

# АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЁТ

Социологическое исследование направлено на определение уровня удовлетворенности населения Новгородской области качеством товаров и услуг



2022 год

## ПАСПОРТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Социологический опрос проведён министерством промышленности и торговли Новгородской области и ГОАУ «Новгородский центр развития инноваций и промышленности» в рамках обеспечения мероприятий по защите прав потребителей, предусмотренного региональной программой Новгородской области «Обеспечение прав потребителей в Новгородской области на 2022-2024 годы», и во исполнение пункта 2.1 раздела протокола очередного выездного заседания Правительства Новгородской области от 16.03.2022 № 5/ЗП, с целью выявления уровня удовлетворённости потребителей качеством товаров и услуг среди населения в возрасте от 18 лет и старше, проживающих на территории Новгородской области.

Социологический опрос проведён в период с 28 июля по 21 августа 2022 года через портал Госуслуги, в мобильном приложении «Госуслуги. Решаем вместе» на Платформе обратной связи (ПОС) - <https://pos.gosuslugi.ru/lkp/polls/338494/>.

Модуль «Общественные голосования» позволяет через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» в удобное время для гражданина принять участие в социологическом опросе.

---

*Защита прав потребителя – это комплекс мер, реализуемых государством для регулирования отношений, складывающихся между потребителем и продавцом. Охрана прав потребителей осуществляется на основании Закона РФ 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».*

## ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА ВЫБОРКИ

Наименование муниципального образования	Количество опросов, чел.	Процент, %
Великий Новгород	442	35
Батецкий	11	1
Боровичский	45	4
Валдайский	56	4
Волотовский	15	1
Демянский	26	2
Крестецкий	38	3
Любытинский	48	4
Маловишерский	41	3
Марёвский	17	2
Мошенской	13	1
Новгородский	85	7
Окуловский	79	6
Парфинский	27	2
Пестовский	113	9
Поддорский	24	2
Солецкий	24	2
Старорусский	60	5
Хвойнинский	26	2
Холмский	6	1
Чудовский	41	3
Шимский	12	1
<b>Всего:</b>	<b>1 249</b>	<b>100</b>

В опросе приняли участие 1249 человек, проживающие во всех 22 муниципальных образованиях Новгородской области. Статистическая погрешность в целом по области не превышает 3 %.

### Демографический состав выборки в целом по области:

ПОЛ		
	Респонденты, чел.	Процент, %
Мужчина	128	10
Женщина	1 121	90
ВОЗРАСТ		
18 – 35 лет	354	28
36 – 60 лет	847	68
60 лет и старше	48	4

### Знаете ли Вы, что в России существует закон РФ «О защите прав потребителей»? (%)



Показательно, что *по результатам проведённого опроса* на территории Новгородской области *большинство респондентов (99 %) знают, что в Российской Федерации действует Закон РФ «О защите прав потребителей»* (далее Закон).

Согласно Закона, потребитель – гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

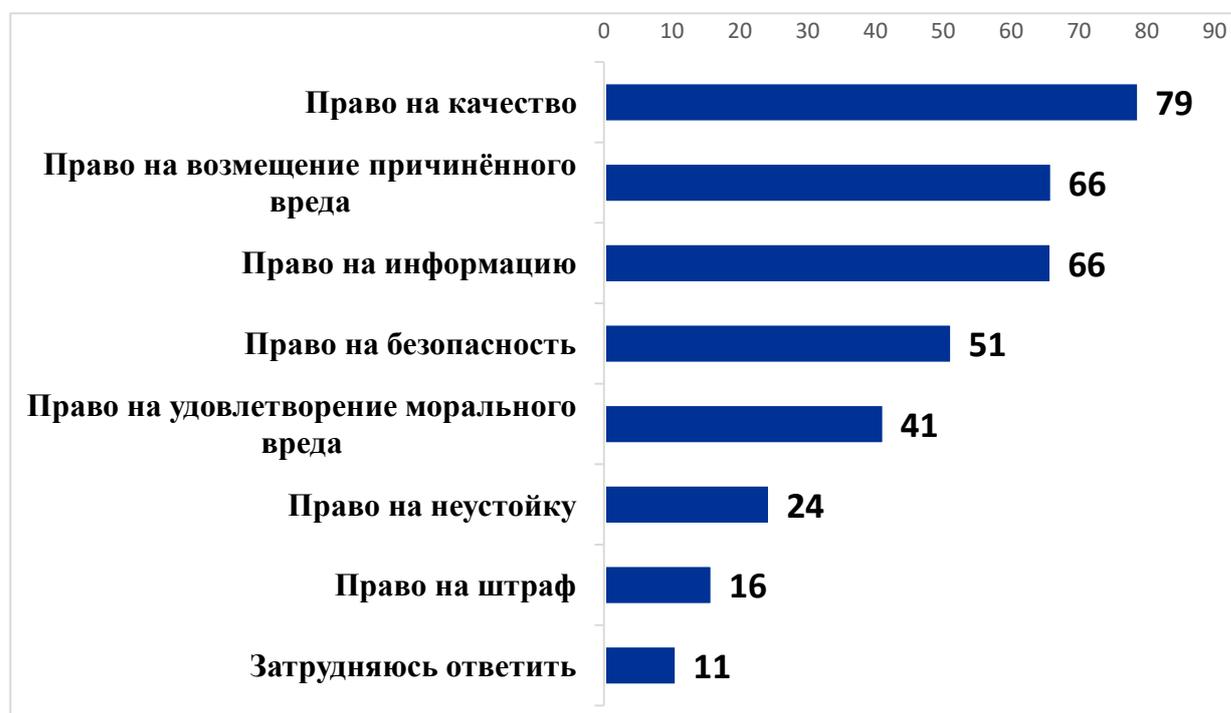
Потребитель имеет право при покупке товара знать его производителя, стандарт качества и перечень основных потребительских свойств:

- о продуктах питания: состав, калорийность и содержание вредных для здоровья веществ и противопоказания к употреблению этих продуктов при определённых заболеваниях;
- о товарах, потребительские свойства которых могут ухудшаться с течением времени: срок годности и дата изготовления.

Продавец и изготовитель обязаны обеспечивать всю требуемую информацию. Предоставление неполной или недостоверной информации может повлечь за собой материальную ответственность продавца за вред, причиненный здоровью покупателя.

И здесь важно понимать, и уровень знания закона, и как эти знания использует в повседневной жизни потребитель.

#### Какие права потребителей Вам известны? (%)



*Знание права на качество подтвердили 985 человек из общего количества опрошенных, что составляет 79 %. Право на возмещение причиненного вреда и право на информацию одинаково знают*

2/3 респондентов (по 66 %). Знание права на безопасность и права на удовлетворение морального вреда подтвердили соответственно 51 % и 41 % опрошенных. Значительно меньше потребителей знают свои права на неустойку и права на штраф (24 % и 16 % соответственно). При этом 134 респондента затруднились в выборе прав потребителей, которые им известны, что составляет 11 % от общего числа опрошенных.

Существуют различные подходы в измерении уровня удовлетворенности потребителей. В данном опросе сгруппированы так показатели как формирует сам потребитель - через оценку удовлетворенности самим потребителем.

В нашем исследовании мы определили потребителя (участника опроса) - экспертом, который дал оценку уровню удовлетворённости при покупке товаров или оказании услуги.

#### **Как Вы оцениваете качество и уровень обслуживания в магазинах и организациях на территории Новгородской области? (%)**



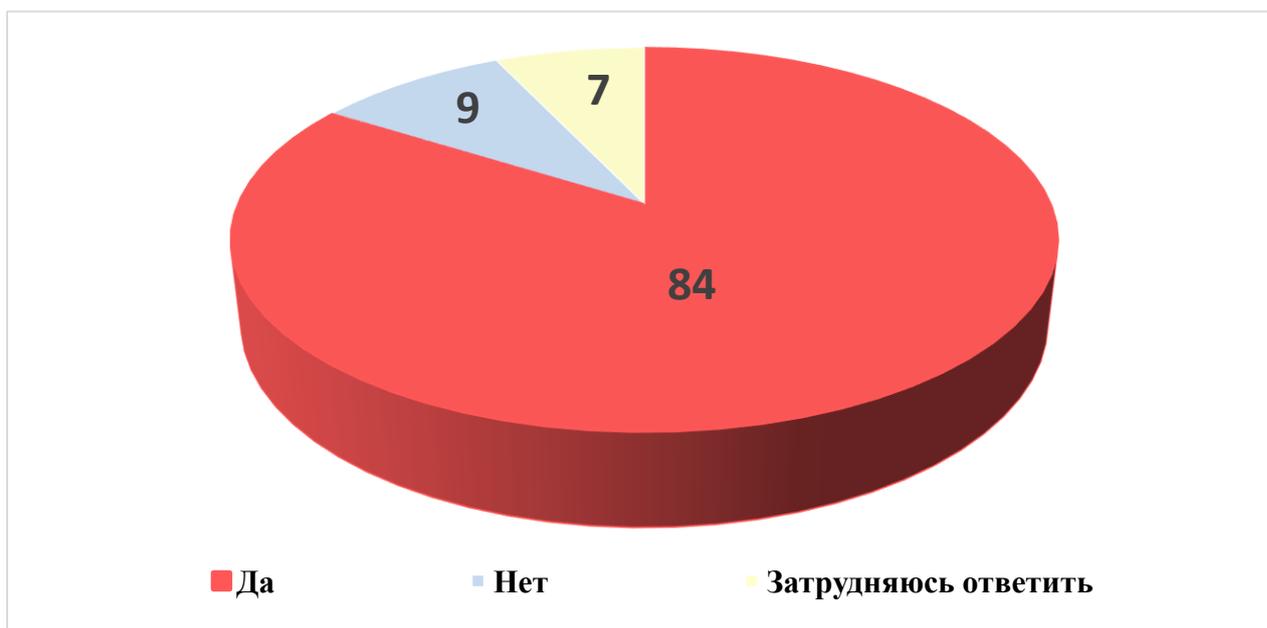
По результатам опроса качество и уровень обслуживания в магазинах и организациях на территории Новгородской области 81 % респондентов оценили, как средний; а 12 % опрошенных отметили, как высокий, что говорит о *стабильности потребительского настроения в регионе на текущий момент*. Только 5 % из общего числа участников опроса оценили качество

и уровень обслуживания в организациях нашего региона неудовлетворительно. Затруднились с оценкой 2 % респондентов, что в пределах статистической погрешности.

Для потребителя решающим фактором конкурентоспособности становится качество, в сравнении с другими аспектами, как например, сроки поставок, цена продукта или услуги и сервисное сопровождение. Это связано с тем, что избыток предложения позволяет потребителям выбирать конкретную продукцию из множества аналогов на рынке, что значительно повышает конкуренцию среди производителей.

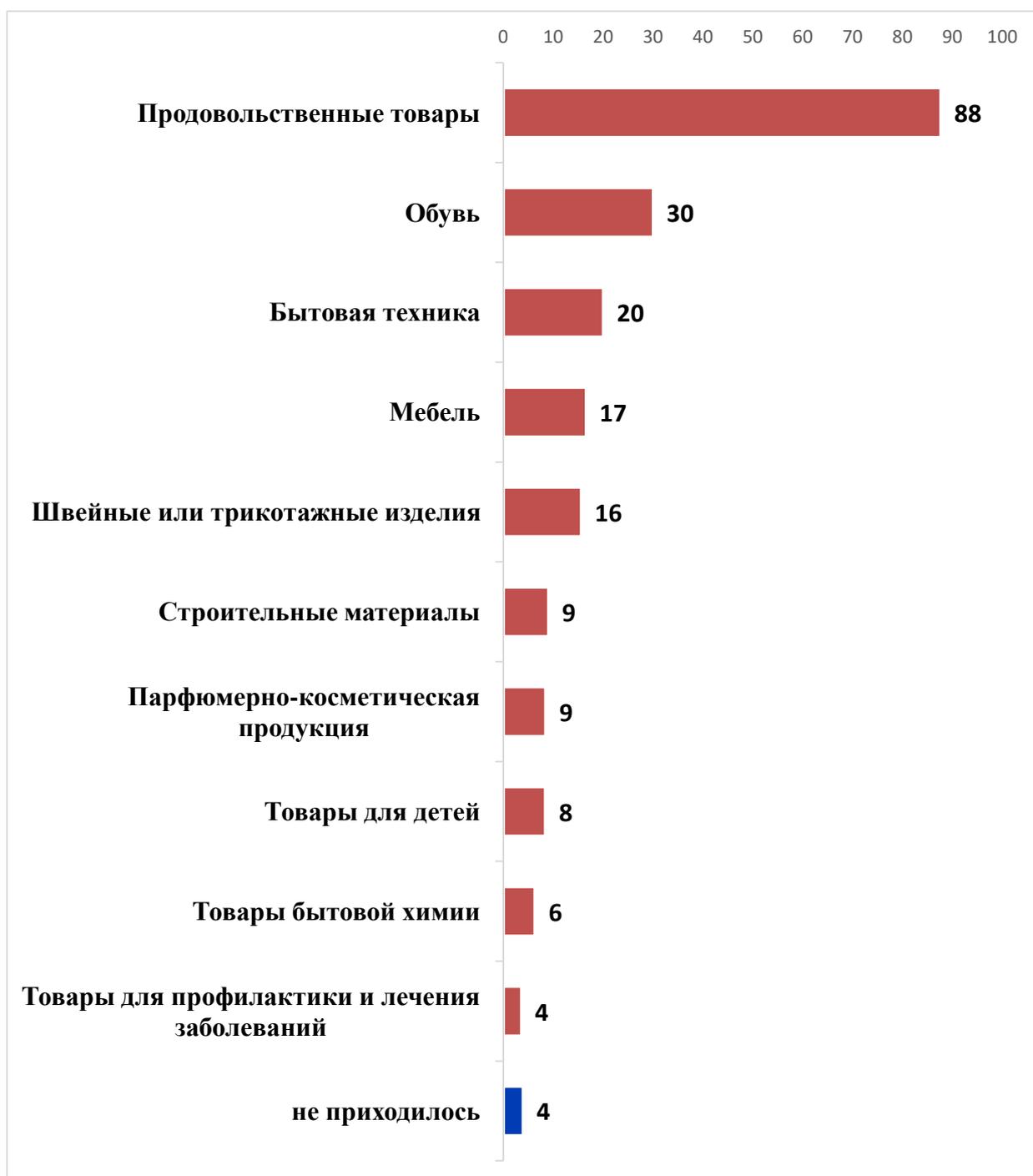
По данным исследования **84 % из общего количества опрошенных имеют негативный опыт приобретения некачественных товаров**; всего 9 % респондентов не сталкивались с подобным; а ещё 7 % - отказались отвечать на данный вопрос.

**Приходилось ли Вам (членам Вашей семьи) приобретать некачественные товары на территории Новгородской области? (%)**



*Из числа опрошенных с негативным опытом приобретения некачественных товаров стали 88 % респондентов, которые чаще всего приобретали некачественные продовольственные товары в магазинах Новгородской области.*

В рейтинге некачественных товаров на втором месте респонденты отметили некачественную обувь (30 %), на третьем – некачественную бытовую технику (20 %). С разницей в 1 процентный балл на четвертом и пятом месте: некачественная мебель и швейные трикотажные изделия (17 % и 16 % соответственно). До 10 % респондентов отмечали практику приобретения некачественных: строительных материалов и парфюмерно-

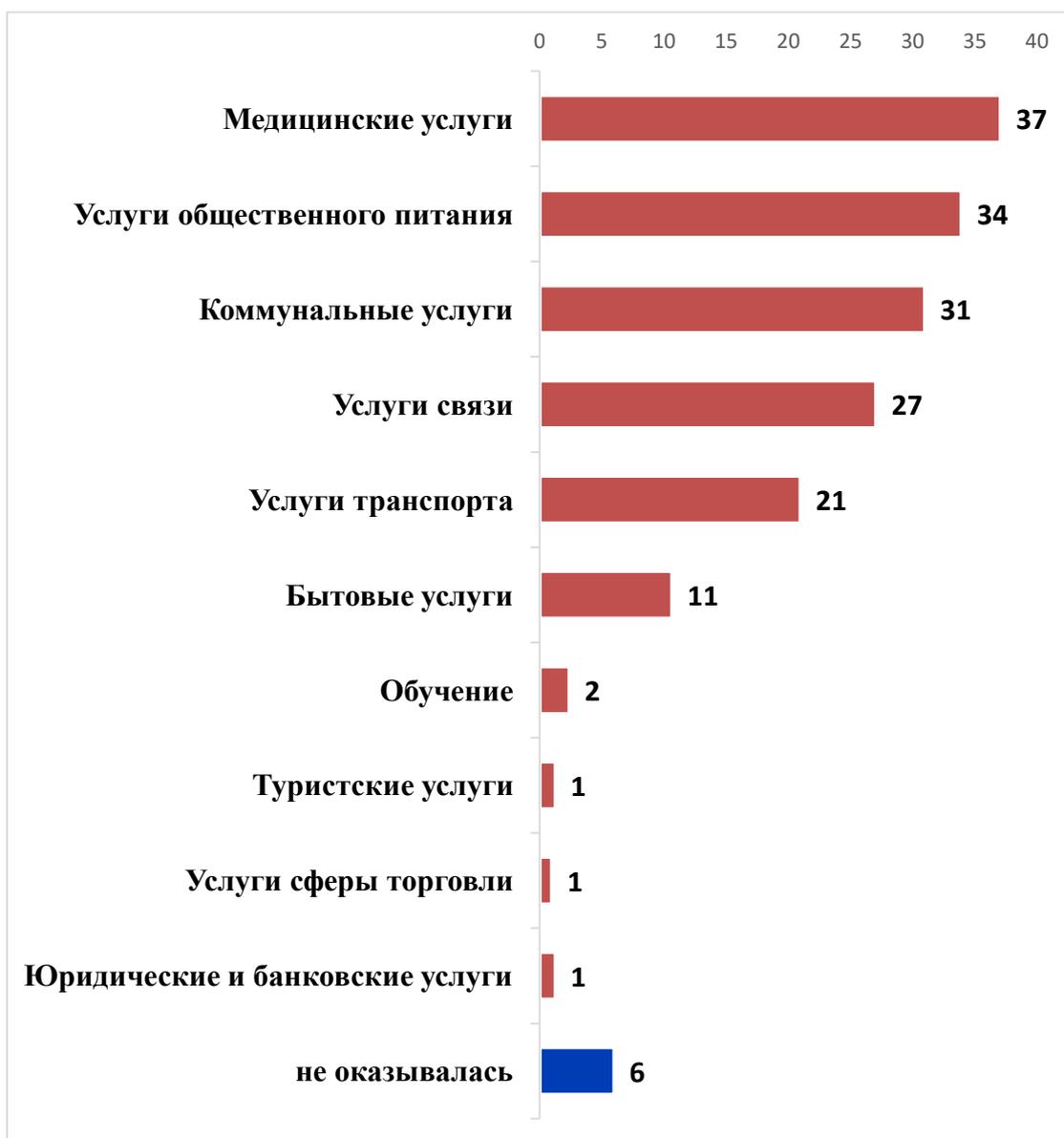


косметической продукции (по 9 %), товаров для детей (8 %), товаров бытовой химии (6 %), а также товаров для профилактики и лечения заболеваний (4 %).

Только 4 % опрошенных никогда не приобретали некачественные товары на территории Новгородской области.

**Если да, то какие в большей степени? (%)**

**Была ли оказана Вам (членам Вашей семьи) некачественная услуга на территории Новгородской области, если да, то в какой сфере? (%)**



*На территории Новгородской области некачественные услуги оказывались респондентам чаще в сфере медицины (37 %); каждый третий участник опроса остался недоволен услугами общественного питания (34 %);*

31 % респондентов отметили некачественными коммунальные услуги, 27 % опрошенных - услуги связи, каждый пятый (21 %) отметил услуги транспорта, а каждый десятый (11 %) – бытовые услуги.

Только шести процентам респондентов не оказывались некачественные услуги на территории Новгородской области.

**В случае приобретения некачественных товаров или оказания некачественных услуг Вы отстаивали свои права? (%)**



*В случае приобретения некачественных товаров 66 % респондентов самостоятельно договаривались и находили компромисс, а 6 % опрошенных обращались в организации по защите прав потребителей. При этом 28 % участников опроса обычно отказывались отстаивать свои права потребителя, возможно имея отрицательный результат решения проблемы.*

**Если Вы обращались за защитой своих прав, как потребитель, то укажите куда: (%)**



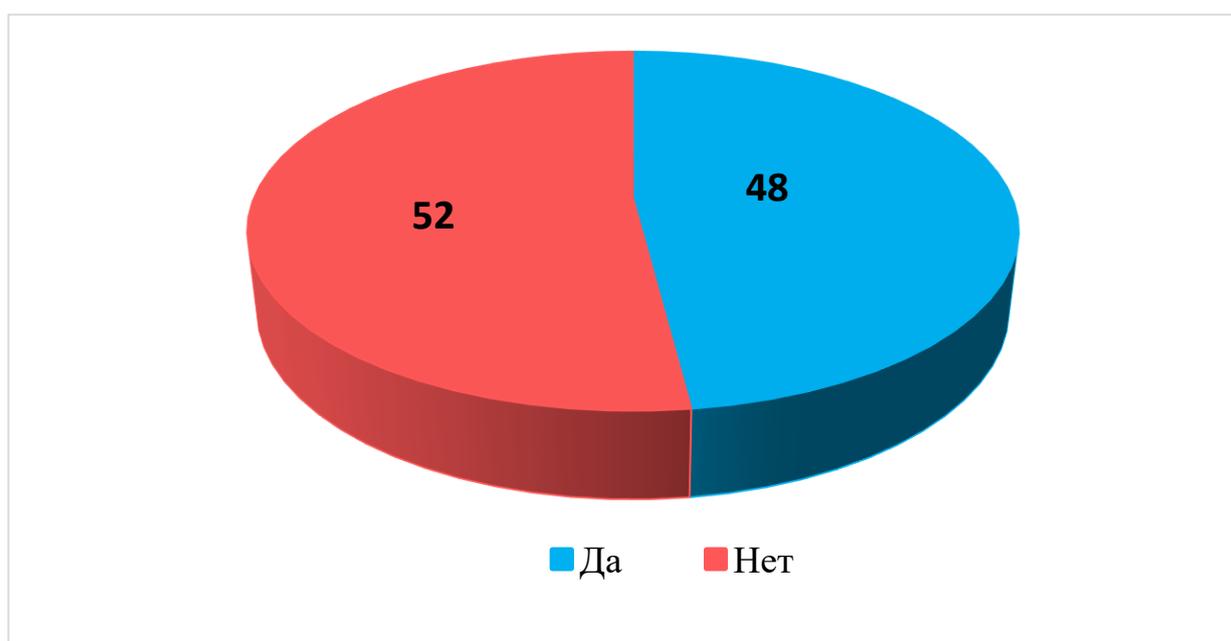
*26 % участников опроса обращались за защитой своих прав в Роспотребнадзор, 18 % респондентов – в общественные организации по защите прав потребителей; еще 16 % опрошенных обращались за защитой прав в органы местного самоуправления, а 6 % - органы исполнительной власти. Еще 9 % потребителей, участвующих в данном опросе, обращались в прокуратуру, а 5 % подавали заявление о нарушении прав потребителей в органы судебной власти, а 2 % - Федеральную антимонопольную службу.*

**Результат Ваших действий:**



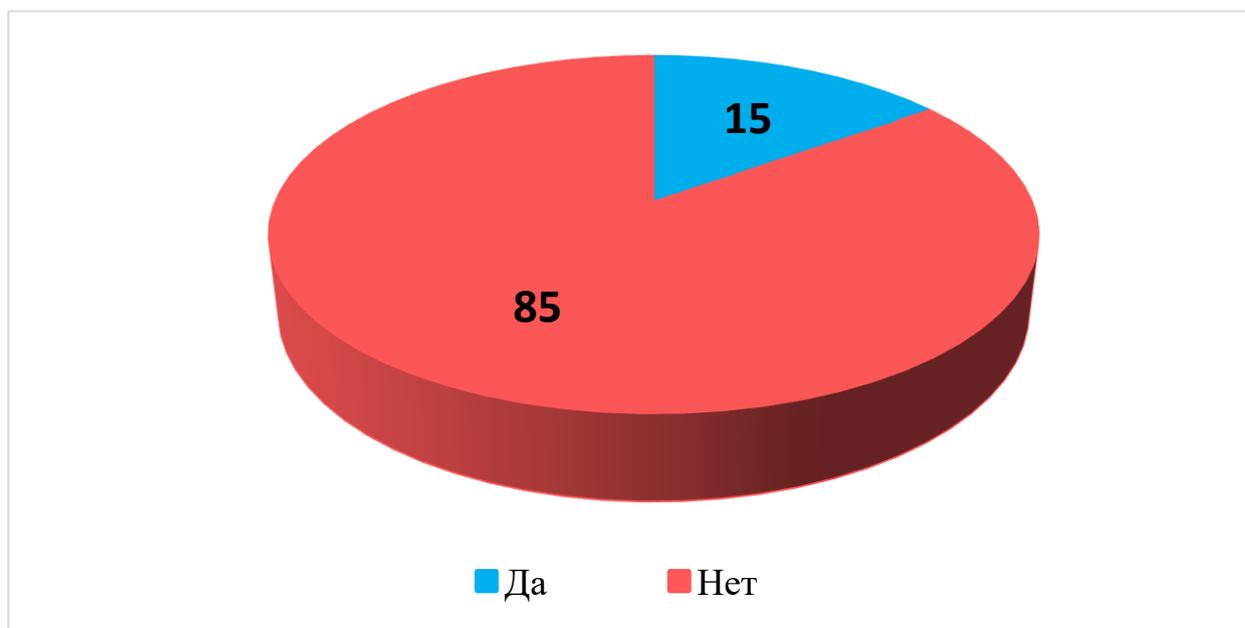
По результатам обращений по защите прав потребителей *требования были удовлетворены полностью по каждому второму обращению потребителей (48 %)*; требования были удовлетворены частично по каждому третьему обращению (31 %), и только каждое пятое обращение (21 %) не было удовлетворено.

**Пользовались ли Вы информацией для потребителей, размещенной на информационных стендах в магазинах и в организациях Новгородской области? (%)**



*Информацией для потребителей, размещённой на информационных стендах в магазинах и в организациях Новгородской области пользуются обычно порядка половины опрошенных (48 %).*

### Требовали ли Вы книгу жалоб? (%)



*При нарушении прав потребителей требовали жалобную книгу только 15 % опрошенных.*

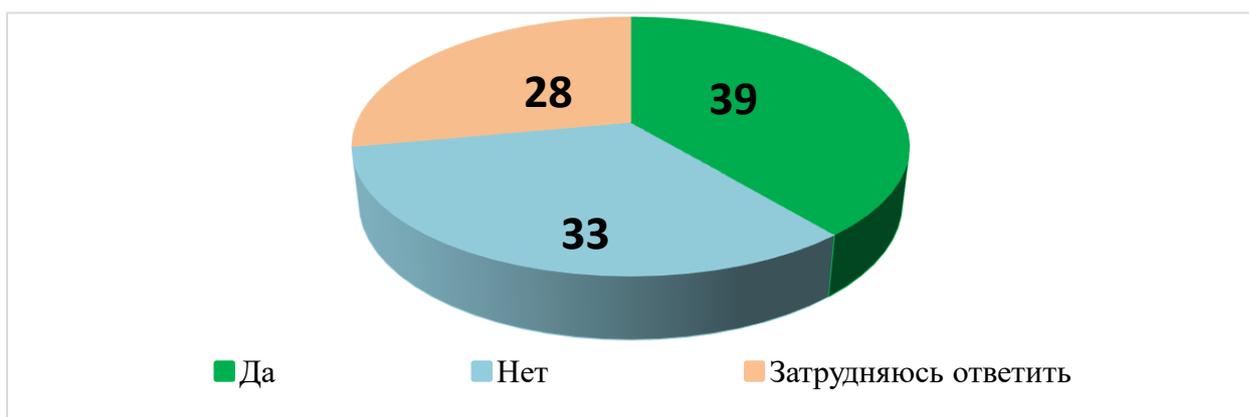
### Как бы Вы оценили действия продавцов и менеджеров новгородских организаций при предъявлении претензии на некачественные товары или услуги? (%)



Из числа опрошенных с негативным опытом приобретения некачественных товаров или получении некачественной услуги и вследствие

чего – предъявление претензии, **36 % респондентов оценили действия продавцов и менеджеров новгородских организаций, как профессиональные**, ещё такое же количество участников опроса высказать оценку. При этом 28 % опрошенных отметили непрофессиональные действия работников сферы торговли и услуг в подобных ситуациях.

**Достаточно ли информации публикуется в СМИ и иных источниках о правах потребителей, (%):**

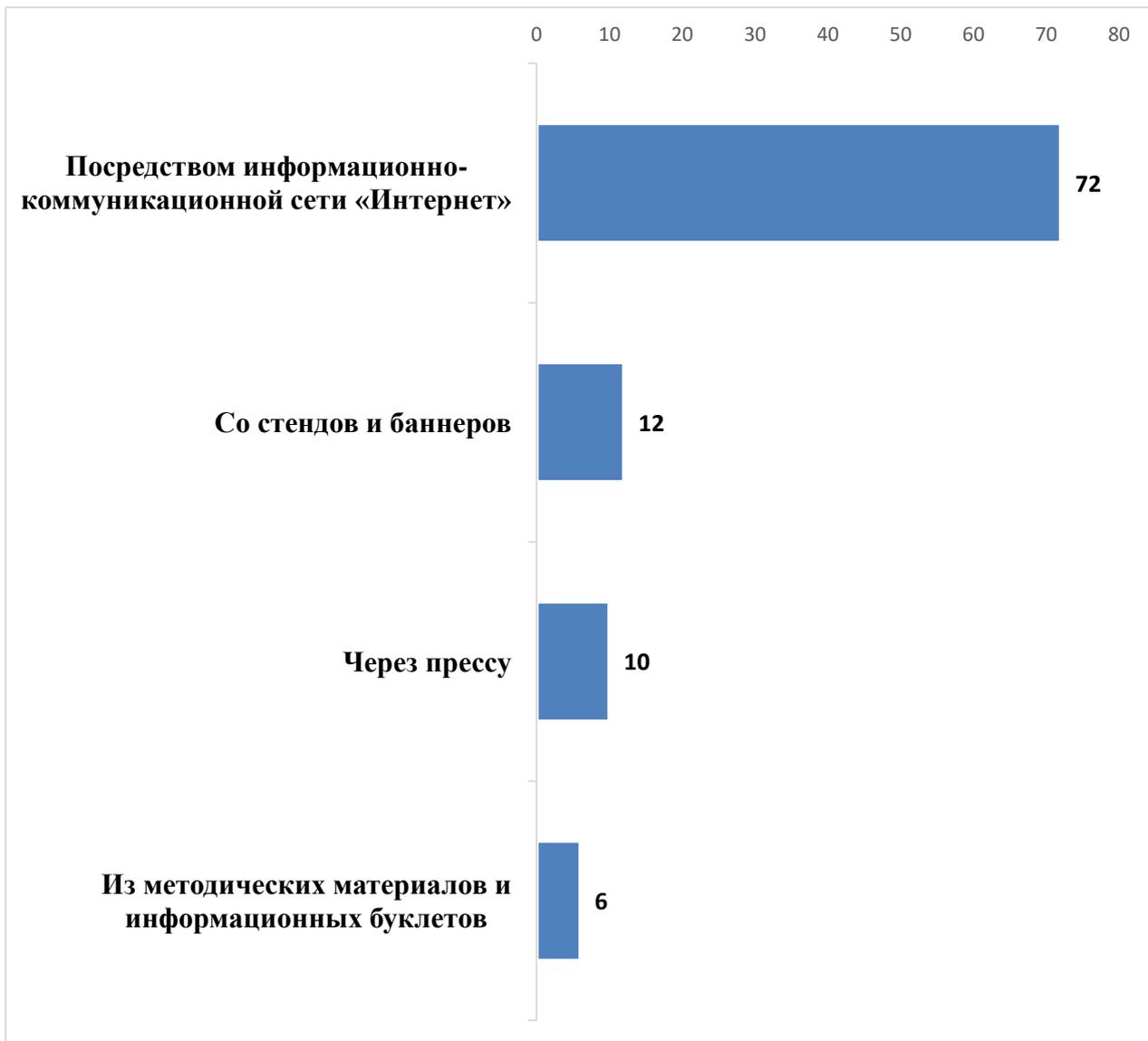


**По мнению 39 % опрошенных информации, которая публикуется в СМИ и других источниках о правах потребителей, - достаточно;** каждый третий респондент высказался о недостаточном количестве информации; ещё 28 % участников опроса не смогли ответить на данный вопрос.

**В целях повышения потребительской грамотности для 72 % опрошенных удобней получать информацию по вопросам потребительского законодательства посредством информационно-коммуникационной сети «Интернет».**

В 6-7 раз реже респондентами были заявлены пресса (10 %), а также стенды и баннеры (12 %). Методические материалы и информационные буклеты пользуются популярностью только у 6 % потребителей, участвующих в опросе.

**В целях повышения потребительской грамотности, каким образом Вам было бы удобней получать информацию по вопросам потребительского законодательства? (%)**



**Какие меры, по Вашему мнению, можно применить для повышения качества товаров и услуг, предоставляемых организациями в Новгородской области?**

Данный вопрос был предложен в открытой форме. Чаще респонденты затруднялись ответить на вопрос.

Наиболее популярные ответы:

1. Усилить контроль за сырьём и производством;
2. Снижение цен на товары первой необходимости;
3. Разнообразие продуктов питания;
4. Чаще проводить проверки;
5. Проверка качества;
6. Проверять правила хранения и доставки продуктов в супермаркеты;
7. Улучшение качества исходного сырья и материалов;
8. Усовершенствование технологии производства;
9. Делать инвестиции в новые технологии;
10. Повышение квалификации кадров;
11. Организовать обучение сотрудников;
12. Серьёзно относиться к производимой продукции;
13. Поощрять организации за качество предоставляемых услуг;
14. Корректность, внимательность, добросовестность;
15. Установить стандарты по качеству не пищевой продукции;
16. Научить продавцов хотя бы улыбаться;
17. Повысить благосостояние граждан, чтобы они имели возможность приобретать товары и услуги выше эконом-сегмента, в котором больше вероятность получить товар и услугу ненадлежащего качества.