



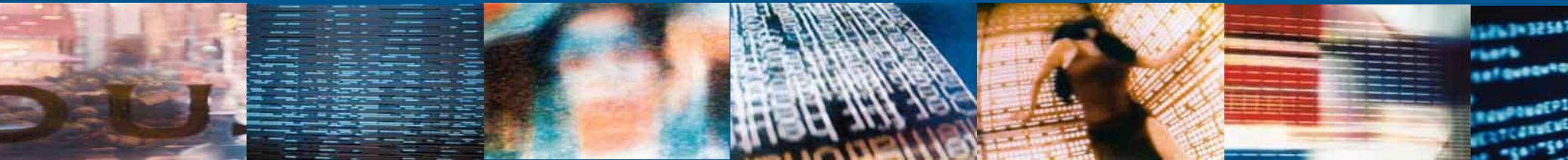
Проект фінансується
Європейським Союзом

СПІЛЬНОТА СПОЖИВАЧІВ ТА ГРОМАДСЬКІ ОБ'ЄДНАННЯ

Спільний проект ПРООН та Європейського Союзу

Загальнонаціональне опитування

**«Права споживачів та рівень інформованості громадян
України про те, як ними користуватися»**



ОМНІБУС

Травень, 2007

Содержание

	№ Слайдов
Методология	3
География	4
Общая информация	5
Выводы	6-12
1. Покупка товаров повседневного спроса	13-15
2. Информация о товарах повседневного спроса	16-19
3. Качество товаров повседневного спроса	20-26
Дополнение	27-38

МЕТОДОЛОГИЯ

Охват:

- величина города
 село
 город до 50 тыс.
 город 51 – 100 тыс.
 город 101 – 500 тыс.
 город 500 тыс. +
- регион Киев
 Северный
 Западный
 Центральный
 Южный
 Восточный

Структура Выборки:

- Выборка репрезентативна по полу, возрасту, по региону и по размеру населенного пункта

Целевая Группа:

- Мужчины / женщины
- Возраст 15-59

Метод проведения:

- интервью - «лицом-к-лицу» на дому у респондента
- случайный маршрутный отбор

Обработка данных:

- SPSS
- Excel
- Power Point

Контроль:

- личный и телефонный контроль

ГЕОГРАФИЯ

Западный регион

- Волинская
- Закарпатская
- Ивано-Франковская
- Львовская
- Ровенская
- Тернопольская
- Хмельницкая
- Черновицкая

Северный регион

- Житомирская
- Киевская
- Сумская
- Черниговская

Центральный регион

- Винницкая
- Кировоградская
- Полтавская
- Черкасская

Южный регион

- Крым
- Николаевская
- Одесская
- Херсонская

Восточный регион

- Днепропетровская
- Донецкая
- Запорожская
- Луганская
- Харьковская

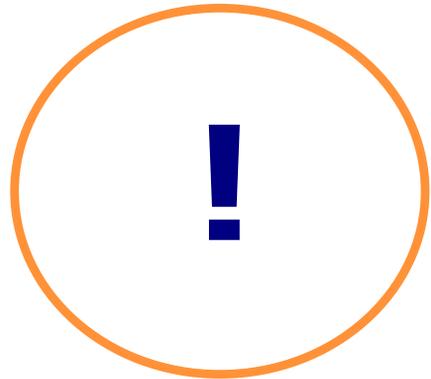


ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Исследование на тему «Права потребителей и уровень информированности населения Украины о том, как их следует использовать» проводилось среди населения Украины в рамках Омнибусного проекта.

БАЗЫ:

В ЦЕЛОМ		1000
ПОЛ	Мужчины	484
	Женщины	516
ВОЗРАСТ	15-19 лет	128
	20-29 лет	231
	30-39 лет	220
	40-49 лет	244
	50-59 лет	177
РЕГИОН	Киев	60
	Северный	115
	Западный	224
	Центральный	117
	Южный	154
	Восточный	330
ТИП НАСЕЛЕННОГО ПУНКТА	Село	295
	Город до 50 тыс.	224
	Город 51-100 тыс.	79
	Город 101-500 тыс.	184
	Город 500 тыс. +	218



ВЫВОДЫ

Ключевые выводы

- ✓ За покупку товаров повседневного спроса (ТПС) отвечают преимущественно женщины; 54% мужчин ответили, что за покупку ТПС отвечают «другой / другие члены семьи», и только 10% - «я лично».
- ✓ Наиболее значимым фактором, по которому украинские потребители определяют уровень качества товаров, является срок годности – на него указывают 70% респондентов. Второй по важности является группа из 2 факторов, которые выбрали около половины респондентов – цена (50%) и личный опыт потребления марки/товара (46%).
- ✓ Среди значимых факторов, по которым потребители определяют уровень качества, отсутствуют факторы, связанные с информацией о товарах/марках, полученной из СМИ, из рекламы, от производителя (на них указывают не больше, чем 5% респондентов)
- ✓ Только около 30% потребителей определяют уровень качества, оценивая состав товаров и делая визуальную оценку внешнего вида товара.
- ✓ 46% украинских потребителей считает, что у них в целом достаточно информации о качестве товаров, и 54% считает, что такой информации им недостаточно. Таким образом, осознание потребности в новой (дополнительной) информации о качестве товаров присуще приблизительно половине населения страны

Ключевые выводы

- ✓ В наибольшей степени потребители испытывают потребность в полной информации о составе товара (половина опрошенных - 49%).
- ✓ Несколько менее востребованными, но также необходимыми для приблизительно 1/3 потребителей являются такие виды информации (по убыванию интереса от 39% до 28%):
 - ✓ Как можно отличить качественный товар от подделки
 - ✓ Отзывы обычных потребителей, которые пользовались товаром
 - ✓ Сертификаты качества, выданные специальными контролирующими органами
 - ✓ Результаты тестирования уровня качества товаров потребительскими организациями
 - ✓ Заключение о качестве товаров от независимых экспертов
 - ✓ Информация об уровне безопасности составляющих товаров
- ✓ Информацию о качестве ТПС потребители хотят получать, в первую очередь, на упаковке самих товаров (72% респондентов выделили данный источник информации как желательный). Другими важными источниками информации о качестве ТПС, согласно респондентам, должны быть друзья/знакомые (35%) и продавцы (30%). Затем идут информация из ТВ-передачи (28%) и информация от независимых потребительских организаций (26%)

Ключевые выводы

- ✓ Чаще всего с покупкой некачественных товаров украинские потребители сталкиваются при покупке продуктов питания – с этой проблемой за последние 6 месяцев столкнулось 53% респондентов
 - ✓ 28% респондентов за 6 месяцев сталкивалось с покупкой некачественной обуви
 - ✓ 19% респондентов – с покупкой некачественной одежды
 - ✓ При покупке других ТПС с некачественными товарами украинские потребители сталкиваются реже
- ✓ При покупке некачественных товаров больше тех людей, которые в конечном счете занимают пассивную позицию:
 - ✓ 20% респондентов говорят о том, что они почти всегда в таких ситуациях занимают активную позицию, защищая свои права и стараясь решить возникшую проблему на разных уровнях - вплоть до директора магазина и общества защиты прав потребителей
 - ✓ Больше половины респондентов (58%) занимают полуактивную позицию, пытаются сдать некачественный товар в место его покупки, но в случае неудачи решения вопроса на уровне продавца, оставляют проблему нерешенной
 - ✓ При этом 54% почти всегда или время от времени сразу занимают при встрече с некачественными товарами пассивную позицию - они не предпринимают каких-либо шагов, чтобы вернуть деньги или заменить купленный товар на качественный
- ✓ Активная позиция в ситуациях покупки некачественных товаров более выражена у женщин, чем у мужчин, и наиболее выражена у потребителей 30-39 лет

Ключевые выводы

- ✓ К числу ключевых факторов/барьеров, которые препятствуют потребителям занять активную позицию защиты своих прав, относятся такие установки:
 - ✓ 49% респондентов убеждены в том, что процесс защиты потребительских прав всегда сопряжен со скандалом, получением негативных эмоций
 - ✓ И 36% потребителей в равной степени предполагают, что
 - ✓ В нашей стране невозможно эффективно защитить свои потребительские права
 - ✓ И что продавцы всегда препятствуют тому, чтобы вернуть деньги
- ✓ Достаточно низкий процент потребителей ссылаются на разные аспекты, связанные с незнанием своих потребительских прав (от 9 до 15%)
- ✓ И большинство потребителей не видит проблем в том, чтобы потратить время на возврат товара даже в магазины, в которые им надо добираться

Ключевые выводы

- ✓ **При оценке ситуаций покупки некачественных ТПС и поведения потребителей в этих ситуациях, опрошенная аудитория в большей мере согласилась с тем, что при защите своих потребительских прав необходимо занимать более активную позицию:**
 - ✓ 93% респондентов согласны с тем, что защищать свои права необходимо для того, «чтобы продавцы несли ответственность за то, что продают, а производители – за то, что производят»
 - ✓ 92% респондентов согласны с тем, что «очень важно самому научиться защищать свои потребительские права, поскольку это вопрос уважения к себе»; люди хотят «чувствовать себя Человеком, а не тем, кого обманывают, делают дураком».
 - ✓ Для того, чтобы защитить свои права, «важно быть активным и последовательным» (с этим согласились 93% респондентов), а также «не мириться с нарушениями, а проявлять активность и самому постараться защитить свои права» (90%)
 - ✓ 84% опрошенной аудитории согласны с тем, что уберечь себя и свою семью от покупки некачественного товара можно, «если внимательно изучать информацию на упаковке товара в месте его покупки (срок годности и пр.)
 - ✓ в то же время, 38% респондентов не согласны с тем, что «проблему с некачественным товаром решить не так сложно, нужно просто быть уверенным в своей правоте и вернуть некачественный товар»

Ключевые выводы

- ✓ **Занять скорее пассивную позицию (по отношению к ситуациям покупки некачественного товара) респондентов вынуждают нежелание участвовать в конфликте и уверенность в том, что защитить свои права «почти невозможно»:**
 - ✓ 86% респондентов согласны с тем, что «защита своих прав – это в любом случае скандал, который портит здоровье и настроение»;
 - ✓ 64% респондентов не хотят участвовать в конфликтных ситуациях («я – человек спокойный; мне лишние конфликты – даже если я купил некачественный товар – не нужны»)
 - ✓ 73% опрошенной аудитории уверены, что «в нашей стране сейчас почти невозможно защитить свои права, когда сталкиваешься с некачественным товаром»;
 - ✓ 60% респондентов согласны с тем, что «отстаивать свои права в магазине, на рынке нет смысла: продавцы всеми правдами и неправдами все равно помешают возвращению денег или обмену товара»
 - ✓ 62% респондентов не хотят «тратить свои силы и время, что-то доказывая в магазине, потому что это все равно ни к чему хорошему не приведет».

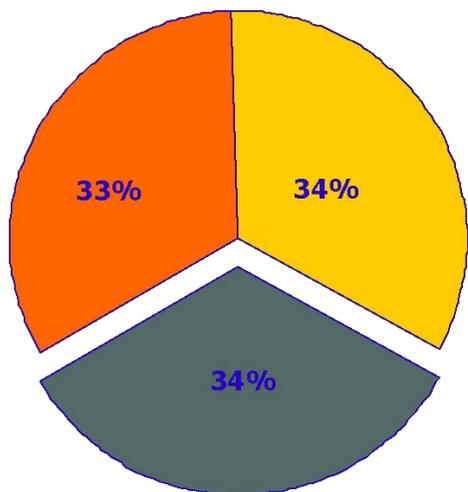
1

Покупка товарів повсякденного спроса

Покупка:

принятие решения о покупке товаров повседневного спроса

S1. Скажите, пожалуйста, кто в вашей семье отвечает за покупку товаров повседневного спроса, т.е. продуктов питания, бытовой химии, предметов личной гигиены и т.п?



- Я лично
- Я совместно с другими членами семьи
- Другой/другие члены семьи

База:

Категория	Я лично	Я совместно с другими членами семьи	Другой/другие члены семьи	База
Всего	33%	34%	34%	1000
Мужской	10%	36%	54%	485
Женский	54%	31%	15%	515
15-19 лет	3%	33%	64%	126
20-29 лет	26%	36%	38%	234
30-39 лет	35%	38%	28%	220
40-49 лет	48%	29%	23%	242
50-59 лет	39%	32%	29%	178
Киев	30%	31%	39%	60
Северный	36%	25%	39%	115
Западный	28%	38%	33%	224
Центральный	41%	23%	36%	117
Южный	26%	47%	27%	154
Восточный	36%	31%	34%	330
Село	27%	40%	33%	295
Город до 50 тыс.	39%	28%	34%	224
Город 51-100 тыс.	38%	39%	23%	80
Город 101-500 тыс	32%	34%	34%	183
Город более 500 тыс	35%	28%	38%	218
Высокий	27%	25%	48%	72
Выше среднего	32%	35%	33%	303
Средний	31%	34%	35%	503
Ниже среднего	50%	25%	26%	80
Низкий	42%	40%	18%	43

База: N=1000

Покупка:

критерии определения уровня качества товаров повседневного спроса

S2. Скажите, пожалуйста, по каким параметрам, критериям вы определяете уровень качества товаров повседневного спроса в первую очередь? Пожалуйста, выберите не более четырех параметров.



* Отсортировано по Топалу

2

Інформація о товарах повсякденного спроса

Інформація:

уровень інформированности о качестве товаров повседневного спроса

S3. Насколько сейчас у вас достаточно информации о качестве товаров повседневного спроса, которые вы покупаете?



- Информации достаточно в полной мере
- Информации скорее достаточно, чем нет
- Информации скорее недостаточно, чем достаточно
- Информации абсолютно не хватает

Інформація:

потреба в інформації о качестве товаров повседневного спроса

S4. Какую информацию о качестве товаров повседневного спроса вы бы хотели получить в первую очередь? Пожалуйста, выберите не более четырех вариантов.



* Отсортировано по Топалу

Информация:

оптимальные источники информации о качестве товаров повседневного спроса

S5. Скажите, пожалуйста, из каких источников вы бы хотели получать информацию о качестве товаров повседневного спроса в первую очередь? Пожалуйста, выберите не более четырех параметров.



* Отсортировано по Топалу

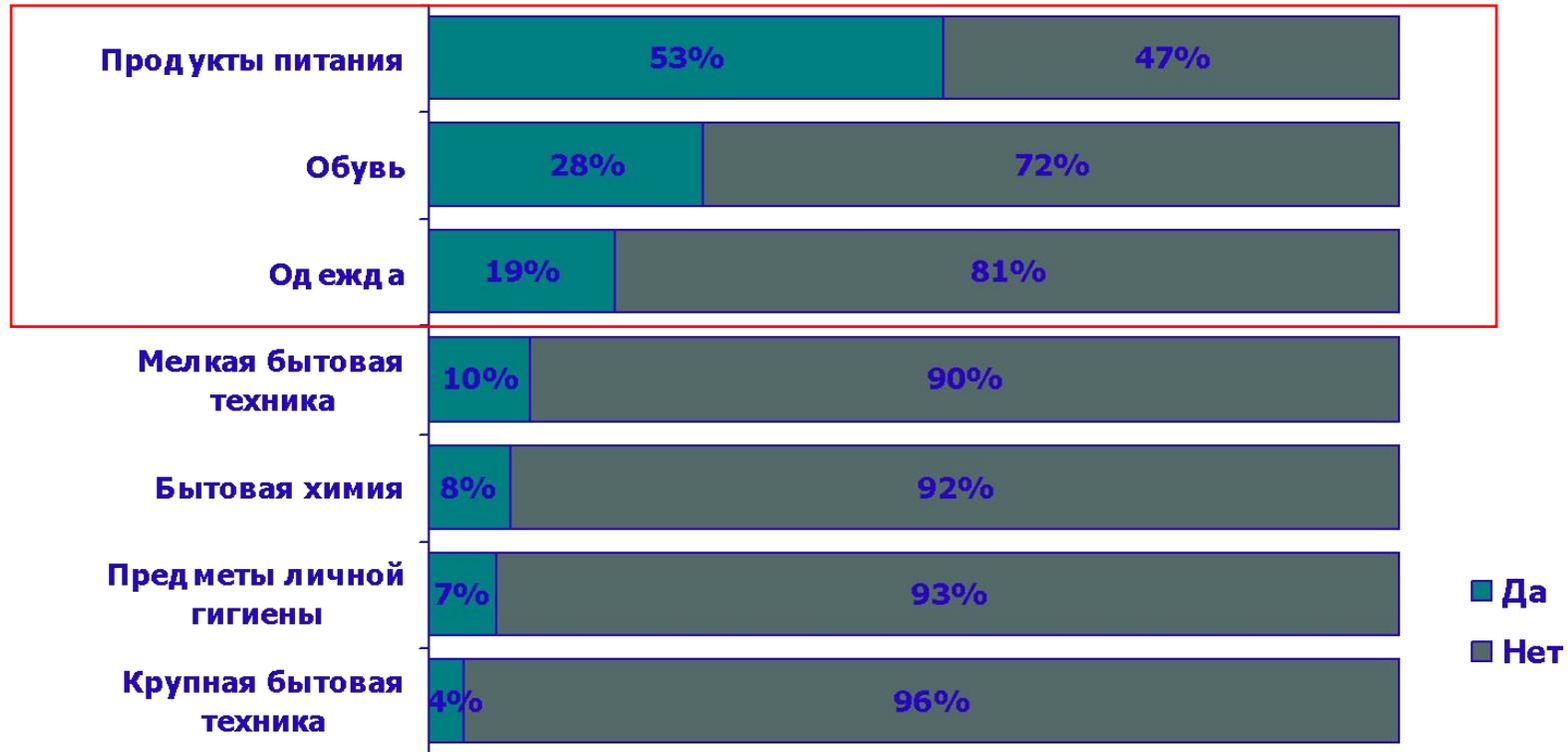
3

Качество товаров повседневного спроса

Качество товаров:

личный опыт покупки некачественных товаров повседневного спроса

С6. Сталкивались ли вы за последние полгода (шесть месяцев) с покупкой некачественных товаров в таких категориях как...?



Качество товаров: поведение при покупке некачественного товара

S7. Оцените, как часто вы придерживаетесь каждой из описанных ниже позиций в случаях, когда вы сталкиваетесь с некачественными товарами повседневного спроса?

При покупке некачественного товара я не предпринимаю каких-либо шагов, чтобы вернуть деньги за этот товар или обменять его на качественный



При покупке некачественного товара я стараюсь вернуть его в торговую точку и решить вопрос на уровне продавца. Если не удастся доказать свою правоту на уровне продавца, я уйду ни с чем.



Если я купил некачественный товар, стараюсь обязательно обменять его на качественный или вернуть потраченные деньги. Чтобы решить вопрос, могу дойти и до директора, и до Общества защиты прав потребителей.

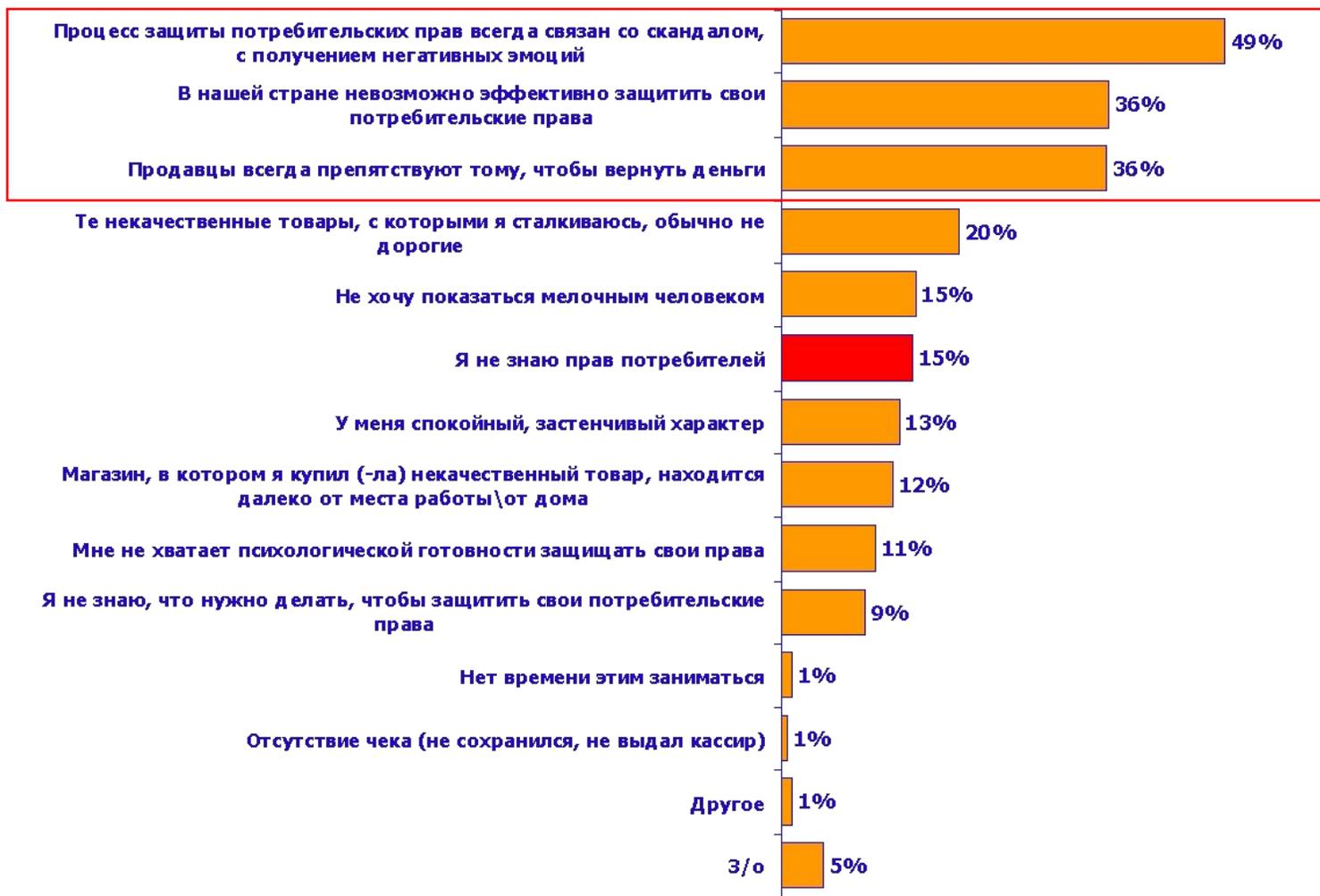


- Практически всегда
- Время от времени
- В крайне редких случаях
- Никогда

Качество товаров:

причины низкой активности при покупке некачественного товара

S8. Почему, когда вы сталкиваетесь с покупкой некачественного товара повседневного спроса, не проявляете / не всегда проявляете активность и не защищаете свои потребительские права? Пожалуйста, выберите не более трех причин такого поведения.



* Отсортировано по Топалу

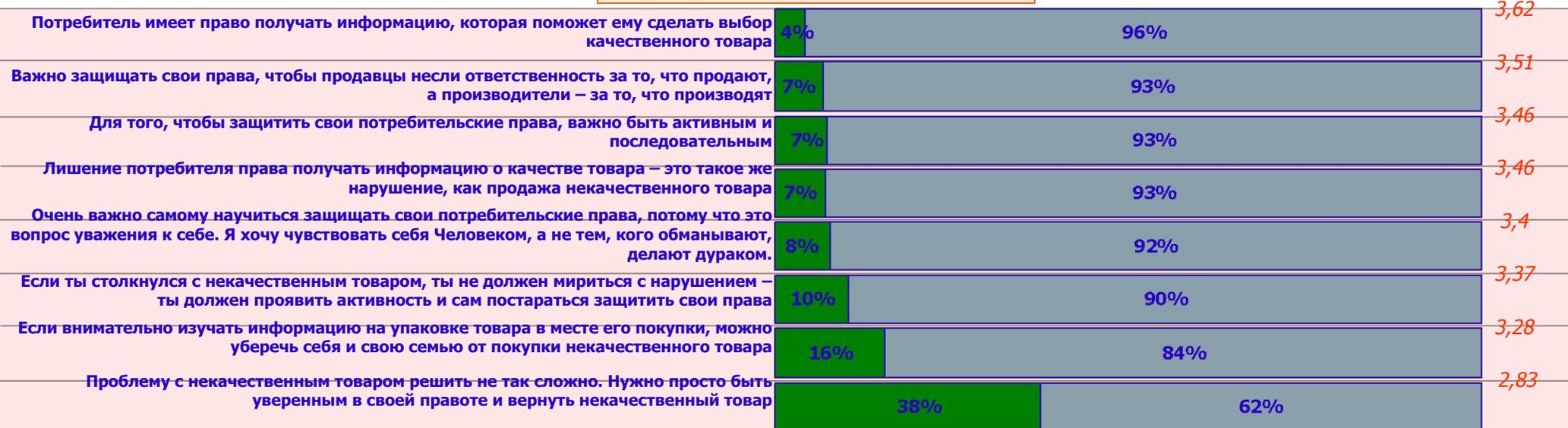
Качество товаров: восприятие ситуаций, связанных с покупкой некачественного товара

S9. Посмотрите, пожалуйста, на карточку со шкалой, и оцените, насколько вы согласны со следующими утверждениями, связанными с покупкой некачественных товаров и поведением потребителей в следующих ситуациях?

4-х балльная шкала, где 1 – полностью не согласен, а 4 – полностью согласен

Среднее

Активная позиция



Пассивная позиция



Bottom 2 (1+2) – НЕ согласен



Top 2 (3+4) – Согласен

* Отсортировано по Средним

Спільнота споживачів та громадські об'єднання

Качество товаров: восприятие ситуаций, связанных с покупкой некачественного товара

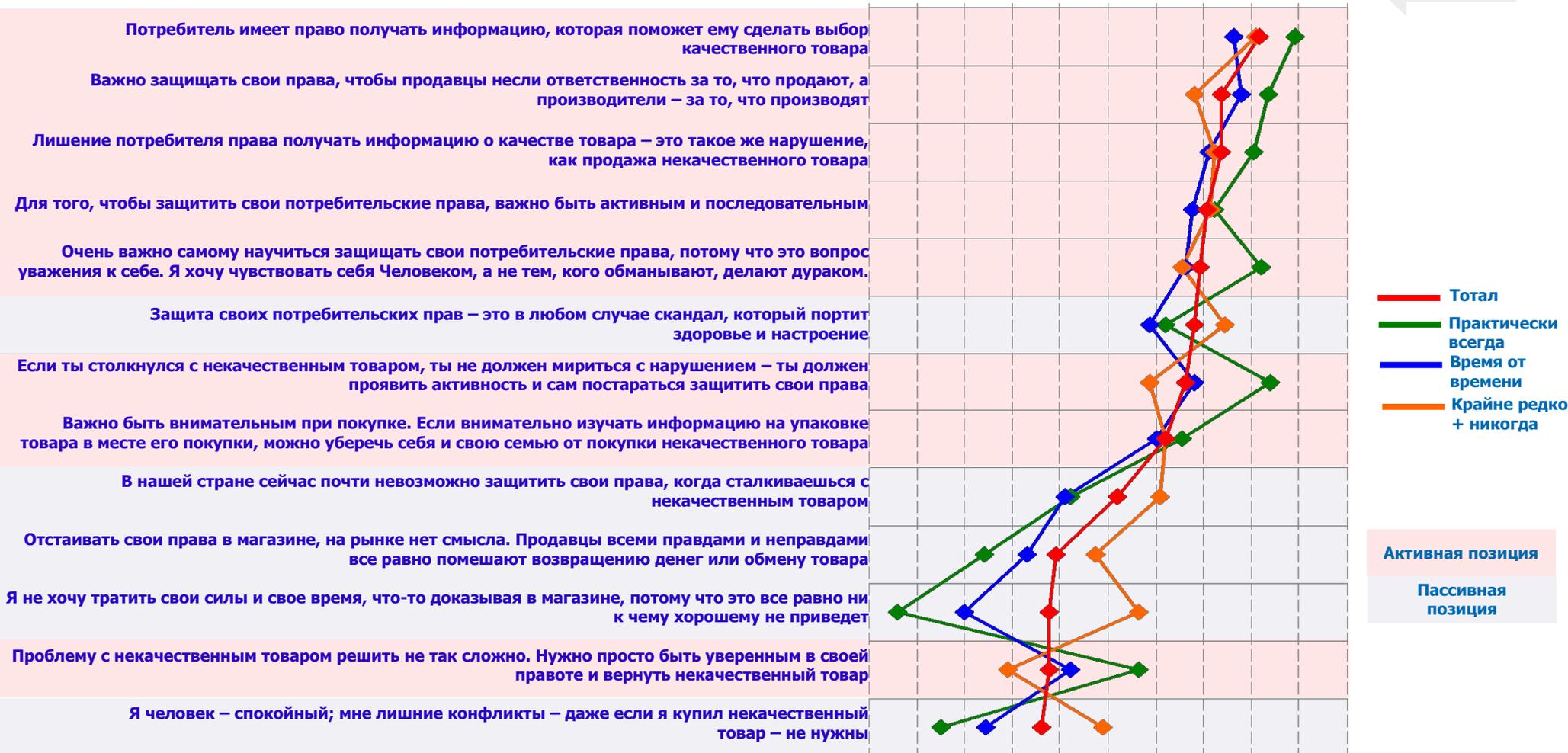
Активная позиция респондентов в вопросе защиты потребительских прав («Если я купил некачественный товар, стараюсь обязательно обменять его на качественный или вернуть потраченные деньги. Чтобы решить вопрос, могу дойти и до директора, и до Общества защиты прав потребителей»).

25

S9. Посмотрите, пожалуйста, на карточку со шкалой, и оцените, насколько вы согласны со следующими утверждениями, связанными с покупкой некачественных товаров и поведением потребителей в следующих ситуациях?

2 2,2 2,4 2,6 2,8 3 3,2 3,4 3,6 3,8 4

← Среднее



— Тотал
— Практически всегда
— Время от времени
— Крайне редко + никогда

Активная позиция
Пассивная позиция

* Отсортировано по Тоталу

База: Тотал N=406, «практически всегда» N=82, «время от времени» N=100, «крайне редко + никогда» N=224

Качество товаров повседневного спроса

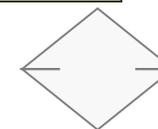
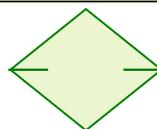
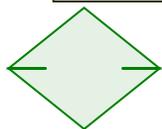
Активная позиция респондентов в вопросе защиты потребительских прав: «Если я купил некачественный товар, стараюсь обязательно обменять его на качественный или вернуть потраченные деньги. Чтобы решить вопрос, могу пойти и до директора, и до Общества защиты прав потребителей».

Группа респондентов, наиболее активных в защите своих потребительских прав («практически всегда» для решения вопроса «могу пойти и до директора, и до Общества защиты прав потребителя»)

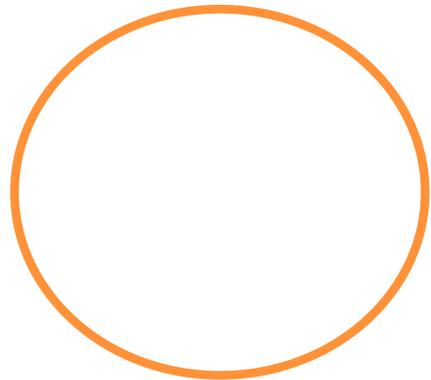
Группа респондентов, проявляющих эпизодическую активность в защите своих потребительских прав («время от времени» для решения вопроса «могу пойти и до директора, и до Общества защиты прав потребителя»)

Группа респондентов, проявляющих низкую активность / не проявляющих активность в защите своих потребительских прав («крайне редко» / «никогда» для решения вопроса «могу пойти и до директора, и до Общества защиты прав потребителя»)

Отличия между группами



<ul style="list-style-type: none"> • Возраст: <ul style="list-style-type: none"> • больше людей в возрасте 30-39 лет • меньше людей в возрасте 20-29 лет 	<ul style="list-style-type: none"> • Возраст: <ul style="list-style-type: none"> • больше людей в возрасте 20-29 лет • меньше людей в возрасте 30-39 лет 	<ul style="list-style-type: none"> • Возраст: <ul style="list-style-type: none"> • больше людей в возрасте 20-29 лет • меньше людей в возрасте 30-39 лет
<ul style="list-style-type: none"> • Регион: <ul style="list-style-type: none"> • меньше людей в Западном регионе 		<ul style="list-style-type: none"> • Регион: <ul style="list-style-type: none"> • больше людей в Западном регионе
<ul style="list-style-type: none"> • Размер населенного пункта: <ul style="list-style-type: none"> • больше людей в населенных пунктах 51-100 тыс. • меньше людей в населенных пунктах до 50 тыс. 		<ul style="list-style-type: none"> • Размер населенного пункта: <ul style="list-style-type: none"> • больше людей в населенных пунктах до 50 тыс. • Размер населенного пункта: меньше людей в населенных пунктах до 51-100 тыс.
<ul style="list-style-type: none"> • Уровень дохода: <ul style="list-style-type: none"> • меньше людей с доходом Выше среднего 	<ul style="list-style-type: none"> • Уровень дохода: <ul style="list-style-type: none"> • больше людей с доходом Выше среднего 	<ul style="list-style-type: none"> • Уровень дохода: <ul style="list-style-type: none"> • меньше людей с доходом Выше среднего



Дополнение

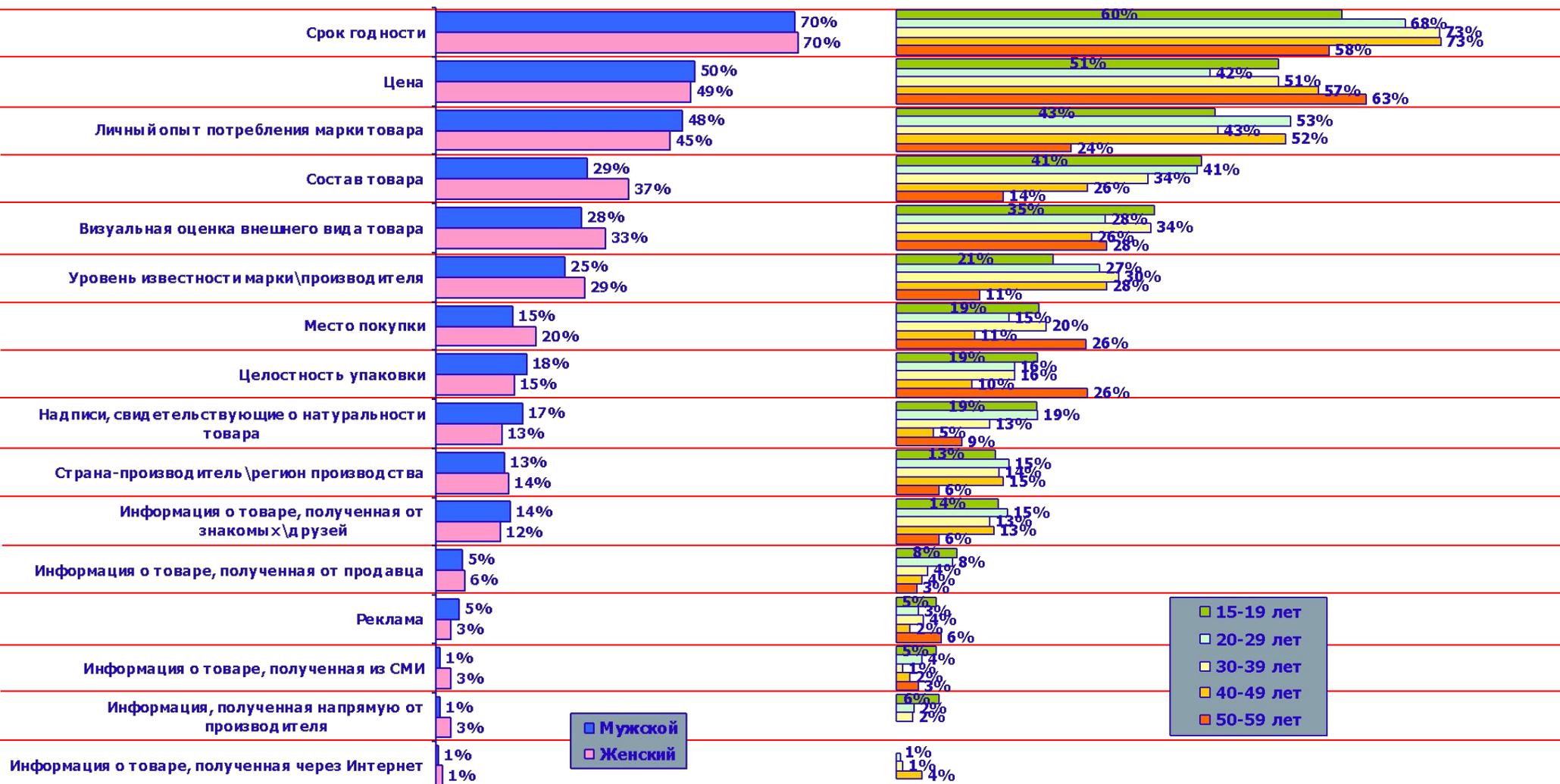
Покупка:

критерии определения уровня качества товаров повседневного спроса

S2. Скажите, пожалуйста, по каким параметрам, критериям вы определяете уровень качества товаров повседневного спроса в первую очередь? Пожалуйста, выберите не более четырех параметров.

* Отсортировано по Тоталу

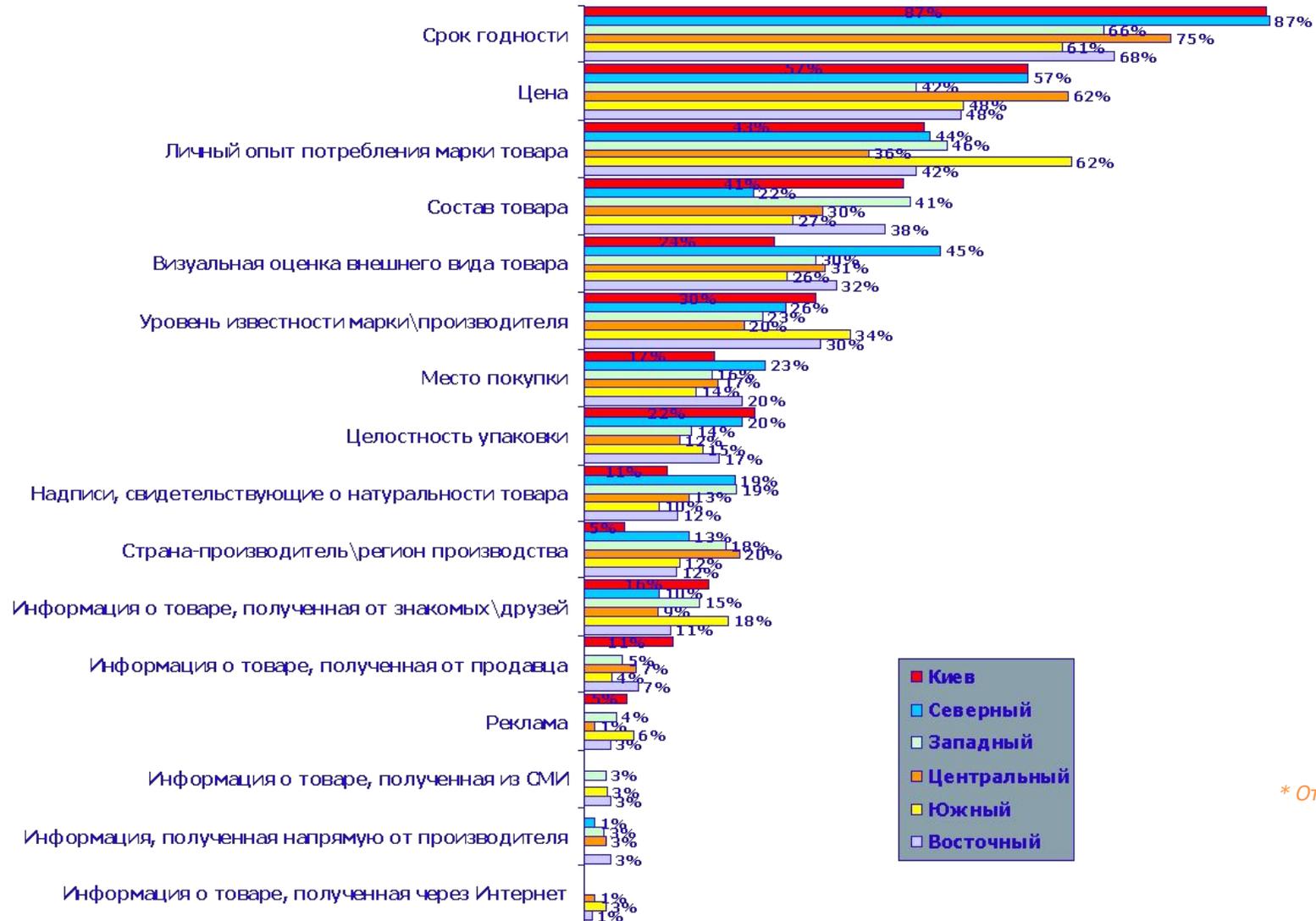
Пол, Возраст



Покупка:

критерии определения уровня качества товаров повседневного спроса

S2. Скажите, пожалуйста, по каким параметрам, критериям вы определяете уровень качества товаров повседневного спроса в первую очередь? Пожалуйста, выберите не более четырех параметров.



* Отсортировано по Тоталу

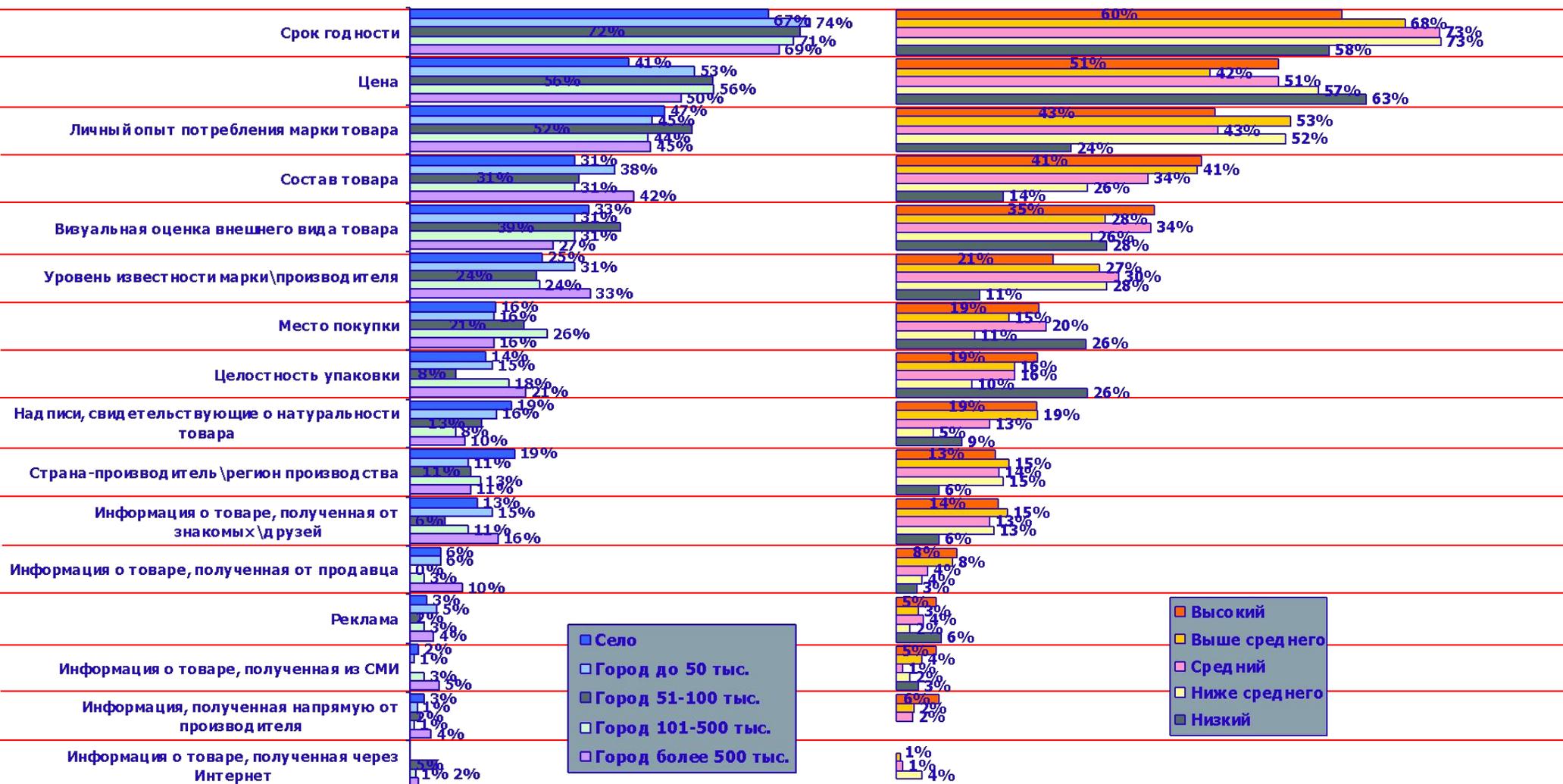
Покупка:

критерии определения уровня качества товаров повседневного спроса

Размер населенного пункта, Доход

* Отсортировано по Тоталу

S2. Скажите, пожалуйста, по каким параметрам, критериям вы определяете уровень качества товаров повседневного спроса в первую очередь? Пожалуйста, выберите не более четырех параметров.



■ Село
■ Город до 50 тыс.
■ Город 51-100 тыс.
■ Город 101-500 тыс.
■ Город более 500 тыс.

■ Высокий
■ Выше среднего
■ Средний
■ Ниже среднего
■ Низкий

База: Село N=197, до 50 тыс. N=149. 51-100 тыс. N=62, 10-500 тыс. N=120, 50 000 + N=136

База: 15-19 лет N=46, 20-29 лет N=145. 30-39 лет N=160, 40-49 лет N=186, 50-59 лет N=126

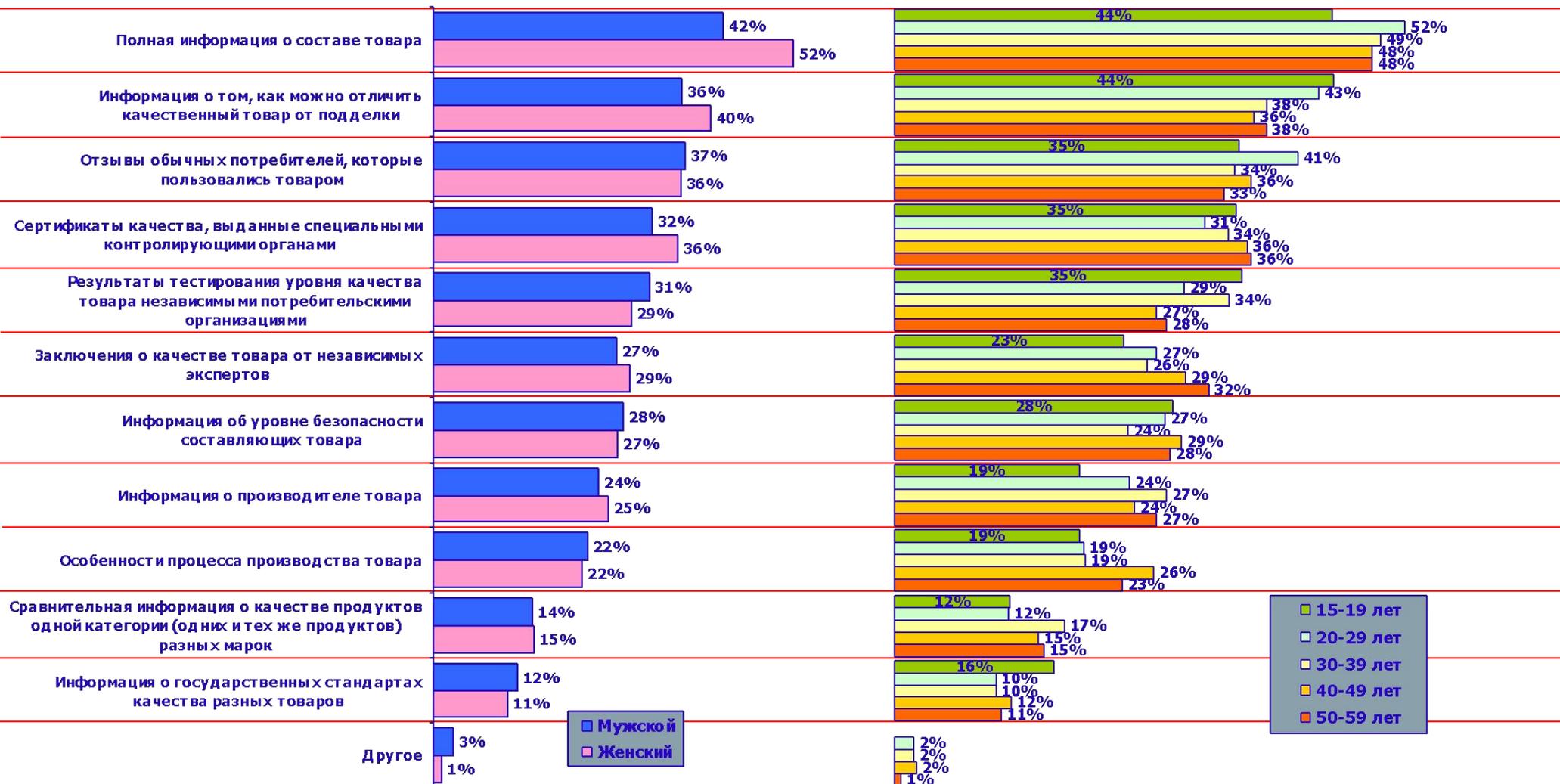
Інформація:

потреба в інформації о качестве товаров повседневного спроса

Пол, Возраст

S4. Какую информацию о качестве товаров повседневного спроса вы бы хотели получить в первую очередь? Пожалуйста, выберите не более четырех вариантов.

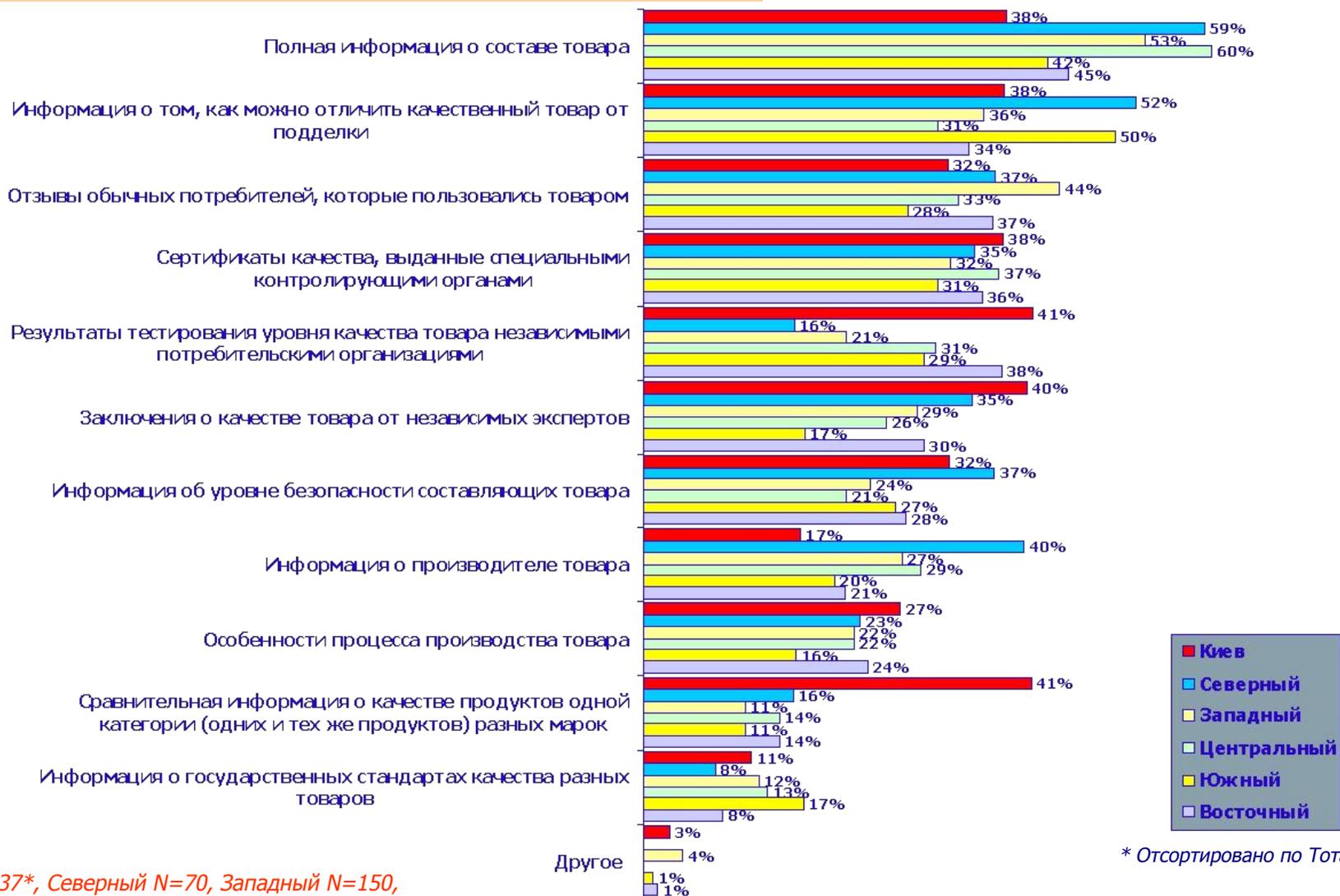
* Отсортировано по Топалу



Інформація:

потреба в інформації о качестве товаров повседневного спроса

S4. Какую информацию о качестве товаров повседневного спроса вы бы хотели получить в первую очередь? Пожалуйста, выберите не более четырех вариантов.



* Отсортировано по Топалу

База: Киев N=37*, Северный N=70, Западный N=150, Центральный N=75, Южный N=113, Восточный N=219

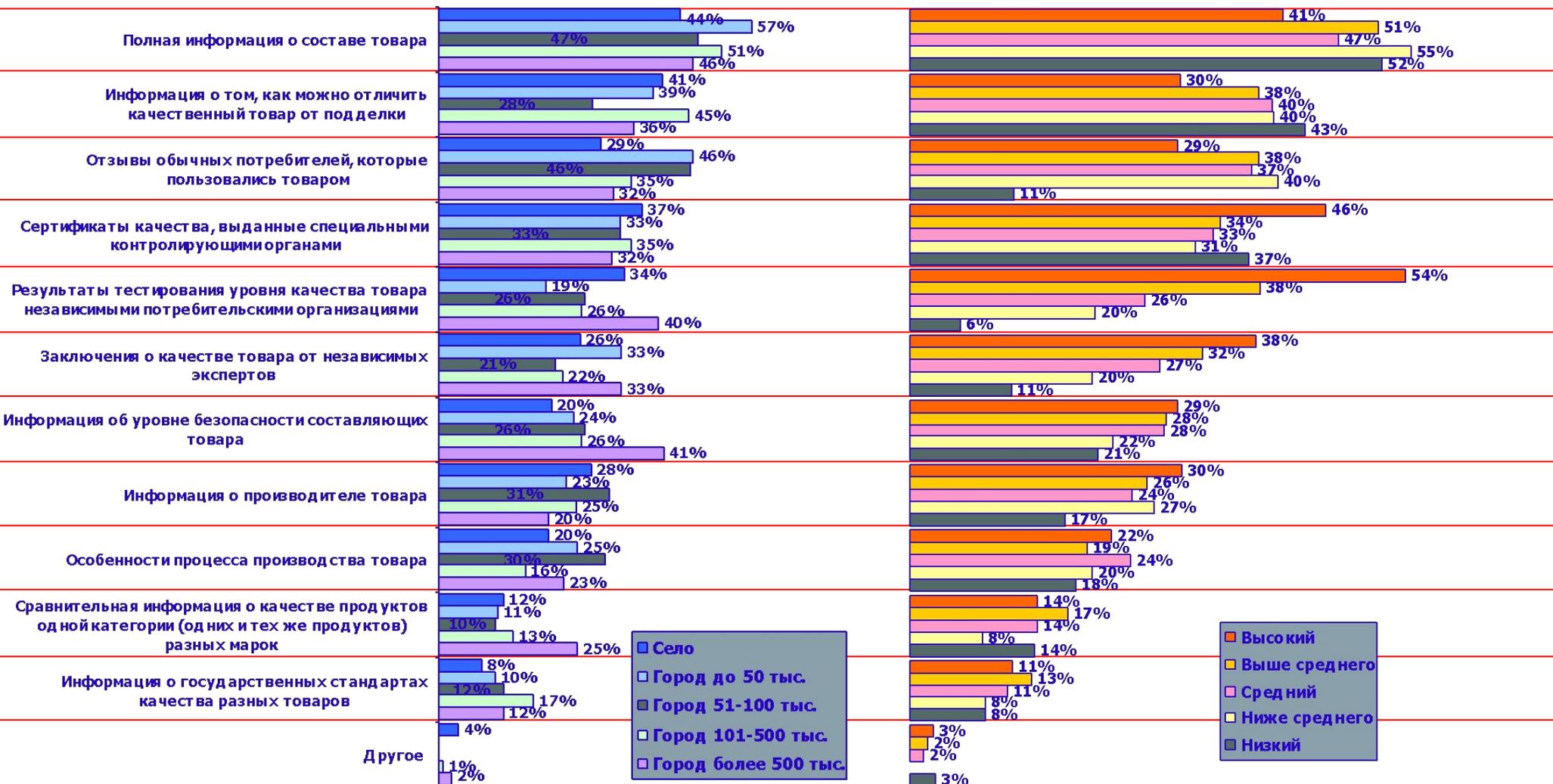
Інформація:

потреба в інформації о качестве товаров повседневного спроса

Размер населенного пункта,
Доход

S4. Какую информацию о качестве товаров повседневного спроса вы бы хотели получить в первую очередь? Пожалуйста, выберите не более четырех вариантов.

* Отсортировано по Тоталу



База: Село N=197, до 50 тыс. N=149, 51-100 тыс. N=62, 10-500 тыс. N=120, 50 000 + N=136

База: 15-19 лет N=46, 20-29 лет N=145, 30-39 лет N=160, 40-49 лет N=186, 50-59 лет N=126

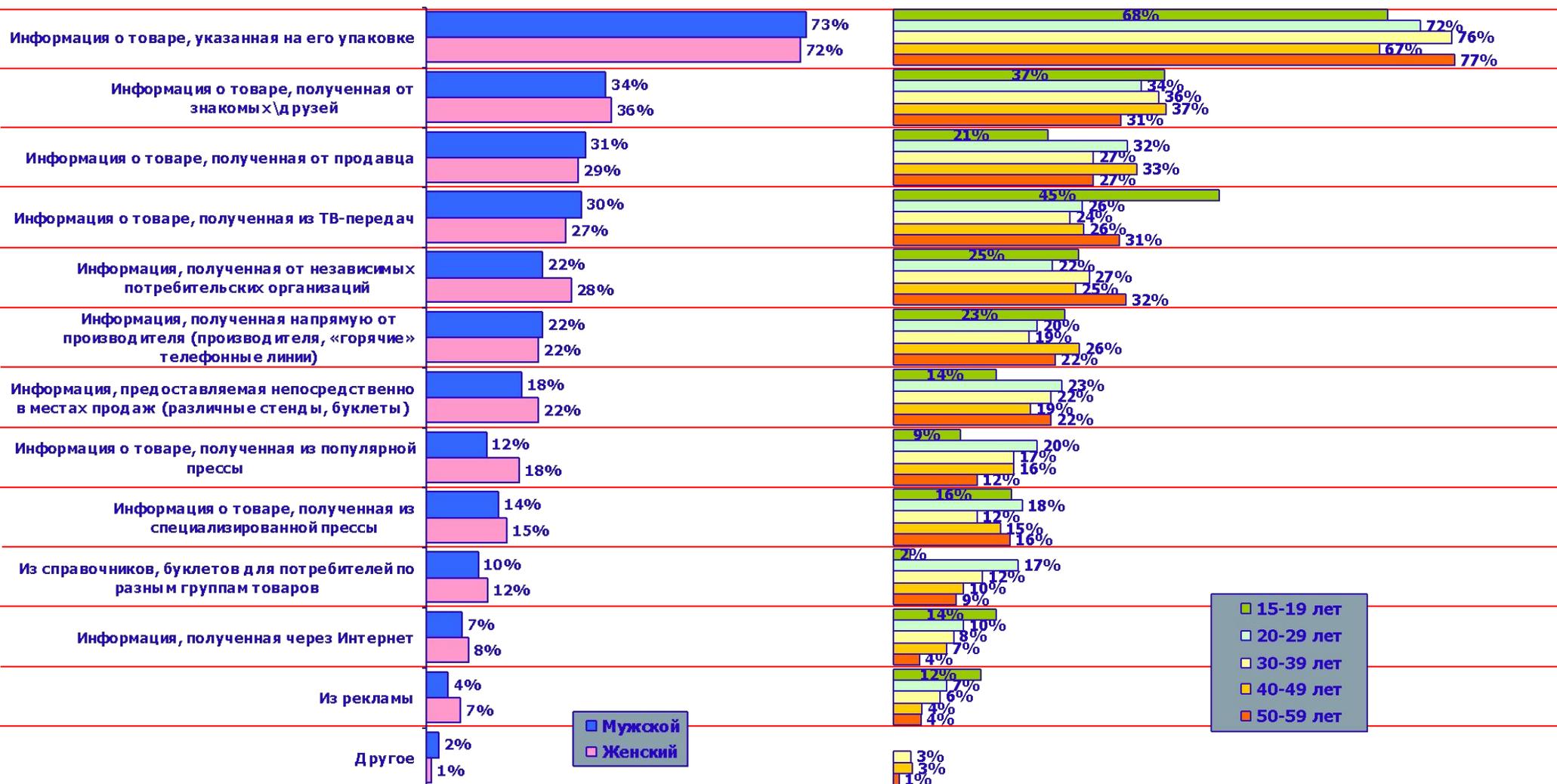
Інформація:

оптимальные источники информации о качестве товаров повседневного спроса

S5. Скажите, пожалуйста, из каких источников вы бы хотели получать информацию о качестве товаров повседневного спроса в первую очередь? Пожалуйста, выберите не более четырех параметров.

* Отсортировано по Топалу

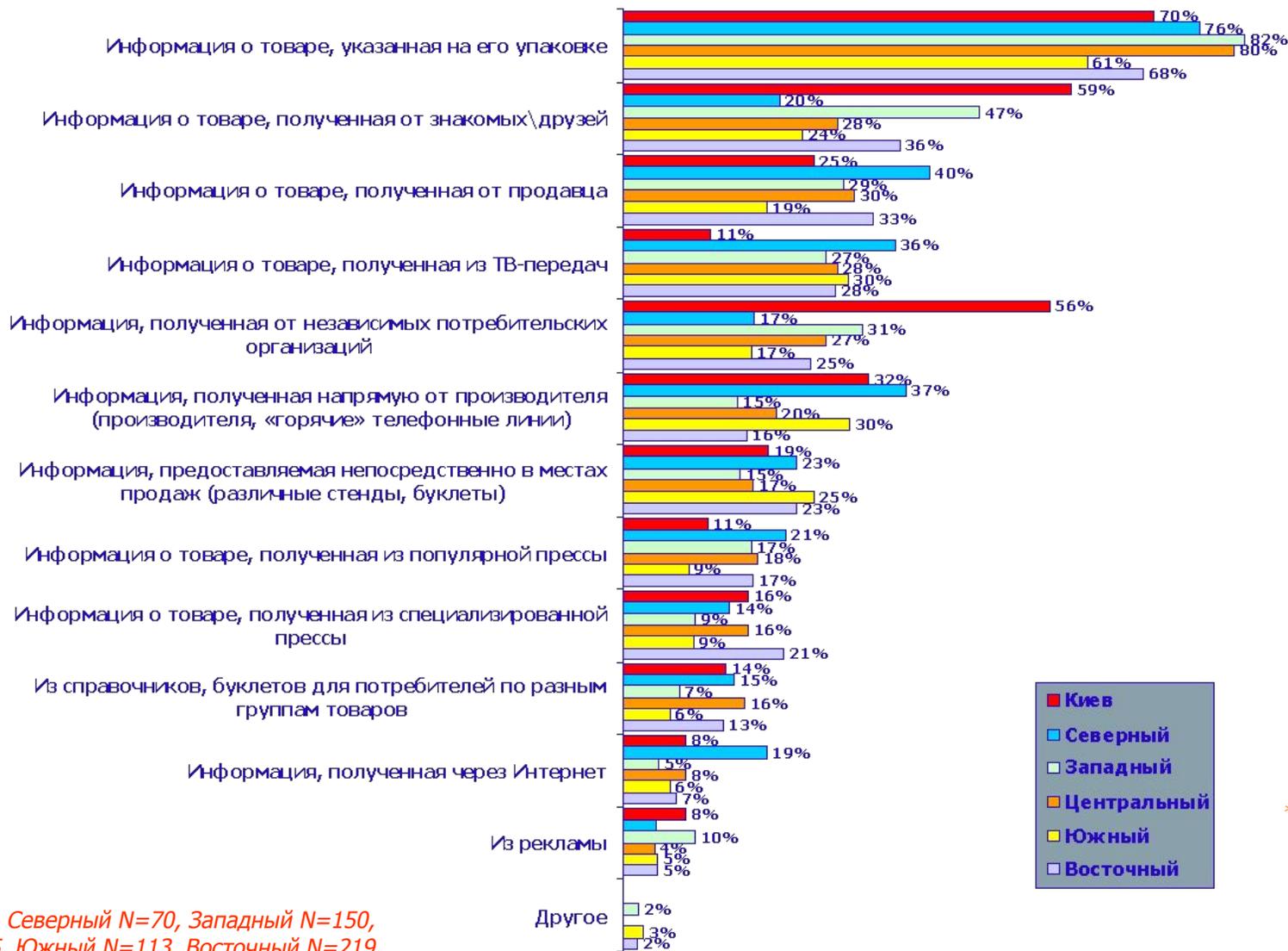
Пол, Возраст



Информация:

оптимальные источники информации о качестве товаров повседневного спроса

S5. Скажите, пожалуйста, из каких источников вы бы хотели получать информацию о качестве товаров повседневного спроса в первую очередь? Пожалуйста, выберите не более четырех параметров.



* Отсортировано по Тоталу

Інформація:

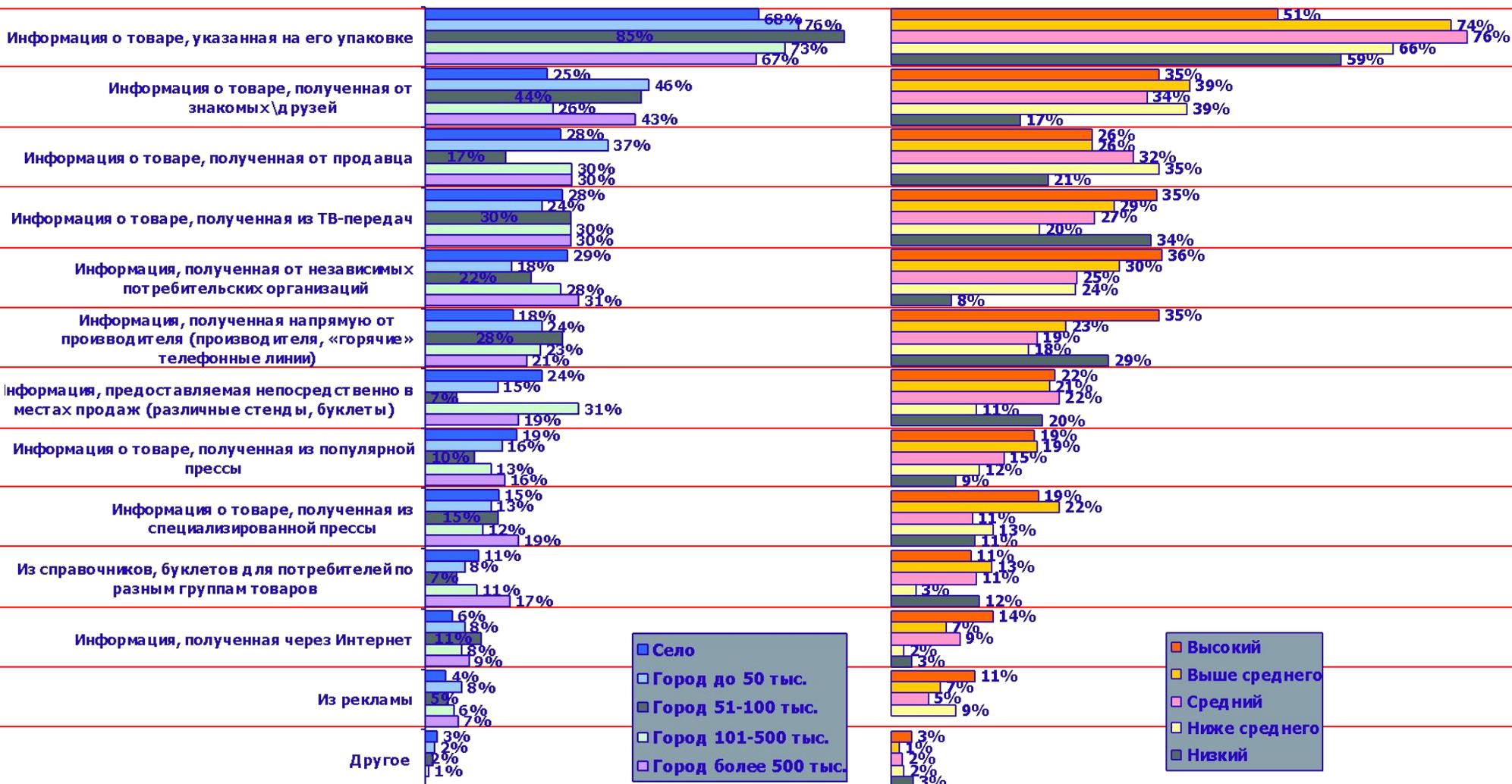
оптимальные источники информации о качестве товаров повседневного спроса

36

S5. Скажите, пожалуйста, из каких источников вы бы хотели получать информацию о качестве товаров повседневного спроса в первую очередь? Пожалуйста, выберите не более четырех параметров.

* Отсортировано по Топалу

Размер населенного пункта, Доход



База: Село N=197, до 50 тыс. N=149. 51-100 тыс. N=62, 10-500 тыс. N=120, 50 000 + N=136

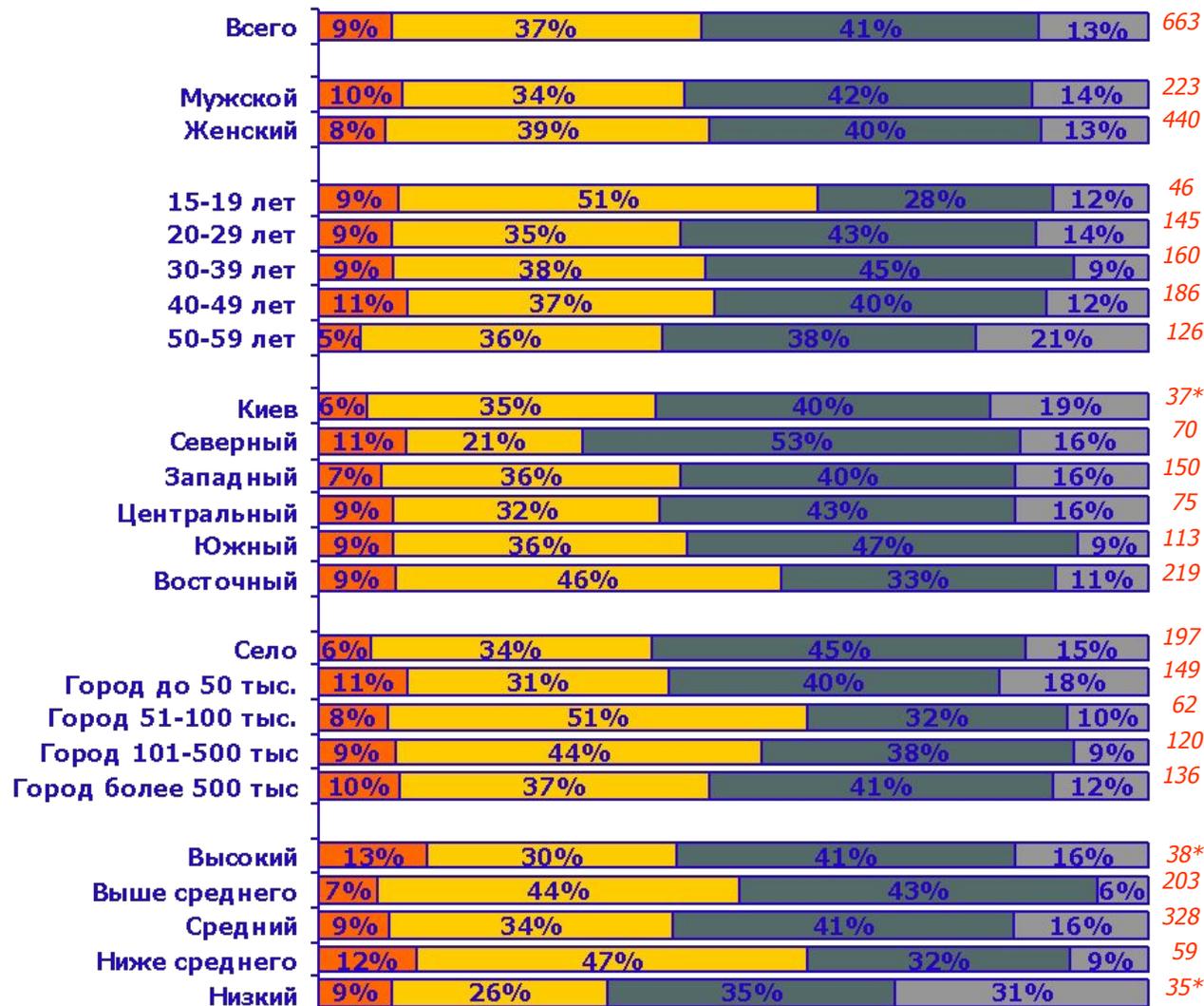
База: 15-19 лет N=46, 20-29 лет N=145. 30-39 лет N=160, 40-49 лет N=186, 50-59 лет N=126

Інформація: уровень інформированности

Пол, Возраст, Регион, Размер населенного пункта, Доход

S3. Насколько сейчас у вас достаточно информации о качестве товаров повседневного спроса, которые вы покупаете?

База:



- Информации достаточно в полной мере
- Информации скорее достаточно, чем нет
- Информации скорее недостаточно, чем достаточно
- Информации абсолютно не хватает

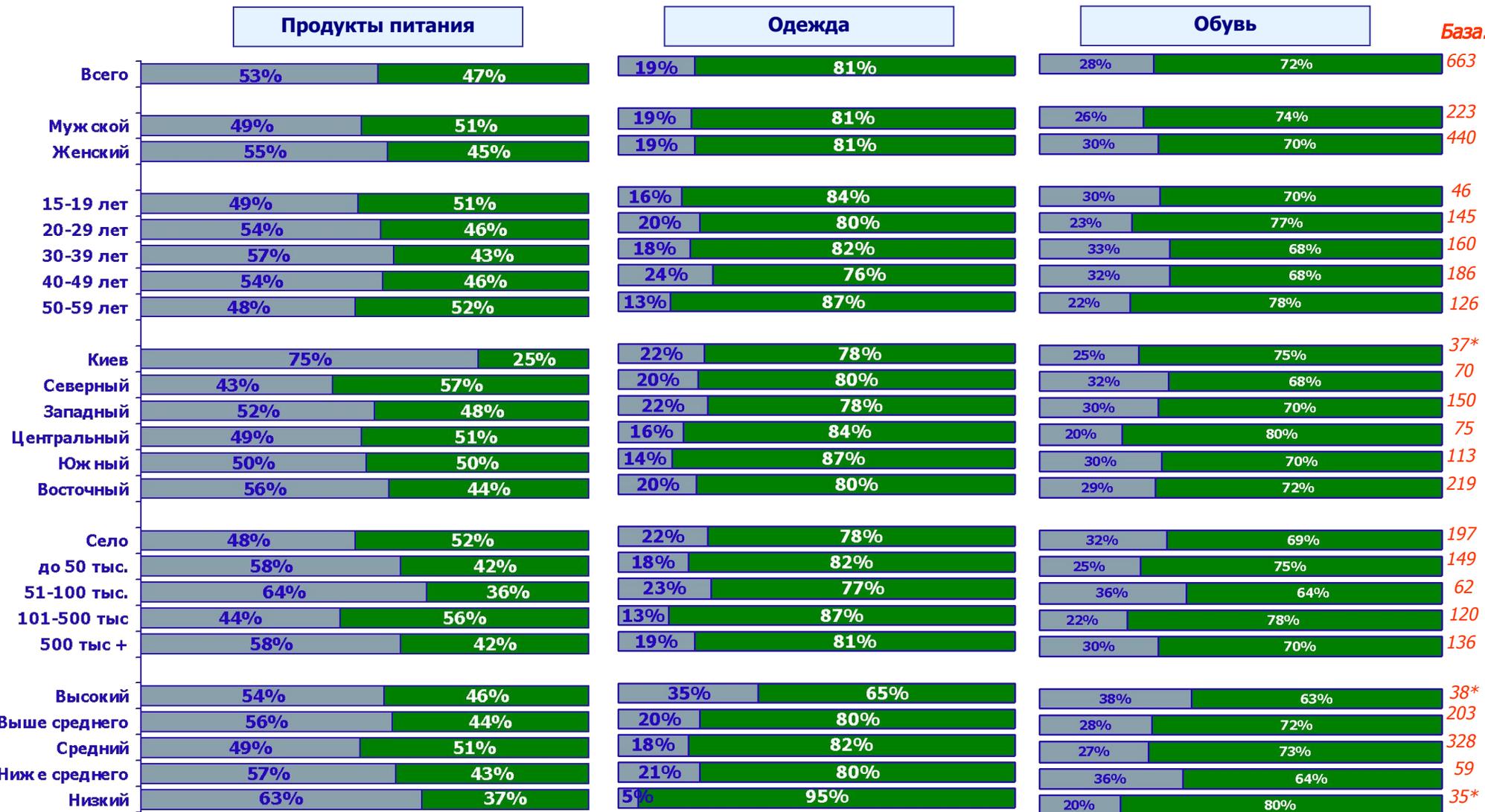
* База недостаточная для анализа

Качество товаров: ЛИЧНЫЙ ОПЫТ

Пол, Возраст, Регион, Размер населенного пункта, Доход

С6. Сталкивались ли вы за последние полгода (шесть месяцев) с покупкой некачественных товаров в таких категориях как...?

Да Нет



* База недостаточная для анализа