmdan evrópskan gagnagrunn sem neytendur gætu leitað í til að kanna hvaða vefsíðum og vefverslunum er treystandi.

Vitaskuld eru það svo notendurnir sjálfir sem halda netinu og markaðssetningu þar uppi og gagnlegasta vopnið gegn vafasömum viðskiptaháttum á netinu eru meðvitaðir neytendur.

HH