## Вниманию потребителей! В рамках проведения недели качества с 06 ноября по 12 ноября 2023г. представляем информацию «КАК КУПИТЬ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО КАЧЕСТВЕННЫЙ ТОВАР на Маркетплейсах»

 В этом году количество заказов через онлайн-площадки продолжает набирать обороты. Для большинства наших сограждан покупки на маркетплейсах вошли в привычку. При этом 44% россиян считают, что существует высокий риск приобрести некачественный товар или фальсификат.

 По данным аналитического агентства Data Insight, в 2023 году маркетплейсы продолжили свое развитие: доля заказов на них увеличилась с 69% в июле 2022 года до 79% в июле 2023-го. Самый большой рост – у крупных универсальных маркетплейсов. За год их доля поднялась с трети до почти половины общего объема продаж, а по количеству заказов возросла с 62 до 71%.

 При этом, по данным Центра изучения потребительского поведения (ЦИПП) Роскачества, у каждого пятого россиянина в этом году возникли те или иные спорные ситуации или проблемы с продавцами при покупке товаров на маркетплейсе. На российском рынке до сих пор сохраняется высокий уровень фальсификации и сложностей при взаимодействии с продавцами.

 В 55% случаев у пользователей была возможность подключить представителя площадки, который помог в решении спора. В 30% случаев такой возможности не было. А вот чуть больше трети опрошенных (35%) рассказали о случаях, когда проблему не получилось решить ни с маркетплейсом, ни с продавцом.

 В помощь потребителям и для стимулирования принципов честной торговли на маркетплейсах и в онлайн-магазинах Роскачество совместно с Росаккредитацией запустило в 2022 году проект «Реестр доверенных онлайн-площадок». В этом году в рамках проекта были составлены расширенные рекомендации и существенно углублена методология оценки: теперь она включает 78 критериев, разделенных на семь групп показателей.

 В разработке методологии исследования в рамках рабочих групп Технического комитета № 702 принимали участие представители Минпромторга России, Роскачества, Росаккредитации, Центра развития перспективных технологий и игроки рынка электронной коммерции.

 По итогам повторной проверки работы онлайн-площадок, которая коснулась крупнейших маркетплейсов, крупных сетевых ритейлеров, продающих товары онлайн, а также магазинов электроники (всего 30 площадок), доверенной площадкой № 1 стал Ozon. Маркетплейс совокупно набрал больше всего баллов, выполнил требования методологии к проверке безопасности товаров, выделению качественных товаров и информированию о маркировке «Честный знак», базовым критериям информационной безопасности, клиентоориентированности, а также успешно прошел проверку тайными покупателями.

 Также были отмечены маркетплейсы «МегаМаркет» и Wildberries, хоть им пока и не удалось получить статус доверенной онлайн-площадки. Первый отличился комплексным подходом в продвижении качественных товаров. На «МегаМаркете» реализованы самые широкие возможности для покупок товаров повышенного качества – продукция в автоматическом режиме помечается Знаками качества и Рейтингами Роскачества, присваиваемыми по результатам независимых исследований Российской системы качества. Лучшее отечественное вино промаркировано отметками «Винного гида России» (онлайн-витрина). Wildberries, в свою очередь, преуспел в проверке сертификатов и деклараций соответствия у продаваемых товаров, что говорит о работе площадки над повышением безопасности покупателя. У товаров с действующим сертификатом или декларацией соответствия в карточке можно увидеть специальный знак в виде «галочки» и ссылку на реестр Росаккредитации. Также в число кандидатов на получение статуса доверенных онлайн-площадок вошли еще пять интернет-магазинов и маркетплейсов: «Яндекс.Маркет», Lamoda, DNS, «Магнит» и МЕТРО.

## О КРИТЕРИЯХ

### БЕЗОПАСНОСТЬ ТОВАРОВ

 Первая группа критериев, которая напрямую влияет на доверие к площадке, – это безопасность и оригинальность продаваемых товаров, отсутствие контрафактной продукции. Минимизировать риски призваны проверки продавцов со стороны площадок, а именно наличия сертификатов и деклараций соответствия у продаваемых ими товаров.

**СПРАВОЧНО:**

 Сертификаты и декларации – это специальные документы, которыми в местах продаж сопровождаются проверенные на безопасность товары. Сертификация товара обязательна, если товар технологически сложный или может быть опасным для здоровья человека при использовании. Например, это электродрель, кухонный комбайн, электробритва, строительные материалы. Товары для детей и подростков также обязательно проходят сертификацию.

 Чтобы провести исследования или испытания таких товаров, производитель или продавец самостоятельно обращается в лаборатории. На основании полученных результатов производитель или продавец принимает декларацию, то есть заявляет о том, что поступающий в продажу товар соответствует необходимым требованиям безопасности, и несет за это ответственность.

 В рамках этой группы показателей эксперты проверяли подключение площадок к сервису Росаккредитации, позволяющему в автоматическом режиме получать информацию о наличии сертификата или декларации у соответствующего товара. Также оценивалось размещение в карточках товаров ссылок на реестровые записи документов об оценке соответствия. Кроме того, анализировался процент проверок, а именно факт превышения доли содержательных запросов 80%. Отдельно экспертами оценивались мобильные приложения площадок и наличие в их товарных карточках ссылок на документы об оценке соответствия или отметок о верификации документов.

Лучшие результаты по этой группе критериев у Ozon и Wildberries.

### КАЧЕСТВО ТОВАРОВ

 Качество продукции по-прежнему является важнейшим критерием потребительского выбора. Как показало исследование Центра изучения потребительского поведения Роскачества, 54% потребителей предпочтут товар, на упаковке которого есть российский Знак качества. При этом 49% опрошенных отмечают, что выберут проверенный товар повышенного качества, даже если он будет стоить дороже. В связи с этим второй важной группой показателей, влияющей на доверие, является качество реализуемых товаров, а именно недопущение на полки онлайн-площадок опасной продукции и информирование потребителей о качестве продаваемых товаров. Размещение Знаков качества в карточках помогает потребителям выбирать наиболее качественные российские продукты и способствует повышению потребительской грамотности населения.
Лучшие результаты по этой группе критериев у «МегаМаркета» и Ozon. Эти площадки получают данные о результатах исследований Роскачества и размещают Знаки качества и Рейтинги Роскачества в карточках товаров.

### ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ МАРКИРОВКА ТОВАРОВ

 Благодаря обязательной маркировке пользователи могут отсканировать Data Matrix код, в котором зашифрована информация о подлинности товара, сроке годности, составе, производителе и стране происхождения. А еще история жизни каждого товара и документация – различные сертификаты, патенты и другие подтверждения соответствия стандартам и регламентам. Код невозможно скопировать или подделать, а получить его могут только легальные компании.

 Маркировка позволяет убедиться в подлинности лекарств, молока, воды, обуви, духов и других товаров, с которыми мы встречаемся каждый день в магазинах, аптеках и интернете. Важно, чтобы площадки обращали внимание потребителей на важность проверки подлинности товаров при помощи «Честного знака». Специальный раздел с товарами, подлежащими обязательной маркировке, реализован у маркетплейса Ozon.

### БАЗОВАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Когда речь заходит об онлайн-покупках, важным фактором доверия является уверенность в безопасности оплаты. Поэтому в рамках исследования эксперты проанализировали базовую информационную безопасность сервисов: проверили сертификаты безопасности, использование платежного шлюза при проведении платежей, требования к паролям при регистрации, активное согласие на обработку и хранение данных. Все онлайн-площадки соблюдают «гигиенический минимум» и заботятся о безопасности данных. Наивысшие баллы из вошедших в реестр площадок получили онлайн-магазин МЕТРО и маркетплейс Ozon.

### РАБОТА С ПЕРСОНАЛЬНЫМИ ДАННЫМИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

 Известно, что онлайн-площадки собирают большое количество данных о пользователях. В связи с этим доверие должно основываться на этичном сборе и использовании персональных данных. Компании не должны злоупотреблять избыточным сбором и передачей информации, должны информировать пользователей обо всех аспектах работы с данными. В рамках этой группы показателей киберюристы АНО «ПравоРоботов» проанализировали все политики конфиденциальности и оценили их по 15 критериям, среди которых информирование о целях, сроках и перечне персональных данных, передача данных третьим лицам и другие. Документы практически всех сервисов, вошедших в реестр, получили высокие оценки киберюристов, наилучшие результаты у маркетплейсов Ozon и «МегаМаркет», а также онлайн-магазина МЕТРО.

### ОТКРЫТОСТЬ И ДОСТУПНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ

Конечно, доверие невозможно без открытости. Пятая группа критериев посвящена доступности информации об онлайн-площадке в быстром доступе (как минимум наименование юридического лица, регистрационный номер или ИНН), понятной информации о доставке и возврате товаров, наличии разнообразных каналов связи, по которым потребитель может обратиться к площадке и решить свои проблемы, а также отзывов других покупателей. При этом для формирования наибольшего доверия возможность оставлять отзывы должна быть реализована только для тех пользователей, которые купили оцениваемый товар.

По открытости и доступности информации лучшие результаты у маркетплейсов Ozon, «МегаМаркет» и Wildberries.

### ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

 И, наконец, чтобы оценить, с какими трудностями сталкиваются пользователи при приобретении товаров онлайн, Роскачество совместно с исследовательским холдингом «Ромир» разработало и реализовало проверку онлайн-площадок методом «тайных покупателей». Для подготовки методики были собраны самые частые и востребованные пожелания и отзывы пользователей. Пройденный пользовательский путь помог объективно оценить, с чем сталкиваются пользователи в процессе заказа и возврата товаров, и отразить это в результатах проверки.

По результатам контрольной закупки тайными покупателями лучшими стали Ozon, DNS и МЕТРО.

### РЕЗУЛЬТАТЫ

По результатам исследования в Реестр доверенных онлайн-площадок вошли маркетплейс Ozon (победитель в главной номинации – «Лучший маркетплейс – 2023») и семь онлайн-площадок в качестве кандидатов. Среди них маркетплейс «МегаМаркет» (победитель в номинации «Забота о качестве») и маркетплейс Wildberries (победитель в номинации «Мониторинг безопасности товаров»).

Основная задача исследования и его результата в виде Реестра доверенных площадок – помощь осознанным потребителям. Благодаря этой информации покупатели могут выбрать наиболее клиентоориентированные площадки, которые заботятся о потребителях, проверяют своих поставщиков и товары, информируют о качестве, обеспечивают безопасность покупок и обработки персональных данных, оказывают поддержку. Кроме того, проект позволяет тиражировать лучшие практики, которые уже успели внедрить наиболее активные площадки.