Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
(ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»)

УДК 366.54

УТВЕРЖДАЮ
Проректор,
д-р.экон. наук, профессор
_____ К.В. Екимова
«16» 08 _____ 2024 г.

# ОТЧЕТ
## О НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ

для официального использования Евразийской экономической комиссией по теме:

# РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ПРОВЕДЕНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ЦЕЛЯХ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, А ТАКЖЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕР, ПРИНИМАЕМЫХ ДЛЯ ЗАЩИТЫ ТАКИХ ПРАВ В ГОСУДАРСТВАХ – ЧЛЕНАХ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА

(заключительный, этап 2)

Книга 1

Начальник
управления организации НИР,
канд. техн. наук _____ О.В. Юрина

Руководитель НИР,
канд. экон. наук, профессор _____ В.Ю. Дианова

Москва 2024

## СПИСОК ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

| | | |
|---|---|---|
| Руководитель НИР,<br>директор Высшей инженерной школы «Новые материалы и технологии», кандидат экономических наук, профессор | _____ | В.Ю. Дианова<br>(введение, раздел 4, заключение) |
| Исполнители:<br>заведующий кафедрой товарной экспертизы и таможенного дела, доктор биологических наук, доцент | _____ | П.И. Токарев<br>(раздел 3) |
| доцент кафедры товарной экспертизы и таможенного дела, кандидат технических наук, доцент | _____ | Н.И. Львович<br>(разделы 3, 7) |
| доцент кафедры товарной экспертизы и таможенного дела, кандидат технических наук, доцент | _____ | Е.В. Жиркова<br>(разделы 1, 3, 7) |
| доцент кафедры товарной экспертизы и таможенного дела, кандидат технических наук, доцент | _____ | С.Л. Калачев<br>(разделы 1, 3, 7) |
| заместитель директора Высшей инженерной школы «Новые материалы и технологии», кандидат технических наук, доцент | _____ | М.А. Положишникова<br>(разделы 1, 6, 7) |
| доцент кафедры товарной экспертизы и таможенного дела, кандидат технических наук, доцент | _____ | Е.Ю. Райкова<br>(разделы 1, 3, 6) |
| профессор кафедры социологии и социальной работы МГУ им. Н.П. Огарева, доктор социологических наук, доцент | _____ | Т.М. Дадаева<br>(разделы 1, 5) |
| старший научный сотрудник отдела по координации и коммерциализации научных исследований Высшей инженерной школы «Новые материалы и технологии», кандидат экономических наук | _____ | А.Е. Разипов<br>(раздел 3) |

начальник отдела по координации
и коммерциализации научных исследований
Высшей инженерной школы «Новые
материалы и технологии», кандидат
химических наук

_____ Ю.Н. Фирсова
(сбор и
систематизация
литературы, подбор
исходных данных)

младший научный сотрудник
кафедры товарной экспертизы и таможенного
дела

_____ Д.В. Симина
(раздел 7)

ассистент кафедры товарной экспертизы и
таможенного дела

_____ Т.А. Сантурян
(раздел 7)

заместитель директора Высшей инженерной
школы «Новые материалы и технологии»

_____ А.С. Уткина
(раздел 4, 6)

лаборант базовой кафедры химии
инновационных материалов
и технологий

_____ А.С. Съедугина
(раздел 3)

Соисполнитель:
Общество с ограниченной ответственностью
«Поле. Ру»
(ООО «Поле. Ру»)

_____ Н.Н. Серков
(отдельные элементы
разделов 1, 2, 3)

## РЕФЕРАТ

Отчет на 746 с., 40 табл., 63 рис., 96 источн., 5 прил.

ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, МЕТОДИКА, ЕВРАЗИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ, ГОСУДАРСТВА-ЧЛЕНЫ, АПРОБАЦИЯ, ВЫБОРОЧНАЯ СОВОКУПНОСТЬ, ИНТЕРВЬЮИРОВАНИЕ, АНАЛИЗ ДАННЫХ, ОЦЕНКА УРОВНЯ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕР, ПОКАЗАТЕЛИ, ГАРМОНИЗАЦИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА, РЕКОМЕНДАЦИИ.

Представлены результаты выполнения работ второго этапа научно-исследовательской работы (далее – работа, исследование, НИР) для официального использования Евразийской экономической комиссией по теме «Разработка методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах – членах Евразийского экономического союза» - «Отчет о результатах проведения апробации применения методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей в каждом государстве-члене».

Объектом исследования являются сравнительные межстрановые социологические исследования в сфере защиты прав потребителей.

Предмет исследования – методологические подходы к проведению социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах–членах Евразийского экономического союза (далее – государства-члены Союза, ЕАЭС).

Целью выполнения НИР является разработка и апробация методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах (далее – методика), и проведение на основе указанной методики социологических исследований в государствах-членах, результатом которой станет получение релевантных показателей, способствующих эффективной реализации Программы совместных действий государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей и основных направлений согласованной политики ЕАЭС в данной сфере [1].

При проведении НИР использовались общенаучные методы индукции, дедукции, группировки и обобщения, логического, системно-структурного и сравнительно-правового анализа, количественные и качественные методы сбора и анализа данных, а также метод анализа документов, социологические и экспертные методы исследования.

В результате исследования:

- доработан по результатам первичной апробации проект методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах;

- проведена апробация доработанного по результатам первичной апробации проекта методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах с представлением ее результатов;

- проведено второе социологическое исследование с использованием разработанной методики в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах в целях получения сравнимых и релевантных показателей исследования в каждом государстве-члене;

- представлена методика проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, апробированная в рамках двух исследований, проведенных в государствах-членах;

- представлен сравнительный анализ результатов двух социологических исследований, проведенных на основании разработанной методики в государствах-членах;

- подготовлен проект рекомендации по применению методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, в том числе в рамках деятельности уполномоченных органов государств-членов в сфере защиты прав потребителей;

- подготовлен проект рекомендации по применению результатов социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей при проведении государствами-членами согласованной политики в сфере защиты прав потребителей;

- представлен анализ общности и различий законодательства и применяемых механизмов обеспечения защиты прав потребителей в государствах-членах ЕАЭС с обоснованием возможных путей гармонизации законодательства и механизмов обеспечения защиты прав потребителей в государствах-членах ЕАЭС, подготовленный с учётом результатов двух социологических исследований, проведенных на основании разработанной методики в государствах-членах.

Работа проведена для официального использования ее результатов Евразийской экономической комиссией при реализации задач обеспечения согласованной политики в сфере защиты прав потребителей, направленной на формирование равных условий для

граждан государств-членов ЕАЭС по защите их интересов от недобросовестной деятельности хозяйствующих субъектов.

Практическая значимость результатов работы – создание методического инструментария для получения сравнимых и релевантных показателей, способствующих эффективной реализации Программы совместных действий государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей и основных направлений согласованной политики ЕАЭС в данной сфере [1], а также способствующего достижению целевых показателей Плана мероприятий по реализации Декларации о дальнейшем развитии экономических процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года и на период до 2045 года «Евразийский экономический путь» [2].

Степень внедрения:

- разработана и апробирована в рамках двух социологических исследований, проведенных в каждом государстве-члене ЕАЭС, методика проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах;

- разработаны проекты документов, методологически обеспечивающие проведение сравнительных межстрановых социологических исследований в сфере защиты прав потребителей и использование их результатов для проведения государствами-членами согласованной политики в сфере защиты прав потребителей: проект рекомендации по применению методики, в том числе в рамках деятельности уполномоченных органов государств-членов в сфере защиты прав потребителей; проект рекомендации по применению результатов социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей.

## СОДЕРЖАНИЕ

**КНИГА 1**

РЕФЕРАТ ..... 4
ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ ..... 11
ПЕРЕЧЕНЬ ОБОЗНАЧЕНИЙ И СОКРАЩЕНИЙ ..... 19
ВВЕДЕНИЕ ..... 20
1 Доработанный по результатам первичной апробации проект методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ..... 24
1.1 Описание элементов проекта методики, доработанных по результатам первичной апробации ..... 24
1.2 Проект методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, доработанный по результатам первичной апробации ..... 31
2 Результаты апробации доработанного проекта методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ..... 84
2.1 Блок 1 «Потребительское поведение и практика получения услуг жителями государств-членов ЕАЭС» ..... 85
2.2 Блок 2 «Уровень информированности населения государств-членов ЕАЭС об отдельных аспектах действующего законодательства в отношении защиты прав потребителей» ..... 86
2.3 Блок 3 «Эффективность информирования населения государств-членов ЕАЭС по вопросам защиты прав потребителей» ..... 89
2.4 Блок 4 «Инструменты обеспечения основных прав потребителей» ..... 90
2.5 Блок 5. «Удовлетворенность потребителей качеством товаров (работ, услуг)» ..... 91
2.6 Блок 6. «Модели поведения потребителей в случае ущемления их прав» ..... 93
2.7 Блок 7. «Уровень эффективности государственного регулирования и деятельности общественных объединений в сфере защиты прав потребителей» ..... 94
2.8 Скорректированная анкета-опросник по результатам апробации доработанного проекта методики ..... 96
3 Результаты второго социологического исследования с использованием разработанной методики в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах в целях получения сравнимых и релевантных показателей исследования в каждом государстве-члене, включающие

сравнительный анализ результатов двух социологических исследований, проведенных на основании разработанной методики в государствах-членах ..... 121
3.1 Общая характеристика респондентов второго социологического исследования ..... 121
3.2 Блок 1 «Потребительское поведение и практика получения услуг жителями государств-членов ЕАЭС» ..... 141
3.3. Блок 2 «Уровень информированности населения государств-членов ЕАЭС об отдельных аспектах действующего законодательства в отношении защиты прав потребителей» ..... 147
3.4 Блок 3 «Эффективность информирования населения государств-членов ЕАЭС по вопросам защиты прав потребителей» ..... 153
3.5 Блок 4 «Инструменты обеспечения основных прав потребителей» ..... 159
3.6 Блок 5 «Удовлетворенность потребителей качеством товаров (работ, услуг)» ..... 164
3.7 Блок 6 «Модели поведения потребителей в случае ущемления их прав» ..... 189
3.8 Блок 7 «Уровень эффективности государственного регулирования и деятельности общественных объединений в сфере защиты прав потребителей» ..... 196
3.9 Расчет базовых показателей (индикаторов) по результатам социологических исследований и их сравнительный анализ ..... 210
4 Методика проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, апробированная в рамках двух исследований, проведенных в государствах-членах ..... 224

**КНИГА 2**

5 Разработка проекта рекомендации по применению методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, в том числе в рамках деятельности уполномоченных органов государств-членов в сфере защиты прав потребителей ..... 275
5.1. Общие рекомендации по применению разработанной методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ..... 275
5.2. Проект рекомендации по применению методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, в том числе в рамках деятельности уполномоченных органов государств-членов в сфере защиты прав потребителей ..... 284

6 Разработка проекта рекомендации по применению результатов социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей при проведении государствами-членами согласованной политики в сфере защиты прав потребителей ....286
6.1. Общие рекомендации по применению результатов социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей при проведении государствами-членами согласованной политики в сфере защиты прав потребителей .....286
6.2. Проект рекомендации по применению результатов социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей при проведении государствами-членами согласованной политики в сфере защиты прав потребителей .....290
7 Анализ общности и различий законодательства и применяемых механизмов обеспечения защиты прав потребителей в государствах-членах ЕАЭС с обоснованием возможных путей гармонизации законодательства и механизмов обеспечения защиты прав потребителей в государствах-членах ЕАЭС, подготовленный с учётом результатов двух социологических исследований, проведенных на основании разработанной методики в государствах-членах 292
7.1 Анализ общности и различий законодательства и применяемых механизмов обеспечения защиты прав потребителей в Республике Армения.....292
7.2. Анализ общности и различий законодательства и применяемых механизмов обеспечения защиты прав потребителей в Республике Беларусь.....324
7.3 Анализ общности и различий законодательства и применяемых механизмов обеспечения защиты прав потребителей в Республике Казахстан.....356
7.4 Анализ общности и различий законодательства и применяемых механизмов обеспечения защиты прав потребителей в Кыргызской Республике.....390
7.5 Анализ общности и различий законодательства и применяемых механизмов обеспечения защиты прав потребителей в Российской Федерации.....408
7.6. Обоснование возможных путей гармонизации законодательства и механизмов обеспечения защиты прав потребителей в государствах-членах ЕАЭС с учётом результатов двух социологических исследований, проведенных на основании разработанной методики в государствах-членах.....438
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....454
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....456

**КНИГА 3**

ПРИЛОЖЕНИЕ А .....468
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....472
ПРИЛОЖЕНИЕ В.....550

ПРИЛОЖЕНИЕ Г ..... 603
ПРИЛОЖЕНИЕ Д ..... 688

## ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

В настоящем отчете о НИР применяют следующие термины с соответствующими определениями:

**Анкета (анкетный вопросник)** – социологический инструментарий, представляющий собой определенным образом структурированную систему вопросов, логически связанную между собой, а также с задачами и целями исследования.

Примечание: анкеты (анкетные вопросники) могут заполняться опрашиваемыми лицами самостоятельно или с помощью интервьюера.

**Анкетирование** – письменный или устный опрос респондента с помощью анкеты, применяемый в качестве метода сбора информации.

**База данных** – централизованно проводимый сбор данных, доступный для пользователей.

**Безопасность товара (работы, услуги) –** безопасность товара (работы, услуги) для жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среды при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации, а также безопасность процесса выполнения работы (оказания услуги).

**Вероятностный отбор респондентов** – каждый объект генеральной совокупности имеет равные шансы (вероятность) попасть в выборочную совокупность.

**Вопрос закрытый** – разновидность формулировки вопроса, ответ на который респондент выбирает из предложенных в анкете или интервьюером вариантов.

**Вопрос открытый** – разновидность формулировки вопроса, дающая возможность респонденту самостоятельно сформулировать ответ.

**Вопрос полузакрытый** – разновидность вопроса, по которому наряду с заранее сформулированными вариантами ответов в анкете предусмотрена позиция для самостоятельно сформулированного респондентом ответа.

**Вторичные данные, кабинетное исследование** – данные, которые уже были собраны и стали доступными из другого источника.

**Выборка стратифицированная квотно-случайная** – пропорциональное разделение совокупности на более мелкие подгруппы (страты). При стратифицированной квотно-случайной выборке страты формируются на основе общих атрибутов или характеристик членов, в данном случае – месте постоянного проживания, полу, возрасту и уровню образования респондентов.

**Выборочная совокупность (выборка)** – часть отобранных объектов из генеральной совокупности, формируемая на основе статистических сведений о характеристиках элементов генеральной совокупности, подлежащих опросу.

**Гармонизация правового регулирования** – сближение законодательства государств-членов ЕАЭС, направленное на установление сходного (сопоставимого) нормативного правового регулирования.

**Генеральная совокупность** – совокупность всех возможных социальных объектов, которая подлежит изучению в пределах социологического исследования.

**Государства-члены** – государства, являющиеся членами ЕАЭС и Сторонами Договора о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года [3].

**Добросовестная деловая практика** – совокупность выработанных и применяемых правил поведения организации, в рамках определения и исполнения условий договорных обязательств с потребителем в отношениях, регулируемых законодательством государства-члена ЕАЭС о защите прав потребителей и основывающаяся на принципах: разумности; справедливости; прозрачности; минимизации рисков причинения вреда здоровью и имуществу потребителей; недопустимости использования продавцом преимуществ своего положения перед потребителем; конфиденциальности и защиты персональной (личной) информации потребителя, полученной при заключении или исполнении договора; беспрепятственного осуществления гражданских прав, обеспечения восстановления нарушенных прав, их судебной защиты; ответственности продавца; обеспечения прав и законных интересов потребителей при осуществлении электронной торговли на уровне не ниже, чем для других форм торговли; законности.

**Евразийский экономический союз (ЕАЭС)** – международная организация региональной экономической интеграции, обладающая международной правосубъектностью и учреждённая Договором о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года [3]. В ЕАЭС обеспечивается свобода движения товаров, а также услуг, капитала и рабочей силы, и проведение скоординированной, согласованной или единой политики в отраслях экономики.

**Законодательство государства-члена ЕАЭС о защите прав потребителей** – совокупность правовых норм, действующих в государстве-члене ЕАЭС и регулирующих отношения в области защиты прав потребителей.

**Защита прав потребителей** – комплекс мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на регулирование отношений, возникающих между потребителем и субъектом предпринимательской деятельности (изготовителем, исполнителем, продавцом) и включающих в себя: установление конкретных прав потребителей; формы возможных нарушений прав и механизм их защиты; ответственность за нарушение прав потребителей.

**Изготовитель** - организация независимо от формы (вида) собственности, а также физическое лицо, зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, производящие товары для реализации потребителям.

**Интервьюирование с использованием компьютерных устройств** (computer-assisted interviewing, CAI) – опросы, при проведении которых ответы набирают на клавиатуре и вводят в компьютер и где проведение интервьюирования управляется программой, специально предназначенной для этой цели, в том числе: персональное интервьюирование с помощью компьютера (CAPI); телефонное интервьюирование с помощью компьютера (CATI); самоинтервьюирование с помощью компьютера (CASI); интервьюирование с помощью компьютера через Интернет (CAWI).

**Информация для потребителя** – сведения о товаре (работе, услуге), изготовителе (исполнителе), продавце, необходимые потребителю, чтобы сделать обоснованный потребительский выбор.

**Иск, исковое заявление** – заявление в суд о разрешении какого-либо гражданского спора, обычно с просьбой об удовлетворении каких-либо требований, часто материальных.

**Исполнитель** – организация независимо от формы (вида) собственности, а также физическое лицо, зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, выполняющие работы или оказывающие услуги потребителям.

**Качество товаров (работ, услуг)** – совокупность характеристик, обеспечивающих соответствие товаров (работ, услуг): требованиям, установленных актами органов Евразийского экономического союза; требованиям, установленных законодательством государств-членов ЕАЭС; условиям гражданско-правового договора купли-продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг), а при отсутствии договора – целям, в которых такие товары (работы, услуги) обычно используются; представленной в установленном порядке или на добровольной основе заявленной в рекламе, на упаковке, маркировке, этикетке изготовителем, продавцом, исполнителем информации о характеристиках товаров (работ, услуг), в том числе об их соответствии стандартам (международным, региональным (межгосударственным), национальным (государственным), стандартам организаций и др.).

**Квотная выборка** – метод формирования выборки, при котором отбор определенных единиц разного типа производится в заранее определенных количествах в соответствии с заданной структурой в отношении известных переменных.

**Межгосударственный стандарт –** региональный стандарт, принятый Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации Содружества Независимых Государств.

**Метод анализа документов** – совокупность методических приемов и процедур, применяемых для извлечения из документальных источников социологической информации при изучении социальных процессов и явлений в целях решения определенных исследовательских задач.

**Методика исследования –** совокупность конкретно описанных операций, выполнение которых обеспечивает получение результатов исследований с установленными показателями точности.

**Национальная система защиты прав потребителей** – совокупность правоустанавливающих норм международных договоров и законодательства государства-члена ЕАЭС, субъектов правоприменения, определенных указанными нормами, и правоприменительных действий указанных субъектов, обеспечивающая условия для реализации и защиты прав потребителей в данном государстве-члене ЕАЭС.

**Национальный (государственный) стандарт –** стандарт, принятый органом по стандартизации государства.

**Недобросовестные хозяйствующие субъекты** – продавцы, изготовители, исполнители, допускающие в своей деятельности нарушения законодательства государств-членов ЕАЭС о защите прав потребителей, обычаев делового оборота, если эти нарушения могут причинить или причинили имущественный или неимущественный ущерб потребителям и (или) окружающей среде;

**Недостаток товара (работы, услуги) –** несоответствие товара (работы, услуги) или обязательным требованиям, предусмотренным законом либо в установленным им порядке, или условиям договора, или целям, для которых товар (работа, услуга) такого рода обычно используется, или целям, о которых продавец (исполнитель) был поставлен в известность потребителем при заключении договора, или образцу и (или) описанию при продаже товара по образцу и (или) по описанию.

**Обработка данных** – управление и преобразование данных из исходного первичного состояния в требуемый выходной параметр.

**Общественные объединения потребителей** – зарегистрированные в соответствии с законодательством государств-членов ЕАЭС некоммерческие объединения (организации) граждан и (или) юридических лиц, созданные в целях защиты законных прав и интересов потребителей, а также международные неправительственные организации, действующие на территориях всех или нескольких государств-членов ЕАЭС.

**Онлайн опрос** – метод сбора социологической информации, который осуществляется на основе использования интернет-технологии.

**Опрос** – метод сбора информации, основанный на устном или письменном обращении к респондентам с вопросами, содержание которых представляет цель исследования.

**Пилотное исследование (первичная апробация)** – мелкомасштабное предварительное исследование, проводимое для оценки осуществимости, продолжительности, стоимости, побочных эффектов и улучшения дизайна исследования до выполнения полномасштабного исследовательского проекта.

**Потребитель** – физическое лицо, имеющее намерение заказать (приобрести) либо заказывающее (приобретающее, использующее) товары (работы, услуги) исключительно для личных (бытовых) нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

**Потребительский риск** – возможность возникновения негативных последствий для потребителя, включая экономические потери, и (или) угрозу здоровью, жизни, и (или) моральный вред от принимаемых потребителем решений о заказе (приобретении) товаров (работ, услуг).

**Потребительский ущерб** – убытки (вред), понесенные потребителем вследствие нарушения прав потребителей, предусмотренных законодательством государств-членов ЕАЭС.

**Права потребителей** – права на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества, на их безопасность, на информацию о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), а также право на возмещение вреда, причиненного вследствие недостатков товара (работы, услуги).

**Претензия (жалоба) –** выражение неудовлетворенности товаром (работой, услугой) или непосредственно процессом управления претензиями в ситуациях, где явно или неявно ожидается ответ или решение.

**Продавец** – организация независимо от формы (вида) собственности, а также физическое лицо, зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, реализующие товары потребителям по договору купли-продажи.

**Продукция** – результат деятельности, представленный в материально-вещественной форме и предназначенный для дальнейшего использования в хозяйственных и иных целях.

**Процедура –** установленный способ осуществления деятельности или процесса.

**Репрезентативность –** свойство выборочной совокупности (выборки) воспроизводить параметры и значимые элементы структуры генеральной совокупности.

**Респонденты** – граждане государств-членов ЕАЭС, принявшие участие в опросе (анкетировании).

**Розничная торговля** – вид торговой деятельности по продаже покупателю (потребителю) товаров, для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с осуществлением предпринимательской деятельности.

**Систематически проводимое исследование –** исследование, которое включает регулярно проводимый сбор данных.

**Согласованная политика –** политика, осуществляемая государствами-членами ЕАЭС в различных сферах, предполагающая гармонизацию правового регулирования, в том числе на основе решений органов ЕАЭС, в такой степени, которая необходима для достижения целей ЕАЭС, предусмотренных Договором о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года [3].

**Социологическое исследование** — система логических и последовательных методологических, методических и организационно-технических процедур в социологии для получения научных знаний о социальных процессах и явлениях.

**Социология** – наука, изучающая функционирование и развитие общества как социальной системы в целом через ее составные элементы: личности, социальные группы, институты, их отношения и взаимодействие.

**Сравнительное межстрановое социологическое исследование –** исследование, предусматривающее сбор эмпирических данных с использованием единых методологических подходов с целью сопоставления (сравнения) двух или более социальных единиц (государств) в одинаковый период времени по установленным сравнительным критериям.

**Стандарт –** документ, в котором в целях многократного использования устанавливаются характеристики продукции, правила осуществления и характеристики процессов проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг, правила и методы исследований (испытаний) и измерений, правила отбора образцов, требования к терминологии, символике, упаковке, маркировке или этикеткам и правилам их нанесения.

**Стандартизированный опрос** – формализованная процедура опроса, предусматривающая стандартизацию плана интервью: стандартизированную последовательность и формулировку вопросов (закрытых) и веера вариантов ответов к ним.

**Стандарты качества товаров (работ, услуг)** – установленный набор правил, требований и критериев, которые определяют минимальные стандарты качества товаров

(работ, услуг), которые должны быть выполнены для достижения определенного уровня качества.

**Технический регламент Союза –** документ, принятый Комиссией и устанавливающий обязательные для применения и исполнения на территории ЕАЭС требования к объектам технического регулирования.

**Товар** – продукция (продукт) деятельности изготовителя (исполнителя), предназначенная для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

**Углубленное интервью** – неформализованное (неструктурированное) интервью. проводимое в целях выяснения внутренних мотивов, побуждений, суждений, склонностей, а также социальных и эмоциональных установок, связанных с определенным объектом изучения.

Примечание: процесс обсуждения может варьироваться от одного интервью к другому по мере охватывания всех тем обсуждения, отраженных в заранее подготовленном общем организованном плане обсуждения.

**Удовлетворенность потребителя** – восприятие потребителем степени выполнения его требований.

**Уполномоченные органы в сфере защиты прав потребителей** – государственные органы государств-членов ЕАЭС, осуществляющие контрольную (надзорную) деятельность и (или) нормативно-правовое регулирование в сфере защиты прав потребителей в соответствии с законодательством государств-членов ЕАЭС, международными договорами и актами, составляющими право Союза.

**Уровень защищенности потребителей** - степень соответствия ожиданий гражданина государства-члена от фактического опыта реализации его прав, установленных законодательством государства-члена о защите прав потребителей, рассчитываемая по установленным индикаторам.

**Услуга** – действие (комплекс действий), совершаемое исполнителем в интересах и по заказу потребителя в целях, для которых услуга такого рода обычно используется, либо отвечающее целям, о которых исполнитель был поставлен в известность потребителем при заключении возмездного договора.

**Уязвимость** – категория потребительского риска, связанного с особенностями физического (психического) состояния или возрастом потребителя, оказывающими непосредственное влияние на возможность потребителя осознавать и оценивать последствия своих действий при применении по отношении к нему недобросовестных коммерческих практик, влекущими возможность получения потребительского ущерба.

**Формирование вероятностной (случайной) выборки** – процедура, при которой для каждого члена выборочной совокупности есть вероятность попадания в выборку.

Примечание: для вероятностной выборки имеются пределы статистической ошибки.

**Экспресс-опрос** – тип интервьюирования, когда при личной встрече или интерактивном контакте с респондентом ему предлагают ответить на вопросы.

**Электронная торговля** – продажа товаров (работ, услуг) путем заключения договора с потребителем посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» независимо от формы расчета с потребителем и способа доставки товара (если иное не установлено законодательством государств-членов ЕАЭС).

## ПЕРЕЧЕНЬ ОБОЗНАЧЕНИЙ И СОКРАЩЕНИЙ

В настоящем отчете о НИР применяют следующие сокращения и обозначения:

АСА – Армянская социологическая Ассоциация;

ВЦИОМ – Всероссийский центр исследования общественного мнения;

ГИС МТ – государственная информационная система мониторинга оборота товаров;

ГОСТ – государственный стандарт;

ЕАЭС – Евразийский экономический союз;

ЕЭК – Евразийская экономическая комиссия;

ЗПП – защита прав потребителей;

КИСИ – Казахстанский институт стратегических исследований;

КР – Кыргызская Республика;

МРП – месячный расчетный показатель;

МФЦ – многофункциональный центр;

НИР – научно-исследовательская работа;

ПКС – поправка на конечность совокупности;

РК – Республика Казахстан;

РБ – Республика Беларусь;

РА – Республика Армения;

РФ – Российская Федерация;

СМИ – средства массовой информации;

ТР ЕАЭС – технический регламент Евразийского экономического союза;

ТР ТС – технический регламент Таможенного союза;

ФЗ – Федеральный закон;

CAPI (Computer-Assisted Personal Interviews) – персональное интервьюирование с помощью компьютера;

CASI (Computer-Assisted Self-Interviews) - самоинтервьюирование с помощью компьютера;

CATI (Computer-Aided Telephone Interviewing) – телефонное интервьюирование с помощью компьютера;

CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) – интервьюирование с помощью компьютера через Интернет;

SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) – статистический пакет для социальных наук.

## ВВЕДЕНИЕ

Статья 61 Договора о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года предусматривает проведение согласованной политики государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей, направленной на формирование равных условий для граждан государств-членов ЕАЭС по защите их интересов от недобросовестной деятельности хозяйствующих субъектов [3].

Для обеспечения основных принципов согласованной политики 21 июня 2022 г. утверждены Программа совместных действий государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей и План мероприятий по ее реализации (Распоряжение Евразийского межправительственного совета №12) [1]. Согласно пункту 3 указанного Плана, предусмотрены разработка и принятие рекомендации Евразийской экономической комиссии (далее – Комиссия) о проведении социологических исследований в целях оценки уровня защищенности потребителей, а также эффективности мер, принимаемых в государствах-членах ЕАЭС для защиты прав потребителей, в том числе рекомендуемые методы, объект, предмет, сроки проведения и основные показатели исследования, базовые требования к социологическим опросам, рекомендуемый порядок обмена между уполномоченными органами государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей и Комиссией информацией о результатах проведенных социологических исследований [1]. Для выполнения данной задачи на первом этапе исследования был разработан и апробирован проект методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС. Он прошел процедуру публичного обсуждения в рамках XI Международного форума «Антиконтрафакт-2023» (05-06 октября 2023 года, г. Санкт-Петербург), а результаты первого этапа научно-исследовательской работы по теме: «Разработка методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах Евразийского экономического союза» прошли процедуру открытой защиты 22 ноября 2023 года.

Результаты первичной апробации и публичного обсуждения позволили выработать направления доработки проекта методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах. На втором этапе исследования были скорректированы подходы к формированию выборочной совокупности путем повышения эквивалентности покрытия, наряду с показателями, характеризующими удовлетворенность потребителей качеством отдельных видов товаров и услуг и эффективность мер,

принимаемых для защиты прав потребителей, дополнительно введены индексы: уровня защищенности потребителя, нарушения прав потребителей при розничной продаже товаров, при реализации товаров (работ, услуг) посредством электронной торговли, при оказании услуг общественного питания, эффективности деятельности общественных организаций по защите прав потребителей, эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей. Изменения были также внесены в инструментарий социологического исследования – анкету для опроса населения, включая скрининговую часть (скорректирован профиль респондентов в части градаций по возрасту и уровню образования, учтена категория потребителей, имеющих нарушения здоровья) и отдельные блоки вопросов (уточнены формулировки вопросов, оптимизированы варианты ответов). Для повышения релевантности результатов межстранового социологического исследования анкета была переведена на государственные языки: армянский, казахский и кыргызский.

Доработанная методика была повторно апробирована на ограниченной выборке респондентов путем тестирования на отдельных языках с использованием метода телефонного интервьюирования. Анкеты обратной связи с интервьюерами позволили систематизировать предложения по корректировке отдельных вопросов с учетом стилистики ответов респондентов для повышения эквивалентности конструкта и лингвистической эквивалентности, а также отработать машинные алгоритмы перехода между отдельными вопросами и блоками анкеты.

После внесения соответствующих корректировок в инструментарий (анкету) было проведено второе социологическое исследование с использованием разработанной методики. Данное исследование позволило получить сравнимые и релевантные показатели, характеризующие уровень защиты прав потребителей, а также эффективность мер, принимаемых для защиты таких прав, в каждом государстве-члене. К повторной апробации методики и проведению второго социологического исследования были привлечены соисполнители из всех государств-членов Евразийского экономического союза (Приложение А). А 25 апреля 2024 года предварительные результаты повторной апробации методики были обсуждены в рамках круглого стола «Защита прав потребителей в ЕАЭС: оценка состояния и перспективы развития международного сотрудничества» (г. Москва, РЭУ им. Г.В. Плеханова), к участию в котором были приглашены представители уполномоченных органов в сфере защиты прав потребителей, а также заинтересованных организаций всех государств-членов ЕАЭС.

Учитывая, что методика была апробирована в рамках двух социологических исследований, в отчете приведены результаты сравнительного анализа первого и второго

социологических исследований, рассчитаны показатели и индексы, характеризующие степень удовлетворенности потребителей и эффективности мер государственного регулирования и деятельности общественных организаций по защите прав потребителей.

Результаты проведенного анализа позволили подготовить проект рекомендации по применению методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, в том числе в рамках деятельности уполномоченных органов государств-членов в сфере защиты прав потребителей.

В отчете также содержится проект рекомендации по применению результатов социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей при проведении государствами-членами согласованной политики в сфере защиты прав потребителей, включающий предложения по совершенствованию системы защиты прав потребителей с учетом результатов социологических исследований.

Отдельный раздел отчета посвящен анализу общности и различий законодательства и применяемых механизмов обеспечения защиты прав потребителей в государствах-членах ЕАЭС. В рамках анализа детально рассмотрены динамика внесения изменений в законы о защите прав потребителей и наиболее важные подзаконные акты каждого государства-члена ЕАЭС, структура и особенности отдельных прав потребителей, сроки предъявления и удовлетворения претензий, проанализированы права потребителей при дистанционной продаже товаров (электронной торговле), при приобретении технически сложных товаров, исследованы механизмы обеспечения защиты прав потребителей органами и организациями, осуществляющими деятельность по вопросам защиты прав потребителей. Анализ подготовлен с учётом результатов двух социологических исследований, проведенных на основании разработанной методики в государствах-членах Союза. Выявленные особенности законодательства и применяемых механизмов обеспечения защиты прав потребителей в отдельных государствах-членах позволили обосновать возможные пути их гармонизации.

При выполнении работы в качестве исходных данных использовались нормативные правовые акты, составляющие право Евразийского экономического союза в сфере защиты прав потребителей и обеспечивающие ведение согласованной политики в данной сфере государств-членов ЕАЭС, законы о защите прав потребителей государств-членов, иные законы, а также нормативные правовые акты, регулирующие правоотношения с участием потребителей, в том числе предусматривающие ответственность за нарушение прав потребителей, принимались во внимание научно-технические данные официальных информационных порталов, результаты научно-исследовательских и диссертационных

работ, информация, полученная в ходе консультаций с экспертами в соответствующей сфере деятельности.

Практическая значимость проведенной НИР определяется разработкой единых методологических подходов к проведению межстрановых социологических исследований в государствах-членах ЕАЭС в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав, которые позволят получать идентичную оценочную информацию в разрезе отдельных государств, пригодную в дальнейшем для обработки, сопоставительного анализа и построения прогнозов развития интеграционных процессов государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей. Предложенный инструментарий и результаты социологических исследований могут быть использованы для расчета достижения целевых показателей Плана мероприятий по реализации Декларации о дальнейшем развитии экономических процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года и на период до 2045 года «Евразийский экономический путь» [2].

## 1 Доработанный по результатам первичной апробации проект методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах

Проведение первичной апробации проекта методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах в рамках первого социологического исследования и публичное обсуждение его результатов позволило выявить направления ее доработки, которые были согласованы с Заказчиком.

### 1.1 Описание элементов проекта методики, доработанных по результатам первичной апробации

Основными направлениями доработки проекта методики являлись:

- доработка и систематизация раздела «Термины и определения»;
- проведение операционализации и интерпретации отдельных, наиболее важных терминов;
- формулирование рабочих гипотез;
- уточнение перечня основных законодательных, нормативных правовых актов и иных исходных данных, используемых при подготовке методики, с учетом текущих изменений законодательства государств-членов, международных договоров и актов, составляющих право Союза;
- корректировка задач проведения социологического исследования;
- корректировка характеристики «объекта исследования»;
- корректировка характеристики «респондентов исследования»;
- детализация обоснования объема и структуры выборочной совокупности;
- перевод анкеты на государственные языки государств-членов Союза (армянский, казахский, кыргызский);
- дополнение требований к обработке данных исследования;
- уточнение и расширение раздела 14 «Оценка основных показателей исследования»;
- редактирование инструментария социологического исследования – анкеты для опроса населения.

В ***раздел «Термины и определения»*** дополнительно включены следующие термины, соответствующие задачам социологических исследований в сфере защиты прав потребителей:

- «уровень защищенности потребителей» – степень соответствия ожиданий гражданина государства-члена от фактического опыта реализации его прав, установленных законодательством государства-члена о защите прав потребителей, рассчитываемая по предложенным в настоящем документе показателям (индексам);

- «государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей» - осуществление уполномоченными государственными органами государств-членов контрольной (надзорной) деятельности и (или) нормативно-правового регулирования в сфере защиты прав потребителей в соответствии с законодательством государств-членов, международными договорами и актами, составляющими право Союза;

- «поведение потребителей в сфере защиты прав» - действия потребителей, связанные с защитой своих прав при приобретении и использовании товаров (работ, услуг), включая эмоциональные и поведенческие реакции потребителей, которые предшествуют или следуют за этими действиями.

Все термины в методике систематизированы в алфавитном порядке для удобства их поиска и использования.

***Операционализация и интерпретация отдельных, наиболее важных терминов*** в социологических исследованиях осуществляется для установления взаимосвязи между ключевыми понятиями и эмпирическими индикаторами, относящимися к предметной области исследования (к анализу уровня защиты прав потребителей и оценки эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах Союза). Эмпирический индикатор выступает показателем признаков объекта, доступных наблюдению и измерению. Например, уровень знаний о законах и нормативных актах в области защиты прав потребителей – это эмпирический индикатор, который показывает доступные измерению и наблюдению признаки объекта. В нашем случае – объектом являются потребители, измеряемый признак - знают/не знают о законах и нормативных актах в области защиты прав потребителей.

Операционализация терминов – раскрытие содержания и измерения эмпирических показателей-признаков через указание правил, конкретных методов, операций, технических приемов фиксации. Средствами фиксации, измерения могут быть различные показатели (индексы), в том числе сводные показатели, являющиеся комбинацией частных показателей). Операционализацию понятий осуществляют, как правило, при разработке инструмента исследования, обработке с помощью математических методов полученных данных. В таблицах 1.1 и 1.2 дана операционализация терминов «государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей» и «поведение потребителей в сфере защиты прав» с учетом концептов

Таблица 1.1 - Операционализация понятия «государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей» *

| Отдельные области государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Оценка соблюдения стандартов качества товаров и услуг | Оценка соблюдения законодательства в сфере защиты прав потребителей | Регулирование взаимодействия потребителей с уполномоченными органами | Регулирование взаимодействия потребителей с общественными организациями | Регулирование взаимодействия между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями работ (услуг) |
| Уровень информированности потребителей; Оценка эффективности | Уровень информированности потребителей; Оценка эффективности | Уровень информированности; Оценка эффективности | Уровень информированности; Оценка эффективности | Уровень информированности; Оценка эффективности |
| *Примеры фиксации в анкете* | | | | |
| *Известно ли Вам о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг)? Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?* | *Знакомы ли Вы с действующим на уровне Вашего государства Законом «О защите прав потребителей»? О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно? Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным (онлайн) способом?* | *Какие органы должны заниматься защитой прав потребителей? На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей? Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет* | *Есть ли в Вашей стране общественные объединения в сфере защиты прав потребителей? На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сфере защиты прав потребителей?* | *Как Вы думаете, регулируются ли в Вашей стране на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)? Какие способы борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг) Вы считаете наиболее эффективными?* |

*разработано авторами

Таблица 1.2 – Операционализация понятия «поведение потребителей в сфере защиты прав» *

| Отдельные виды практик (моделей) поведения потребителей в сфере защиты прав | | |
|---|---|---|
| Частота покупок;<br>Критерии выбора товара;<br>Уровень удовлетворенности соблюдением прав, качеством товаров и услуг | Обращение в специальные органы в случаях ущемления прав;<br>Уровень удовлетворенности результатом обращения | Взаимодействие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами товаров, исполнителями работ (услуг) |
| *Как часто и где чаще всего Вы покупаете указанные товары?*<br>*Как за последний год изменилась частота Ваших покупок через интернет?*<br>*Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров (услуг)?*<br>*Что повышает Вашу уверенность в качестве приобретаемого товара?*<br>*Считаете ли Вы необходимым расширение прав потребителей?* | *Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших прав как потребителя?*<br>*Если Ваши права потребителя будут нарушены, куда Вы обратитесь?*<br>*Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?* | *С какими ситуациями в процессе приобретения данного товара (услуги) Вы сталкивались за последние 12 месяцев?*<br>*Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров (услуг)?*<br>*Всегда ли Вы можете получить интересующую Вас информацию относительно приобретаемого товара, получаемой услуги?* |
| Социальные факторы | | Социально-демографические характеристики |
| 1. Материальное положение<br>2. Профессиональная деятельность и занятость<br>3. Информированность о правах потребителя<br>4. Информированность о законах и правилах<br>5. Информированность о стандартах качества товаров и услуг<br>6. Информированность об уполномоченных органах и общественных организациях | | 1. Пол<br>2. Возраст<br>3. Место проживания (страна проживания<br>4. Уровень образования<br>5. Семейное положение<br>6. Наличие детей |

*разработано авторами

Результаты доработки методики в части операционализации и интерпретации терминов в дальнейшем включены общие рекомендации по применению методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей (п.5.1).

***Формулирование рабочих гипотез*** облегчает последующую интерпретацию полученных результатов. Гипотеза – это обоснованные предположения о результатах исследования, то, что ожидается от него, пока значимость результатов не определена.

Существуют гипотезы-основания и гипотезы-следствия. Исходные гипотезы-основания, как правило, нельзя проверить эмпирически (они недоступны прямому наблюдению и измерению), их чаще всего формулируют в общих понятиях, отражающих изучаемое явление в целом, его структуру, связи, механизмы функционирования.

Например, исходной гипотезой в разрабатываемой методике выступает следующая гипотеза-основание: эффективность мер государственной политики в сфере защиты прав потребителей определяется как макро-факторами развития государства (экономическая политика, нормативно-правовая база, регулирующая сферу защиты прав потребителей, наличие уполномоченных государственных органов и т.д.), так и микро-факторами

(поведенческие практики потребителей, уровень информированности, уровень удовлетворенности, уровень защищенности и т.д.) субъективного восприятия ситуации потребителями в государствах-членах ЕАЭС.

Гипотезы-следствия:

- уровень удовлетворенности населения мерами защиты прав потребителей определяется эффективностью мер государственной политики в сфере защиты прав потребителей: уровнем реализации мер контроля (надзора) уполномоченных органов, деятельности общественных объединений, совершенствованием и актуализацией нормативно-правовой базы;

- уровень образования респондентов влияет на их информированность о своих правах в сфере защиты прав, о законах и нормах, стандартах качества товаров и услуг;

- частота обращения респондентов в уполномоченные государственные органы и общественные объединения в большей степени определяется частотой столкновения потребителей с нарушением своих прав при приобретении товаров/услуг и зависит от уровня потребительской активности;

- уровень удовлетворенности потребителей механизмами защиты своих прав определяется частотой столкновения потребителей с нарушением прав при приобретении товаров/услуг;

- при выборе товаров (работ, услуг) респонденты, в первую очередь, обращают внимание на их безопасность и качество (состав продукта, профессионализм тех, кто оказывает услугу и т.д.);

- уровень потребительской активности будет зависеть от половой принадлежности, возраста, семейного статуса;

- уровень потребительской активности при онлайн-покупках будет выше у молодых женщин.

Формулирование гипотезы-основания и гипотез-следствия легло в основу концептуальной модели социологического исследования (раздел 16 методики), а также использовано при разработке инструментария социологического исследования (анкеты для опроса населения) - скрининговой и основной частей.

Результаты доработки методики в части формулирования рабочих гипотез в дальнейшем включены в общие рекомендации по применению методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей (п.5.1).

***Раздел «Перечень основных законодательных, нормативных правовых актов и иных исходных данных, использованных при подготовке методики»*** дополнен ссылками на следующие документы:

- Декларация о дальнейшем развитии экономических процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года и на период до 2045 года «Евразийский экономический путь» от 25.12.2023 г. [4];

- Распоряжение Высшего Евразийского экономического совета от 25 декабря 2023 г. №6 «О плане мероприятий («дорожной карте») по реализации Декларации о дальнейшем развитии экономических процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года и на период до 2045 года «Евразийский экономический путь» [2];

- Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 10 января 2023 г. № 1 «О проведении социологических исследований в целях оценки уровня защищенности потребителей в государствах-членах Евразийского экономического союза» [5].

***Корректировка задач проведения социологического исследования проведена*** **в** части исключения дублирования отдельных смысловых фрагментов текста, упорядочивания задач в соответствии с блоками анкеты, внесения редакционных изменений.

***Корректировка характеристики «объекта исследования»*** произведена в соответствии с п. 10 Рекомендации Коллегии Евразийской экономической комиссии от 10 января 2023 г. № 1 «О проведении социологических исследований в целях оценки уровня защищенности потребителей в государствах-членах Евразийского экономического союза» в части возраста респондентов: формулировка «18 лет и старше» заменена на «старше 14 лет» [5].

***Корректировка характеристики «респондентов исследования»*** произведена в соответствии с п. 10 Рекомендации Коллегии Евразийской экономической комиссии от 10 января 2023 г. № 1 «О проведении социологических исследований в целях оценки уровня защищенности потребителей в государствах-членах Евразийского экономического союза» в части возраста респондентов («18 лет и старше» заменено на «старше 14 лет») и продолжительности их проживания на территории государства члена («более 1 года» скорректировано на «более двух лет») [5].

***Детализация обоснования объема и структуры выборочной совокупности*** коснулась п.8.3, п.8.6-8.8, 8.9 (в предыдущей редакции п.8.8).

В п.8.3 понятие «структура взрослого населения» заменено на «структура населения 14 - 65+ лет», добавлен алгоритм и формулы расчета размера выборочной совокупности. Полная редакция данного пункта приведена в разделе 1.2.

В п.8.6 скорректирована оценочная характеристика статистической погрешности выборки в соответствии с рекомендуемыми параметрами ее формирования п.8.7-8.8. В п.8.9 актуализированы данные таблицы 1 «Пример расчета объема выборочной совокупности

для социологических исследований в 2024 г.» с учетом данных национальных статистических агентств государств-членов ЕАЭС по состоянию на 01 января 2024 года, а также добавлены графы, демонстрирующие алгоритм расчета выборочной совокупности. Полная редакция данных пунктов приведена в разделе 1.2.

***Перевод анкеты на государственные языки государств-членов Союза*** осуществлен согласно рекомендации п.10.6 методики для дальнейшей апробации анкет на государственных языках (армянском, казахском, кыргызском, русском) на ограниченной выборке респондентов с целью оценки эквивалентности конструкта и лингвистической эквивалентности. Эти анкеты приведены в Приложении Б с учетом корректировок после их первичной апробации на ограниченной выборке респондентов.

***Дополнение требований к обработке данных исследования*** предусматривало включение требований к методам анализа данных. В данный раздел были включены 2 дополнительных пункта:

- п.12.12. «Данные, полученные в ходе исследования, проходят статистическую обработку с использованием методов корреляционного анализа, факторного анализа, систематизации и сравнения»;

- п.12.13. «По итогам исследования проводится расчет показателей (индексов), характеризующих уровень защищенности потребителей и эффективности мер по защите прав потребителей в каждой стране, принявшей участие в опросе».

Внесение этих дополнений привело к уточнению формулировки раздела 12 методики: первоначальная редакция «Требования к обработке данных исследования» была заменена на следующую редакцию «Требования к обработке и методам анализа данных исследования».

***Уточнение и расширение раздела 14 «Оценка основных показателей исследования»*** коснулось:

- изменения названия раздела на «Расчет основных показателей исследования»;

- уточнения описания расчета показателя удовлетворенности потребителей качеством товаров и оказываемых услуг;

- включения дополнительных показателей (индексов): индекса уровня защищенности потребителя, индексов нарушения прав потребителей при розничной продаже товаров и оказании услуг общественного питания, индекса нарушения прав потребителей при совершении покупок через интернет, индекса эффективности общественных организаций по защите прав потребителей, индекса эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей.

Полная редакция данного пункта методики приведена в разделе 1.2.

***Редактирование инструментария социологического исследования – анкеты для опроса населения*** коснулось скрининговой части: были скорректированы вопросы, характеризующие градацию респондентов по возрасту и уровню образования, введен дополнительный вопрос, учитывающий категорию потребителей, имеющих нарушения здоровья. В основной части анкеты были уточнены формулировки многих вопросов, оптимизированы варианты ответов, отдельные вопросы заменены. Например, вопрос «Есть ли в Вашем государстве знак качества, которому Вы доверяете?» с вариантами ответов «Да (укажите какой)» и «Нет» заменен на вопрос «Что повышает Вашу уверенность в качестве приобретаемого товара», предусматривающий множественный выбор из вариантов: «Наличие сертификата», «Наличие знака качества», «Репутация изготовителя (продавца)», «Не доверяю ничему».

В блоке 5 «Удовлетворенность потребителей качеством товаров (работ, услуг)» вопрос, предусматривающий 20 вариантов ответов в отношении качества товаров и услуг, разделен на 2 вопроса, один из которых касается качества товаров (5 вариантов ответов), а другой – качества услуг (12 вариантов ответов). В этом же блоке объединены вопросы, предусматривающие отдельное исследование ситуаций с нарушением прав потребителей при покупке продовольственных и непродовольственных товаров, оптимизировано количество ситуаций, связанных с нарушением прав потребителей, с 14-22 вариантов ответов до 11 вариантов ответов.

Актуальная версия анкеты для опроса населения представлена в разделе 1.2.

## 1.2 Проект методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, доработанный по результатам первичной апробации

### 1. Термины и определения

1.1. Анкета – социологический инструментарий, представляющий собой определенным образом структурированную систему вопросов, логически связанную между собой, а также с задачами и целями исследования.

1.2. Вероятностный отбор респондентов – каждый объект генеральной совокупности имеет равные шансы (вероятность) попасть в выборочную совокупность.

1.3. Вопрос закрытый – разновидность формулировки вопроса, ответ на который респондент выбирает из предложенных в анкете или интервьюером вариантов.

1.4. Вопрос открытый – разновидность формулировки вопроса, дающая возможность респонденту самостоятельно сформулировать ответ.

1.5. Вопрос полузакрытый – разновидность вопроса, по которому наряду с заранее сформулированными вариантами ответов в анкете предусмотрена позиция для самостоятельно сформулированного респондентом ответа.

1.6. Выборка стратифицированная квотно-случайная – пропорциональное разделение совокупности на более мелкие подгруппы (страты). При стратифицированной квотно-случайной выборке страты формируются на основе общих атрибутов или характеристик членов, в данной методике – по месту постоянного проживания, полу, возрасту и уровню образования респондентов.

1.7. Выборочная совокупность (выборка) – часть отобранных объектов из генеральной совокупности, формируемая на основе статистических сведений о характеристиках элементов генеральной совокупности, подлежащих опросу.

1.8. Генеральная совокупность – совокупность всех возможных социальных объектов, которая подлежит изучению в пределах социологического исследования.

1.9. Государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей - осуществление уполномоченными государственными органами государств-членов контрольной (надзорной) деятельности и (или) нормативно-правового регулирования в сфере защиты прав потребителей в соответствии с законодательством государств-членов, международными договорами и актами, составляющими право Союза.

1.10. Евразийский экономический союз (ЕАЭС) – международная организация региональной экономической интеграции, обладающая международной правосубъектностью и учреждённая Договором о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года. В ЕАЭС обеспечивается свобода движения товаров, а также услуг, капитала и рабочей силы, и проведение скоординированной, согласованной или единой политики в отраслях экономики.

1.11. Защита прав потребителей – комплекс мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на регулирование отношений, возникающих между потребителем и субъектом предпринимательской деятельности (изготовителем, исполнителем, продавцом) и включающих в себя: установление конкретных прав потребителей; формы возможных нарушений прав и механизм их защиты; ответственность за нарушение прав потребителей.

1.12. Изготовитель - организация независимо от формы (вида) собственности, а также физическое лицо, зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, производящие товары для реализации потребителям.

1.13. Интервьюирование с использованием компьютерных устройств (computer-assisted interviewing, CAI) – опросы, при проведении которых ответы набирают на

клавиатуре и вводят в компьютер и где проведение интервьюирования управляется программой, специально предназначенной для этой цели, в том числе: персональное интервьюирование с помощью компьютера (CAPI); телефонное интервьюирование с помощью компьютера (CATI); самоинтервьюирование с помощью компьютера (CASI); интервьюирование с помощью компьютера через Интернет (CAWI).

1.14. Исполнитель – организация независимо от формы (вида) собственности, а также физическое лицо, зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, выполняющие работы или оказывающие услуги потребителям.

1.15. Метод анализа документов – совокупность методических приемов и процедур, применяемых для извлечения из документальных источников социологической информации при изучении социальных процессов и явлений в целях решения определенных исследовательских задач.

1.16. Онлайн опрос – метод сбора социологической информации, который осуществляется на основе использования интернет-технологии.

1.17. Поведение потребителей в сфере защиты прав - действия потребителей, связанные с защитой своих прав при приобретении и использовании товаров (работ, услуг), включая эмоциональные и поведенческие реакции потребителей, которые предшествуют или следуют за этими действиями.

1.18. Потребитель - физическое лицо, имеющее намерение заказать (приобрести) либо заказывающее (приобретающее, использующее) товары (работы, услуги) исключительно для личных (бытовых) нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

1.19. Права потребителей – права на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества, на их безопасность, на информацию о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), а также право на возмещение вреда, причиненного вследствие недостатков товара (работы, услуги).

1.20. Продавец – организация независимо от формы (вида) собственности, а также физическое лицо, зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, реализующие товары потребителям по договору купли-продажи.

1.21. Респонденты – граждане государств-членов ЕЭАС, принявшие участие в опросе (анкетировании).

1.22. Стандартизированный опрос – формализованная процедура опроса, предусматривающая стандартизацию плана интервью: стандартизированную последовательность и формулировку вопросов (закрытых) и веера вариантов ответов к ним.

1.23. Стандарты качества товаров (работ, услуг) – установленный набор правил, требований и критериев, которые определяют минимальные стандарты качества товаров (работ, услуг), которые должны быть выполнены для достижения определенного уровня качества.

1.24. Товар – продукция (продукт) деятельности изготовителя (исполнителя), предназначенная для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

1.25. Уровень защищенности потребителей – степень соответствия ожиданий гражданина государства-члена от фактического опыта реализации его прав, установленных законодательством государства-члена о защите прав потребителей, рассчитываемая по предложенным в настоящем документе показателям (индексам).

1.26. Услуга – действие (комплекс действий), совершаемое исполнителем в интересах и по заказу потребителя в целях, для которых услуга такого рода обычно используется, либо отвечающее целям, о которых исполнитель был поставлен в известность потребителем при заключении возмездного договора.

1.27. CAPI – индивидуальное личное интервью, которое проводится с помощью централизованной компьютерной системы. Главной особенностью этого вида опроса является то, что ход интервью полностью контролируется компьютером. Все логические переходы в анкете, скринирующие вопросы и иные процессы отслеживаются и осуществляются компьютерной системой, что исключает возможность ошибки.

1.28. CATI – один из распространенных методов количественных исследований в социологии и маркетинге. Суть метода заключается в коммуникации интервьюера с респондентом по телефону с применением профессионального программного обеспечения, обеспечивающего набор номера, запись разговора и заполнение интервьюером электронного скрипта анкеты на экране компьютера.

1.29. CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) – это метод опроса, основанный на интернет-технологиях. Это означает, что опрос проводится через специальную платформу, например, ALCHEMER[1], которая обеспечивает коммуникацию между исследователем и участниками опроса. Участники могут ответить на вопросы, используя свой персональный компьютер или мобильное устройство.

[1] Enterprise Online Survey Software & Tools - Alchemer

## 2. Общие положения

2.1. Настоящая методика направлена на методическое обеспечение реализации пункта 3 Плана мероприятий по реализации Программы совместных действий государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей, утвержденной Распоряжением Евразийского межправительственного совета от 21 июня 2022 г. № 12, , в котором предусмотрена разработка и принятие рекомендации Евразийской экономической комиссии (далее – Комиссия) о проведении социологических исследований в целях оценки уровня защищенности потребителей, а также эффективности мер, принимаемых в государствах-членах для защиты прав потребителей (далее – исследование, социологическое исследование). Методика устанавливает правила и определяет рекомендуемые методы, объект, предмет, сроки проведения и основные показатели социологического исследования в сфере защиты прав потребителей.

2.2. Исследование фокусируется на проблематике оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС в ключевых сферах общественного потребления.

2.3. Исследование направлено на проведение глубокого анализа и представление прогнозов развития интеграционных процессов государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, что будет способствовать более эффективной реализации Программы совместных действий государств-членов Евразийского экономического союза в сфере защиты прав потребителей и основных направлений согласованной политики ЕАЭС в данной сфере.

2.4. Заказчиком социологического исследования оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС, является Международная организация Евразийская экономическая комиссия.

## 3. Перечень основных законодательных, нормативных правовых актов и иных исходных данных, использованных при подготовке методики

3.1. Договор о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года.

3.2. Решение Высшего Евразийского экономического совета от 11 декабря 2020 г. № 12 «О Стратегических направлениях развития Евразийской экономической интеграции до 2025 года».

3.3. Распоряжение Совета Евразийской экономической комиссии от 5 апреля 2021 г. № 4 «О Плане мероприятий по реализации стратегических направлений развития евразийской экономической интеграции до 2025 года».

3.4. Декларация о дальнейшем развитии экономических процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года и на период до 2045 года «Евразийский экономический путь» от 25.12.2023 г.

3.5. Распоряжение Высшего Евразийского экономического совета от 25 декабря 2023 г. №6 «О плане мероприятий («дорожной карте») по реализации Декларации о дальнейшем развитии экономических процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года и на период до 2045 года "Евразийский экономический путь».

3.6. Распоряжение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 11 октября 2022 г. № 179 «Об утверждении Методологии формирования системы ключевых показателей и индикаторов, характеризующих влияние процессов евразийской экономической интеграции на условия ведения предпринимательской деятельности».

3.7. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 10 января 2023 г. № 1 «О проведении социологических исследований в целях оценки уровня защищенности потребителей в государствах-членах Евразийского экономического союза».

3.8. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 22 марта 2016 г. № 2 «О применении мер, направленных на повышение эффективности взаимодействия уполномоченных органов в сфере защиты прав потребителей государств-членов Евразийского экономического союза».

3.9. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 1 марта 2021 г. № 7 «Методические рекомендации по разработке программ государств-членов Евразийского экономического союза в области защиты прав потребителей»

3.10. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21 мая 2019 г. № 15 «Об общих подходах к установлению особых мер защиты прав и интересов отдельных категорий потребителей».

3.11. Распоряжение Евразийского межправительственного совета от 21 июня 2022 г. № 12 «О программе совместных действий Евразийского экономического совета в сфере защиты прав потребителей».

3.12. Нормативные правовые акты государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей.

3.13. Научно-технические данные российских и международных официальных информационных порталов.

3.14. Информационно-аналитические материалы, включая научную и методическую литературу, результаты научно-исследовательских и диссертационных работ, монографии.

3.15. Информация, полученная в ходе консультаций с экспертами в соответствующей сфере деятельности.

## 4. Цель и задачи исследования

4.1. Цель исследования – получить объективную социологическую информацию относительно текущего уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС, получение релевантных показателей, способствующих эффективной реализации Программы совместных действий государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей и основных направлений согласованной политики ЕАЭС в данной сфере.

4.2. Основные задачи исследования:

- сбор статистических данных об уровне защищенности прав потребителей;

- оценка потребительского поведения, практики приобретения и использования различных товаров (работ, услуг) жителями государств-членов ЕАЭС;

- определение уровня информированности и эффективности информирования населения государств-членов ЕАЭС по вопросам защиты прав потребителей;

- определение уровня информированности населения государств-членов ЕАЭС о существующих инструментах обеспечения основных прав потребителей;

- определение степени удовлетворенности потребителей качеством отдельных товаров (работ, услуг), определение спектра проблем, наиболее часто возникающих у потребителей при приобретении или использовании товаров (работ, услуг);

- формирование представлений о моделях поведения потребителей в случаях ущемления их прав, определение мотивации потребителей к защите своих прав;

- оценка уровня эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей;

- оценка эффективности деятельности общественных объединений потребителей.

## 5. География, объект, предмет и сроки проведения исследования

5.1. География исследования – государства-члены ЕАЭС (Республика Армения, Республика Беларусь, Республика Казахстан, Кыргызская Республика, Российская Федерация).

5.2. Объект исследования – жители государств-членов ЕАЭС в возрасте старше 14 лет, постоянно проживающие в конкретных населенных пунктах, определенных для исследования.

5.3. Предмет исследования – уровень защиты прав потребителей, а также эффективность мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах – членах ЕАЭС (оценочный компонент общественного мнения).

5.4. Исследование на основании настоящей методики проводится ежегодно в IV квартале отчетного года. Данный период представляется наиболее оптимальным, поскольку именно в это время потребительское поведение в наибольшей степени активизируется в связи с завершением отпускного периода, а на самовосприятие эффективности реализации прав не влияют существенным сезонные колебания при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг), связанные во многих сферах с официальными праздниками.

## 6. Используемый исследовательский метод

6.1. Основные требования к проведению социологического исследования устанавливаются настоящей методикой.

6.2. В качестве основного метода исследования применяется репрезентативный стандартизированный (формализованный) социологический онлайн опрос[2] посредством системы CAWI.

6.3. Альтернативно могут использоваться:

- метод стандартизированного (формализованного) телефонного интервью с использованием системы автоматизированного компьютеризированного телефонного интервью CATI;

- метод стандартизированного (формализованного) интервью с использованием технических средств фиксации по технологии CAPI (рекомендованная форма проведения опроса – уличный опрос).

6.4. В качестве вспомогательного метода исследования может использоваться метод анализа документов (кабинетное исследование). В качестве документов в конкретном социологическом исследовании выступают законодательные, нормативные правовые акты государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей; научно-

---

[2] Метод онлайн интервью обладает рядом преимуществ:

- максимальный охват населения (доля населения, пользующегося интернетом – Республика Армения – 78,6%, Республика Беларусь – 89,5%, Республика Казахстан – 89,2%, Кыргызская Республика – 77,9%, Российская Федерация – 88,2%);
- достижимость аудитории, не готовой к личному контакту;
- оперативность опроса (позволяет реализовать весьма масштабные выборки за довольно короткий период времени, в меньшей степени приводит к смещению оценок населения (повышает актуальность опроса));
- возможность оперативного реагирования на недостатки исследовательского инструментария;
- высокое качество опроса (не подвержен эффекту интервьюера, позволяет контролировать опрос в режиме реального времени);
- комфортный характер опроса (позволяет провести опрос в удобное для респондента дату и/или время);
- высокий уровень аналитики (позволяет быстро получить результаты опроса, в том числе промежуточные);
- высокий уровень доверия – возможность ответов на анкету без непосредственного контакта с интервьюером позволяет добиться от респондентов более высокого уровня доверия;
- строгая логика проведения опроса – специальное программное обеспечение позволяет добиться исключения традиционных ошибок, характерных для интервьюеров, например, зачитывания ими скрытых подсказок, соблюдается точность переходов от вопроса к вопросу.

технические данные российских и международных официальных информационных порталов; информационно-аналитические материалы, включая научную и методическую литературу, результаты научно-исследовательских и диссертационных работ, монографии; информация, полученная в ходе консультаций с экспертами в соответствующей сфере деятельности.

## 7. Респонденты исследования

7.1. Респондентами исследования являются граждане государств-членов ЕАЭС старше 14 лет, проживающие на территории государства-члена более двух лет.

7.2. Из числа респондентов исследования исключаются следующие группы лиц:

- граждане, находящиеся в местах лишения свободы;

- граждане, не имеющие определенного места жительства.

7.3. Респонденты исследования должны соответствовать профилю общей выборочной совокупности, установленному по таким критериям как место постоянного проживания, пол, возраст, уровень образования, являющимся характерными для конкретного государства-члена ЕАЭС.

## 8. Объем и структура выборочной совокупности

8.1. Выборка – стратифицированная квотно-случайная.

8.2. В качестве основных квотных параметров генеральной совокупности в каждом государстве-члене ЕАЭС выступают численность населения, место жительства, пол, возраст и уровень образования респондентов.

8.3. При расчете параметров выборочной совокупности используется структура населения 14 - 65+ лет в соответствии с данными национальных органов государственной статистики по состоянию на 1 января текущего года.

Исследование проводится выборочно путем опроса части генеральной совокупности (выборочной совокупности). Выборочный метод предполагает отбор респондентов по определенным признакам репрезентативности. Структура выборки должна максимально совпадать со структурой генеральной совокупности по основным характеристикам отбора.

Определение размера выборки основано на формуле расчета ошибки выборки с поправкой на конечность генеральной совокупности (ПКС) 90 (1):

$$\Delta = z * \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}} * \sqrt{1 - \frac{n}{N}}, \qquad (1)$$

где Δ – ошибка выборки;

z - квантиль стандартного нормального распределения, (1,96 для 95% доверительного интервала);

p – оцениваемая доля признака (для расчетов берется 50%, то есть 0,5);

n - выборочная совокупность, чел.;

N - генеральная совокупность, чел.

$$\text{ПКС} = \sqrt{1 - \frac{n}{N}} \qquad (2)$$

При долях отбора (соотношении выборки и генеральной совокупности) менее 5% ПКС является ничтожно малой величиной и в расчетах не учитывается.

Формула расчета объема выборки без учета ПКС (3):

$$n_{\text{без ПКС}} = \frac{z^2 * p(1-p)}{\Delta^2} \quad (3)$$

8.4. В рамках контроля качества формирования выборочной совокупности проводится проверка соответствия итоговой выборочной совокупности, сформированной из требуемого количества результативных анкет, профилирующим значениям выборки, допустимая статистическая погрешность не превышает 5 процентов по установленным характеристикам.

8.5. В случае выявления отклонений по итогам проведения контроля качества формирования выборочной совокупности формируется дополнительная выборка в соответствии с установленными характеристиками.

8.6. Статистическая погрешность выборки составляет ±3% (±2,96%) при доверительном интервале в 95%.

8.7. Общий объем выборки исследования определяется необходимой точностью измерения показателей, то есть допустимой максимальной ошибкой выборки.

8.8. Для проведения репрезентативного опроса внутри государств-членов рекомендуемый объем выборки составляет не менее 1100 человек, что дает максимальную ошибку выборки ±3% (±2,96%) в соответствии с расчетом ошибки выборки с поправкой на конечность совокупности (ПКС).

8.9. Выборочная совокупность формируется пропорционально численности населения административно-территориальных единиц каждого государства-членов ЕАЭС.

Таблица 1. Пример расчета объема выборочной совокупности для социологических исследований в 2024 г.[3]

| Государство -член ЕАЭС | Численность населения старше 14 лет, чел. (генеральная совокупность) | Доля отбора из генеральной совокупности, % (при предполагаемой выборке 1100 чел.), % | ПКС | Размер выборки без учета ПКС (Δ±3,0%), чел. | Округленный объем выборочной совокупности, чел. | Ошибка выборки при доверительном интервале 95% |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Республика Армения | 2 415 573 | 0,046 | 0,999772 | 1067,11 | 1 100 | ±2,9562% |
| Республика Беларусь | 7 774 771 | 0,014 | 0,999929 | 1067,11 | 1 100 | ±2,9562% |
| Республика Казахстан | 14 291 010 | 0,008 | 0,999962 | 1067,11 | 1 100 | ±2,9562% |
| Кыргызская Республика | 4 866 264 | 0,023 | 0,999887 | 1067,11 | 1 100 | ±2,9562% |
| Российская Федерация | 122 775 213 | 0,001 | 0,999996 | 1067,11 | 1 100 | ±2,9562% |

8.10. Исследование предусматривает формирование двухступенчатой территориальной выборки по каждому государству-члену ЕАЭС, отражающей специфику расселения населения.

8.11. Для проведения исследования в каждом государстве-члене ЕАЭС отбирается не менее 60% регионов (субъектов, территориальных единиц верхнего уровня).

8.12. Среди регионов должны присутствовать регионы с высокой численностью населения, регионы со средней численностью населения, регионы с низкой численностью населения.

8.13. Выборка территориальных единиц верхнего уровня в каждом государстве-члене ЕАЭС осуществляется с учетом сложившейся структуры расселения городских и сельских жителей.

8.14. При формировании выборочной совокупности в каждом государстве-члене ЕАЭС необходимо реализовать принцип пропорциональности, по которому выборочная совокупность должна распределяться между территориальными единицами верхнего уровня пропорционально численности населения каждой страны—участнице исследования.

8.15. При построении выборочной совокупности исследования в каждой стране следует применить неперекрестное квотирование по полу, возрасту, месту проживания и уровню образования населения. Каждая страна принимает за основу структуру и численность населения по состоянию текущий период. Расчет квот осуществляется на основе официальных статистических данных также по состоянию на текущий период.

[3]Для расчета использованы данные национальных статистических агентств государств-членов ЕАЭС.

8.16. Критерием стратификации выборки на втором этапе является административно-территориальное деление регионов (субъектов) в составе государств – членов ЕАЭС, в качестве единиц которого выделяются административные районы и города республиканского, краевого, областного или окружного подчинения в соответствии со структурой проживания населения в каждой стране. При стратификации выборки учитывается соотношение городского и сельского населения на уровне отдельных административно-территориальных единиц.

8.17. Территориальная выборка должна предусматривать все типы населенных пунктов, характерные для соответствующего субъекта (региона). Минимальное рекомендованное деление – 3 страты (столица субъекта (региона), города республиканского, краевого, областного или окружного подчинения и сельские территории).

8.18. По итогам проведения стратификации выборки проводится отбор конкретных населенных пунктов (географических точек) внутри каждой страты (кроме городов федерального значения) случайным образом. Количество точек в стратах варьируется от 2 до 5 в зависимости от частоты присутствия того или иного типа населенного пункта каждой страты в субъекте (регионе).

8.19. Допускается критическая оценка целесообразности включения труднодоступных и закрытых административно-территориальных образований. Решение о включении указанных территорий в состав территориальной выборки принимается исполнителем, ответственным за организацию проведения исследования.

8.20. Страты в городах федерального, республиканского значения формируются в соответствии с выделенными территориальными единицами (между административными округами, районами) пропорционально численности населения, официально проживающего на их территориях.

8.21. Формирование выборочной совокупности для опроса в каждой стране осуществляется по квотной выборке (пропорциональной выборочной совокупности в каждой стране) с вероятностным отбором респондентов на последней ступени, в качестве квотных параметров выступают пол, возраст и уровень образования респондентов, и характер проживания.

8.22. При расчете параметров выборочной совокупности по полу, возврату, уровню образования внутри административно-территориальных единиц используется структура взрослого населения согласно данным национальных органов государственной статистики по состоянию на 1 января текущего года.

8.23. Независимо от выбранного метода исследования – онлайн опрос (CAWI), телефонное интервью (CATI), личное интервью (CAPI) – по одному номера телефона, по одному IP адресу, в одной группе лиц при уличном опросе – может быть опрошен только один респондент.

## 9. Базовые требования к социологическому опросу

9.1. Социологический опрос осуществляется методом индивидуального формализованного онлайн опроса посредством системы CAWI / методом стандартизированного (формализованного) телефонного интервью с использованием системы автоматизированного компьютеризированного телефонного интервью CATI / методом стандартизированного (формализованного) интервью с использованием технических средств фиксации по технологии CAPI.

9.2. Если опрашиваемый гражданин не согласен принять участие в опросе, то опрос завершается автоматически.

9.3. В случае незаконченного процесса анкетирования (отказа от опроса в процессе заполнения анкеты), анкетирование прерывается, и анкета считается нерезультативной.

9.4. Организаторами опроса обеспечивается многоступенчатый контроль качества путем осуществления визуального, логического, аудио[4] контроля ответов респондентов на предмет корректности ввода, отсутствия пропусков, наличия экстремальных значений, нарушения общей логики:

- полнота заполнения – 100 процентов анкет заполнены полностью (дан ответ на каждый вопрос согласно логической схеме, заложенной в анкете);

- правильность заполнения – 100 процентов анкет заполнены без исправлений и с учетом соблюдения смыслового содержания ответа на поставленный вопрос;

- наличие аудиозаписи каждого интервью – 100 процентов анкет должны иметь аудиозапись;

- осуществление аудиоконтроля каждого интервью – 100 процентов анкет заполнены достоверно, с соблюдением требований инструкции.

[4] За исключением онлайн опросов

## 10. Требования к вопросам анкеты

10.1. Социологический опрос осуществляется по базовой анкете, включающей вопросы, обеспечивающие достижение целей и задач исследования, согласно приложению №3 к методике.

10.2. Базовая анкета предназначена для решения задач, связанных с оценкой текущего уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС.

10.3. В каждом вопросе, содержащемся в анкете, необходимо прямое указание для респондента на тип ответа. Например, в вопросах, предусматривающих один ответ из списка вариантов ответа, – «один вариант ответа».

10.4. В анкету могут вноситься изменения (вариативная часть), направленные на конкретизацию и (или) дополнение ранее сформулированных вопросов и необходимые для обеспечения достижения целей и задач исследования при условии сохранения всех ранее сформулированных вопросов.

10.5. На этапе пилотного межстранового социологического исследования (апробации методики) в качестве базового языка используется русский язык – все вопросы, варианты ответов, инструкции к выбору вариантов ответов отображаются на русском языке.

10.6. После подведения итогов апробации для дальнейшего использования настоящей методики рекомендуется предусмотреть перевод анкеты на государственные языки государств-членов ЕАЭС.

## 11. Требования к полевому этапу исследования

11.1. Система CAWI (альтернативно – CATI / CAPI) предусматривает безбумажную технологию автоматического (компьютеризированного) занесения ответов респондентов в базу данных.

11.2. Система CAWI (CATI / CAPI) предусматривает возможность автоматического (компьютеризированного) отбора случайных IP адресов (телефонных номеров) физических лиц (абонентов) (соответствующих конкретному населенному пункту) из общей базы данных актуальных IP адресов (телефонных номеров).

11.3. В каждом государстве-члене ЕАЭС по одному отобранному IP адресу (телефонному номеру) опрашивается только один респондент, подходящий по заданным квотным параметрам.

11.4. Система CAWI (CATI / CAPI) предусматривает возможность ежедневной выгрузки анкет с последующим контролем полноты заполнения и логики ответов.

## 12. Требования к обработке и методам анализа данных исследования

12.1. Ежедневно осуществляется контроль ответов респондентов на предмет корректности ввода, отсутствия пропусков, наличия экстремальных значений, нарушения общей логики и, в случае необходимости, производится выбраковка анкет.

12.2. Результативной считается анкета, в которой дан ответ на каждый вопрос согласно логической схеме, заложенной в анкете.

12.3. По результатам проведения исследования предоставляется в том числе полученная в ходе исследования база данных в форматах Excel и SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) (в случае ремонта выборки предоставляются коэффициенты перевзвешивания). Полученная база данных в Excel и SPSS проходит логическую проверку на непротиворечивость данных, отсутствие пропущенных значений.

12.4. Общий массив данных в форматах Excel и SPSS состоит из основной и дополнительной частей. Основной массив данных формируется в соответствии со структурой базовой анкеты, дополнительный массив данных – со структурой вариативной части анкеты (при наличии). Последовательность вопросов и вариантов ответа является фиксированной согласно базовой и вариативной частям анкет. В качестве имен переменных ответов необходимо использовать номера вопросов с добавлением символа Q (от слова «question» – вопрос).

12.5. В качестве названий (меток) переменных и альтернатив необходимо использовать дословные формулировки вопросов и вариантов ответа. В случае если длина формулировки вопроса превышает 255 символов или длина формулировки ответа превышает 120 символов, соответствующая формулировка сокращается до указанной в настоящем пункте длины формулировки с учетом сохранения смысловой целостности.

12.6. По результатам опроса формируется массив данных в форматах Excel и SPSS, содержащий формулировки вопросов и варианты ответов в закодированном виде.

12.7. Закрытым вопросам, в которых можно выбрать только один ответ, в массивах Excel и SPSS должна соответствовать одна переменная, которая содержит код выбранного ответа.

12.8. Для закрытых вопросов, в которых можно выбрать несколько вариантов ответа, каждому варианту должна соответствовать отдельная переменная, в имя которой входит номер вопроса и номер альтернативы.

12.9. Открытым вопросам, в которых предусмотрен свободный ответ в виде текста, – должна соответствовать одна текстовая переменная (ее имя начинается с символа T вместо Q), которая содержит тексты ответов респондентов.

12.10. Для полуоткрытых вопросов, в которых можно выбрать варианты из предложенных или дать свой вариант ответа в свободной форме, к стандартным переменным, содержащим коды выбранных альтернатив, необходимо добавить еще одну текстовую переменную, которая содержит текстовые пояснения к свободной позиции.

12.11. Табличные вопросы, которые представляют собой набор однотипных вопросов с общим порядковым номером, в массиве данных должны быть представлены отдельными переменными в соответствии со своими типами.

12.12. Данные, полученные в ходе исследования, проходят статистическую обработку с использованием методов корреляционного анализа, факторного анализа, систематизации и сравнения.

12.13. По итогам исследования проводится расчет показателей (индексов), характеризующих уровень защищенности потребителей и эффективности мер по защите прав потребителей в каждой стране, принявшей участие в опросе.

## 13. Концептуальная модель социологического исследования

Концептуальная модель исследования базируется на следующих составляющих.

13.1. Концепт «потребительское поведение и практика получения различных услуг жителями государств-членов ЕАЭС», раскрывающийся посредством таких операнд как:

- частота приобретения продовольственных и непродовольственных товаров (розничная торговля);
- места приобретения товаров;
- частота получения отдельных услуг.

13.2. Концепт «уровень информированности населения государств-членов ЕАЭС об отдельных аспектах действующего законодательства в сфере защиты прав потребителей», раскрывающийся посредством таких операнд как:

- информированность о факте государственного регулирования отношений, возникающих между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями работ (услуг);
- информированность о национальном законодательстве в сфере защиты прав потребителей;
- оценка ситуации с соблюдением и защитой прав потребителей в стране.

13.3. Концепт «уровень информированности и эффективности информирования населения государств-членов ЕАЭС по вопросам защиты прав потребителей», раскрывающийся посредством таких операнд как:

- информированность об основных правах потребителя;
- оценка достаточности текущего уровня информированности;

- заинтересованность в повышении информированности о правах потребителей;

- источники получения информации о правах потребителей;

- оценка качества получаемой информации;

- интересующая информация о товаре (работе, услуге).

13.4. Концепт «информированность населения о действующих в государстве стандартах качества товаров (работ, услуг)», раскрывающийся посредством таких операнд как:

- информированность о существовании стандартов, устанавливающих требования к качеству товаров (работ, услуг);

- оценка степени соблюдения стандартов, устанавливающих требования к качеству товаров (работ, услуг).

13.5. Концепт «удовлетворенность и оценка населением уровня качества отдельных товаров (работ, услуг)», раскрывающийся посредством таких операнд как:

- удовлетворенность качеством товаров (работ, услуг);

- характерные нарушения законодательства о защите прав потребителей при покупке продовольственных товаров;

- характерные нарушения законодательства о защите прав потребителей при покупке непродовольственных товаров;

- характерные нарушения законодательства о защите прав потребителей при посещении мест общественного питания;

- характерные нарушения законодательства о защите прав потребителей при получении отдельных услуг.

13.6. Концепт «типы моделей поведения потребителей в случаях ущемления их прав», раскрывающийся посредством таких операнд как:

- частота нарушений прав потребителей;

- поведение потребителей в случае нарушениях их прав;

- эффективность способов борьбы с недобросовестными субъектами хозяйственной деятельности, нарушающими права потребителей;

- ситуации, в которых потребители готовы защищать свои права.

13.7. Концепт «уровень эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей», раскрывающийся посредством таких операнд как:

- перечень органов, которые должны заниматься защитой прав потребителей;

- эффективность государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей.

13.8. Концепт «эффективность деятельности общественных объединений потребителей», раскрывающийся посредством таких операнд, как:

- информированность о существовании и задачах общественных объединений потребителей;

- эффективность деятельности общественных объединений потребителей.

13.9. Концепт «динамика законодательства в сфере защиты прав потребителей», раскрывающийся посредством таких операнд, как:

- соответствие действующих нор законодательства ожиданиям потребителей;

- обобщенная оценка изменения ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей;

- оценка необходимости расширения прав потребителей и обязанностей изготовителей (исполнителей, продавцов) товаров (работ, услуг);

- оценка необходимости усиления регулирования отношений, возникающих между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями работ (услуг).

## 14. Расчет основных показателей исследования

14.1. На основании данных, полученных по итогам проведения социологического опроса, производится расчет базового набора показателей (индексов) по установленным настоящей методикой унифицированным формулам расчета.

14.2. Показатель ***«удовлетворенности потребителей качеством товаров и оказываемых услуг»*** рассчитывается по каждому виду ситуаций (приобретения товаров-получения услуг) взаимодействия респондента с изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями работ (услуг) и, в целом, по исследуемой совокупности данных ситуаций.

Расчет показателя по каждому виду ситуаций взаимодействия респондента с изготовителями (продавцами) товаров (18.1-18.5), исполнителями работ (услуг) (19.1-19.12) производится по следующей формуле.

Удовлетворенность потребителей качеством отдельных товаров и оказываемых услуг = доля респондентов, отметивших вариант ответа «Полностью удовлетворены» + доля респондентов, отметивших вариант ответа «Скорее удовлетворены» по каждой ситуации, описанной в вопросе №19 «Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров и услуг?».

Расчет показателя в целом по всем видам ситуаций (18.1-18.5, 19.1-19.12) взаимодействия респондента с изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями работ (услуг) рассчитывается как среднее значение удовлетворенности по всем видам ситуаций.

14.3. Показатель ***«эффективности мер, принимаемых для защиты прав потребителей»***, рассчитывается по следующей формуле.

Эффективность мер, принимаемых для защиты прав потребителей = отношение количества респондентов, отметивших вариант ответа «Стало лучше», к общему количеству опрошенных (результативных анкет) в вопросе №43 «Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?».

14.4. ***Индекс уровня защищенности потребителя.*** Данный индекс является комплексным и включает ряд показателей – сумму удельных весов (долей) положительных ответов на вопросы №14, 40 и 41. К положительным ответам на данные вопросы относят сумму ответов «Всегда» и «Часто» (для вопроса №14), «Полностью» и «Частично» (для вопроса №40), «Ситуация благополучная» и «Ситуация удовлетворительная» (для вопроса №41). Индекс рассчитывается как среднее взвешенное значение от суммы удельных весов положительных ответов на данные вопросы.

14.5. ***Индексы нарушения прав потребителей при розничной продаже товаров и оказании услуг общественного питания.*** Расчет индексов нарушения прав потребителей осуществлялся на основе ответов вопросы 20 и 21.

За каждый отмеченный вид нарушения, с которым сталкивался респондент, присваивается значение в 1 балл, в результате самый высокий индекс, равный 11, получают респонденты, которые сталкивались со всеми видами и формами проявления нарушения прав потребителя, представленных в вариантах ответа (необходимо использовать две градации по удельному весу (доле) ответов: «сталкивался» и «никогда»). Полученные баллы делят на три ранга: от 11 до 8 баллов — *высокий индекс*, от 7 до 4 баллов *средний индекс* и от 3 до 1 балла — *низкий индекс*. Необходимо понимать, что корректная интерпретация внутри групп респондентов должна учитывать наполняемость групп (<5%). Также рассчитывается средний индекс (средневзвешенный) по выборке, среднее по медиане.

14.6. ***Индекс нарушения прав потребителей при совершении покупок через интернет*** основывается на ответах на вопрос №28. Рассчитывается аналогично предыдущим индексам с определением следующих рангов: от 8 до 6 баллов — высокий индекс, от 5 до 3 баллов средний индекс и от 2 до 1 балла — низкий индекс.

14.7. ***Индекс эффективности общественных организаций по защите прав потребителей*** рассчитывается на основе ответов на вопрос №37. Для того чтобы уравновесить ответы «Очень эффективна» и «Скорее эффективна», «Абсолютно неэффективна» и «Скорее неэффективна», перед $n_b$ и $n_c$ введены коэффициенты 0,5.

Далее индекс рассчитывается по формуле (4):

$$I = \frac{n_a + 0{,}5n_b - 0{,}5n_c - n_d}{n_a + n_b + n_c + n_d}, \quad (4)$$

где $n_a$ – удельный вес (доля) ответов «Очень эффективна»;

$n_b$ – удельный вес (доля) ответов «Скорее эффективна»;

$n_c$ — удельный вес (доля) ответов «Скорее неэффективна»;

$n_d$ – удельный вес (доля) ответов «Абсолютно неэффективна».

Индекс может принимать максимальное значение, равное +1, когда все респонденты дали положительные ответы и принимает минимальное значение, равное –1, когда все респонденты дали отрицательные ответы. Индекс равен нулю, если число «положительных оценок» равно числу «отрицательных» оценок. При этом положительное значение индекса говорит о том, что положительно оценивающих эффективность больше, чем отрицательно. И соответственно отрицательное значение появится в ситуации, когда число отрицательных оценок больше, чем положительных.

14.8. ***Индекс эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей*** рассчитывается на основе ответов на вопрос №35 аналогично индексу эффективности общественных организаций по защите прав потребителей, по такой же формуле.

## 15. Требования к результатам исследования

15.1. Анализ эмпирических данных производится с использованием возможностей статистико-математического пакета SPSS и программы Microsoft Excel, позволяющих оценивать результаты исследования по основным социально-демографическим характеристикам респондентов, по типам приобретаемых товаров, получаемых услуг и по иным параметрам.

15.2. По итогам исследования обрабатываются данные, полученные в ходе социологического опроса, в том числе:

- об уровне защищенности прав потребителей;

- о потребительском поведении и практике получения различных услуг жителями государств-членов ЕАЭС;

- об уровне информированности и эффективности информирования населения государств-членов ЕАЭС по вопросам защиты прав потребителей;

- об информированности населения о действующих в государстве стандартах, устанавливающих требования к качеству товаров (работ, услуг); качества товаров/услуг;

- о степени удовлетворенности и оценке населением уровня качества отдельных товаров (работ, услуг);

- о моделях поведения потребителей в случаях ущемления их прав, о мотивации потребителей к защите своих прав;

- об уровне эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей;

- об эффективности деятельности общественных объединений потребителей.

15.3. Аналитический отчёт по результатам исследования составляется на базе Microsoft Word и Microsoft PowerPoint, содержит информацию по каждому государству-члену ЕАЭС, иллюстрируется графиками, таблицами, инфографиками с текстовым описанием и анализом цифровых значений. В ходе подготовки аналитического отчета по результатам социологических исследований применяется необходимый набор статистико-аналитических процедур.

Приложение №1

**Инструкция респонденту для заполнения анкеты**

С целью изучения уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах Евразийского экономического союза, проводится опрос мнений жителей государств-членов ЕАЭС.

По итогам данного социологического исследования будут отобраны наиболее проблемные направления и разработан перечень мероприятий для повышения эффективности мер, принимаемых для защиты прав потребителей в государствах-членах ЕАЭС.

Пожалуйста, ответьте на ряд вопросов, посвященных Вашей оценке уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в Вашем государстве.

Для ответа на вопросы анкеты Вам необходимо внимательно ознакомиться с текстом вопросов и предлагаемыми вариантами ответов, после чего отметить соответствующий Вашему мнению вариант ответа на каждый вопрос (или несколько вариантов ответа, если это указано) или вписать свой вариант ответа в позиции «другое».

Вы можете быть полностью уверены в полной конфиденциальности ваших ответов. Они будут использоваться только в обобщенном виде, Ваше имя нигде не будет упомянуто. Обратите внимание, что на вопросы не существует правильных или неправильных ответов, для нас важно знать Ваше личное мнение о сложившейся в обществе ситуации.

Опрос займет у Вас не более 20 минут.

**Вы согласны принять участие в опросе?**

1) Да ПЕРЕХОД К АНКЕТЕ (ПРИЛОЖЕНИЕ №3)
2) Нет ЗАВЕРШИТЬ ОПРОС

Приложение №2

**Инструкция интервьюера, участвующего в проведении социологического исследования[5]**

**Общие положения**

1. Интервьюер – специалист, обладающий знаниями, навыками и полномочиями, необходимыми для проведения социологического опроса. Интервьюер является участником социологического исследования, целью которого станет оценка текущего уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС (далее - опрос).

2. В период проведения опроса интервьюер является основным исполнителем работ и обеспечивает качество конечных результатов исследования. Порядок организации процессов и действий интервьюера устанавливается настоящей инструкцией.

3. Обязательным требованием является предварительное ознакомление интервьюера с положениями настоящей инструкции, а также текстом анкеты опроса (далее - анкета) и требованиями к нему:

- полнота заполнения – 100 процентов анкет заполнены полностью (дан ответ на каждый вопрос согласно логической схеме, заложенной в анкете);

- правильность заполнения – 100 процентов анкет заполнены без исправлений и с учетом соблюдения смыслового содержания ответа на поставленный вопрос;

- соответствие геолокации и времени проведения каждого интервью в рамках опроса – не менее 95 процентов анкет должны иметь четко идентифицируемые координаты точки геолокации (номера телефона), а также адекватную длительность проведения одного интервью, за исключением мест, где не доступна информационно телекоммуникационная или спутниковая связь;

- наличие аудиозаписи каждого интервью – 100 процентов анкет должны иметь аудиозапись;

- осуществление аудиоконтроля каждого интервью – 100 процентов анкет заполнены достоверно, с соблюдением требований инструкции.

4. За ходом работы интервьюера осуществляется контроль со стороны организаторов опроса (далее - организаторы).

**Общие принципы проведения опроса**

5. Опросу в исследовании подлежит взрослое население различных социально-демографических групп и слоев, то есть люди в возрасте 14 лет и старше, отвечающие

[5] Для личных интервью по технологии CAPI или CATI

установленным профильным значениям, проживающие в указанном населенном пункте не менее 1 года на момент интервьюирования.

6. В одной группе лиц / по одному номеру телефона опрашивается только один респондент на основе заданных квот по установленным критериям (пол, возраст, уровень образования).

7. Опрос осуществляется одним из двух методов:

- методом индивидуального формализованного интервью по принципу «лицом к лицу» на улице населенного пункта в границах, обозначенных организатором;

- методом индивидуального формализованного интервью по телефону по номерам, предоставленными организатором.

8. Интервьюер, строго придерживаясь текста анкеты и требований настоящей инструкции, устно задает вопросы опрашиваемому и собственноручно фиксирует его ответы.

9. Общая нагрузка на одного интервьюера должна составлять не более 30 респондентов (результативных анкет).

10. Интервьюер в ходе опроса должен придерживаться маршрутного листа (в случае формализованного интервью по принципу «лицом к лицу») и установленных профилирующих значений выборки (заданных квот по установленным критериям), которые доводятся до сведения интервьюеров организаторами до начала проведения опроса.

11. Главная задача интервьюера заключается в том, чтобы зафиксировать подлинную, неискаженную, без оказания влияния со стороны каких-либо третьих лиц позицию респондента. Для обеспечения этого интервьюер:

- должен исключить на время интервьюирования контакты респондента с другими лицами (членами семьи, соседями, гостями и др.), обсуждение с ними содержания вопросов и ответов. В анкете должно быть зафиксировано только личное мнение респондента;

- не должен высказывать своего отношения к проблемам, содержащимся в анкете, ни до, ни во время, ни после интервью. В ходе интервью не должно быть ни обсуждений, ни полемики между интервьюером и респондентом. Рекомендуется молчаливое одобрение любого мнения (высказывания, суждения);

- не должен отождествлять мнение, выраженное респондентом в свободном, оригинальном высказывании, с той или иной кодовой позицией анкеты. Такое высказывание дословно фиксируется интервьюером в поле «другое», если это предусмотрено вариантами ответов на вопрос. В ином случае интервьюер обязан уточнить

ответ и при условии повторного отсутствия соответствующего варианта ответа зафиксировать вариант «затрудняюсь ответить»;

- должен фиксировать ответы на открытые вопросы, по возможности следуя лексике респондента. Если респондент не вполне ясно изложил свое мнение, следует попросить его уточнить высказывание;

- должен дословно зачитывать вопросы анкеты;

- должен или дословно зачитывать варианты ответов респонденту или демонстрировать варианты ответов респонденту на карточках и (или) электронных носителях;

- не должен спешить с записью варианта ответа. Не следует, не дождавшись конца ответа, фиксировать тот, который давался значительным числом респондентов в ходе предыдущих интервью, так как респондент, увидев, что ответ записан, решает, что так правильнее, и не уточняет свою позицию.

12. Наряду с формулировками вопросов и сопровождающими их вариантами ответов в анкете содержатся также пояснения по способу фиксирования ответов на отдельные вопросы и заполнению таблиц. Интервьюер должен внимательно ознакомиться с указаниями по заполнению анкеты и строго придерживаться их во время опроса.

13. Содержание анкеты и особенности проведения интервью должны быть тщательно изучены интервьюером до начала опроса. Все вопросы, возникшие при изучении инструкции, по содержанию анкеты и способам ее заполнения, выясняются у организаторов в ходе инструктажа. Любое нарушение указаний к заполнению анкеты является грубой ошибкой, ведущей к снижению качества исследования.

14. Анкета считается заполненной, если на каждый вопрос есть отмеченный в соответствии с требованиями ответ. Запрещено пропускать ответы на вопросы, не разрешается вносить исправления в анкету. Анкеты принимаются (признаются результативными) после проведения контроля полноты и достоверности информации.

15. Опрос должен проводиться в автоматизированном режиме (без использования бумажных анкет).

**Вводная часть опроса**

16. Интервьюеру следует, прежде всего, представиться, предъявить, если имеется, удостоверение и сообщить о целях своего обращения. Примерный текст вводной беседы предлагается в анкете. Композиция вводной беседы может меняться интервьюером в зависимости от конкретной ситуации.

17. Задача интервьюера при знакомстве с респондентом – создать доброжелательную, спокойную атмосферу для предстоящей беседы, убедить в важности и

необходимости участия в опросе именно данного человека. Возможно, респонденту следует объяснить, что исследование проводится по специальной, научно обоснованной методике, согласно которой в опрос включаются все группы населения, различающиеся по полу, возрасту, образованию и т.д.

18. На протяжении всего опроса интервьюер должен быть вежливым, корректным и не забывать, что участие респондента в опросе всегда носит добровольный характер – респондент в любой момент имеет право отказаться отвечать, как на какой-либо конкретный вопрос, так и от продолжения участвовать в опросе, в целом. В случае категоричного отказа респондента от участия в опросе интервьюер должен выразить сожаление, извиниться за причиненное беспокойство и попрощаться. Однако такого рода случаи должны быть сведены к минимуму.

19. Интервьюеру следует объяснить, что социологи стремятся выяснить и учесть подлинные мнения, настроения и пожелания людей. В связи с этим следует предложить респонденту серьезно отнестись к тем вопросам, которые ему будут заданы, и попросить его быть откровенным.

**Процедура выборки при опросе[6]**

20. Опрос проводится в границах, заданных организаторами и указанных в маршрутном задании. При отборе респондентов следует избегать личных оценок и симпатий. С предложением принять участие в опросе следует обращаться к каждому второму прохожему в точках с низкой проходимостью (не более десяти человек в минуту) и к каждому пятому прохожему в точках с высокой проходимостью.

21. Если к точке опроса приближается группа людей (два и более человек), один из которых явно менее дружелюбно настроен, то интервьюеру рекомендуется опросить именно его. Данная мера позволит снизить перекос в пользу наиболее контактных респондентов.

22. Интервьюеру запрещено опрашивать несколько человек в составе группы (семьи или компании друзей). Из них должен опрашиваться строго один.

**Пояснения к структуре анкеты и отдельным вопросам**

23. В анкете абсолютное большинство вопросов построено по принципу многопунктовых шкал, которые по своему характеру являются строго альтернативными, то есть с возможностью выбора только одного варианта ответа. Все случаи множественных ответов специально оговариваются в анкете.

---

[6] При использовании метода индивидуального формализованного интервью по принципу «лицом к лицу» на улице населенного пункта в границах, обозначенных организатором

24. В анкете предусмотрено определенное количество открытых вопросов. В этом случае интервьюеру самостоятельно следует зафиксировать ответ респондента с учетом реализации принципов полноты и достоверности информации.

25. В рамках опроса интервьюер заполняет ряд позиций самостоятельно, в том числе место проживания, пол, возраст, уровень образования респондента.

**Контроль проведения интервьюирования**

26. В рамках исследования проводится контроль работы интервьюеров по установленным критериям (показателям):

- полнота заполнения – 100 процентов анкет заполнены полностью (дан ответ на каждый вопрос согласно логической схеме, заложенной в анкете);

- правильность заполнения – 100 процентов анкет заполнены без исправлений и с учетом соблюдения смыслового содержания ответа на поставленный вопрос;

- наличие аудиозаписи каждого интервью – 100 процентов анкет должны иметь аудиозапись;

- осуществление аудиоконтроля каждого интервью – 100 процентов анкет заполнены достоверно, с соблюдением требований инструкции.

**Завершение работы**

27. После выполнения всего объема задания интервьюер должен лично сдать работу руководителю полевого этапа. Комплект сдаваемых материалов определяется организатором опроса.

28. Интервьюер должен своевременно (в срок, указанный организатором опроса) сдать работу. В случаях возникающей возможности срыва сроков работы, интервьюер должен своевременно сообщить об этом организатору опроса.

Приложение № 3

## ИНСТРУМЕНТАРИЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ. АНКЕТА ДЛЯ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

### СКРИНИНГОВАЯ ЧАСТЬ

**S.1 На территории какого государства-члена Евразийского экономического союза Вы проживаете?** (Отметить один вариант ответа)

1) Республика Армения ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
2) Республика Беларусь ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
3) Республика Казахстан ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
4) Кыргызская Республика ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
5) Российская Федерация ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.2 Вы являетесь гражданином этого государства?** (Отметить один вариант ответа)

1) Да
2) Нет ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ

**S.3 В каком населённом пункте Вы проживаете в настоящее время?** (Отметить один вариант ответа)

Настроена зависимость показа вариантов ответов от вопроса S.1

**S.4 Как давно Вы проживаете в этом населённом пункте?** (Отметить один вариант ответа)

1) Постоянно проживаю в другом месте ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ
2) Менее одного года ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ
3) 1 год и более

**S.5 Укажите Ваш пол.** (Отметить один вариант ответа)

1) Мужской ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
2) Женский ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.6 Сколько Вам полных лет?** (Отметить один вариант ответа)

1) Менее 14 лет ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ
2) 14-17 лет ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
3) 18-29 лет ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
4) 30-44 года ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
5) 45-59 лет ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
6) 60 лет и старше ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.7 Ваш уровень образования:** (Отметить один вариант ответа)

1) Неоконченное основное общее образование ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
2) Основное общее образование (8-9 классов) ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
3) Среднее общее образование (10-11 классов) ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
4) Среднее профессиональное образование (колледж, техникум) ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
5) Неоконченное высшее образование ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
6) Высшее образование

**S.8 Относитесь ли Вы к отдельной категории потребителей, имеющих нарушения здоровья (инвалидность, ОВЗ)?**

1) Да
2) Нет

## БЛОК 1 «ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПРАКТИКА ПОЛУЧЕНИЯ УСЛУГ ЖИТЕЛЯМИ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС»

**1. Скажите, пожалуйста, как часто Вы покупаете…:** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| № | Товары (розничная торговля) | Варианты ответов | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Несколько раз в неделю и чаще | Раз в неделю | Несколько раз в месяц | Примерно раз в месяц | Раз в несколько месяцев | Раз в полгода | Реже, чем раз в полгода | Никогда |
| **1.1.** | Продукты питания | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| **1.2.** | Одежду или обувь | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| **1.3.** | Парфюмерно-косметические товары, бытовую химию | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| **1.4.** | Электронику, бытовую технику | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| **1.5.** | Табак, сигареты, алкоголь | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| **1.6.** | Лекарства, медикаменты | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |

**2. Где Вы <u>чаще всего</u> покупаете указанные товары?** (Отметить один вариант ответа в каждом столбце)

| № | Варианты ответов | Товары | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Продукты питания | Одежда или обувь | Парфюмерно-косметические товары, быговая химия | Электроника, бытовая техника | Табак, сигареты, алкоголь |
| 2.1. | В торговых центрах | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.2. | В гипермаркетах, супермаркетах | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 2.3. | В небольших магазинах «У дома», в минимаркетах | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 2.4. | В палатках и киосках | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2.5. | На рынках, ярмарках | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 2.6. | В интернет-магазинах | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 |
| 2.7. | Другое (впишите свой вариант ответа) | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| 2.8. | Не приобретаю указанный товар | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 |
| 2.9. | Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |

**3. Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных ниже услуг Вы пользуетесь и, если пользуетесь, то как часто?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| № | Услуги | Варианты ответов | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Несколько раз в неделю и чаще | Раз в неделю | Несколько раз в месяц | Примерно раз в месяц | Раз в несколько месяцев | Раз в полгода | Реже, чем раз в полгода | Никогда |
| 3.1. | Услуги розничной торговли | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.2. | Услуги дистанционной торговли (онлайн магазинов, маркетплейсов) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.3. | Услуги общественного питания (столовых, кафе, ресторанов и т.п.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.4. | Туристские услуги (путешествия, экскурсии) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.5. | Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.6. | Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнес-центров | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.7. | Медицинские услуги | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.8. | Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.9. | Услуги общественного транспорта, в том числе, такси | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.10. | Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.11. | Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.12. | Финансовые услуги | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |

## 2 «УРОВЕНЬ ИНФОРМИРОВАННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ОБ ОТДЕЛЬНЫХ АСПЕКТАХ ДЕЙСТВУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**4. Как Вы думаете, регулируются ли в Вашей стране на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?** (Отметить один вариант ответа)

1) Точно знаю, что регулируются
2) Думаю, что регулируются, но не знаю точно
3) Точно не регулируются
4) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**5. Знакомы ли Вы с действующим на уровне Вашего государства Законом «О защите прав потребителей»?** (Отметить один вариант ответа)

1) Да, знаю основные положения Закона
2) Знаю о существовании Закона, но не знаю его содержание
3) Впервые слышу о Законе

**6. О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно?** (Можно отметить любое количество вариантов ответов)

1) Право на просвещение в области защиты прав потребителей
2) Право на надлежащее качество товара (работы, услуги)
3) Право потребителя на безопасность товара (работы, услуги)
4) Право потребителя на информацию об изготовителе (продавце, исполнителе) и о товарах (работах, услугах)
5) Право потребителя на возмещение и компенсацию материального и морального вреда, причиненного жизни, здоровью и имуществу из-за недостатков товара (работы, услуги) или ненадлежащей информации
6) Право потребителя на обмен товара надлежащего (ненадлежащего) качества
7) Право потребителей на защиту своих прав
8) Не знаю о правах потребителей

**6.1. Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Вы считаете необходимым расширить, чем дополнить?** (Впишите свой вариант ответа)

_____

**7. Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом?**

1) Знаю детально особенности законодательства
2) Знаю о существовании особенностей
3) Не знаю об особенностях законодательства

## БЛОК 3 «ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМИРОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ПО ВОПРОСАМ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**8. Как Вы считаете, достаточны ли Ваши знания в области защиты Ваших прав как потребителя товаров (работ, услуг)?** (Отметить один вариант ответа)

1) Вполне достаточны
2) Скорее достаточны
3) Недостаточны
4) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**9. Хотели ли бы Вы больше узнать о своих правах как потребителя?** (Отметить один вариант ответа)

1) Да, хотел бы иметь полную информацию о своих правах
2) Да, хотел бы немного больше узнать
3) Нет, имеющихся у меня знаний мне уже достаточно ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №11

**10. О чем конкретно в сфере защиты прав потребителей Вы бы хотели узнать больше?** (Можно выбрать не более трех вариантов ответов).

1) Основы потребительских знаний: как защитить свои права и интересы при покупке товаров
2) Права потребителей на едином рынке ЕАЭС
3) Дистанционная торговля: права и обязанности потребителей и продавцов
4) Права потребителей в сфере услуг: туризм, медицина, образование и т.д.
5) Разрешение потребительских споров до суда
6) Права и обязанности потребителей в сфере финансовых услуг
7) Общественная инициатива и контроль в области защиты прав потребителей
8) Другое (укажите)

**11. Если у Вас возникают вопросы в сфере защиты прав потребителей, куда Вы обращаетесь за получением необходимой информации? (**Можно отметить любое количество вариантов ответов)

1) Официальная информация (законодательство), размещенная на официальных сайтах уполномоченных органов в сети Интернет
2) Сайты общественных объединений потребителей

3) Телепередачи, радиопередачи на тему защиты прав потребителей

4) Публикации в печатных и электронных СМИ

5) Специальные блоги, форумы, где обсуждаются вопросы защиты прав потребителей

6) Информационные стенды, уголки потребителей

7) Юридические консультации

8) Друзья, знакомые

9) Другое (укажите, пожалуйста)

10) Никуда не обращаюсь

**12. Оцените качество информации о защите прав потребителей, размещаемой в открытом доступе.** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| № | Критерии | Варианты ответов | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Удовлетворительно | Скорее удовлетворительно | Скорее неудовлетворительно | Неудовлетворительно | Затрудняюсь ответить/ мне ничего не известно о такой информации |
| | **Доступность информации** | | | | | |
| 12.1. | о нормативной базе, связанной с защитой прав потребителей | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.2. | о перечне прав потребителей с пояснениями | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.3. | о правилах обращения в надзорные, правозащитные органы для отстаивания своих прав в случае их нарушения | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | **Понятность информации** | | | | | |
| 12.4. | о нормативной базе, связанной с защитой прав потребителей | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.5. | о перечне прав потребителей с пояснениями | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.6. | о правилах обращения в надзорные, правозащитные органы для отстаивания своих прав в случае их нарушения | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

## БЛОК 4 «ИНСТРУМЕНТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОСНОВНЫХ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**13. Известно ли Вам о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг)?** (Отметить один вариант ответа)

1) Да
2) Нет ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №18

**14. Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?** (Отметить один вариант ответа)

1) Всегда
2) Часто
3) Редко
4) Никогда

**15. Что повышает Вашу уверенность в качестве приобретаемого товара?** (Можно отметить любое количество вариантов ответов)

1) Наличие сертификата
2) Наличие знака качества
3) Репутация изготовителя (продавца)
4) Не доверяю ничему

**16. Всегда ли Вы можете получить интересующую Вас информацию относительно приобретаемого товара, получаемой услуги?** (Отметить один вариант ответа)

1) Всегда или практически всегда ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №18
2) Не всегда
3) Никогда или практически никогда

**17. Какую информацию о товаре (работе, услуге) Вы не всегда можете получить?** (Можно отметить любое количество вариантов ответов)

1) О качестве товара, его характеристиках
2) О стоимости товара/услуги
3) Об изготовителе (исполнителе, продавце)
4) Об условиях приобретения (договора) товара/получения услуги

5) О сроке годности, гарантийном сроке, сроке службы

6) О безопасности товара, сертификатах (декларациях) соответствия

7) Другое (укажите, пожалуйста)

8) Затрудняясь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

## БЛОК 5 «УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ТОВАРОВ (РАБОТ, УСЛУГ)»

**18. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| № | Товары | Варианты ответов | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Полностью удовлетворены | Скорее удовлетворены | Скорее не удовлетворены | Полностью не удовлетворены | Затрудняюсь ответить |
| 18.1. | Продуктов питания. Вопрос не задается если на вопрос №1, выбран п.п. №1.8. вариант №9 «Не приобретаю указанный товар» | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18.2. | Одежды, обуви. Вопрос не задается если на вопрос №1, выбран п.п. №1.8. вариант №9 «Не приобретаю указанный товар» | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18.3. | Парфюмерно-косметических товаров, бытовой химии. Вопрос не задается если на вопрос №1, п.п. №1.3. выбран вариант №9 «Не приобретаю указанный товар» | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18.4. | Электротоваров, бытовой техники. Вопрос не задается №1, выбран п.п. №1.8. вариант №9 «Не приобретаю указанный товар» | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18.5. | Алкогольной, табачной продукции. Вопрос не задается №1, выбран п.п. №1.8. вариант №9 «Не приобретаю указанный товар» | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

**19. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих услуг?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| № | Услуги | Варианты ответов | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Да, каждый раз или практически каждый раз | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | Никогда |
| 19.1. | Услуги розничной торговли. Вопрос не задается если на вопрос №2, п.п. №2.1. выбран вариант №8 «Никогда / практически никогда» | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.2. | Услуги дистанционной торговли (онлайн магазинов, маркетплейсов). Вопрос не задается если на вопрос №2, п.п. №2.2. выбран вариант №8 «Никогда / практически никогда» | 1 | 2 | 3 | 4 |

Окончание таблицы

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 19.3. | Услуги общественного питания (столовых, кафе, ресторанов и т.п.). Вопрос не задается если на вопрос №2, п.п. №2.3. выбран вариант №8 «Никогда / практически никогда» | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.4. | Туристские услуги (путешествия, экскурсии). Вопрос не задается если на вопрос №2, п.п. №2.4. выбран вариант №8 «Никогда / практически никогда» | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.5. | Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.). Вопрос не задается если на вопрос №2, п.п. №2.5. выбран вариант №8 «Никогда / практически никогда» | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.6. | Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнесс-центров. Вопрос не задается если на вопрос №2, п.п. №2.6. выбран вариант №8 «Никогда / практически никогда» | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.7 | Медицинские услуги. Вопрос не задается если на вопрос №2, п.п. №2.7. выбран вариант №8 «Никогда / практически никогда» | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.8. | Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио). Вопрос не задается если на вопрос №2, п.п. №2.8. выбран вариант №8 «Никогда / практически никогда» | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.9. | Услуги общественного транспорта, в том числе, такси. Вопрос не задается если на вопрос №2, п.п. №2.9. выбран вариант №8 «Никогда / практически никогда» | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.10. | Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.) Вопрос не задается если на вопрос №2, п.п. №2.10. выбран вариант №8 «Никогда / практически никогда» | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.11. | 8) Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования). Вопрос не задается если на вопрос №2, п.п. №2.11. выбран вариант №8 «Никогда / практически никогда» | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.12. | Финансовые услуги. Вопрос не задается если на вопрос №2, п.п. №2.12. выбран вариант №8 «Никогда / практически никогда» | 1 | 2 | 3 | 4 |

**20. Давайте подробнее остановимся на розничной продаже товаров. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

Вопрос не задается если на вопрос №2, п.п. №2.1. выбран вариант №8 «никогда»/ «практически никогда»

| | Ситуация | Варианты ответов | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Да, каждый раз или практически каждый раз | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | Никогда |
| 20.1. | Продавали товар с истекшим сроком годности (службы) | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.2. | Продали бракованный товар | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.3. | Обвесили | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.4. | Отсутствовал ценник товара или цена была указана неверно | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.5. | Предоставили недостоверную информацию о товаре | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.6. | Не предоставили необходимую информацию о товаре | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.7. | Обсчитали | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.8. | Невежливо разговаривали | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.9. | Навязывали дополнительные товары и услуги | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.10. | Отказали в обмене или возврате денег за некачественный товар | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.11. | Не предоставили книгу жалоб | 1 | 2 | 3 | 4 |

**21. Теперь давайте поговорим про общественное питание. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями при посещении кафе и ресторанов?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

Вопрос не задается если на вопрос №2, п.п. №2.3 выбран вариант №8 «никогда»/ «практически никогда»

| № | Ситуация | Варианты ответов | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Да, каждый раз или практически каждый раз | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | Никогда |
| 21.1. | Отказали в обслуживании | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.2. | Принесли некачественное, испорченное блюдо | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.3. | Помещение, посуда и столовые приборы были загрязнены | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.4. | Невежливо разговаривали работники | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.5. | В счет включали лишние позиции | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.6. | Настаивали на оплате некачественного, испорченного блюда | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.7. | Настаивали на оплате дополнительных услуг (музыка, детская комната и пр.) | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.8. | Требовали чаевые | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.9. | Не предоставили возможность расплатиться удобным для Вас способом | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.10. | Не дали предварительно ознакомиться с меню или не предоставили интересующую Вас информацию – о составе, калорийности, весе блюда | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.11. | Отказывали в предоставлении книги жалоб | 1 | 2 | 3 | 4 |

**22. Получали ли Вы за последние 12 месяцев какие-либо услуги из представленных ниже? Если получали, то скажите, Вы оказываетесь в ситуации, когда понимали, что Ваши права как потребителя, были нарушены?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| | Сфера услуг | Варианты ответов | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Получал услугу, но права не были нарушены | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | Не получал услугу |
| 22.1. | Услуги розничной торговли | 1 | 2 | 3 |
| 22.2. | Услуги дистанционной торговли | 1 | 2 | 3 |
| 22.3. | Услуги общественного питания (столовых, кафе, ресторанов и т.п.) | 1 | 2 | 3 |
| 22.4. | Туристские услуги, путешествия, экскурсии | 1 | 2 | 3 |
| 22.5. | Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.) | 1 | 2 | 3 |
| 22.6. | Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнесс-центров | 1 | 2 | 3 |
| 22.7. | Медицинские услуги, в том числе платные | 1 | 2 | 3 |
| 22.8. | Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио) | 1 | 2 | 3 |
| 22.9. | Услуги общественного транспорта, в том числе, такси | 1 | 2 | 3 |
| 22.10. | Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.) | 1 | 2 | 3 |
| 22.11. | Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования) | 1 | 2 | 3 |
| 22.12 | Финансовые услуги (услуги, предоставляемые банками, страховыми компаниями и другими финансовыми организациями) | 1 | 2 | 3 |

**23. Выберите одну услугу, при получении которой Вы столкнулись с нарушением ваших прав и о которой Вы готовы рассказать.** (Отметить один вариант ответа)

Вопрос не задается если на вопрос №22, ВО ВСЕХ ПУНКТАХ п.п. №22.1.-№22.12. выбраны варианты №1 «Получал услугу, но права не были нарушены» или №3 «Не получал услугу».

Если только в одном случае выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос не задается

Если в нескольких случаях выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос задается только по тем услугам, по которым выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав»

1) Туристские услуги, путешествия, экскурсии
2) Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.)
3) Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнесс-центров

4) Медицинские услуги

5) Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио)

6) Услуги общественного транспорта, в том числе, такси

7) Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.)

8) Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования)

9) Финансовые услуги

**24. С какими ситуациями в процессе получения этой услуги Вы сталкивались за последние 12 месяцев?** (Можно отметить несколько вариантов ответов)

Вопрос не задается если на вопрос №22, ВО ВСЕХ ПУНКТАХ п.п. №22.1.-№22.12. выбраны варианты №1 «Получал услугу, но права не были нарушены» или №3 «Не получал услугу».

Если только в одном случае выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос не задается

Если в нескольких случаях выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос задается только по тем услугам, по которым выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав».

1) Не могли получить интересующие сведения об услуге, об условиях ее получения

2) Не могли узнать стоимость услуги

3) Не могли узнать график работы специалистов

4) Не могли узнать гарантийный срок, если он установлен

5) Не могли узнать правила и условия эффективного и безопасного использования услуги

6) Не могли узнать адрес (место нахождения), наименование исполнителя

7) Не получили информацию о правилах выполнения работ, оказания услуг

8) Не могли получить информацию о конкретном лице, которое будет выполнять работу (оказывать услугу), и информацию о нем

9) Не могли получить услугу (нет специалистов, учреждений, плотная запись на прием, проигнорировали Ваше обращение и пр.)

10) Столкнулись с низким уровнем профессионализма, некомпетентностью специалистов, оказавших услугу

11) Столкнулись с недоброжелательность сотрудников, оказавших услугу

12) Услуга оказывалась в технически неисправном помещении, транспорте, получение услуги было небезопасно, была нарушена техника безопасности

13) Услуга была оказана некачественно

14) Услуга была выполнена не в указанный срок

15) Итоговая стоимость услуги возросла без согласования с Вами

16) Исполнитель намекал на необходимость дополнительного вознаграждения, подарка

17) Исполнитель отказался переделывать некачественную услугу

18) Исполнитель отказался делать скидку из-за нарушений сроков выполнения работы или недостаточно высокого качества предоставления услуги

19) Другое (укажите)

**25. Как часто Вы приобретаете товары через интернет?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

В том случае, если во всех строках респондент выбирает вариант ответа «Никогда / практически никогда», ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №30.

| № | Товары | Несколько раз в неделю и чаще | Раз в неделю | Несколько раз в месяц | Примерно раз в месяц | Раз в несколько месяцев | Раз в полгода | Реже, чем раз в полгода | Никогда |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 25.1. | Продукты питания | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 25.2. | Одежду и обувь | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 25.3. | Парфюмерно-косметические товары, бытовая химия | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 25.4. | Электронику, бытовую технику | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 25.5. | Табак, сигареты, алкоголь | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 25.6. | Лекарства, медикаменты | | | | | | | | |
| 25.7. | Билеты (проездные, развлекательные и проч.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |

**26. Почему Вы покупаете эти товары именно онлайн, а не в обычном магазине?** (Можно отметить несколько вариантов ответов)

1) Цены в интернет-магазинах ниже, чем в обычных

2) Это быстрее, экономит время, не люблю ходить по обычным магазинам

3) Больше выбор, можно найти товар, которого нет в обычных магазинах моего города

4) Онлайн доступны товары более высокого качества

5) Онлайн дает бонусы

6) Онлайн легче вернуть или обменять товар

7) Товар доставляется в удобное место

8) Доступно больше информации о товаре

9) Можно сравнивать информацию с аналогичными товарами

10) Есть отзывы о товаре, фотографии и видео, подготовленные покупателями

11) Могу делать покупки в удобное для меня время

12) Другое (укажите)

13) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**27. Скажите, как за последний год изменилась частота Ваших покупок через интернет?** (Отметить один вариант ответа)

1) Стал покупать чаще

2) Покупаю так же, как и раньше

3) Стал покупать реже (почему?)

4) Затрудняюсь ответить

**28. Скажите, при совершении покупок через интернет Вы сталкивались с указанными ниже ситуациями?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| № | Ситуация | Варианты ответов | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Да, каждый раз или практически каждый раз | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | Никогда |
| 28.1 | Сроки доставки товара были нарушены | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.2 | Товар оказался с браком или с истекшим сроком годности | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.3 | Товар не доставили | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.4 | Доставили неполный комплект заказа | | | | |
| 28.5 | Товар не соответствует заказанному, доставили другой товар | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.6 | Не мог получить полную информацию о товаре или информация была указана не на Вашем родном языке | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.7 | Невозможность разрешить конфликтную ситуацию | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.8 | Отказывали в возврате товара | 1 | 2 | 3 | 4 |

## БЛОК 6 «МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЛУЧАЕ УЩЕМЛЕНИЯ ИХ ПРАВ»

**29. Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших прав как потребителя?** (Отметить один вариант ответа)

1) Знаю хорошо
2) Знаю достаточно
3) Меня не интересует

**30. Если Ваши права потребителя будут нарушены, куда Вы обратитесь?** (Можно отметить несколько вариантов ответа)

1) В уполномоченный государственный орган по защите прав потребителей
2) В суд, прокуратору, к услугам юристов
3) В общественное объединение потребителей
4) Буду пытаться решить проблему с изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг) самостоятельно
5) К знакомым, которые могут помочь решить ситуацию
6) Никуда не обращусь и ничего не буду делать

**31. Какие способы борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг) Вы считаете наиболее эффективными? Оцените каждый способ по пятибалльной шкале, где 5 баллов – очень эффективно, 0 баллов – совсем неэффективно.** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| Способы борьбы | Оценка | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Жалоба сотруднику администрации | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Жалоба в Книгу отзывов и предложений | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Негативный отзыв на сайте магазина, учреждения | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Обращение в общественные объединения потребителей | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Обращение в уполномоченные государственные органы | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Негативный отзыв в социальных сетях | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Обращение в суд | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Обращение юристу для досудебной защиты прав | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |

**32. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их перед изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг)?** (Можно отметить не более 3 вариантов ответов)

1) Да, в любом случае я буду пытаться их отстоять
2) Да, если стоимость товара (работы, услуги) высокая для меня

3) Да, если в процессе использования товара (получения услуги) мне был нанесен физический вред

4) Да, если в процессе использования товара (получения услуги) мне был нанесен моральный вред

5) Нет

6) Другое (укажите)

7) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**33. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их в суде?** (Можно отметить не более 3 вариантов ответов)

1) Да, в суде я смогу защитить свои права

2) Да, если стоимость товара (работы, услуги) дорогая для меня

3) Да, если в процессе использования товара (получения услуги) мне был нанесен физический вред

4) Да, если в процессе использования товара (получения услуги) мне был нанесен моральный вред

5) Нет

6) Другое (укажите)

7) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

## БЛОК 7 «УРОВЕНЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**34. Какие органы <u>должны</u> заниматься защитой прав потребителей?** (Можно отметить любое количество вариантов ответов)

1) Государство, уполномоченные государственные органы
2) Общественные объединения потребителей
3) Юристы
4) Судебные органы
5) Никто, защитой своих прав потребители должны заниматься сами
6) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**35. На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?** (Отметить один вариант ответа)

1) Очень эффективно
2) Скорее эффективно
3) Скорее неэффективно
4) Абсолютно неэффективно
5) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**36. Есть ли в Вашей стране общественные объединения в сфере защиты прав потребителей?** (Отметить один вариант ответа)

1) Да
2) Нет
3) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**37. На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сфере защиты прав потребителей?** (Отметить один вариант ответа)

1) Очень эффективна
2) Скорее эффективна
3) Скорее неэффективна
4) Абсолютно неэффективна
5) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**38. Сколько раз за последние 12 месяцев Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?** (Можно отметить несколько вариантов ответа)

1) Никогда не приходилось оказываться в такой ситуации ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №41

2) Один раз в несколько лет

3) Один-два раза в год

4) Один раз в месяц

5) Чаще, чем один раз в месяц

6) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**39. Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей?** (Можно отметить несколько вариантов ответов)

1) Да, в уполномоченные государственные органы по защите прав потребителей моей страны

2) Да, в уполномоченные государственные органы другого государства-члена ЕАЭС

3) Обращались в общественное объединение потребителей

4) Обращались в суд, прокуратору

5) Обращались к услугам юристов

6) Никуда не обращались, решали проблему с изготовителем (продавцом) товаров, исполнителем (работ, услуг) самостоятельно

7) Ничего не пытались сделать (почему?) ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №41

**40. Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?** (Отметить один вариант ответа)

1) Полностью удалось отстоять свои права

2) Частично удалось отстоять свои права

3) Не удалось отстоять свои прав

4) Вопрос завис на рассмотрении

**41. Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?** (Отметить один вариант ответа)

1) Ситуация благополучная – права потребителей полностью соблюдаются

2) Ситуация удовлетворительная, права потребителей соблюдаются частично

3) Ситуация неблагополучная, по большей части, права потребителей не соблюдаются

4) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**42. Как Вы думаете, законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки, направленные на всестороннюю и эффективную защиту прав потребителей или на сегодняшний день законодательство вполне отвечает всем ожиданиям потребителей?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Законодательство вполне отвечает всем ожиданиям потребителей

2) Законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки

3) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**43. Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Стало лучше (что конкретно?)

2) Осталось на прежнем уроне, не изменилось

3) Стало хуже (что конкретно?)

4) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**44. Считаете ли Вы необходимым расширение прав потребителей?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Да, в значительной степени

2) Да, незначительно

3) Нет

4) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**45. Как Вы думаете, есть ли необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Да, в значительной степени

2) Да, незначительно

3) Нет ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S8-S11

4) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ, ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S8-S11

**46. Что необходимо усилить в вопросе регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Увеличить размер штрафов для недобросовестных субъектов предпринимательской деятельности за нарушение ими законодательства в сфере защиты прав потребителей

2) Повысить требования к качеству товара (работ, услуг)

3) Повысить требования к предоставлению информации о товаре (работе, услуге), информации об изготовителе (исполнителе, продавце)

4) Повысить требования к безопасности товара (работы, услуги)

5) Другое (укажите)

6) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**И в заключение несколько вопросов о Вас:**

**S.8. Скажите, пожалуйста, в настоящее время Вы работаете или нет?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Работаю по найму на государственном предприятии

2) Работаю по найму на частном, коммерческом предприятии

3) Частный предприниматель, собственный бизнес

4) Пенсионер (не работаю) ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S.11.

5) Временно нигде не работаю, безработный ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S.11.

6) Студент, учащийся (не работаю) ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S.11.

7) Занимаюсь домашним хозяйством, в декрете ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S.11.

8) Другое (укажите)

**S.9. Уточните, пожалуйста, в какой отрасли, сфере Вы работаете?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Промышленность

2) Сельское хозяйство

3) Дизайн, проектирование, архитектура, строительство

4) Государственное, муниципальное управление

5) Образование, наука

6) Культура, искусство

7) Здравоохранение

8) Услуги, торговля

9) Общественное питание

10) Бытовое (коммунальное) обслуживание

11) Правоохранительные органы, армия, флот, охранная деятельность

12) Транспорт (в том числе, морской), связь

13) Информация, IT

14) Финансы, юриспруденция

15) Другое (укажите)

**S.10. Кем Вы работаете?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Руководитель высшего звена (генеральный директор, президент)

2) Заместитель руководителя, главный специалист

3) Руководитель среднего звена (руководитель отдела, подразделения, цеха, смены, или сектора)

4) Квалифицированный специалист с высшим образованием (врач, юрист, педагог)

5) Служащий без высшего образования (кассир, машинистка, продавец и т.д.)

6) Технический или обслуживающий персонал

7) Квалифицированный рабочий, мастер

8) Разнорабочий

9) Другое (укажите)

**S.11. Какая из перечисленных фраз наиболее точно характеризует уровень жизни Вашей семьи?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Нашей семье не хватает денег даже на еду и оплату коммунальных услуг

2) Нашей семье хватает денег только на еду и оплату коммунальных услуг, приобретение одежды проблематично

3) Нашей семье хватает денег только на еду и одежду, приобретение бытовой техники без обращения к кредитам проблематично

4) Нашей семье хватает денег на приобретение бытовой техники, но покупка автомобиля или отдых за границей без обращения к кредитам для нас проблематичны

5) Нашей семье хватает денег на отдых и содержание машины, но не можем приобрести дачу, квартиру без ипотеки и т.д.

6) Наша семья может без проблем приобрести любые дорогие вещи – квартиру, машину, дачу и т.д.

7) Отказ от ответа НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

***Благодарим Вас за участие в исследовании!***

## 2 Результаты апробации доработанного проекта методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах

Целью апробации доработанного проекта методики является получение объективной информации, характеризующей правильность скорректированных методологических подходов к проведению межстрановых социологических исследований в сфере защиты прав потребителей, а также оценка эквивалентности конструкта анкеты и лингвистической эквивалентности при проведении опросов на государственных языках государств-членов Союза.

Исследование проводилось методом стандартизированного (формализованного) телефонного интервью с использованием системы автоматизированного компьютеризированного телефонного интервью CATI. Исходные данные апробации доработанного проекта методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС, приведены в Приложении В.

Для фиксации деталей понимания респондентами вопросов и ответов в рамках опроса для интервьюеров были разработаны анкеты обратной связи, в которые они вносили комментарии в случае возникновения затруднений при проведении интервью. Примеры анкет обратной связи с интервьюерами приведены в Приложении Г.

При проведении апробации объем выборки составил 79 респондентов: по 15 телефонных интервью было проведено в Республике Армении, Республике Беларусь и Республике Казахстан, 14 интервью - в Кыргызской Республике, 20 интервью - в Российской Федерации. Опрос охватывал респондентов, проживающих в столичных городах государств-членов: Ереване, Минске, Астане, Бишкеке и Москве. Систематизация комментариев интервьюеров по скрининговой части анкеты позволила установить, что для упрощения и лучшего понимания респондентами содержания вопроса о гражданстве и месте проживания необходимо объединить вопрос S1 «На территории какого государства-члена Евразийского экономического союза Вы проживаете?» с вопросом S2 «Вы являетесь гражданином этого государства?» в один вопрос с формулировкой «Вы являетесь гражданином:…» с перечислением в вариантах ответов государств-членов.

Наибольшую долю среди опрошенных составили женщины (73%), основные категории респондентов по возрасту - 18-29 лет (30%) и 30-44 года (41%), большинство

респондентов (57%) имели высшее образование. Нарушения здоровья имел только один респондент из Республики Беларусь.

### 2.1 Блок 1 «Потребительское поведение и практика получения услуг жителями государств-членов ЕАЭС»

Изучение потребительского поведения и практики получения услуг населением, проживающим на территории государств-членов Союза, позволяет выявить наиболее значимые области потребления отдельных групп товаров с целью оценки текущего уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав. В анкету блока 1 с целью изучения потребительского поведения и практики получения услуг жителями государств-членов ЕАЭС включены 3 вопроса. Анализ анкет обратной связи и комментариев интервьюеров не выявил сложностей в понимании респондентами формулировки первого вопроса и предлагаемых вариантов ответов. По двум другим вопросам комментарии интервьюеров систематизированы в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Комментарии интервьюеров при проведении опроса респондентов*

| Вопросы анкеты Блока 1 | Комментарии интервьюеров | |
|---|---|---|
| | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
| 2. Где Вы чаще всего покупаете указанные товары? | Рекомендуется добавить слово «ниже» в формулировку вопроса. Новая формулировка вопроса «Где вы чаще всего покупаете товары, указанные **ниже**?» | - |
| 3. Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных ниже услуг Вы пользуетесь и, если пользуетесь, то как часто? | Можно добавить ремонт обуви, автомастерскую? | Медицинские услуги - требуется уточнение термина. Требуется уточнение о включении в термин платных медицинских услуг.<br>Финансовые услуги - требуется уточнение термина. Респонденты не понимают, что такое банковские услуги, не до конца понимают, что такое услуги ЖКХ. |

*разработано авторами

В анкетах обратной связи Республики Армения, Республики Беларусь и Республики Казахстан отсутствовали комментарии интервьюеров по первому блоку вопросов. Содержание вопросов и ответов блока 1 было понятно респондентам.

Ответы респондентов на первый вопрос позволяют выявить группы товаров, которые наиболее часто приобретаются опрошенными и, соответственно, увеличивается риск нарушения прав потребителей при их покупке. В зависимости от варианта ответа на первый вопрос следующий вопрос респонденту необходимо адресовать в случае наличия опыта покупки товаров из предложенных групп.

Анализ данных апробации доработанного проекта методики показал, что в государствах-членах ЕАЭС наиболее посещаемыми торговыми объектами являются

торговые центры, гипермаркеты и супермаркеты. Из объектов опроса исключены лекарства и медикаменты, поскольку розничная торговля регламентируется нормативными документами, устанавливающими обязательные требования для аптечных организаций (ст.55 ФЗ № 61 от 12.04.2010 «Об обращении лекарственных средств»). Для категории «Табак, сигареты, алкоголь» исключен вариант онлайн-покупки в интернет-магазинах.

Вопрос №3 «Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных ниже услуг Вы пользуетесь и, если пользуетесь, то как часто?» выявляет периодичность пользования различными видами услуг. На основании анализа комментариев интервьюеров в анкетах обратной связи Кыргызской Республики и Российской Федерации требуется внести пояснения в отношении формулировок медицинских и финансовых услуг. При указании медицинских услуг требуется уточнение, что в эту группу относят в том числе платные медицинские услуги. К финансовым услугам относят услуги, предоставляемые банками страховыми компаниями и другими финансовыми организациями. Указанные дополнения и пояснения помогут респондентам однозначно понимать формулировки медицинских и финансовых услуг, что позволит повысить объективность социологической информации.

Таким образом, опрос респондентов по вопросам блока №1 позволяет выявить различные модели потребительского поведения и получения услуг жителями государств-членов ЕАЭС, а также выявить потенциальную вовлеченность в проблемы защиты прав потребителей.

### 2.2 Блок 2 «Уровень информированности населения государств-членов ЕАЭС об отдельных аспектах действующего законодательства в отношении защиты прав потребителей»

Выявление уровня информированности населения государств-членов ЕАЭС об отдельных аспектах действующего законодательства в отношении защиты прав потребителей позволяет оценить эффективность проведения публичных информационно-просветительских мероприятий для потребителей по вопросам защиты их прав.

В анкету Блока 2 с целью изучения уровня информированности населения государств-членов ЕАЭС об отдельных аспектах действующего законодательства в отношении защиты прав потребителей включены 5 вопросов. Свод комментариев интервьюеров, приведенных в анкетах обратной связи, представлен в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Комментарии интервьюеров по блоку 2 вопросов анкеты*

| Вопросы анкеты Блока 2 | | Комментарии интервьюеров | | |
|---|---|---|---|---|
| | Республика Армения | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
| 4. Как Вы думаете, регулируются ли в Вашей стране на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)? | Требуется изменение формулировки «в Вашей стране», поскольку понятно, что в другой стране респондент не знает, как и что происходит. Предлагаем добавить пример к финансовым услугам | - | Требуется изменение формулировки вопроса «Регулирует ли государство в Вашей стране отношения между потребителями и изготовителями товаров (работ и услуг), а также исполнителями?» | - |
| 5. Знакомы ли Вы с действующим на уровне Вашего государства Законом «О защите прав потребителей»? | Требуется изменение формулировки «Вашего государства», и так понятно, что в другом государстве респондент не знает, как и что происходит | Не понятен вопрос, вызывает затруднение | Рекомендуется изменение формулировки «Знакомы ли Вы с действующим Законом КР «О защите прав потребителей»»? | «Вашего государства» звучало странным |
| 6. О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно? | - | - | - | - |
| 7. Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Вы считаете необходимым расширить, чем дополнить? | В этом вопросе респонденты не давали развёрнутого ответа | Все теряются, что писать в открытые вопросы. Не очень понятен вопрос респонденту | Можно ли добавить пример для того, чтобы респонденту было легче сориентироваться? | Много ответов «Общее расширение этих прав». В анкетах респонденты не смогли дать ответ на вопрос, хотя выбирали, что прав не хватает |
| 8. Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом? | - | - | Можно ли заменить слово дистанционное на «онлайн»? | - |

*разработано авторами

В анкетах обратной связи с интервьюерами из Республики Беларусь отсутствовали комментарии. Содержание вопросов и ответов Блока 2 было понятно респондентам.

Интервьюеры из Республики Армения и Кыргызской Республики в комментариях указали пожелание к упрощению отдельных формулировок вопросов. Вопрос 4 предлагается сформулировать «Как Вы думаете, регулируется ли на государственном уровне

отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?». Формулировку вопроса 5 также следует упростить на основании комментариев интервьюеров, поскольку респондент, являясь гражданином конкретного государства, формирует устойчивую правовою связь с государством-проживания, которая выражается в совокупности прав и обязанностей. Вопрос 5 необходимо изложить в следующей редакции «Знакомы ли Вы с действующим на уровне государства Законом «О защите прав потребителей»?».

Вопрос 6 «О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно?» характеризуется понятностью формулировки, комментарии интервьюеров по данному вопросу анкеты отсутствовали. Анализ результатов первичной апробации проекта методики показал, что 62% респондентов государств-членов ЕАЭС лучше всего знакомы с правом потребителя на надлежащее качество товара (работы, услуги), 53% опрошенных хорошо знакомы с правами потребителя на обмен товара надлежащего (ненадлежащего) качества и защиту своих прав.

Открытый вопрос 6.1 «Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Вы считаете необходимым расширить, чем дополнить?», по мнению интервьюеров, вызвал затруднения у респондентов при ответе. Однако, открытые вопросы позволяют получить комментарии респондентов, которые невозможно предусмотреть при формулировании закрытых вопросов, повышают рост вовлеченности участников анкетирования, а также повышают уровень детализации ответов и охватывают широкий спектр точек зрения в сфере необходимости расширения прав потребителей. В этой связи открытый вопрос 6.1. в анкете предложено сохранить.

Анализ комментариев анкет обратной связи выявил необходимость введения в формулировку вопроса 7 термина «онлайн». Термин «Реализация товаров (работ, услуг) дистанционным способом» сформулирован в Рекомендации Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21 ноября 2017 г. № 27 «Об общих подходах к проведению государствами - членами Евразийского экономического союза согласованной политики в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом» и означает реализацию товаров (работ, услуг) по договору купли-продажи товаров (договору на выполнение работ, оказание услуг), заключаемому на основании ознакомления потребителя с предложенным продавцом (исполнителем, изготовителем) описанием товара (работы, услуги), содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках, или с использованием почтовой связи, информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», сетей связи для трансляции телеканалов и (или) радиоканалов, или иным способом, исключающим возможность непосредственного

ознакомления потребителя с товаром (работой, услугой) либо образцом товара (работы, услуги) при заключении договора [12]. Таким образом? термин «онлайн» не противоречит и является частным случаем дистанционного способа реализации товаров (работ, услуг). С целью повышения понятности вопроса следует изложить вопрос в следующей редакции «Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным (онлайн) способом?».

Анализ ответов респондентов по данному блоку вопросов позволяет выявить уровень информированности населения государств-членов ЕАЭС об отдельных аспектах действующего законодательства в отношении защиты прав потребителей и позволяет повысить эффективность реализации одного из направлений стратегии государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей, связанного с повышением уровня просвещения потребителей в области защиты прав.

### 2.3 Блок 3 «Эффективность информирования населения государств-членов ЕАЭС по вопросам защиты прав потребителей»

Вопросы Блока 3 анкеты позволяют выявить эффективность принимаемых мер, направленных на информирование населения государств-членов ЕАЭС по вопросам защиты прав потребителей. Эффективность информирования населения государств-членов ЕАЭС заключается в оценке доступности и понятности информации о нормативной базе, связанной с защитой прав потребителей, о перечне прав, а также о правилах обращения в надзорные, правозащитные органы для отстаивания своих прав в случае их нарушения. Интервьюеры отметили понятность вопросов и достаточность ответов на 5 вопросов Блока 3.

Исключением является вопрос «Оцените качество информации о защите прав потребителей, размещаемой в открытом доступе». Интервьюеры отметили необходимость уточнения термина «открытый доступ» в анкетах Кыргызской Республики. Открытый доступ – это собирательный термин, характеризующий бесплатный и оперативный онлайн доступ к необходимой информации. Вопросы с многочисленными перечислениями синонимов объектов и определений усложнит чтение и понимание вопросов и ответов анкеты, что приведет к потере интереса респондентов при проведении социологического исследования. Ответы на этот же вопрос о доступности и понятности информации «о нормативной базе, связанной с защитой прав потребителей» требуют уточнения. «Нормативная база» - это совокупность нормативных документов (законов и подзаконных актов - постановлений, распоряжений, инструкций и др.), регулирующих деятельность в определенном секторе общественной жизни. Таким образом, перечисление и уточнение

нормативных документов в ответах на вопрос 12 поможет респондентам в понимании термина «нормативная база». Соответствующие корректировки внесены в ответы на данный вопрос.

Результаты анализа данных апробации доработанного проекта методики выявили, что, в среднем, 46% респондентов государств-членов ЕАЭС считают недостаточными свои знания в области защиты прав потребителей товаров (работ, услуг), 41% опрошенных хотели больше узнать о своих правах, причем 53% респондентов хотели бы больше узнать об основах потребительских знаний. В среднем, 52% респондентов государств-членов ЕАЭС за получением необходимой информации обращаются к официальным сайтам уполномоченных органов в сети Интернет, 28% черпают эту информацию на сайтах общественных объединений потребителей.

Анализ ответов респондентов на вопросы Блока 3 анкеты позволяет оценить развитие современной системы информирования населения государств-членов ЕАЭС по аспектам защиты прав потребителей.

### 2.4 Блок 4 «Инструменты обеспечения основных прав потребителей»

Вопросы Блока 4 анкеты позволяют оценить достаточность и эффективность инструментов обеспечения основных прав потребителей. Вопросы анкеты направлены на выявление осведомленности респондентов о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг), о соблюдении этих требований изготовителями (исполнителями, продавцами) продукции (услуг), а также эффективности доведения информации о товаре (работе, услуге) до потребителя.

В соответствии с Рекомендацией Коллегии Евразийской экономической комиссии от 8 февраля 2022 г. № 5 «О подходах к определению понятия «качество товаров (работ, услуг)» в сфере защиты прав потребителей» под «качеством товаров (работ, услуг)» понимают совокупность характеристик, обеспечивающих соответствие:

- требованиям, установленным актами органов Евразийского экономического союза и законодательством государств-членов Евразийского экономического союза;
- условиям гражданско-правового договора купли-продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг), а при отсутствии договора – целям, в которых такие товары (работы, услуги) обычно используются;
- представленной в установленном порядке (в том числе на добровольной основе), заявленной в рекламе (на упаковке, маркировке, этикетке) изготовителем (продавцом, исполнителем) информации о характеристиках товаров (работ, услуг), об их

соответствии стандартам (международным, региональным (межгосударственным), национальным (государственным), стандартам организаций и др.) [13].

Указанные подходы обеспечивают свободу выбора и удовлетворенность ожиданий потребителя и не являются исчерпывающими.

Анализ анкет обратной связи с интервьюерами выявил понятность вопросов и ответов блока 4. Комментарии интервьюеров при проведении опроса респондентов, проживающих на территории Российской Федерации, выявили небольшие сложности с пониманием о качестве каких товаров идет речь в вопросе – отечественного производства или импортируемых. Защита прав потребителей осуществляется в равной степени вне зависимости от региона производства товара. Изготовитель (продавец, лицо, выполняющее функции иностранного изготовителя) должны полностью выполнять соответствующие положения закона «О защите прав потребителей».

По результатам анализа данных апробации доработанного проекта методики выявлено, что, в среднем, 56% опрошенных в государствах-членах ЕАЭС знают о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) и 68% респондентов считают, что эти требования соблюдаются всегда или часто. Репутация изготовителя (продавца) и наличие сертификата в большинстве случаев повышают уверенность в качестве приобретаемого товара.

Таким образом, вопросы Блока 4 анкеты позволяют выявить осведомленность потребителей в отношении качества и безопасности продукции и оценить существующие инструменты обеспечения прав потребителей в этой области.

### 2.5 Блок 5. «Удовлетворенность потребителей качеством товаров (работ, услуг)»

Блок 5 включал 10 вопросов, которые были скорректированы с учетом анализа результатов, полученных на первом этапе исследования.

Дополнительные корректировки были внесены по результатам апробации доработанного проекта методики на основе анализа анкет обратной связи с интервьюерами.

При ответе на вопрос №18 «Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров?» отдельные респонденты, проживающие в Республике Казахстан, отметили слишком большое количество вариантов ответов, однако у респондентов других государств-членов такого замечания не возникло. В связи с чем текстовая часть вопроса не подлежала редактированию.

По вопросам №№18-21 проведены технические корректировки переходов в случае, если респонденты не выбирали отдельные варианты ответов в Блоке 1 анкеты (таблица 2.3).

Таблица 2.3 - Технические правки переходов в вопросах Блока 5*

| Номер вопроса | Содержание технической правки |
|---|---|
| Вопрос 18 | Добавлена инструкция. Вопрос не задается по товарам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 1 |
| Вопрос 19 | Добавлена инструкция. Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3 |
| Вопрос 20 | Скорректирована инструкция. Вопрос не задается, если на вопрос 3, п.п. №2.1. выбран вариант №8 «никогда»/ «практически никогда» |
| Вопрос 21 | Скорректирована инструкция. Вопрос не задается, если на вопрос 3, п.п. №2.3. выбран вариант №8 «никогда»/ «практически никогда» |

*разработано авторами

По результатам апробации были отредактированы отдельные варианты ответов на вопрос №20: п.20.3 «Обвесили (неправильно взвесили товар)», п.20.7. «Обсчитали (неправильно выдали сдачу, посчитали сумму покупки)».

При ответе на вопрос №27 «Скажите, как за последний год изменилась частота Ваших покупок через интернет?» у респондентов, проживающих в Российской Федерации, отмечается сложность определения тенденции за год. При этом анализ ответов на данный вопрос выявил отсутствие варианта «затрудняюсь ответить» у респондентов из РФ. В этой связи вопрос не корректировался.

Вопросы №20 и №21 данного блока анкеты дают количественную информацию для расчета индексов нарушения прав потребителей при розничной продаже товаров и оказании услуг общественного питания, а вопрос №28 - индекса нарушения прав потребителей при совершении покупок через интернет. Отсутствие затруднений с пониманием формулировок свидетельствуют о возможности корректного использования количественной информации по данным вопросам для расчета соответствующих индексов.

По результатам апробации доработанного проекта методики выявлено, что при розничной продаже товаров наибольшая доля нарушений приходится на отсутствие ценников или неверное указание цены (44% респондентов суммарно выбрали варианты ответов «каждый раз» и «часто»), при оказании услуг общественного питания респонденты чаще всего (в каждом пятом случае) сталкиваются с нарушениями санитарно-гигиенических норм - вариант ответа «помещения, посуда и столовые приборы были загрязнены» выбрало, в среднем, 11% респондентов, а также с включением в счет лишних позиций (13% респондентов сталкиваются в каждом пятом случае). В среднем, 16% респондентов сталкивались за последний год с нарушениями прав потребителей при получении услуг розничной торговли, по 20% респондентов столкнулись с нарушением прав при дистанционной торговле и оказании услуг общественного питания, 23% - при оказании медицинских услуг, 22% - при пользовании общественным транспортом, в т.ч. такси, 19% - при получении услуг связи (интернет, телефон, ТВ, радио), 18% - при получении финансовых услуг. Высокая доля респондентов (52%) сталкивается с низким

уровнем профессионализма, некомпетентностью специалистов, оказавших услугу. Наиболее частыми нарушениями при осуществлении покупок через интернет являются доставка товара, не соответствующего заказанному, и невозможность разрешить конфликтную ситуацию.

Таким образом, вопросы Блока 5 анкеты позволяют выявить наиболее проблемные области, связанные с нарушениями прав потребителей.

### 2.6 Блок 6. «Модели поведения потребителей в случае ущемления их прав»

Данный блок включает 5 вопросов, позволяющих оценить готовность потребителей отстаивать свои права в случае их нарушения и выделить типичные поведенческие модели.

При ответе на вопрос №29 «Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших прав как потребителя?» интервьюеры, проводившие исследование в Республике Армения, Республике Казахстан и Кыргызской Республике отметили, что респондентам не хватает варианта ответа «не знаю». В этой связи было принято решение заменить формулировку ответа «Меня не интересует» на формулировку «Ничего не знаю».

Другие вопросы Блока 6 анкеты не вызывали затруднений.

В среднем, 63% респондентов знают хорошо или достаточно хорошо, куда нужно обращаться для защиты своих прав, наиболее высокий уровень таких ответов в Республике Беларусь, Российской Федерации и Республике Казахстан. Высокая доля респондентов (41%) в случае нарушения прав готова обратиться в уполномоченный орган по защите прав потребителей, 38% готовы решать проблему с изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг) самостоятельно.

Наиболее эффективными способами борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг) респонденты считают обращение в уполномоченный государственный орган по защите прав потребителей (в среднем, 38% опрошенных), негативный отзыв в социальных сетях или на сайте магазина (в среднем, 36% и 32% опрошенных, соответственно), обращение в суд (в среднем, 33% опрошенных). При этом отстаивать свои права в суде большинство респондентов готово только в случаях, если это дорогостоящий товар (работа, услуга), либо в процессе получения услуги или использования товара был нанесен физический вред.

Описанные выше результаты хорошо коррелируют с данными первичной апробации методики и первого социологического исследования.

### 2.7 Блок 7. «Уровень эффективности государственного регулирования и деятельности общественных объединений в сфере защиты прав потребителей»

Блок 7 «Уровень эффективности государственного регулирования и деятельности общественных объединений в сфере защиты прав потребителей» определяет, насколько понятна и эффективна система защиты прав потребителей государственными структурами и существующими общественными объединениями потребителей в государствах-членах ЕАЭС. Последовательность вопросов блока 7 определяет необходимость выяснения, какие государственные структуры и общественные объединения потребителей функционируют в сфере защиты прав потребителей и насколько их деятельность соответствует ожиданиям потребителей.

Обработка анкет по Блоку 7 показала, что, в основном, вопросы не вызывали затруднения у опрашиваемых респондентов. Интересно, что на вопрос №34 «Какие органы должны заниматься защитой прав потребителей?» более половины респондентов всех государств-членов ЕАЭС определили государственные органы как основные в разрешении вопросов защиты прав.

По вопросу 36 «Есть ли в Вашей стране общественные объединения в сфере защиты прав потребителей?» предлагается удалить из вопроса слово «Вашей», так как понятно, что опрашивают гражданина, который является жителем одного конкретного государства. Предлагается заменить на «Есть ли в стране общественные объединения в сфере защиты прав потребителей?». Никаких затруднений этот вопрос не вызвал. Но в Республике Армения респонденты менее всех осведомлены об общественных организациях в сфере защиты прав потребителей.

По вопросу №38 «Сколько раз за последние 12 месяцев Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?» было выявлено, что вопрос звучит некорректно, т.к. варианты ответов один раз в несколько лет или один-два раза в год не совсем понятны, если период определен в 12 месяцев. Поэтому вопрос лучше переформулировать на: «Сколько раз за последнее время Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?», имея в виду вообще обращался ли потребитель в соответствующие структуры за защитой своих прав.

Результаты первичной апробации выявили затруднения при ответах на вопрос №40 «Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?». Респонденты из Республики Армения и Республики Казахстан не всегда понимают, о чем их спрашивают. Для того, чтобы вопрос был однозначно понимаемым, принято решение исправить его следующим образом: «Если Ваши права нарушались, то удалось ли Вам отстоять свои права?». Отмечались некоторые сложности при ответе на вопрос о том, каким

образом разрешались проблемы нарушения прав: защищались ли права в суде или спорная ситуация была разрешения по соглашению с изготовителем (продавцом) товара, исполнителем услуг.

Довольно большие затруднения вызвал вопрос №42 «Как Вы думаете, законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки, направленные на всестороннюю и эффективную защиту прав потребителей или на сегодняшний день» вызывает сложность из-за очень длинного текста самого вопроса. В этой связи предложена следующая формулировка вопроса: «Как Вы думаете, существует ли необходимость совершенствования законодательства по защите прав потребителей?».

Некоторые интервьюеры отмечали, что отдельные вопросы имеют отношение к экспертной области знаний. Например, вопрос №43 «Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет». На наш взгляд, изменение вопроса не требуется, так как общую ситуацию в сфере защиты прав потребителей сами потребители вполне могут оценить, аккумулируя собственный опыт.

При ответах на вопрос №45 «Как Вы думаете, есть ли необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?» некоторые респонденты затруднялись ответить, аргументируя это тем, что этим вопросом должно заниматься государство. Но большинство респондентов высказались за усиление регулирование отношений между потребителями и хозяйствующими субъектами.

По вопросу №46 «Что необходимо усилить в вопросе регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?» интервьюеры отметили, что удобнее будет, если будет возможность отметить несколько вариантов ответов, поскольку отдельные варианты ответов не обеспечивают сбор точной информации. Возможность множественного выбора вариантов ответов была внесена в данный вопрос.

В процессе интервьюирования, был отмечен некорректный переход от вопроса №45 к другим вопросам анкеты, соответственно? в вопрос была внесена техническая правка перехода.

Как показали результаты апробации доработанного проекта методики, заключительные вопросы скрининговой части S.8., S.9., S.10. и S.11. в корректировке не нуждаются.

## 2.8 Скорректированная анкета-опросник по результатам апробации доработанного проекта методики

**СКРИНИНГОВАЯ ЧАСТЬ**

**S.1 Вы являетесь гражданином:** (Отметить один вариант ответа)

1) Республики Армения ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
2) Республики Беларусь ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
3) Республики Казахстан ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
4) Кыргызская Республики ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
5) Российской Федерации ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.2 В каком населённом пункте Вы проживаете в настоящее время?** (Отметить один вариант ответа)

Настроена зависимость показа вариантов ответов от вопроса S.1

**S.3 Как давно Вы проживаете в этом населённом пункте?** (Отметить один вариант ответа)

1) Постоянно проживаю в другом месте ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ
2) Менее двух лет ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ
3) 2 года и более

**S.4 Укажите Ваш пол.** (Отметить один вариант ответа)

1) Мужской ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
2) Женский ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.5 Сколько Вам полных лет?** (Отметить один вариант ответа)

1) Менее 14 лет ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ
2) 14-17 лет ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
3) 18-29 лет ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
4) 30-44 года ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
5) 45-59 лет ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
6) 60 лет и старше ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.6 Ваш уровень образования:** (Отметить один вариант ответа)

1) Неоконченное основное общее образование ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

2) Основное общее образование (8-9 классов) ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

3) Среднее общее образование (10-11 классов) ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

4) Среднее профессиональное образование (колледж, техникум) ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

5) Неоконченное высшее образование ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

6) Высшее образование ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.7 Относитесь ли Вы к отдельной категории потребителей, имеющих нарушения здоровья (инвалидность, ОВЗ)?**

1) Да

2) Нет

## БЛОК 1 «ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПРАКТИКА ПОЛУЧЕНИЯ УСЛУГ ЖИТЕЛЯМИ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС»

**1. Скажите, пожалуйста, как часто Вы покупаете…:** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| № | Товары (розничная торговля) | Варианты ответов | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Несколько раз в неделю и чаще | Раз в неделю | Несколько раз в месяц | Примерно раз в месяц | Раз в несколько месяцев | Раз в полгода | Реже, чем раз в полгода | Никогда |
| 1.1. | Продукты питания | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1.2 | Одежду или обувь | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1.3 | Парфюмерно-косметические товары, бытовую химию | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1.4 | Электронику, бытовую технику | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1.5 | Табак, сигареты, алкоголь | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1.6 | Лекарства, медикаменты | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |

**2. Где Вы <u>чаще всего</u> покупаете товары, указанные ниже?** (Отметить один вариант ответа в каждом столбце)

| № | Варианты ответов | Товары | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Продукты питания | Одежда или обувь | Парфюмерно-косметические товары, бытовая химия | Электроника, бытовая техника | Табак, сигареты, алкоголь |
| 2.1. | В торговых центрах | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.2. | В гипермаркетах, супермаркетах | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 2.3. | В небольших магазинах «У дома», в минимаркетах | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 2.4. | В палатках и киосках | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2.5. | На рынках, ярмарках | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 2.6. | В интернет-магазинах | 7 | 7 | 7 | 7 | - |
| 2.7. | Другое (впишите свой вариант ответа) | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| 2.8. | Не приобретаю указанный товар | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 |
| 2.9. | Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |

**3. Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных ниже услуг Вы пользуетесь и, если пользуетесь, то как часто?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| № | Услуги | Варианты ответов | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Несколько раз в неделю и чаще | Раз в неделю | Несколько раз в месяц | Примерно раз в месяц | Раз в несколько месяцев | Раз в полгода | Реже, чем раз в полгода | Никогда |
| 3.1. | Услуги розничной торговли | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.2. | Услуги дистанционной торговли (онлайн магазинов, маркетплейсов) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.3. | Услуги общественного питания (столовых, кафе, ресторанов и т.п.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.4. | Туристские услуги (путешествия, экскурсии) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.5. | Бытовые услуги (химчистка, ателье, ремонт обуви и т.д.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.6. | Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнес-центров | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.7. | Медицинские услуги, в том числе платные | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.8. | Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.9. | Услуги общественного транспорта, в том числе, такси | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.10. | Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.11. | Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.12. | Финансовые услуги (услуги, предоставляемые банками, страховыми компаниями и другими финансовыми организациями) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |

**БЛОК 2 «УРОВЕНЬ ИНФОРМИРОВАННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ОБ ОТДЕЛЬНЫХ АСПЕКТАХ ДЕЙСТВУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

**4. Как Вы думаете, регулируются ли на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?** (Отметить один вариант ответа)

1) Точно знаю, что регулируются
2) Думаю, что регулируются, но не знаю точно
3) Точно не регулируются
4) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**5. Знакомы ли Вы с действующим на уровне государства Законом «О защите прав потребителей»?** (Отметить один вариант ответа)

1) Да, знаю основные положения Закона
2) Знаю о существовании Закона, но не знаю его содержание
3) Впервые слышу о Законе

**6. О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно?** (Можно отметить любое количество вариантов ответов)

1) Право на просвещение в области защиты прав потребителей
2) Право на надлежащее качество товара (работы, услуги)
3) Право потребителя на безопасность товара (работы, услуги)
4) Право потребителя на информацию об изготовителе (продавце, исполнителе) и о товарах (работах, услугах)
5) Право потребителя на возмещение и компенсацию материального и морального вреда, причиненного жизни, здоровью и имуществу из-за недостатков товара (работы, услуги) или ненадлежащей информации
6) Право потребителя на обмен товара надлежащего (ненадлежащего) качества
7) Право потребителей на защиту своих прав
8) Не знаю о правах потребителей

**6.1. Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Вы считаете необходимым расширить, чем дополнить?** (Впишите свой вариант ответа)

**7. Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным (онлайн) способом?**

1) Знаю детально особенности законодательства
2) Знаю о существовании особенностей
3) Не знаю об особенностях законодательства

## БЛОК 3 «ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМИРОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ПО ВОПРОСАМ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**8. Как Вы считаете, достаточны ли Ваши знания в области защиты Ваших прав как потребителя товаров (работ, услуг)?** (Отметить один вариант ответа)

1) Вполне достаточны
2) Скорее достаточны
3) Недостаточны
4) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**9. Хотели ли бы Вы больше узнать о своих правах как потребителя?** (Отметить один вариант ответа)

1) Да, хотел бы иметь полную информацию о своих правах
2) Да, хотел бы немного больше узнать
3) Нет, имеющихся у меня знаний мне уже достаточно ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №11

**10. О чем конкретно в сфере защиты прав потребителей Вы бы хотели узнать больше?** (Можно выбрать не более трех вариантов ответов).

1) Основы потребительских знаний: как защитить свои права и интересы при покупке товаров
2) Права потребителей на едином рынке ЕАЭС
3) Дистанционная торговля: права и обязанности потребителей и продавцов
4) Права потребителей в сфере услуг: туризм, медицина, образование и т.д.
5) Разрешение потребительских споров до суда
6) Права и обязанности потребителей в сфере финансовых услуг
7) Общественная инициатива и контроль в области защиты прав потребителей
8) Другое (укажите)

**11. Если у Вас возникают вопросы в сфере защиты прав потребителей, куда Вы обращаетесь за получением необходимой информации? (**Можно отметить любое количество вариантов ответов)

1) Официальная информация (законодательство), размещенная на официальных сайтах уполномоченных органов в сети Интернет
2) Сайты общественных объединений потребителей

3) Телепередачи, радиопередачи на тему защиты прав потребителей

4) Публикации в печатных и электронных СМИ

5) Специальные блоги, форумы, где обсуждаются вопросы защиты прав потребителей

6) Информационные стенды, уголки потребителей

7) Юридические консультации

8) Друзья, знакомые

9) Другое (укажите, пожалуйста)

10) Никуда не обращаюсь

**12. Оцените качество информации о защите прав потребителей, размещаемой в открытом доступе.** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| № | Критерии | Варианты ответов | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Удовлетворительно | Скорее удовлетворительно | Скорее неудовлетворительно | Неудовлетворительно | Затрудняюсь ответить/ мне ничего не известно о такой информации |
| | **Доступность информации** | | | | | |
| 12.1. | о нормативной базе, связанной с защитой прав потребителей (законы, подзаконные акты) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.2. | о перечне прав потребителей с пояснениями | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.3. | о правилах обращения в надзорные, правозащитные органы для отстаивания своих прав в случае их нарушения | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | **Понятность информации** | | | | | |
| 12.4. | о нормативной базе, связанной с защитой прав потребителей (законы, подзаконные акты) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.5. | о перечне прав потребителей с пояснениями | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.6. | о правилах обращения в надзорные, правозащитные органы для отстаивания своих прав в случае их нарушения | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

## БЛОК 4 «ИНСТРУМЕНТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОСНОВНЫХ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**13. Известно ли Вам о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг)?** (Отметить один вариант ответа)

1) Да
2) Нет ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №18

**14. Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?** (Отметить один вариант ответа)

1) Всегда
2) Часто
3) Редко
4) Никогда

**15. Что повышает Вашу уверенность в качестве приобретаемого товара?** (Можно отметить любое количество вариантов ответов)

1) Наличие сертификата
2) Наличие знака качества
3) Репутация изготовителя (продавца)
4) Не доверяю ничему

**16. Всегда ли Вы можете получить интересующую Вас информацию относительно приобретаемого товара, получаемой услуги?** (Отметить один вариант ответа)

1) Всегда или практически всегда ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №18
2) Не всегда
3) Никогда или практически никогда

**17. Какую информацию о товаре (работе, услуге) Вы не всегда можете получить?** (Можно отметить любое количество вариантов ответов)

1) О качестве товара, его характеристиках
2) О стоимости товара/услуги
3) Об изготовителе (исполнителе, продавце)
4) Об условиях приобретения (договора) товара/получения услуги

5) О сроке годности, гарантийном сроке, сроке службы

6) О безопасности товара, сертификатах (декларациях) соответствия

7) Другое (укажите, пожалуйста)

8) Затрудняясь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

## БЛОК 5 «УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ТОВАРОВ (РАБОТ, УСЛУГ)»

**18. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| № | Товары | Варианты ответов | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Полностью удовлетворены | Скорее удовлетворены | Скорее не удовлетворены | Полностью не удовлетворены | Затрудняюсь ответить |
| 18.1. | Продуктов питания. Вопрос не задается по товарам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 1. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18.2. | Одежды, обуви. Вопрос не задается по товарам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 1. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18.3. | Парфюмерно-косметических товаров, бытовой химии. Вопрос не задается по товарам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 1. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18.4. | Электротоваров, бытовой техники. Вопрос не задается по товарам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 1. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18.5. | Алкогольной, табачной продукции. Вопрос не задается по товарам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 1. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

**19. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих услуг?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| № | Услуги | Варианты ответов | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Да, каждый раз или практически каждый раз | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | Никогда |
| 19.1. | Услуги розничной торговли. Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.2. | Услуги дистанционной торговли (онлайн магазинов, маркетплейсов). Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.3. | Услуги общественного питания (столовых, кафе, ресторанов и т.п.). Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |

Окончание таблицы

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 19.4. | Туристские услуги (путешествия, экскурсии). Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.5. | Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.). Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.6. | Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнесс-центров. Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.7 | Медицинские услуги. Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.8. | Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио). Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.9. | Услуги общественного транспорта, в том числе, такси. Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.10. | Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.). Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.11. | Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования). Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.12. | Финансовые услуги (услуги, предоставляемые банками, страховыми компаниями и другими финансовыми организациями). Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |

**20. Давайте подробнее остановимся на розничной продаже товаров. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

Вопрос не задается если на вопрос №2, п.п. №2.1. выбран вариант №8 «никогда»/ «практически никогда»

| | Ситуация | Варианты ответов | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Да, каждый раз или практически каждый раз | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | Никогда |
| 20.1. | Продавали товар с истекшим сроком годности (службы) | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.2. | Продали бракованный товар | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.3. | Обвесили (неправильно взвесили товар) | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.4. | Отсутствовал ценник товара или цена была указана неверно | 1 | 2 | 3 | 4 |

Окончание таблицы

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 20.5. | Предоставили недостоверную информацию о товаре | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.6. | Не предоставили необходимую информацию о товаре | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.7. | Обсчитали (неправильно выдали сдачу, посчитали сумму покупки) | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.8. | Невежливо разговаривали | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.9. | Навязывали дополнительные товары и услуги | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.10. | Отказали в обмене или возврате денег за некачественный товар | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.11. | Не предоставили книгу жалоб | 1 | 2 | 3 | 4 |

**21. Теперь давайте поговорим про общественное питание. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями при посещении кафе и ресторанов?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

Вопрос не задается если на вопрос 3, п.п. №2.3. выбран вариант №8 «никогда»/ «практически никогда».

| № | Ситуация | Варианты ответов | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Да, каждый раз или практически каждый раз | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | Никогда |
| 21.1. | Отказали в обслуживании | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.2. | Принесли некачественное, испорченное блюдо | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.3. | Помещение, посуда и столовые приборы были загрязнены | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.4. | Невежливо разговаривали работники | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.5. | В счет включали лишние позиции | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.6. | Настаивали на оплате некачественного, испорченного блюда | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.7. | Настаивали на оплате дополнительных услуг (музыка, детская комната и пр.) | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.8. | Требовали чаевые | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.9. | Не предоставили возможность расплатиться удобным для Вас способом | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.10. | Не дали предварительно ознакомиться с меню или не предоставили интересующую Вас информацию – о составе, калорийности, весе блюда | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.11. | Отказывали в предоставлении книги жалоб | 1 | 2 | 3 | 4 |

**22. Получали ли Вы за последние 12 месяцев какие-либо услуги из представленных ниже? Если получали, то скажите, Вы оказываетесь в ситуации, когда понимали, что Ваши**

**права как потребителя, были нарушены?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| | Сфера услуг | Варианты ответов | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Получал услугу, но права не были нарушены | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | Не получал услугу |
| 22.1. | Услуги розничной торговли | 1 | 2 | 3 |
| 22.2. | Услуги дистанционной торговли | 1 | 2 | 3 |
| 22.3. | Услуги общественного питания (столовых, кафе, ресторанов и т.п.) | 1 | 2 | 3 |
| 22.4. | Туристские услуги, путешествия, экскурсии | 1 | 2 | 3 |
| 22.5. | Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.) | 1 | 2 | 3 |
| 22.6. | Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнесс-центров | 1 | 2 | 3 |
| 22.7. | Медицинские услуги, в том числе платные | 1 | 2 | 3 |
| 22.8. | Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио) | 1 | 2 | 3 |
| 22.9. | Услуги общественного транспорта, в том числе, такси | 1 | 2 | 3 |
| 22.10. | Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.) | 1 | 2 | 3 |
| 22.11. | Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования) | 1 | 2 | 3 |
| 22.12 | Финансовые услуги (услуги, предоставляемые банками, страховыми компаниями и другими финансовыми организациями) | 1 | 2 | 3 |

**23. Выберите одну услугу, при получении которой Вы столкнулись с нарушением ваших прав и о которой Вы готовы рассказать.** (Отметить один вариант ответа)

Вопрос не задается если на вопрос №22, ВО ВСЕХ ПУНКТАХ п.п. №22.1.-№22.12. выбраны варианты №1 «Получал услугу, но права не были нарушены» или №3 «Не получал услугу».

Если только в одном случае выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос не задается

Если в нескольких случаях выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос задается только по тем услугам, по которым выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав»

1) Туристские услуги, путешествия, экскурсии
2) Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.)
3) Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнесс-центров
4) Медицинские услуги, в том числе платные
5) Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио)
6) Услуги общественного транспорта, в том числе, такси

7) Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.)

8) Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования)

9) Финансовые услуги (услуги, предоставляемые банками, страховыми компаниями и другими финансовыми организациями)

**24. С какими ситуациями в процессе получения этой услуги Вы сталкивались за последние 12 месяцев?** (Можно отметить несколько вариантов ответов)

Вопрос не задается если на вопрос №22, ВО ВСЕХ ПУНКТАХ п.п. №22.1.-№22.12. выбраны варианты №1 «Получал услугу, но права не были нарушены» или №3 «Не получал услугу».

Если только в одном случае выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос не задается

Если в нескольких случаях выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос задается только по тем услугам, по которым выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав».

1) Не могли получить интересующие сведения об услуге, об условиях ее получения

2) Не могли узнать стоимость услуги

3) Не могли узнать график работы специалистов

4) Не могли узнать гарантийный срок, если он установлен

5) Не могли узнать правила и условия эффективного и безопасного использования услуги

6) Не могли узнать адрес (место нахождения), наименование исполнителя

7) Не получили информацию о правилах выполнения работ, оказания услуг

8) Не могли получить информацию о конкретном лице, которое будет выполнять работу (оказывать услугу), и информацию о нем

9) Не могли получить услугу (нет специалистов, учреждений, плотная запись на прием, проигнорировали Ваше обращение и пр.)

10) Столкнулись с низким уровнем профессионализма, некомпетентностью специалистов, оказавших услугу

11) Столкнулись с недоброжелательность сотрудников, оказавших услугу

12) Услуга оказывалась в технически неисправном помещении, транспорте, получение услуги было небезопасно, была нарушена техника безопасности

13) Услуга была оказана некачественно

14) Услуга была выполнена не в указанный срок

15) Итоговая стоимость услуги возросла без согласования с Вами

16) Исполнитель намекал на необходимость дополнительного вознаграждения, подарка

17) Исполнитель отказался переделывать некачественную услугу

18) Исполнитель отказался делать скидку из-за нарушений сроков выполнения работы или недостаточно высокого качества предоставления услуги

19) Другое (укажите)

**25. Как часто Вы приобретаете товары через интернет?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

В том случае, если во всех строках респондент выбирает вариант ответа «Никогда / практически никогда», ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №30.

| № | Товары | Несколько раз в неделю и чаще | Раз в неделю | Несколько раз в месяц | Примерно раз в месяц | Раз в несколько месяцев | Раз в полгода | Реже, чем раз в полгода | Никогда |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 26.1. | Продукты питания | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 26.2. | Одежду и обувь | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 26.3. | Парфюмерно-косметические товары, бытовая химия | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 26.4. | Электронику, бытовую технику | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 26.6. | Лекарства, медикаменты | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 26.7. | Билеты (проездные, развлекательные и проч.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |

**26. Почему Вы покупаете эти товары именно онлайн, а не в обычном магазине?** (Можно отметить несколько вариантов ответов)

1) Цены в интернет-магазинах ниже, чем в обычных

2) Это быстрее, экономит время, не люблю ходить по обычным магазинам

3) Больше выбор, можно найти товар, которого нет в обычных магазинах моего города

4) Онлайн доступны товары более высокого качества

5) Онлайн дает бонусы

6) Онлайн легче вернуть или обменять товар

7) Товар доставляется в удобное место

8) Доступно больше информации о товаре

9) Можно сравнивать информацию с аналогичными товарами

10) Есть отзывы о товаре, фотографии и видео, подготовленные покупателями

11) Могу делать покупки в удобное для меня время

12) Другое (укажите)

13) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**27. Скажите, как за последний год изменилась частота Ваших покупок через интернет?** (Отметить один вариант ответа)

1) Стал покупать чаще

2) Покупаю так же, как и раньше

3) Стал покупать реже (почему?)

4) Затрудняюсь ответить

**28. Скажите, при совершении покупок через интернет Вы сталкивались с указанными ниже ситуациями?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| № | Ситуация | Варианты ответов | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Да, каждый раз или практически каждый раз | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | Никогда |
| 28.1 | Сроки доставки товара были нарушены | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.2 | Товар оказался с браком или с истекшим сроком годности | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.3 | Товар не доставили | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.4 | Доставили неполный комплект заказа | | | | |
| 28.5 | Товар не соответствует заказанному, доставили другой товар | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.6 | Не мог получить полную информацию о товаре или информация была указана не на Вашем родном языке | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.7 | Невозможность разрешить конфликтную ситуацию | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.8 | Отказывали в возврате товара | 1 | 2 | 3 | 4 |

## БЛОК 6 «МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЛУЧАЕ УЩЕМЛЕНИЯ ИХ ПРАВ»

**29. Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших прав как потребителя?** (Отметить один вариант ответа)

1) Знаю хорошо
2) Знаю достаточно
3) Ничего не знаю

**30. Если Ваши права потребителя будут нарушены, куда Вы обратитесь?** (Можно отметить несколько вариантов ответа)

1) В уполномоченный государственный орган по защите прав потребителей
2) В суд, прокуратору, к услугам юристов
3) В общественное объединение потребителей
4) Буду пытаться решить проблему с изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг) самостоятельно
5) К знакомым, которые могут помочь решить ситуацию
6) Никуда не обращусь и ничего не буду делать

**31. Какие способы борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг) Вы считаете наиболее эффективными? Оцените каждый способ по пятибалльной шкале, где 5 баллов – очень эффективно, 0 баллов – совсем неэффективно.** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| Способы борьбы | Оценка | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Жалоба сотруднику администрации | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Жалоба в Книгу отзывов и предложений | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Негативный отзыв на сайте магазина, учреждения | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Обращение в общественные объединения потребителей | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Обращение в уполномоченные государственные органы | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Негативный отзыв в социальных сетях | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Обращение в суд | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Обращение юристу для досудебной защиты прав | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |

**32. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их перед изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг)?** (Можно отметить не более 3 вариантов ответов)

8) Да, в любом случае я буду пытаться их отстоять
9) Да, если стоимость товара (работы, услуги) высокая для меня

10) Да, если в процессе использования товара (получения услуги) мне был нанесен физический вред

11) Да, если в процессе использования товара (получения услуги) мне был нанесен моральный вред

12) Нет

13) Другое (укажите)

14) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**33. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их в суде?** (Можно отметить не более 3 вариантов ответов)

8) Да, в суде я смогу защитить свои права

9) Да, если стоимость товара (работы, услуги) дорогая для меня

10) Да, если в процессе использования товара (получения услуги) мне был нанесен физический вред

11) Да, если в процессе использования товара (получения услуги) мне был нанесен моральный вред

12) Нет

13) Другое (укажите)

14) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

## БЛОК 7 «УРОВЕНЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**34. Какие органы <u>должны</u> заниматься защитой прав потребителей?** (Можно отметить любое количество вариантов ответов)

1) Государство, уполномоченные государственные органы
2) Общественные объединения потребителей
3) Юристы
4) Судебные органы
5) Никто, защитой своих прав потребители должны заниматься сами
6) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**35. На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?** (Отметить один вариант ответа)

1) Очень эффективно
2) Скорее эффективно
3) Скорее неэффективно
4) Абсолютно неэффективно
5) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**36. Есть ли в стране общественные объединения в сфере защиты прав потребителей?** (Отметить один вариант ответа)

1) Да
2) Нет
3) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**37. На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сфере защиты прав потребителей?** (Отметить один вариант ответа)

1) Очень эффективна
2) Скорее эффективна
3) Скорее неэффективна
4) Абсолютно неэффективна
5) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**38. Сколько раз Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?** (Можно отметить несколько вариантов ответа)

1) Никогда не приходилось оказываться в такой ситуации ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № 41

2) Один раз в несколько лет

3) Один-два раза в год

4) Один раз в месяц

5) Чаще, чем один раз в месяц

6) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**39. Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей?** (Можно отметить несколько вариантов ответов)

1) Да, в уполномоченные государственные органы по защите прав потребителей моей страны

2) Да, в уполномоченные государственные органы другого государства-члена ЕАЭС

3) Обращались в общественное объединение потребителей

4) Обращались в суд, прокуратору,

5) Обращались к услугам юристов

6) Никуда не обращались, решали проблему с изготовителем (продавцом) товаров, исполнителем (работ, услуг) самостоятельно

7) Ничего не пытались сделать (почему?) ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №41

**40. Если Ваши права нарушались, то удалось ли Вам отстоять свои права?** (Отметить один вариант ответа)

1) Полностью удалось отстоять свои права

2) Частично удалось отстоять свои права

3) Не удалось отстоять свои прав

4) Вопрос завис на рассмотрении

**41. Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?** (Отметить один вариант ответа)

1) Ситуация благополучная – права потребителей полностью соблюдаются

2) Ситуация удовлетворительная, права потребителей соблюдаются частично

3) Ситуация неблагополучная, по большей части, права потребителей не соблюдаются

4) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**42. Как Вы думаете, существует ли необходимость совершенствования законодательства по защите прав потребителей?».** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Законодательство вполне отвечает всем ожиданиям потребителей

2) Законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки

3) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**43. Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Стало лучше (что конкретно?)

2) Осталось на прежнем уроне, не изменилось

3) Стало хуже (что конкретно?)

4) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**44. Считаете ли Вы необходимым расширение прав потребителей?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Да, в значительной степени

2) Да, незначительно

3) Нет

4) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**45. Как Вы думаете, есть ли необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Да, в значительной степени

2) Да, незначительно

3) Нет ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S8-S11

4) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ, ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S8-S11

**46. Что необходимо усилить в вопросе регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?** (Можно отметить несколько вариантов ответа)

1) Увеличить размер штрафов для недобросовестных субъектов предпринимательской деятельности за нарушение ими законодательства в сфере защиты прав потребителей

2) Повысить требования к качеству товара (работ, услуг)

3) Повысить требования к предоставлению информации о товаре (работе, услуге), информации об изготовителе (исполнителе, продавце)

4) Повысить требования к безопасности товара (работы, услуги)

5) Другое (укажите)

6) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**И в заключение несколько вопросов о Вас:**

**S.8. Скажите, пожалуйста, в настоящее время Вы работаете или нет?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Работаю по найму на государственном предприятии

2) Работаю по найму на частном, коммерческом предприятии

3) Частный предприниматель, собственный бизнес

4) Пенсионер (не работаю) ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S.11.

5) Временно нигде не работаю, безработный ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S.11.

6) Студент, учащийся (не работаю) ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S.11.

7) Занимаюсь домашним хозяйством, в декрете ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S.11.

8) Другое (укажите)

**S.9. Уточните, пожалуйста, в какой отрасли, сфере Вы работаете?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Промышленность

2) Сельское хозяйство

3) Дизайн, проектирование, архитектура, строительство

4) Государственное, муниципальное управление

5) Образование, наука

6) Культура, искусство

7) Здравоохранение

8) Услуги, торговля

9) Общественное питание

10) Бытовое (коммунальное) обслуживание

11) Правоохранительные органы, армия, флот, охранная деятельность

12) Транспорт (в том числе, морской), связь

13) Информация, IT

14) Финансы, юриспруденция

15) Другое (укажите)

**S.10. Кем Вы работаете?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Руководитель высшего звена (генеральный директор, президент)

2) Заместитель руководителя, главный специалист

3) Руководитель среднего звена (руководитель отдела, подразделения, цеха, смены, или сектора)

4) Квалифицированный специалист с высшим образованием (врач, юрист, педагог)

5) Служащий без высшего образования (кассир, машинистка, продавец и т.д.)

6) Технический или обслуживающий персонал

7) Квалифицированный рабочий, мастер

8) Разнорабочий

9) Другое (укажите)

**S.11. Какая из перечисленных фраз наиболее точно характеризует уровень жизни Вашей семьи?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Нашей семье не хватает денег даже на еду и оплату коммунальных услуг

2) Нашей семье хватает денег только на еду и оплату коммунальных услуг, приобретение одежды проблематично

3) Нашей семье хватает денег только на еду и одежду, приобретение бытовой техники без обращения к кредитам проблематично

4) Нашей семье хватает денег на приобретение бытовой техники, но покупка автомобиля или отдых за границей без обращения к кредитам для нас проблематичны

5) Нашей семье хватает денег на отдых и содержание машины, но не можем приобрести дачу, квартиру без ипотеки и т.д.

6) Наша семья может без проблем приобрести любые дорогие вещи – квартиру, машину, дачу и т.д.

7) Отказ от ответа НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

***Благодарим Вас за участие в исследовании!***

## 3 Результаты второго социологического исследования с использованием разработанной методики в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах в целях получения сравнимых и релевантных показателей исследования в каждом государстве-члене, включающие сравнительный анализ результатов двух социологических исследований, проведенных на основании разработанной методики в государствах-членах

Второе социологическое исследование было проведено во всех государствах-членах ЕАЭС (Приложение А) в период с 25.03.2024 г. по 15.05.2024 г. с использованием доработанного проекта методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, с целью получения сравнимых и релевантных показателей исследования в каждом государстве-члене. При проведении исследования в Республике Армения использовалась анкета-опросник на армянском языке, в Республике Беларусь – на русском языке, в Республике Казахстан – на казахском языке, в Кыргызской Республике – на кыргызском языке, в Российской Федерации – на русском языке

Для проведения исследования использовалось сочетание методов репрезентативного стандартизированного (формализованного) социологического онлайн опроса посредством системы CAWI (85% опрошенных) и стандартизированного (формализованного) телефонного интервью с использованием системы автоматизированного компьютеризированного телефонного интервью CATI (15% опрошенных).

Исходные данные второго социологического исследования с использованием разработанной методики в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС, приведены в Приложении Д.

### 3.1 Общая характеристика респондентов второго социологического исследования

Генеральную совокупность составляли граждане государств-членов старше 14 лет, проживающие на территории государств-членов более 2 лет. Из числа респондентов исключались граждане, находящиеся в местах лишения свободы и не имеющие определенного места жительства.

С целью получения репрезентативных результатов второго социологического исследования для оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС, проведен расчет параметров выборочной совокупности в соответствии с разработанной методикой. В качестве основных квотных параметров генеральной совокупности в каждом государстве-члене ЕАЭС выступали численность населения, место жительства, пол, возраст и уровень образования респондентов. Структура сформированной стратифицированной квотно-случайной выборочной совокупности по количеству респондентов представлена на рисунке 3.1.

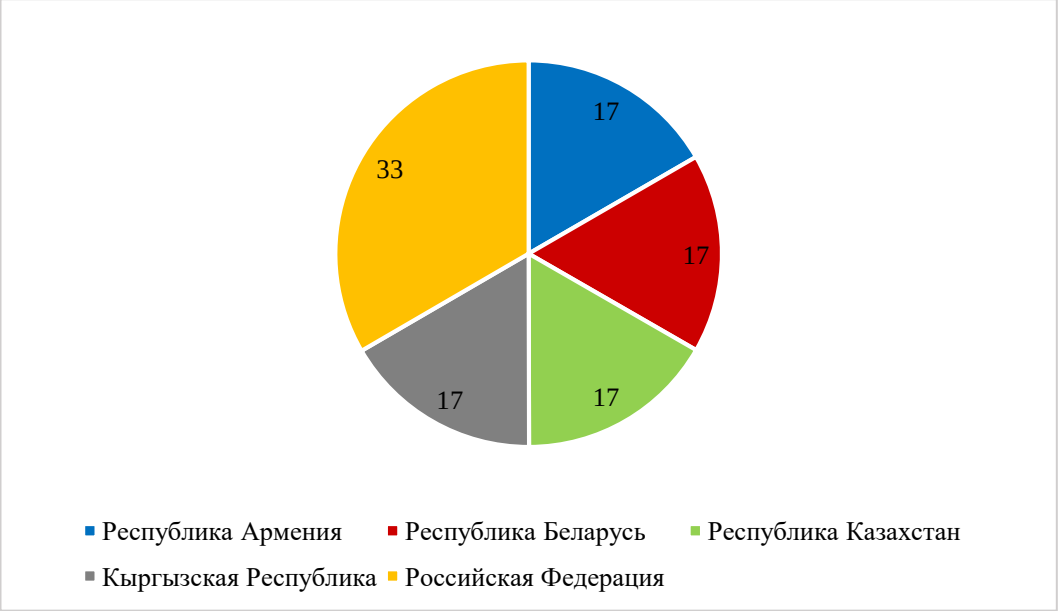



Рисунок 3.1 – Доля респондентов из государств-членов в общей структуре выборочной совокупности, %

Наибольшее количество респондентов (33%) прошли анкетирование в Российской Федерации (501 результативная анкета), в остальных государствах-членах ЕАЭС доля опрошенных респондентов составила по 17% (или по 250 результативных анкет в каждом государстве-члене). Общий объем выборки второго социологического исследования для оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС составил 1501 человек и превысил объем выборки в рамках первого социологического исследования на 506 анкет (объем выборки в рамках первого социологического исследования составил 995 респондентов). Статистическая погрешность выборки при доверительном интервале 95% составляет для Российской Федерации 4,4%, для остальных государств-членов Союза - 6,3%.

Таким образом, объем выборки второго социологического исследования определен необходимостью получения сравнимых и релевантных показателей в каждом государстве-

члене и направлен на объективное воспроизведение характеристик и свойств совокупности в пределах доверительного интервала, указанного в методике.

Место проживания респондентов является важной социально-демографической характеристикой участников социологического исследования и позволяет получить объективные результаты оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС (рисунок 3.2).

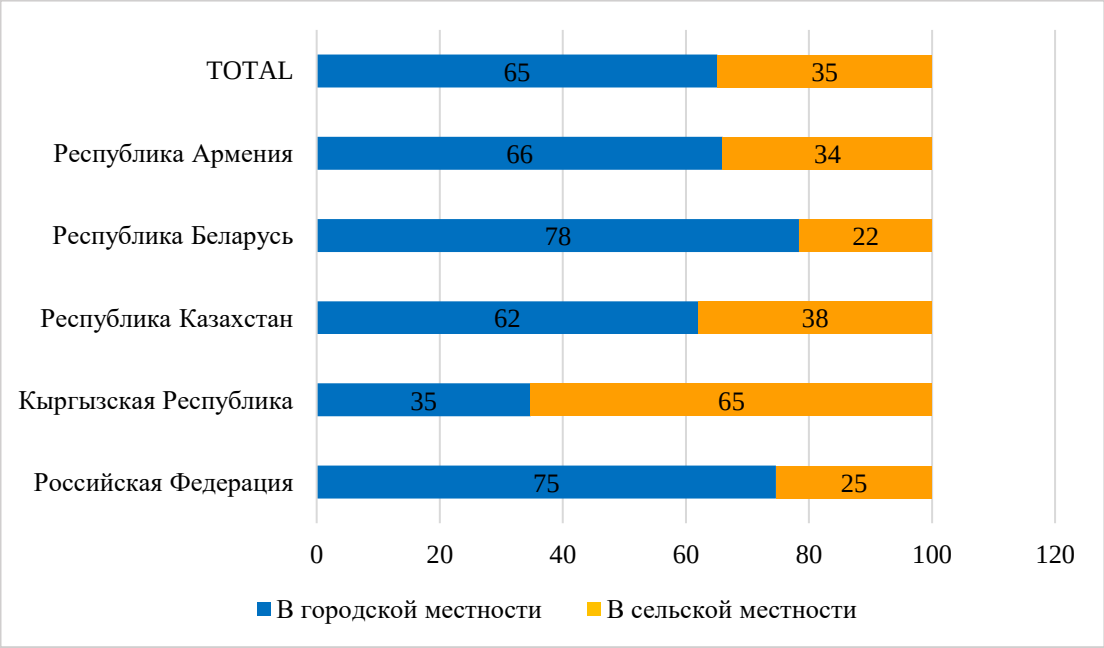



Рисунок 3.2 – Место проживания респондентов, %

Наибольшая доля (65%) респондентов проживает в городской местности, при этом максимальная доля респондентов, проживающих в городах зафиксирована в Республике Беларусь (78%), а минимальная доля в Кыргызской Республике (35%). Соотношение городского и сельского населения в структуре выборочной совокупности формируется пропорционально численности населения административно-территориальных единиц каждого государства-членов ЕАЭС. Первое социологическое исследование учитывало мнения респондентов, проживающих в столичных городах государств-членов ЕАЭС, в выборку дополнительно были включены 1–2 крупных города. Расширение географии второго социологического исследования и учет мнения сельских жителей позволяет получить более объективные первичные данные об оценке уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС.

В соответствии со скорректированной методикой проведения второго социологического исследования предусмотрено формирование двухступенчатой территориальной выборки по каждому государству-члену ЕАЭС. В каждом государстве-

члене ЕАЭС отобрано не менее 60% регионов (территориальных единиц верхнего уровня), отражающих специфику расселения населения. В число исследуемых регионов включены административно-территориальные единицы с различной численностью населения (высокой, средней, низкой численностью населения). В результате проведения стратификации выборки отобраны населенные пункты внутри каждой страты случайным образом, за исключением городов федерального значения. Количество точек в стратах составляет от 2 до 5, в зависимости от объема присутствия страты в выборке для сохранения итогового объективного соотношения. В территориальную выборку включены населенные пункты, характерные для соответствующего субъекта (региона).

На рисунках 3.3–3.8 представлены данные о проживании респондентов в административно-территориальных единицах государств-членов ЕАЭС.

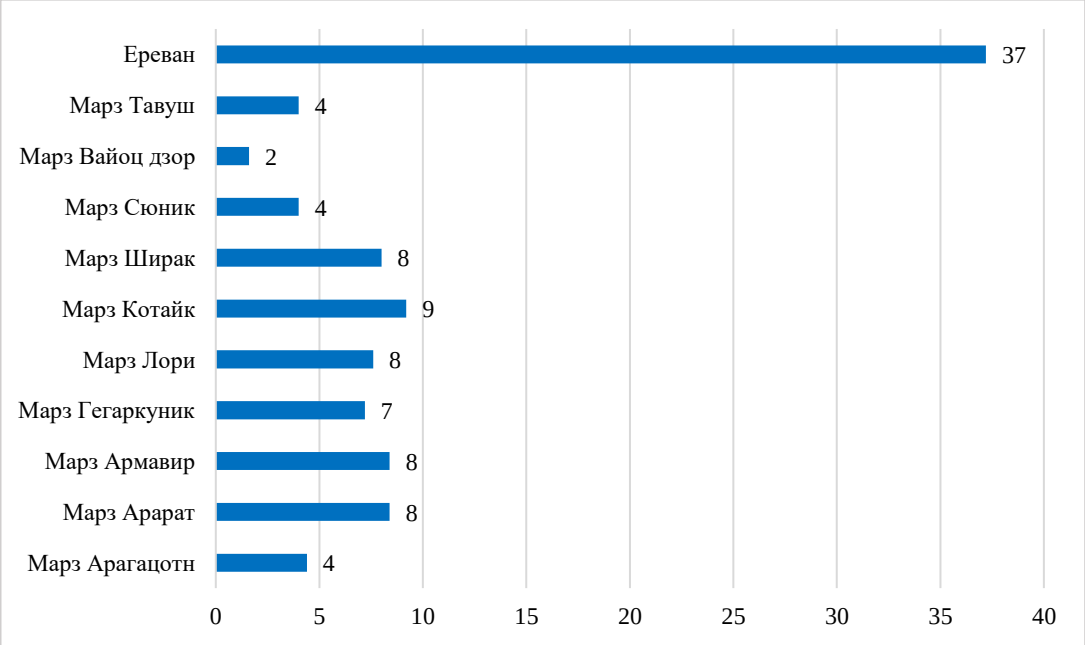



Рисунок 3.3 – Структура административно-территориальных единиц проживания респондентов (Республика Армения), %

Территория Республики Армения разделена на 10 территориальных единиц верхнего уровня, которые представлены марзами (областями), включая г. Ереван, имеющий статус области. Наиболее населенными являются 6 марз (Армавирский, Ширакский, Гегаркуникский, Котайкский, Араратский, Лорийский), соответственно количество респондентов, проживающих на указанных административно-территориальных единицах, составило 7–9%. Наименьшее количество респондентов (2%) привлекалось для анкетирования из Вайоцдзорской области, которая характеризуется наименьшим количеством жителей среди областей Республики Армения. Ереван является столицей и крупнейшим городом Республики Армения, в котором проживает более трети всего

населения, соответственно количество привлеченных к анкетированию респондентов из территориальных единиц верхнего уровня является максимальным и составляет 37%.

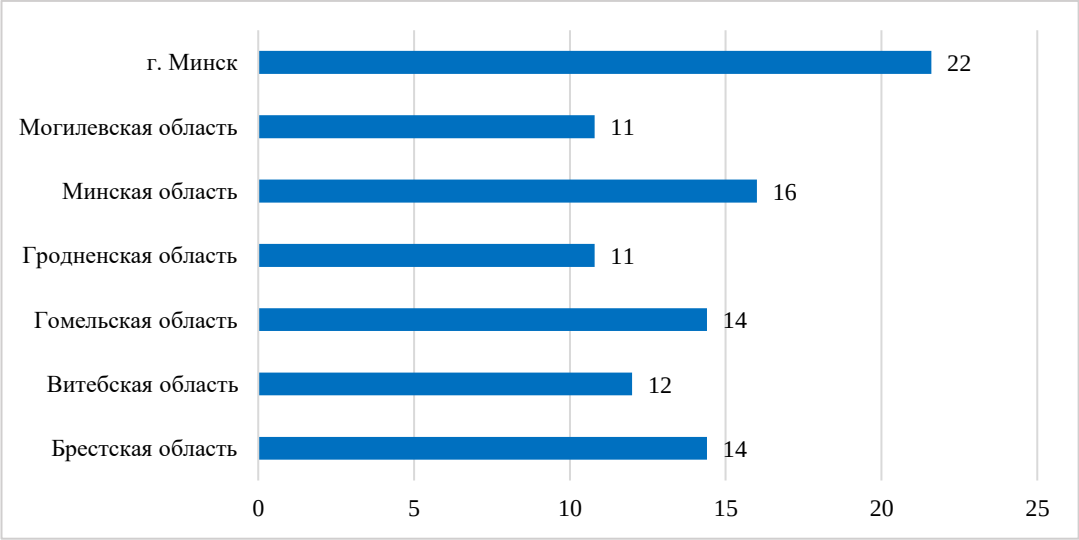



Рисунок 3.4 – Структура административно-территориальных единиц проживания респондентов (Республика Беларусь), %

В Республике Беларусь административно-территориальными единицами верхнего уровня являются город Минск и 6 областей (Брестская, Витебская, Гомельская, Гродненская, Минская, Могилевская). Плотность проживания населения в областях Республики Беларусь характеризуется относительной равномерностью, поэтому количество респондентов, проживающих в указанных областях, составило 11-16%. Минск является крупнейшим городом и столицей Республики Беларусь, в котором проживает около 2 млн человек. Общее количество жителей в Республике Беларусь составляет около 9,5 млн человек, соответственно количество респондентов, проживающих в городе Минске, является максимальным и составляет 22% опрошенных.

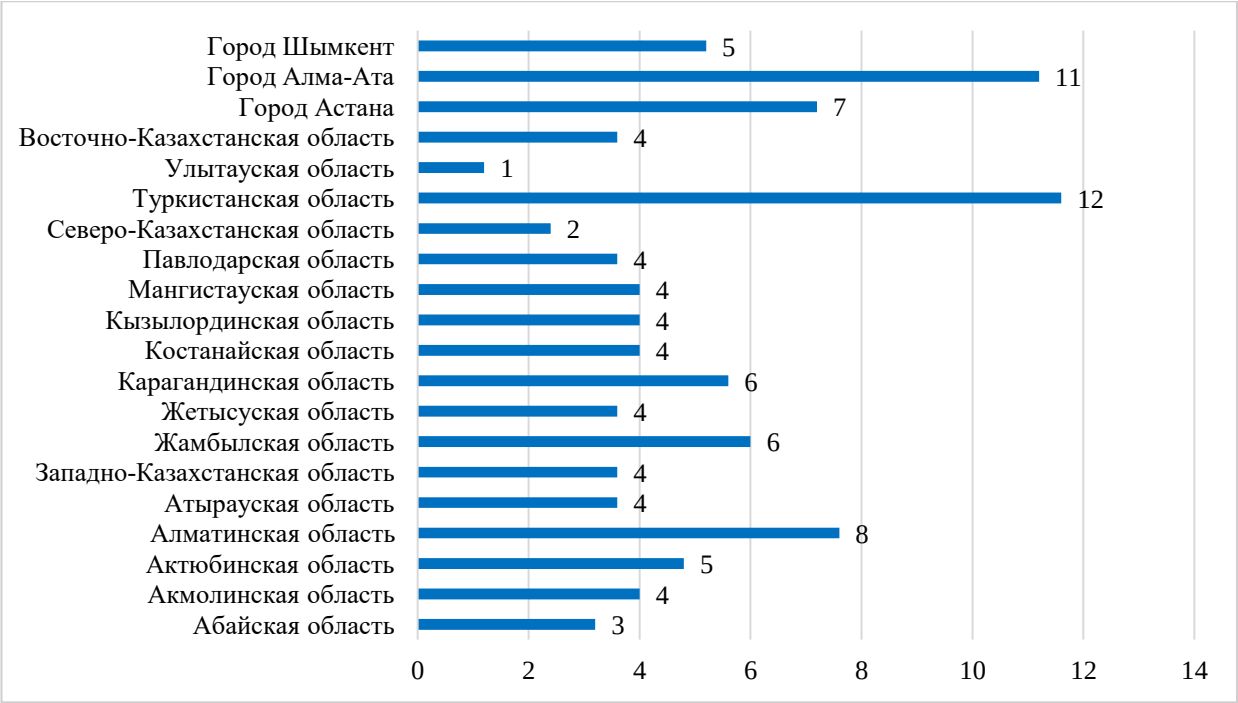



Рисунок 3.5 – Структура административно-территориальных единиц проживания респондентов (Республика Казахстан), %

Система административно-территориального устройства Республики Казахстан характеризуется наличием 17 областей и 3 городов республиканского значения, с различной плотностью населения. Численность населения Казахстана превышает 20 млн человек. Из административно-территориальных единиц первого уровня наибольшая плотность наблюдается в городе республиканского значения Алматы и в Туркистанской области, количество привлеченных респондентов, проживающих на указанных территориях, является максимальным и составляет 11% и 12%, соответственно. К городам республиканского значения, имеющим государственное значение или численность населения более одного миллиона человек, также относят Шымкент и Астана. Количество респондентов из указанных городов составило 5% и 7%, соответственно, и является пропорциональным численности населения. В 2022 году в результате административно-территориальной реформы в Республике Казахстан были образованы три новые области: Абайская, Жетысуская и Улытауская, количество респондентов из новых областей составило 3%, 4% и 1% соответственно. Наименьшей плотностью населения, кроме Улытауской области, характеризуются также Северо-Казахстанская и Абайская области. Из указанных областей приняли участие в анкетировании 2% и 3% респондентов, соответственно. Примерно равным количеством населения характеризуются следующие области Республики Казахстан: Акмолинская, Атырауская, Западно-Казахстанская, Жетысуская, Костанайская, Кызылординская, Мангистауская, Павлодарская и Восточно-Казахстанская. Количество опрошенных респондентов, проживающих на указанных

территориях, составило 4%. Наиболее крупными областями Республики Казахстан по численности населения являются Алматинская, Жамбылская и Карагандинская. Количество привлеченных респондентов из Алматинской области составило 8%, из Жамбылской и Карагандинской областей - по 6%.

Таким образом, соотношение количества респондентов, проживающих в областях и городах республиканского значения Республики Казахстан, соответствует численности населения административно-территориальных единиц.

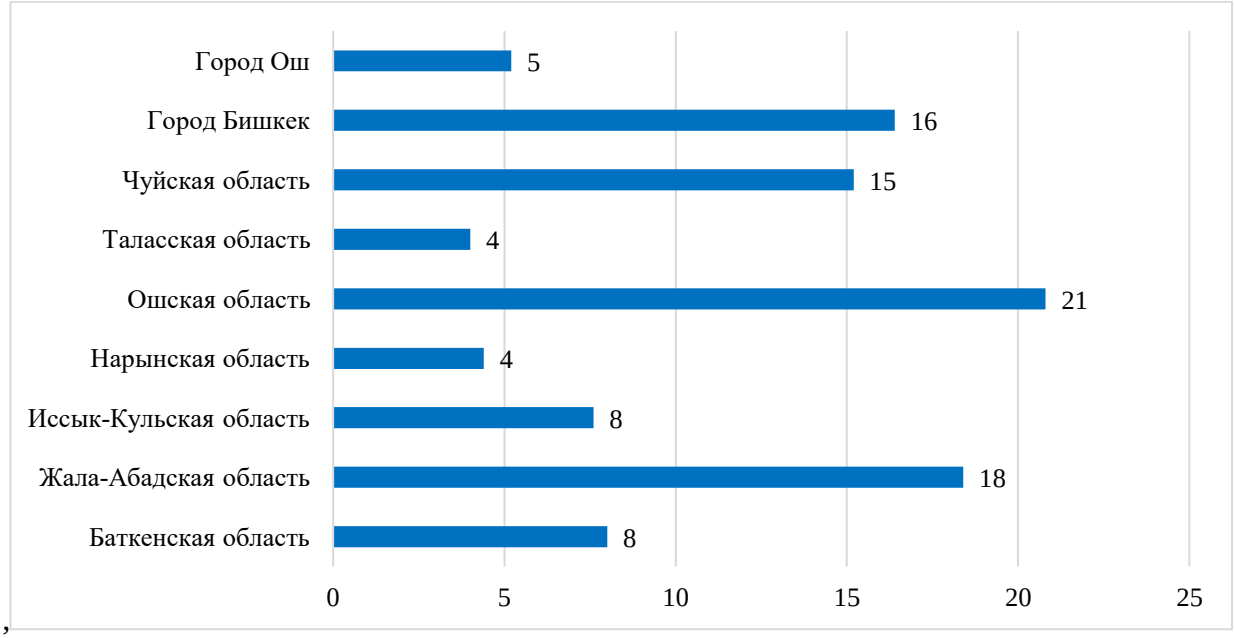
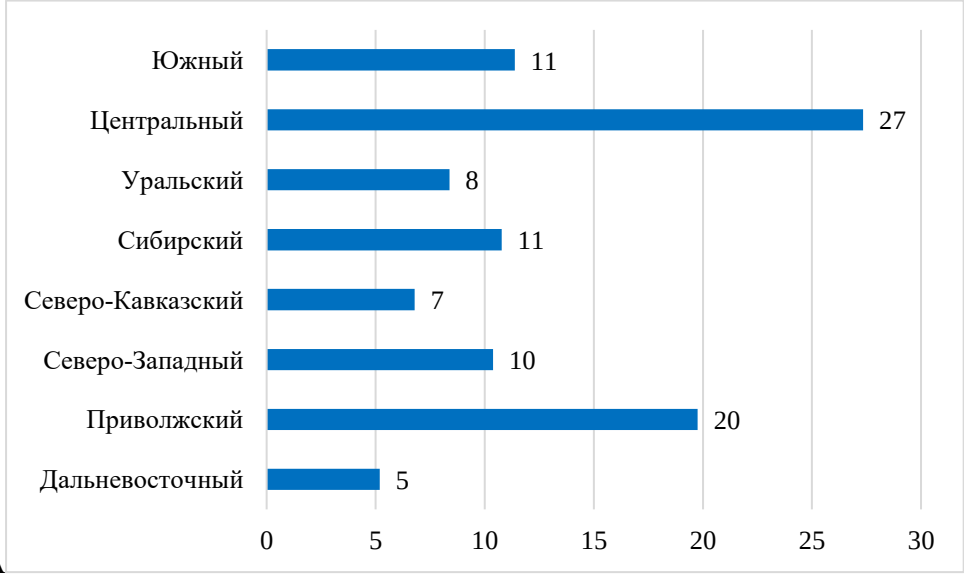



Рисунок 3.6 – Структура административно-территориальных единиц проживания респондентов (Кыргызская Республика), %

В Кыргызской Республике административно-территориальными единицами верхнего уровня являются два города республиканского значения (Бишкек и Ош) и 7 областей: Баткенская, Жалал-Абадская, Иссык-Кульская, Нарынская, Ошская, Чуйская, Таласская. Наиболее крупными по численности населения являются Жалал-Абадская и Ошская области, количество респондентов, проживающих на указанных территориях. составило 18% и 21%, соответственно. Замыкает тройку лидеров по численности населения Чуйская область Кыргызской Республики, количество респондентов из этой области составляет 15%. Наименьшая численность населения зафиксирована в Нарынской и Таласской областях, количество респондентов из этих областей составило по 4%. Количество опрошенных из Иссык-Кульской и Баткенской областей составило по 8%. В соответствии с Конституцией Кыргызской Республики, столицей является город Бишкек, который характеризуется максимальной плотностью населения в регионе. Количество респондентов, проживающих в городе Бишкек, составило 16% от общего количества респондентов из Кыргызской Республики. Население Кыргызской Республики проживает

преимущественно в сельской местности. Вторым по численности населения Кыргызской Республики является город Ош, характеризующийся значительно меньшим количеством жителей чем Бишкек, поэтому количество респондентов, проживающих в указанном городе, составило 5%.

Распределение респондентов по административно-территориальным единицам Российской Федерации представлено на рисунках 3.7–3.8.




А

Рисунок 3.7 – Структура федеральных округов проживания респондентов (Российская Федерация), %

Первый уровень административно-территориального устройства Российской Федерации образует субъекты, которыми выступают республики, края, области, автономные область и округа, города федерального значения. В Российской Федерации 8 федеральных округов, Крымский федеральный округ в соответствии с Указом Президента РФ от 28 июля 2016 года присоединен к Южному федеральному округу в целях повышения эффективности деятельности органов государственной власти. Федеральными округами в Российской Федерации являются административные формирования, включающие субъекты Российской Федерации. Центральный федеральный округ является крупнейшим федеральным округом Российской Федерации по численности населения, поэтому количество респондентов для участия в социологическом исследовании составило 27%. Второй по численности населения Приволжский федеральный округ – количество привлеченных респондентов составляет 20%. Наименьшей численностью населения характеризуются Дальневосточный, Северо-Кавказский и Уральский федеральные округа, количество привлеченных респондентов составило 5%, 7% и 8%, соответственно. В Российской Федерации статус городов федерального значения имеют Москва, Санкт-Петербург и Севастополь. Количество проживающих в них составляет более 13% от общего

количества населения Российской Федерации, однако по численности жителей они значительно различаются. Москва является крупнейшим городом Российской Федерации по численности населения, поэтому количество респондентов, привлеченных для социологического исследования, составляет 12%. 5% и 1% жителей городов Санкт-Петербург и Севастополь прошли анкетирование для оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС.

В состав субъектов Российской Федерации включены 24 республики, 9 краев, 48 областей, 1 автономная область и 4 автономных округа. К проведению социологического исследования были привлечены жители 5 республик, 6 краев, 28 областей, 1 автономного округа (Ханты-Мансийского автономного округа). Максимальное количество респондентов было привлечено из 5 областей (5% из Самарской области, по 4% из Московской Новосибирской, Ростовской и Свердловской областей), 6% жителей Ставропольского и 4% Приморского краев. Остальные, задействованные в социологическом исследовании субъекты Российской Федерации, характеризуются более низкой плотностью населения, и количество жителей, участвующих в анкетировании, составляет 1–3%.

Таким образом, выборка административно-территориальных единиц верхнего уровня в каждом государстве-члене ЕАЭС осуществлялась с учетом структуры населения городских и сельских территорий. При формировании выборочной совокупности в каждом государстве-члене ЕАЭС реализован принцип пропорциональности, по которому выборочная совокупность распределена между территориальными единицами верхнего уровня пропорционально численности населения каждого государства-участника исследования.

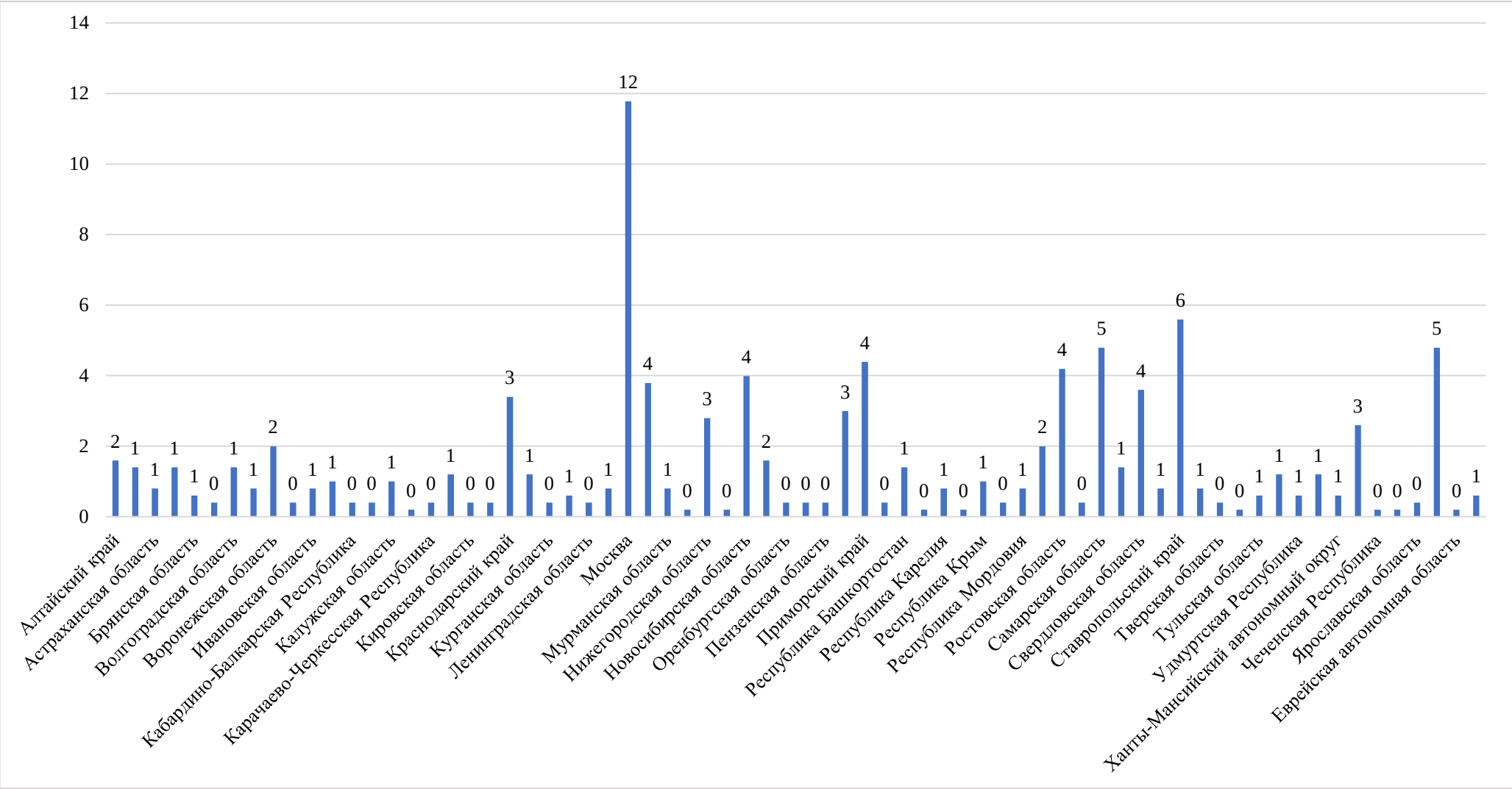



Рисунок 3.8 – Структура административно-территориальных единиц проживания респондентов (Российская Федерация), %

Пол респондентов является одним из основных квотных параметров генеральной совокупности. Соотношение респондентов мужского и женского пола представлено на рисунке 3.9.

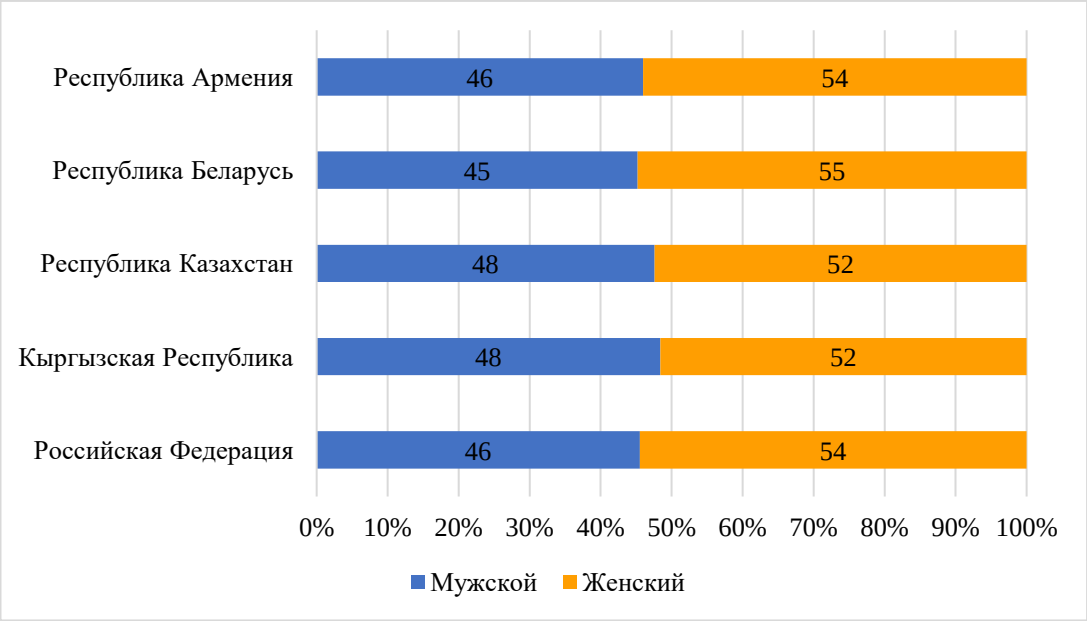



Рисунок 3.9 – Структура распределения респондентов по полу, %

Общее количество женщин, принявших участие в исследовании, составило 54%, соответственно, мужчин – 46%. Наибольшая доля женщин зафиксирована в Республике Беларусь и составила 55% (мужчин – 45%), наименьшее количество женщин привлекалось к опросу в Республике Казахстан и Кыргызской Республике - по 52%, а мужчин, соответственно, по 48%.

При проведении первого социологического исследования общее количество респондентов-мужчин было меньшим и составляло 41%, а количество женщин – 59%. В Республике Беларусь соотношение респондентов мужского и женского пола составляло 34% и 62%, соответственно. В Республике Казахстан и Кыргызской Республике мужчин участвовало по 38%, женщин - по 62%. Изменение соотношения мужчин и женщин при проведении второго социологического исследования связано с уточнением демографической статистики в каждом государстве-члене ЕАЭС.

Распределение респондентов по возрастным группам представлено на рисунке 3.10.

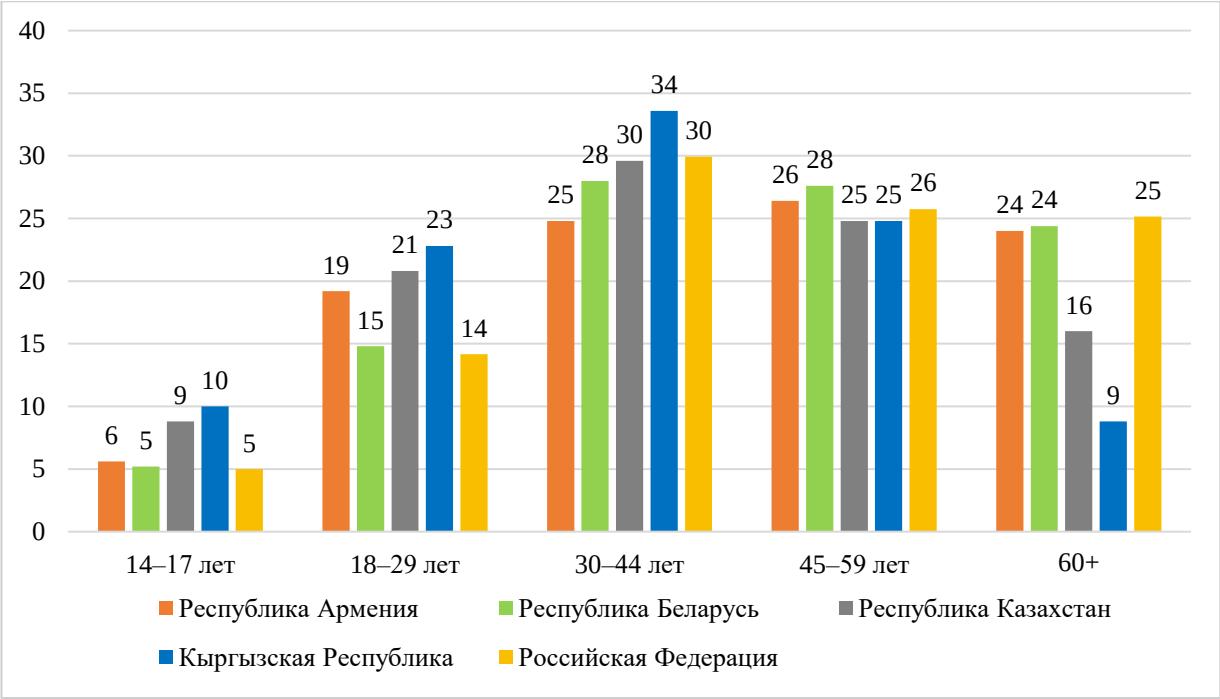



Рисунок 3.10 – Структура распределения респондентов по возрасту, %

Общее количество респондентов в каждой возрастной группе составило: 14-17 лет – 7%, 18-29 лет – 18%, 30-44 года – 29%, 45-59 лет – 26%, 60 лет и старше – 21%. В наименьшей по численности возрастной группе 14-17 лет наибольшую долю составили респонденты из Кыргызской Республики – 10%, а наименьшую - из Республики Беларусь и Российской Федерации (по 5%). Данная возрастная группа включена во второе социологическое исследование в соответствии п. 10 Рекомендаций Коллегии ЕЭК от 10.01.2023 №1 «О проведении социологических исследований в целях оценки уровня защищенности потребителей в государствах-членах Евразийского экономического союза». В возрастных группах 18-29 лет и 30-44 года наибольшее количество респондентов зафиксировано также в Кыргызской Республике, их доля составила 23 и 34%, соответственно. Наименьшее количество респондентов в возрастной группе 18-29 лет выявлено в Республике Беларусь и Российской Федерации, соответственно 15% и 14%. Наименьшее количество респондентов в возрастной группе 30-44 года зафиксировано в Республике Армения – 25%. Возрастная группа 45-59 лет характеризуется наименьшим разбросом количества респондентов по проживанию в государствах-членах ЕАЭС. В группе 60+ наибольшая доля респондентов из Российской Федерации – 25%, наименьшее количество респондентов из Кыргызской Республики – 9%.

При проведении первого социологического исследования общее количество респондентов в каждой возрастной группе отличалось и составляло: 18-29 лет – 242 человека (24,3%), 30 – 44 года – 348 человек (35%), 45 – 59 лет – 226 человек (22,7%), 60 лет и старше – 179 человек (18%). Корректировка соотношения возрастных групп при

проведении второго социологического исследования связана с уточнением демографического профиля каждого государства-члена ЕАЭС по данным национальной статистики по состоянию на 1 января 2024 года. При этом сравнительный анализ структуры наиболее экономически активных возрастных групп (18-29, 30-44, 45-59 лет) демонстрирует высокую степень сопоставимости респондентов по возрасту при проведении двух социологических исследований.

Уровень образования респондентов также является основным квотным параметром генеральной совокупности. Уровень образования респондентов влияет на их информированность о своих правах в сфере защиты прав, о законах и нормах, стандартах качества товаров и услуг. Это утверждение является одной из гипотез-следствий, нуждающихся в проверке в рамках проведения данного социологического исследования.

Уровень образования респондентов, участвующих в опросе, для каждого государства-члена ЕАЭС представлен на рисунке 3.11.

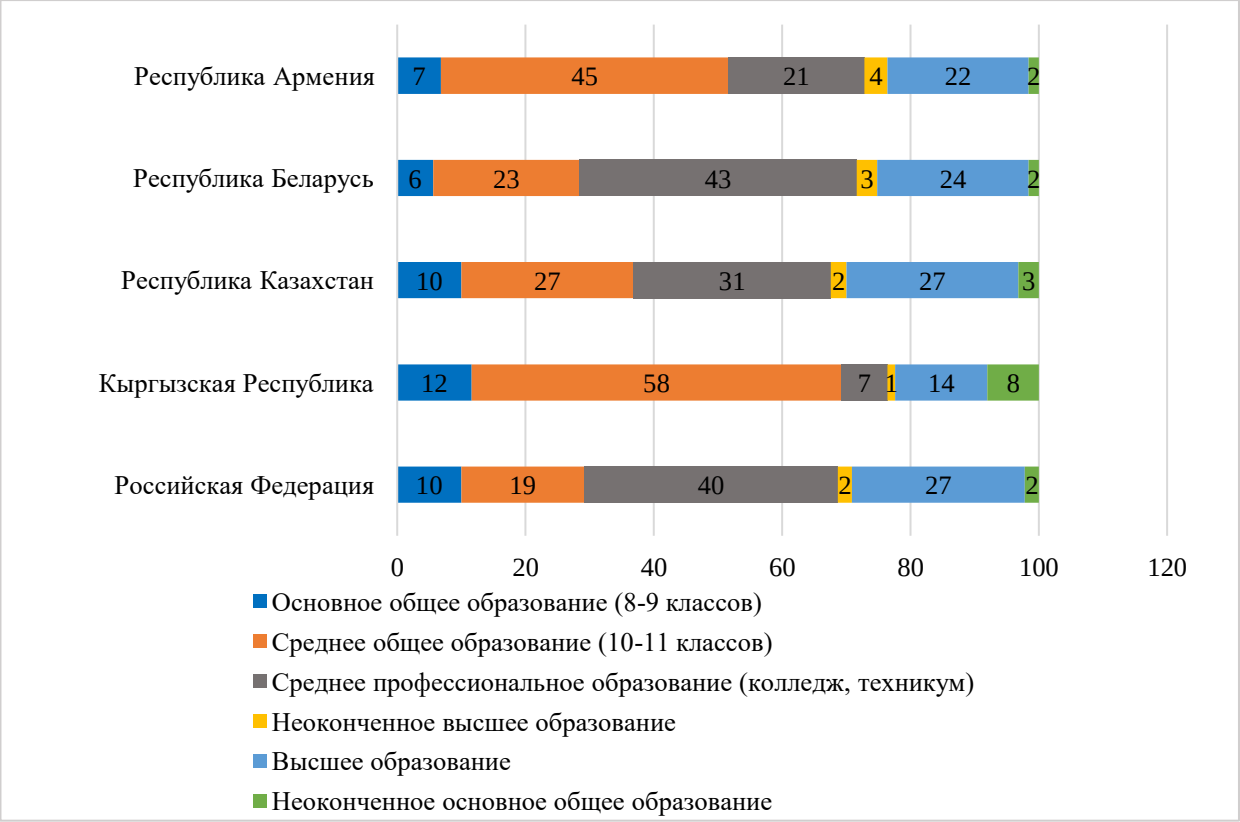



Рисунок 3.11 – Структура распределения респондентов по уровню образования, %

Наибольшее число опрошенных в государствах-членах ЕАЭС (32%) имеют среднее общее образование и только 2% респондентов имеют неоконченное высшее образование. Наибольшая доля респондентов с основным общим образованием (12%) и средним общим образованием (58%) зафиксирована в Кыргызской Республике, данные значения коррелируют с наибольшим количеством респондентов в возрастных группах 14-17 лет и

18-29 лет. Наибольшая доля опрошенных со средним профессиональным образованием выявлена в Республике Беларусь (43%) и Российской Федерации (40%). Максимальное количество респондентов с высшим образованием зафиксировано в Республике Казахстан и Российской Федерации по 27%, минимальное значение в Кыргызской Республике – 14%. При этом при проведении первого социологического исследования лидерами по количеству опрошенных с высшим образованием были Республика Беларусь – 62% и Республика Армения – 58%. Данные изменения связаны с корректировкой количества респондентов в каждой возрастной группе в соответствии с демографическим профилем каждого государства-члена ЕАЭС.

Согласно предложениям, поступившим в рамках открытой процедуры защиты результатов первого этапа работы, при проведении второго социологического исследования дополнительно введен вопрос, уточняющий наличие у респондентов нарушений здоровья, позволяющих отнести их к отдельной категории потребителей. Необходимость реализации особых мер защиты прав и интересов отдельных категорий потребителей зафиксирована в Рекомендациях Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21 мая 2019 г. № 15 «Об Общих подходах к установлению особых мер защиты прав и интересов отдельных категорий потребителей». В соответствии с указанным документом, государствам-членам ЕАЭС рекомендовано проводить анализ потребительского поведения населения на постоянной основе в целях выявления условий для отнесения отдельных групп населения или граждан к категории лиц, подверженных повышенному потребительскому риску. Количество респондентов, относящихся к отдельной категории потребителей, имеющих нарушения здоровья (инвалидность, ОВЗ), в каждом государстве-члене ЕАЭС представлено на рисунке 3.12.

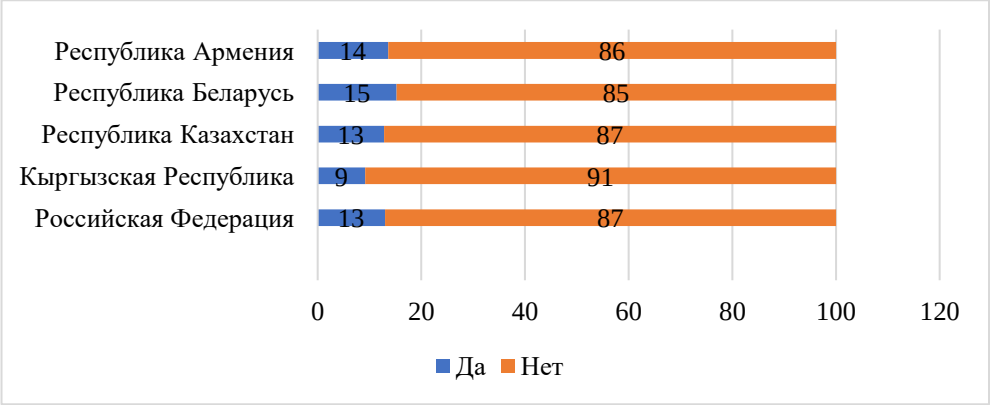



Рисунок 3.12 – Структура респондентов государств-членов, имеющих нарушения здоровья (инвалидность, ОВЗ), %

Наибольшая доля респондентов, относящихся к отдельной категории потребителей, имеющих нарушения здоровья выявлена в Республике Беларусь и составила 15%,

наименьшее количество опрошенных (9%), имеющих инвалидность или ОВЗ, зафиксировано в Кыргызской Республике.

Совокупность социально-демографических характеристик респондентов определяется положением в обществе и степенью участия в общественной жизни, а это, в свою очередь, обуславливает их особенности поведения как потребителей. В этой связи в заключительную часть анкеты включены вопросы о формате и сфере занятости респондентов, а также уровне их доходов.

Увеличение числа респондентов, в целом, принципиально не повлияло на изменение структуры ответов о форме и сфере занятости респондентов (рисунок 3.13.).

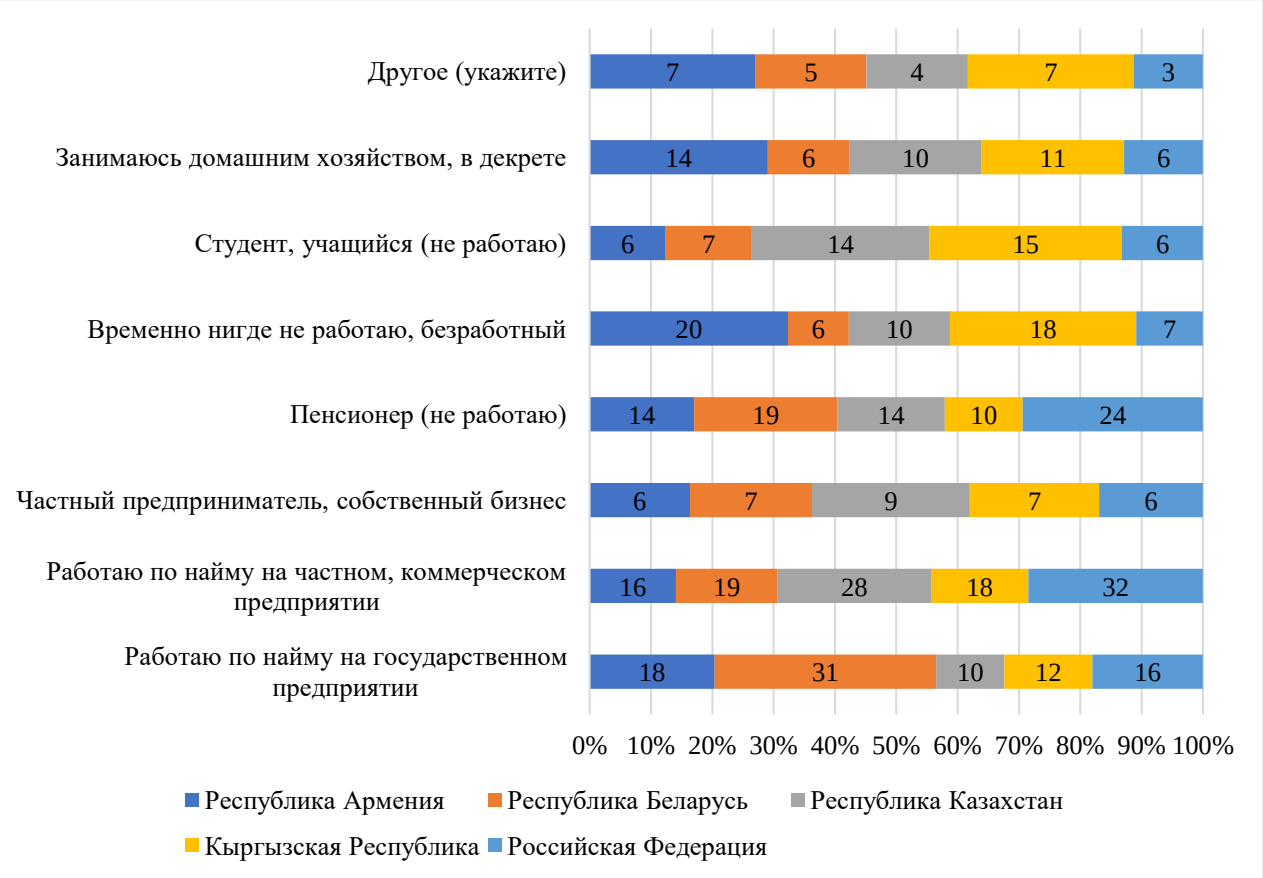



Рисунок 3.13 - Занятость респондентов по государствам-членам, %

Согласно усредненным данным, большинство опрошенных работают по найму в частном или коммерческом предприятии (24%), высокая доля респондентов приходится на пенсионеров (18%), достаточно высокий процент респондентов являются сотрудниками государственных учреждений (17%). Временно не работают 11% респондентов. Одинаковые доли имеют студенты и учащиеся, а также респонденты, занимающиеся домашним хозяйством (9%).

Эти данные достаточно близки к результатам первого социологического исследования, где по найму в государственном предприятии работало 18% респондентов, в

частном и коммерческом предприятии - 34% респондентов. Доля респондентов, занимающихся собственными бизнесом, по результатам двух социологических исследований одинаковая и составляет 7%. Пенсионеры в структуре респондентов при первом социологическом исследовании составляли 17%, против 18% по результатам второго исследования. Несколько меньше (6%) в рамках первого исследования было временно неработающих респондентов. Существенное увеличение усредненного значения по неработающим респондентам произошло за счет роста их доли в Республике Армения (с 11 до 20%) и Кыргызской Республике (с 11 до 18%), что объясняется включением в структуру выборочной совокупности жителей сельских местностей и административно-территориальных единиц, имеющих более низкий уровень занятости.

Анализ сфер занятости респондентов (рисунок 3.14) показывает, что согласно усредненным данным, деятельность большинства респондентов (18%) связана со сферой торговли и услуг (18%), доля этой сферы занятости при проведении первого социологического исследования составляла 21%. В среднем, 13% респондентов заняты в промышленном секторе экономики (11% по результатам первого исследования), в образовании и науке – 8% (7% по результатам первого исследования), в сельском хозяйстве – 7% (1% по результатам первого исследования), в сфере транспорта и связи – 5% (4% по результатам первого исследования), меньше всего в финансовом секторе и юриспруденции - 2% (5% по результатам первого исследования). Следует заметить, что по государствам-членам ответы распределяются приблизительно одинаково. Некоторое изменение структуры респондентов по сферам занятости при проведении двух социологических исследований объясняется, прежде всего, изменением территориального профиля проживания респондентов при стратификации выборки по административно-территориальному делению регионов (субъектов) в составе государств-членов ЕАЭС при втором социологическом исследовании.

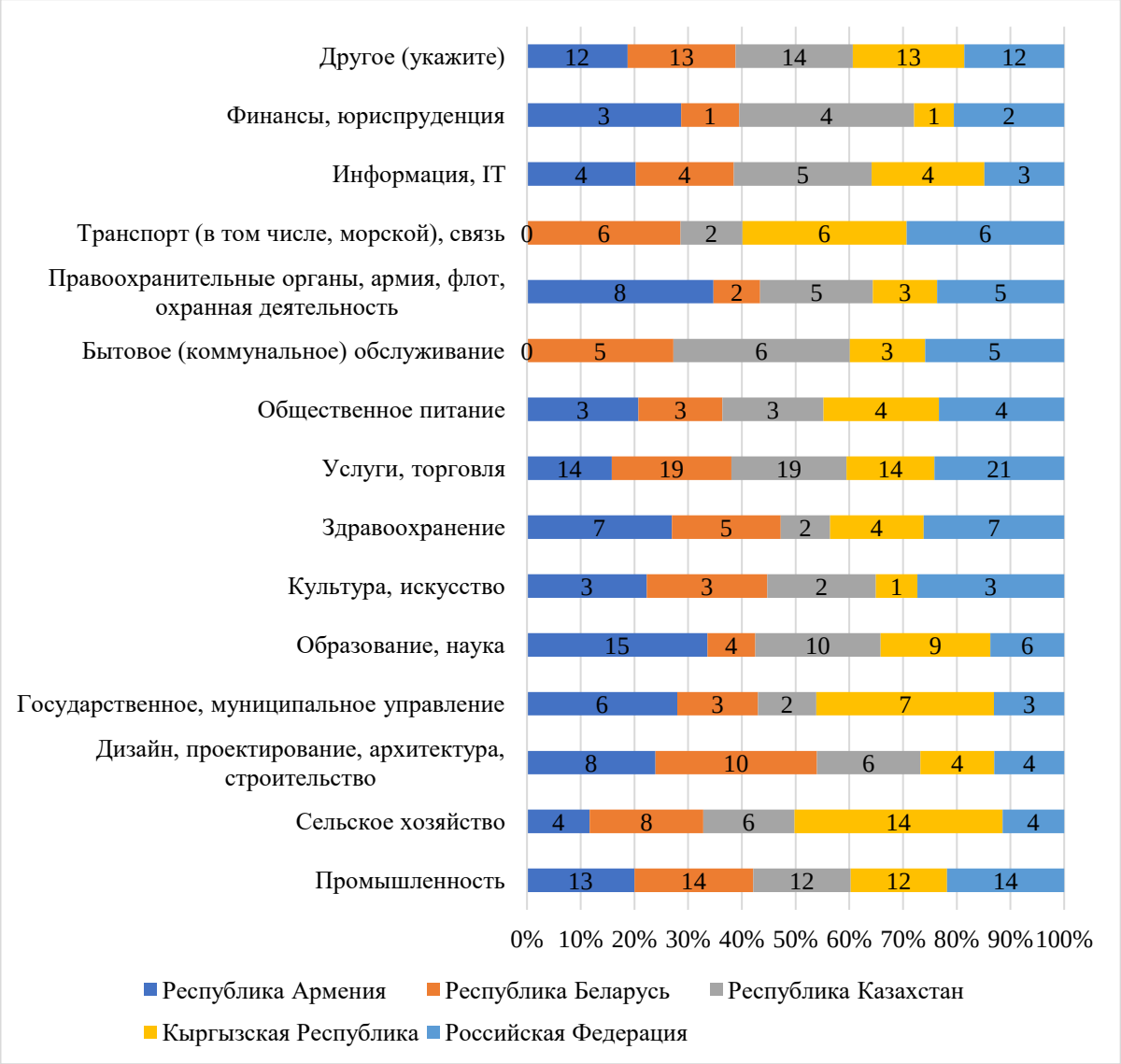



Рисунок 3.14 - Распределение респондентов по сферам занятости, %.

Усредненные данные по должностям, которые занимают респонденты, показали, что наибольшая доля приходится на квалифицированных специалистов с высшим образованием (17%), а также на квалифицированных рабочих и мастеров (16%) (рисунок 3.15). Однако следует отметить, что совокупная доля таких специалистов при проведении второго социологического исследования (33%) стала ниже по сравнению с результатами первого социологического исследования (41%), прежде всего за счет снижения доли квалифицированных специалистов с высшим образованием, что вполне объяснимо, поскольку в опросе при первом исследовании принимали участие только жители столичных городов-мегаполисов. При проведении второго социологического исследования структура распределения респондентов по должностям стала значительно более выровненной, что повышает объективность результатов сравнительного межстранового исследования.

Значительная доля среди усредненных данных приходится на служащих без высшего образования (14%), она несколько возросла (на 2%) по сравнению с результатами

первого социологического исследования. На технический или обслуживающий персонал приходится 12% респондентов (против 9% на первом этапе), далее следуют руководители среднего звена - 11% (против 16% на первом этапе).

По государствам-членам значительного разброса не наблюдается, за исключением, доли респондентов, определивших себя как квалифицированных рабочих или мастеров. Здесь данные варьируются от 4% по Республике Армения до 23% по Республике Беларусь. Также можно отметить высокую долю разнорабочих (17%) в Кыргызской Республике (при среднем значении 9%).

Рисунок 3.15 - Структура ответов на вопрос «Кем Вы работаете?»

При выяснении уровня материально обеспеченности респондентов было выявлено, что наибольшие усредненные данные (37%) приходится на те семьи, в которых денег хватает только на еду и одежду, приобретение бытовой техники без обращения к кредитам

проблематично (рисунок 3.16). При проведении первого социологического исследования доля таких респондентов составляла 30%.

28% респондентов подтвердили, что денег хватает на приобретение бытовой техники, но покупка автомобиля или отдых за границей без обращения к кредитам проблематичны. Причем максимальная доля таких ответов приходится на Российскую Федерацию (36%), минимальная – на Республику Армения (19%), от нее отстает всего на один процент Кыргызская Республика (20%). При проведении первого социологического исследования усредненная доля респондентов с таким уровнем материальной обеспеченности составляла 38% (в Российской Федерации – 42%, в Республике Армения – 32%, в Кыргызской Республике – 30%). Сравнительный анализ этих данных позволяет установить, что распределение респондентов по уровню жизни при проведении второго социологического исследования стало более равномерным, что является положительной тенденцией для получения релевантных показателей.

15% респондентов отметили, что хватает денег только на еду и оплату коммунальных услуг, приобретение одежды проблематично (8% при проведении первого социологического исследования). По отдельным странам эти данные варьируют от максимального значения ответов по Республике Армения и Кыргызской Республике (21%), минимальная доля таких респондентов приходится на Республику Казахстан и Российскую Федерацию (11%), далее следует Республика Беларусь (12%).

Не хватает денег даже на еду и оплату коммунальных услуг, в среднем, 4% респондентов (против 1% при проведении первого социологического исследования).

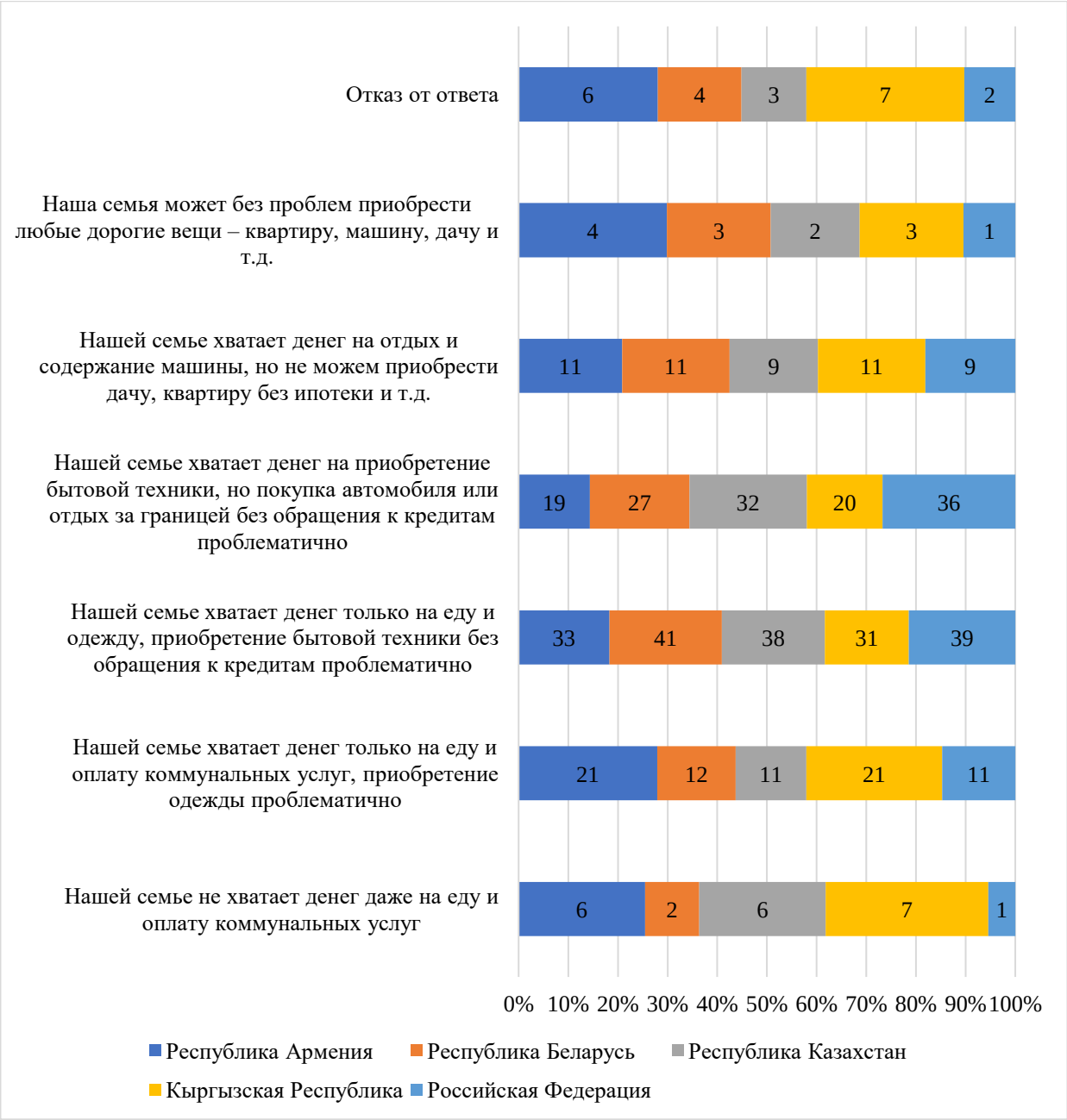



Рисунок 3.16. - Структура респондентов по уровню жизни, %

В целом, результаты сравнительного анализа профиля респондентов в рамках второго социологического исследования по основным параметрам квотирования выборки, а также по виду, сфере занятости, статусу занимаемой должности и материальному уровню жизни свидетельствуют о более равномерном распределении отдельных категорий потребителей, что повышает объективность данных при проведении анкетирования.

### 3.2 Блок 1 «Потребительское поведение и практика получения услуг жителями государств-членов ЕАЭС»

Потребительское поведение представляет собой совокупность логических действий, направленных на удовлетворение различных потребностей. Элементы этнокультурной среды формируют ценности и способствуют осознанию потребностей, что и определяет модель потребительского поведения. Частота покупки отдельных групп товаров, место приобретения товаров и периодичность использования отдельных видов услуг являются основными критериями формирования потребительского поведения. Средняя частота покупки отдельных групп товаров респондентами государств-членов ЕАЭС представлена на рисунке 3.17

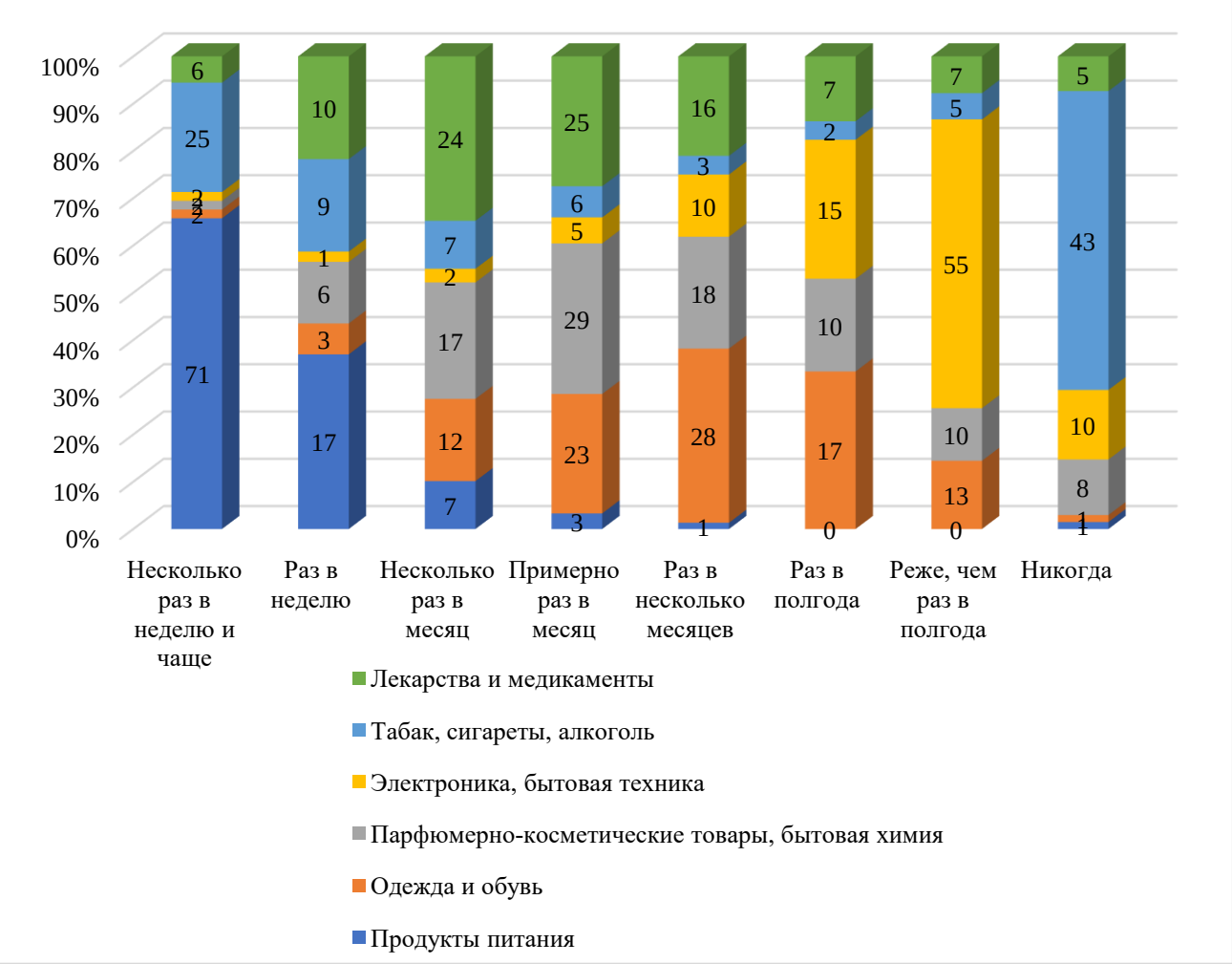



Рисунок 3.17 – Средняя частота покупки отдельных групп товаров, %

Наиболее часто населением государств-членов ЕАЭС приобретаются продукты питания: несколько раз в неделю – 71%, раз в неделю - 17%. Наименьшая частота покупок относится к группам товаров, характеризующимся длительным сроком годности и эксплуатации (одежда и обувь, парфюмерно-косметические товары, бытовая химия, электроника, бытовая техника – по 2%). При этом наиболее активно, несколько раз в

неделю, покупают продукты питания жители Республики Беларусь и Российской Федерации (по 85%). Наибольшая доля покупок с периодичностью несколько раз в месяц или примерно раз в месяц относится к группе лекарств и медикаментов, соответственно 24% и 25%. 35% опрошенных из Республики Казахстан приобретают лекарства и медикаменты примерно раз в месяц и только 16% респондентов из Республики Армения осуществляют аналогичные покупки с указанной периодичностью. Примерно раз в месяц 29% опрошенных приобретают парфюмерно-косметические товары и бытовую химию (в Республике Беларусь – 35%, в Кыргызской Республике – 20%). Один раз в несколько месяцев 28% респондентов покупают одежду и обувь (в Республике Казахстан – 27%, в Кыргызской Республике – 16%). Наибольшую долю товаров, приобретаемых реже, чем раз в полгода, составляет электроника и бытовая техника – 55% (в Российской Федерации – 58%, в Республике Армения – 48%). К группам товаров, которые респонденты практически никогда не покупают, в основном относят алкогольную и табачную продукцию (в Кыргызской Республике – 62%, в Республике Беларусь – 42%). Сопоставительный анализ результатов первого и второго социологического исследования выявил корреляцию между средней частотой покупки отдельных групп товаров: наиболее часто приобретают продукты питания (несколько раз в неделю на первом этапе – 83%, на втором этапе – 71%), медикаменты (несколько раз в месяц или примерно раз в месяц на первом этапе – соответственно 27% и 29%, на втором этапе – соответственно 24% и 25%).

Бытовая техника и электронные товары характеризуются достаточно длительным сроком службы, поэтому частота покупки данной категории товаров достаточно низкая (реже, чем раз в полгода, на первом этапе и втором этапе – по 55%). На первом этапе социологического исследования никогда не приобретали табак, сигареты и алкоголь 29% опрошенных (Республика Армения – 47%, Республика Беларусь – 17%, Республика Казахстан – 36%, Кыргызская Республика – 47%, Российская Федерация – 24%), на втором этапе – 43% респондентов (Республика Армения – 44%, Республика Беларусь – 28%, Республика Казахстан – 43%, Кыргызская Республика – 62%, Российская Федерация – 36%).

Средняя частота приобретения отдельных групп товаров респондентами государств-членов ЕАЭС в зависимости от места покупки представлена на рисунке 3.18.

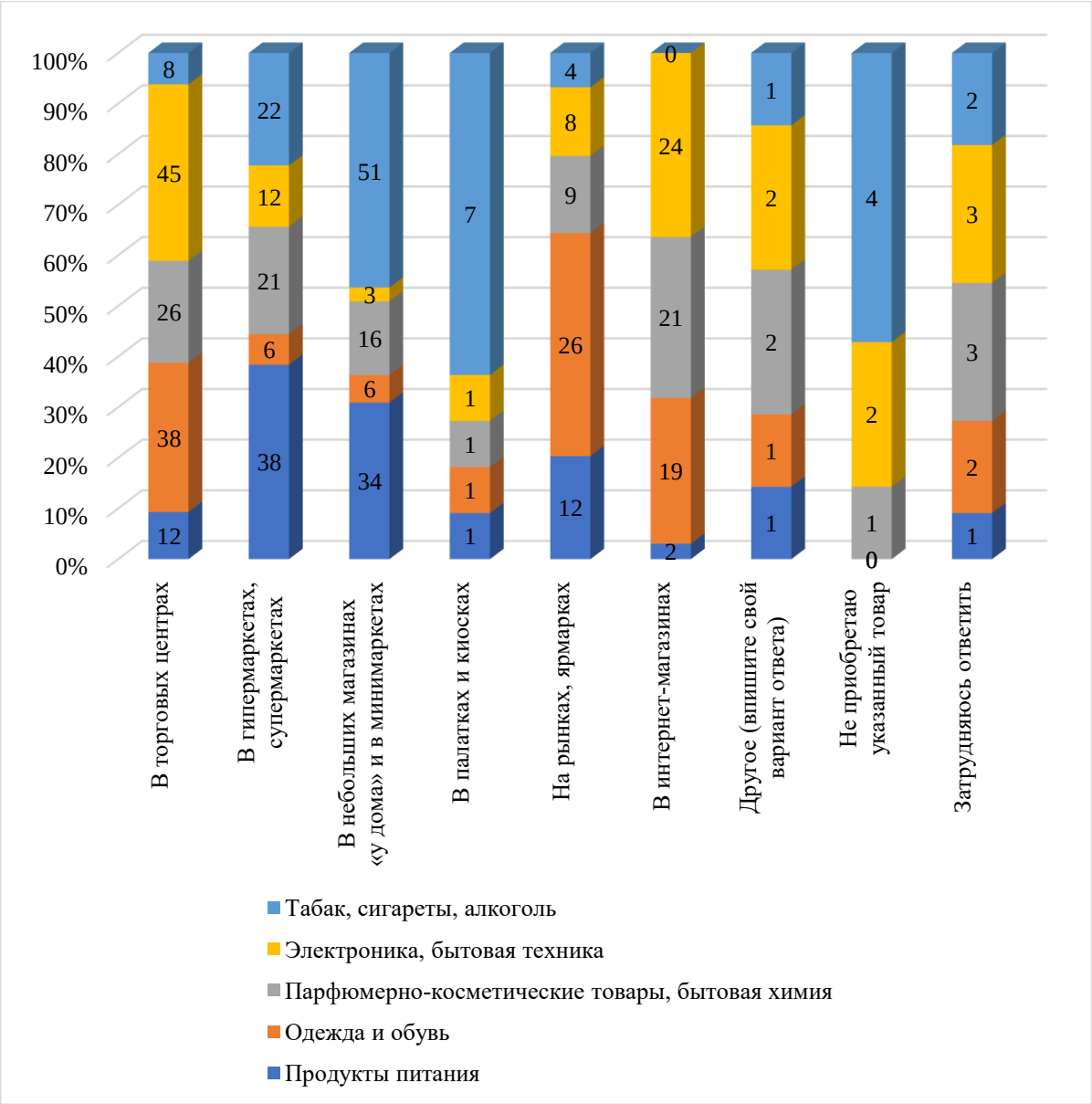



Рисунок 3.18 – Распределение респондентов по месту покупки отдельных групп товаров, %

В торговых центрах наиболее часто население государств-членов ЕАЭС приобретают электронику и бытовую технику (45%), одежду и обувь (38%), в гипермаркетах и супермаркетах - продукты питания (38%) и парфюмерно-косметические товары (21%), в небольших магазинах «у дома» и минимаркетах - алкогольную и табачную продукцию (51%), в палатках и киосках эту же продукцию – 7%. Лидером по приобретению продуктов питания в гипермаркетах и супермаркетах является население Республики Беларусь и Российской Федерации (по 45%), наименьшая доля респондентов проживает на территории Кыргызской Республики (21%). Наибольшая доля опрошенных из Кыргызской Республики покупают продукты питания на рынках и ярмарках (36%). 45% респондентов из Республики Казахстан приобретают одежду и обувь в торговых центрах, а 60 %

опрошенных из Кыргызской Республики - на рынках и ярмарках. Парфюмерно-косметические товары и бытовую химию приобретают 35% опрошенных из Республики Армения в торговых центрах и 30% из Кыргызской Республики - на рынках и ярмарках. Электронику и бытовую технику покупают в торговых центрах 52% опрошенных из Республики Армения и 37% из Республики Беларусь - в интернет-магазинах. В небольших магазинах «у дома» и в минимаркетах покупают алкогольную и табачную продукцию 60% респондентов из Кыргызской Республики, наименьшая доля таких покупок приходится на жителей Российской Федерации (45%). Дистанционная торговля в настоящее время является наиболее динамично развивающейся формой и методом продаж. В интернет-магазинах приобретают электронику и бытовую технику 26% респондентов (наибольшая доля – 37% из Республики Беларусь), парфюмерно-косметические товары – 22% (наибольшая доля – 26% из Республики Армения), одежду и обувь – 21% (наибольшая доля – 29% из Российской Федерации), продукты питания – 2% (наибольшая доля – 4% из Российской Федерации). Минимально используют для различных групп товаров электронную торговлю жители Кыргызской Республики (электронику и бытовую технику – 8%, парфюмерно-косметические товары – 10%, одежду и обувь – 4%). Не используют дистанционную торговлю при покупке продуктов питания опрошенные из Республики Армения и Кыргызской Республики. Сопоставительный анализ результатов двух социологических исследований выявил большую долю респондентов, использующих электронную торговлю для покупки различных групп товаров на первом этапе исследования (электроника и бытовая техника - 36%, парфюмерно-косметические товары – 27%, одежда и обувь – 32%, продукты питания – 5%). Выявленное расхождение связано с расширением географии социологического исследования. На первом этапе исследования к опросу привлекали жителей столиц государств-членов ЕАЭС, имеющих лучший доступ к информационным ресурсам. Сравнительный анализ результатов первого и второго социологического исследования выявил наибольшую долю средней частоты покупки отдельных групп товаров в зависимости от места: наиболее часто приобретают продукты питания в супермаркетах (на первом этапе – 44%, на втором этапе – 39%), одежду и обувь - в торговых центрах (на первом этапе – 42%, на втором этапе – 39%), парфюмерно-косметические товары и бытовую химию - в торговых центрах (на первом этапе – 29%, на втором этапе – 25%), электронику и бытовую технику - в торговых центрах (на первом этапе – 46%, на втором этапе – 44%). Таким образом, торговые центры являются наиболее частым местом покупки непродовольственных товаров, наиболее редко указанные группы товаров приобретают в небольших торговых организациях (в магазинах «у дома», палатках, киосках и т.д.).

Средняя частота использования отдельных видов услуг респондентами государств-членов ЕАЭС представлена на рисунке 3.19.

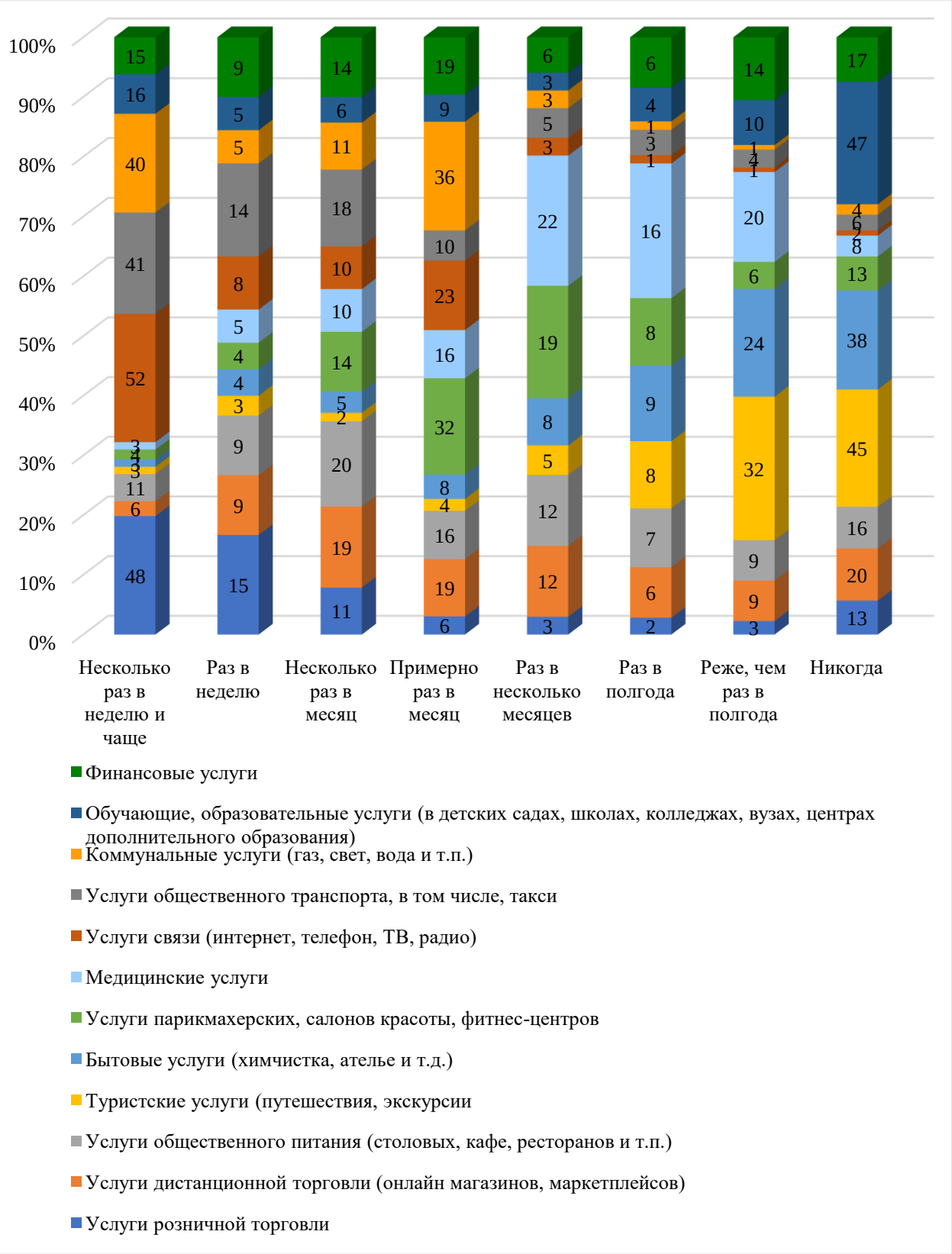



Рисунок 3.19 – Средняя частота использования респондентами отдельных видов услуг, %

Практики респондентов по периодичности использования отдельных видов услуг распределились следующим образом: несколько раз в неделю - 52% услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио), раз в неделю – 15% услуги розничной торговли, несколько раз в месяц – 20% услуги дистанционной торговли (онлайн магазинов, маркетплейсов), примерно раз в месяц – 36% коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.) и 32% услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнес-центров, раз в несколько месяцев – 22% медицинские услуги. Услуги общественного питания (столовых, кафе, ресторанов и т.п.) 20% респондентов государств-членов ЕАЭС используют несколько раз в месяц. Наиболее редко население государств-членов ЕАЭС используют бытовые услуги (24%). Практически не обращаются 47% респондентов к образовательным услугам (из Российской Федерации – 59%, из Кыргызской Республики – 40%) и 38% опрошенных - к бытовым услугам. Достаточно редко используют туристские услуги (путешествия, экскурсии): примерно 45% опрошенных никогда или практически никогда и 33% реже, чем раз в полгода. Наиболее часто услугами розничной торговли, несколько раз в неделю и чаще, пользуются жители Республики Беларусь (60%) и Российской Федерации (61%), наименьшую долю составляют респонденты из Республики Армения (36%). Услугами дистанционной торговли (онлайн магазинов, маркетплейсов) несколько раз в месяц пользуются респонденты из Республики Беларусь (24%) и Российской Федерации (23%), наименьшую долю составляют респонденты из Кыргызской Республики (10%). К услугам общественного питания (столовых, кафе, ресторанов и т.п.) наиболее часто, несколько раз в месяц, обращаются респонденты из Кыргызской Республики (30%). Реже, чем раз в полгода, используют туристические услуги 39% опрошенных из Российской Федерации, наибольшую долю не использующих эти услуги составили респонденты из Кыргызской Республики (55%). Аналогичная динамика сохраняется по использованию бытовых услуг (химчистка, ателье и т.д.): реже, чем раз в полгода используют эти услуги 28% опрошенных из Российской Федерации, наибольшую долю не использующих эти услуги составили респонденты из Кыргызской Республики (46%). Наибольшую долю опрошенных, применяющих услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнес-центров примерно раз в месяц, составили респонденты из Республики Казахстан (37%), наименьшую долю - опрошенные из Республики Армения (28%). Наибольшую долю опрошенных, применяющих медицинские услуги раз в несколько месяцев, составили респонденты из Российской Федерации (26%), наименьшую долю - опрошенные из Республики Армения (17%). Наиболее часто (несколько раз в неделю и чаще) услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио) используют 65% респондентов из Республики Беларусь и 62 % опрошенных из Российской Федерации. Услуги общественного транспорта, в том числе такси, наиболее часто (несколько раз в

неделю и чаще) используют респонденты из Республики Казахстан, Кыргызской Республики и Российской Федерации (по 42%). Используют коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.) несколько раз в неделю и чаще 41% опрошенных жителей государств-членов ЕАЭС (Республика Армения – 35%, Республика Беларусь – 46%, Республика Казахстан – 39%, Кыргызская Республика – 33%, Российская Федерация – 45%). К финансовым услугам примерно раз в месяц обращается 18% респондентов государств-членов ЕАЭС (из Республики Армения – 25%, из Российской Федерации – 14%), никогда не используют 17% опрошенных (из Республики Армения – 21%, из Республики Беларусь – 12%). Сопоставительный анализ результатов двух социологических исследований выявил аналогичную динамику в отношении частоты использования образовательных услуг (никогда/практически никогда на первом этапе – 34%, на втором этапе – 49%), услугами розничной торговли (несколько раз в неделю и чаще на первом этапе – 63%, на втором этапе – 50%), услугами дистанционной торговли (несколько раз в месяц на первом этапе – 22%, на втором этапе – 20%), услугами общественного питания (несколько раз в месяц на первом этапе – 23%, на втором этапе – 20%). Увеличилась доля респондентов, которые не используют туристские услуги (никогда/практически никогда на первом этапе – 41%, на втором этапе – 43%), бытовые услуги (никогда/практически никогда на первом этапе – 36%, на втором этапе – 39%).

Проведенный анализ потребительского поведения и практики получения услуг жителями государств-членов ЕАЭС способствует корректной оценке областей потребления отдельных групп товаров с целью оценки текущего уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав. Вариабельность полученных данных по частоте покупки отдельных групп товаров, месту приобретения товаров и периодичности использования отдельных видов услуг связана с увеличением количества опрошенных респондентов и включением в выборочную совокупность сельского населения государств-членов ЕАЭС.

### 3.3. Блок 2 «Уровень информированности населения государств-членов ЕАЭС об отдельных аспектах действующего законодательства в отношении защиты прав потребителей»

Оценку уровня информированности населения о действующем законодательстве в сфере защиты прав потребителей начали с вопроса о наличии регулирования отношений между потребителями и изготовителями (продавцами) товаров (работ, услуг) в рамках государств-членов ЕАЭС. Результаты опроса представлены на рисунке 3.20.

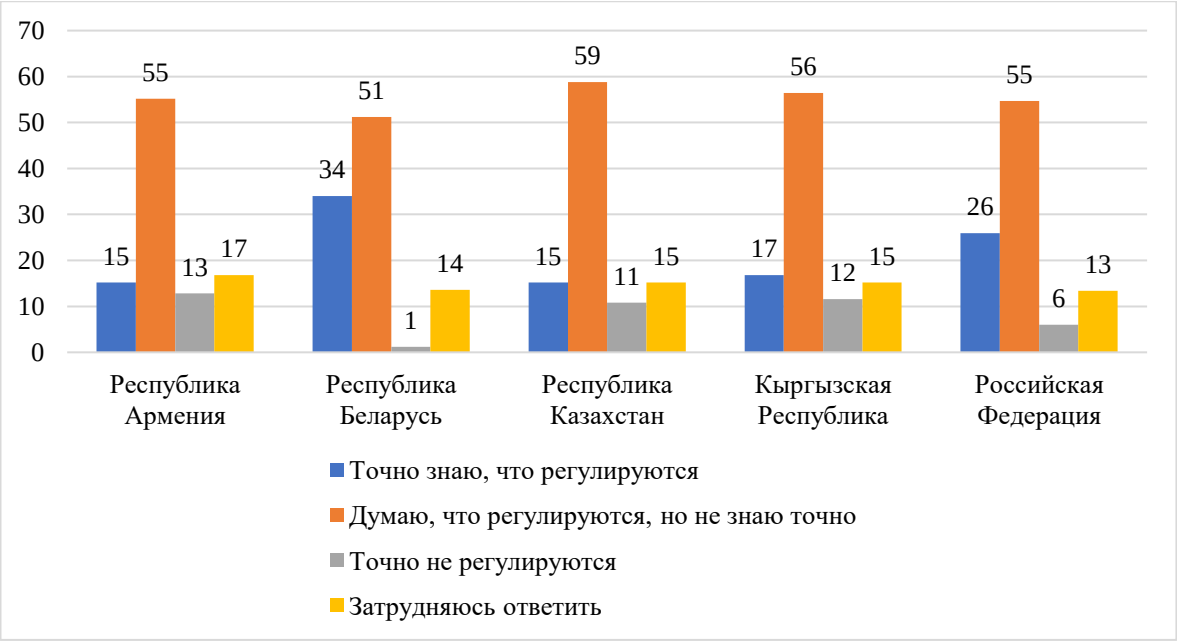



Рисунок 3.20 - Структура ответов респондентов на вопрос: «Как Вы думаете, регулируются ли в Вашей стране на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?», %

Наибольшая доля респондентов (55%) считает, что отношения, возникающие между потребителями и изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ и услуг), регулируются на государственном уровне, но не уверены в этом. Отметим, что наименьшее количество респондентов, убежденных в отсутствии регулирования, являются жителями Республики Беларусь (1%) и Российской Федерации (6%). Таким образом, наибольшая осведомленность о регулировании отношений, возникающих между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг), отмечена в Республике Беларусь (85%) и в Российской Федерации (81%).

Сравнение результатов опроса с данными первого социологического исследования показывает, что заметно уменьшилось количество респондентов РБ (на 18%), РК (на 12%) и РФ (на 7%), выразивших полную уверенность в правовом регулировании, за счет выбора нового варианта ответа в уточненной анкете – «затрудняюсь ответить». В целом, осведомленность о правовом регулировании составляет 77% по государствам-членам (с разной степенью уверенности), что свидетельствует об эффективности проведения политики государств-членов ЕАЭС, направленной на просвещение граждан в сфере защиты прав потребителей. Однако 15% респондентов, затруднившихся ответить, подтверждает необходимость продолжать и развивать различные официальные ресурсы уполномоченных органов в сети «Интернет», а также проводить конкурсы для создания просветительских роликов в сфере защиты прав потребителей в разных жанрах, форматах, на разных

площадках, для разных целевых аудиторий, обязательно учитывая интересы наиболее уязвимых социальных категорий и жителей сельской местности.

Структура ответов респондентов, характеризующая степень осведомленности населения государств-членов ЕАЭС о наличии закона «О защите прав потребителей» и о его содержании, представлена на рисунке 3.21.

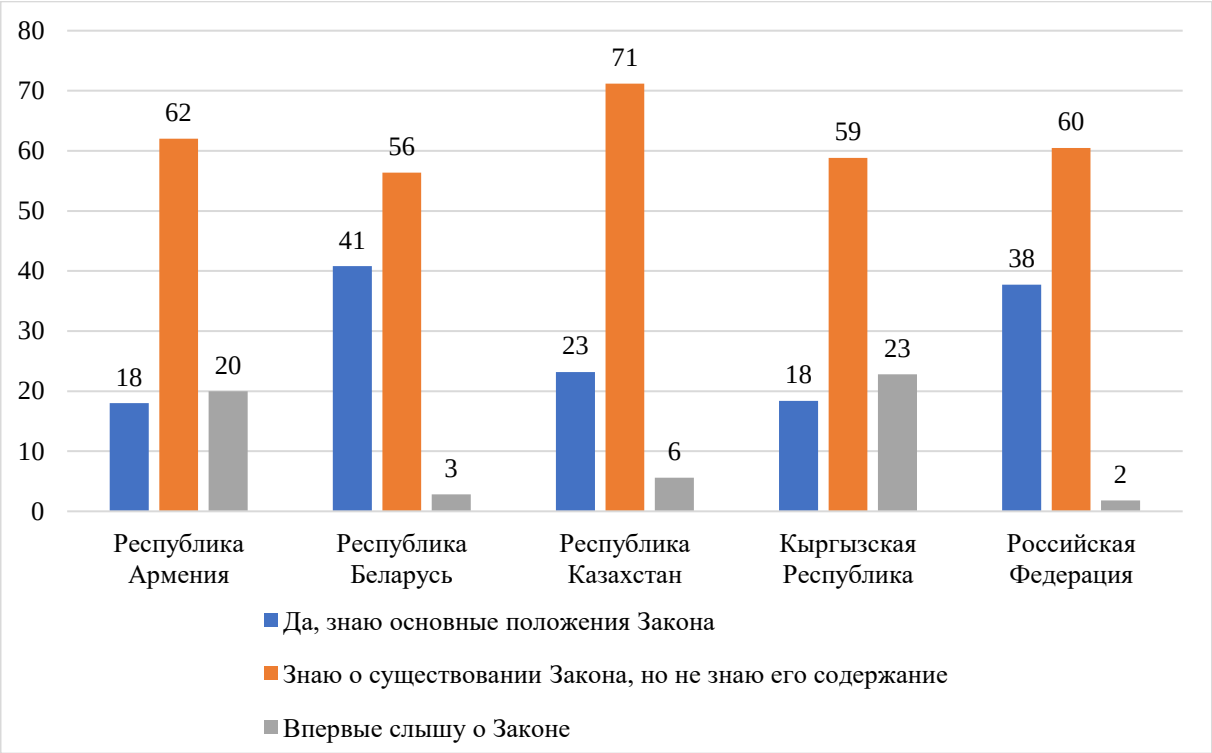



Рисунок 3.21 – Ответы респондентов на вопрос о знании действующего на уровне государства закона о защите прав потребителей, %

С действующим законом «О защите прав потребителей» знакомы 91% опрошенных, 29% из которых знают его основные положения. Наиболее осведомленными о положениях закона являются граждане Республики Беларусь (41%) и Российской Федерации (38%). Наибольшее количество респондентов, не знающих о наличии действующего на уровне государства закона «О защите прав потребителей», оказалось в Республике Армения (20%) и Кыргызской Республике (23%).

Сравнивая результаты с первым этапом исследования, отметим, что ответы перераспределились в сторону увеличения доли респондентов, не знакомых с законом «О защите прав потребителей», с 3 до 9%, что свидетельствует о повышении репрезентативности выборки и охвате всех категорий населения.

Текущая ситуация с информированностью населения о конкретных правах потребителя товаров (работ, услуг), регулируемых законом, представлена на рисунке 3.22.

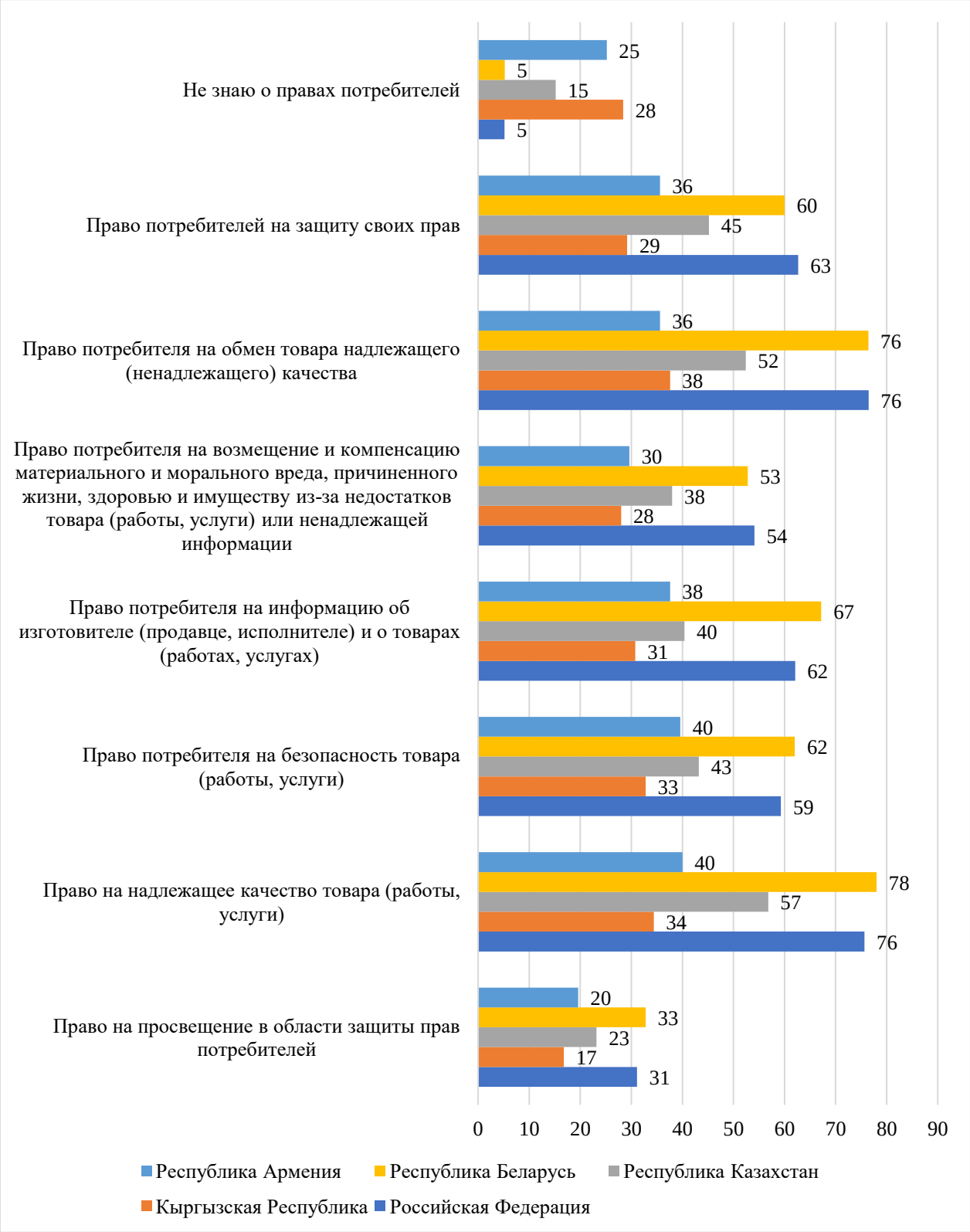



Рисунок 3.22 – Уровень информирования населения государств-членов ЕАЭС о правах потребителей, %

Наиболее известными правами потребителей по итогам второго этапа исследований являются: право на надлежащее качество товара (работы, услуги) (60%) и право потребителя на обмен товара надлежащего (ненадлежащего) качества (59%). Наименее

известным правом среди всех государств-членов опроса стало право на просвещение в области защиты прав потребителей, о котором осведомлены лишь 26% респондентов.

Наиболее осведомленными о правах потребителей являются граждане Республики Беларусь и Российской Федерации, где, в целом, более высокая доля осведомленности о конкретных правах потребителей товаров (работ, услуг), а также наименьшее количество граждан, не знающих о своих правах – 5%.

Наименьшая информированность о различных правах потребителей отмечена в Кыргызской Республике и Республике Армения (не знает о правах потребителя 28 % и 25% опрошенных, соответственно). Отмечена прямая корреляция между ответами «Впервые слышу о законе «О защите прав потребителей» на вопрос 5 и «Не знаю о правах потребителей» на вопрос 6, что свидетельствует о достоверности результатов и корректности предложенной методологии.

На первом этапе исследования перечень прав потребителей в вопросе «О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно» включал 11 пунктов, на втором этапе варианты частично объединили и сгруппировали в 7 пунктов, при этом рейтинг ответов по значимости не изменился, что подтверждает достоверность оценки и воспроизводимость результатов исследования с использованием предлагаемой методологии.

Для уточнения, каких именно прав не хватает потребителям, на втором этапе исследования в анкету был добавлен открытый вопрос 6.1 «Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Вы считаете необходимым расширить, чем дополнить?». Затруднились с ответом – 41% всех опрошенных, 20% считают, что прав достаточно. Отметим, что наибольшее количество респондентов, считающих, что прав достаточно, отмечено в Республике Беларусь (37%), а наименьшее - в Республике Армения (7%). Наиболее актуальными запросами респондентов в части расширения прав потребителей оказались - ужесточение наказания за некачественный товар/непредставленную услугу (7%), упрощение процедуры и увеличение сроков возврата товара (6%).

Оценка уровня информирования населения государств-членов ЕАЭС о правах потребителей в сфере дистанционной торговле представлена на рисунке 3.23.

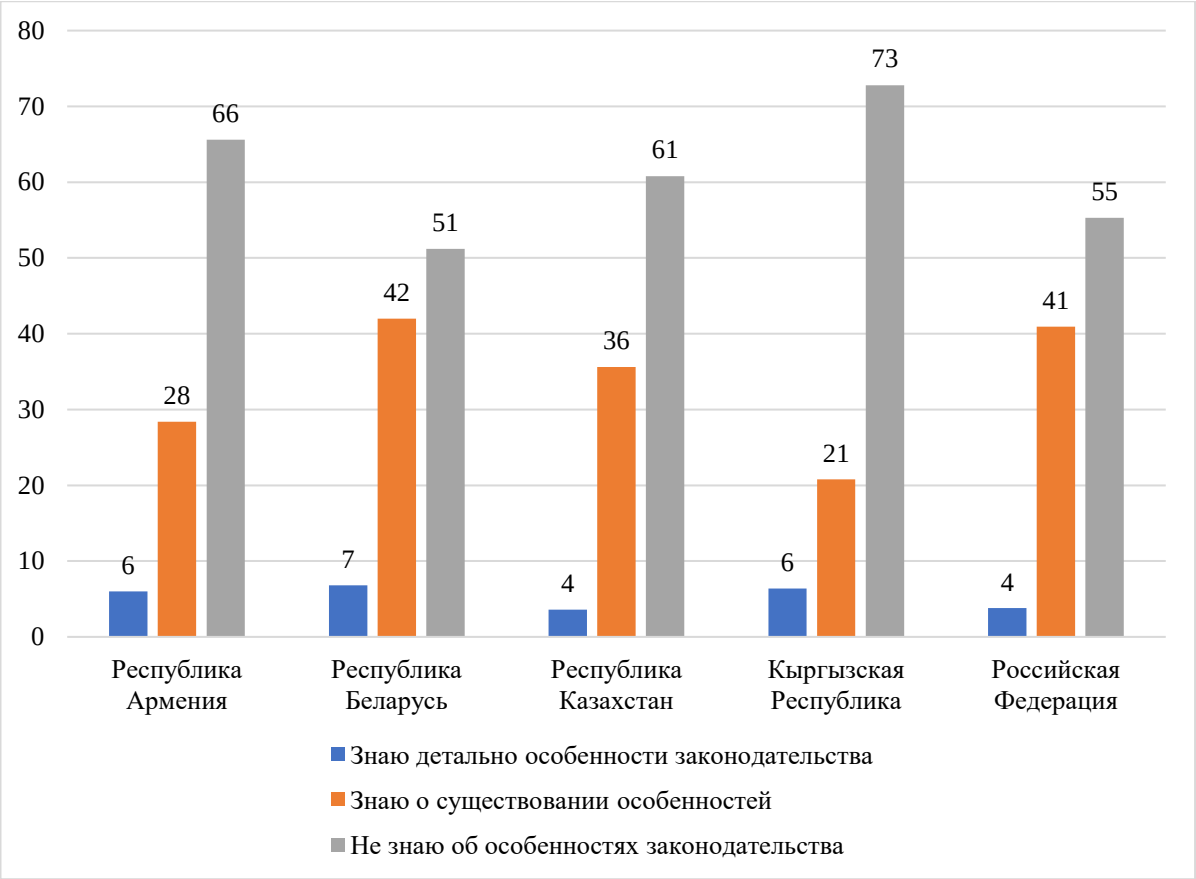



Рисунок 3.23 – Структура ответов на вопрос «Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом?», %

Подавляющее большинство опрошенных (60%) не знает особенностей законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом. Это объясняется экстремально высоким темпом роста онлайн торговли, соответственно необходимость внесения изменений в законодательство нарастает стремительно. Чаще всего осуществляется правовое описание уже сложившейся на рынке ситуации, то есть постфактум, а не превентивно. Низкая осведомленность опрошенных диктует необходимость выделить отдельным направлением важность информирования потребителей об изменения законодательства в сфере дистанционной торговли, особое внимание уделяя наиболее уязвимым категориям граждан. Наименее осведомленными о правах потребителей являются граждане Кыргызской Республики (73%). Это коррелирует с самым низким количеством пользователей услуг дистанционной торговли в Кыргызской Республике: 40% опрошенных в КР никогда не пользовались услугами дистанционной торговли (онлайн-магазинов, маркет-плейсов) при среднем значении по всем опрошенным – 20%.

### 3.4 Блок 3 «Эффективность информирования населения государств-членов ЕАЭС по вопросам защиты прав потребителей»

Эффективность текущей системы информирования населения государств-членов ЕАЭС по вопросам защиты прав потребителей оценивали с помощью вопросов третьего блока анкеты.

Оценка степени достаточности знаний респондентов в области защиты их прав как потребителей представлена на рисунке 3.24.

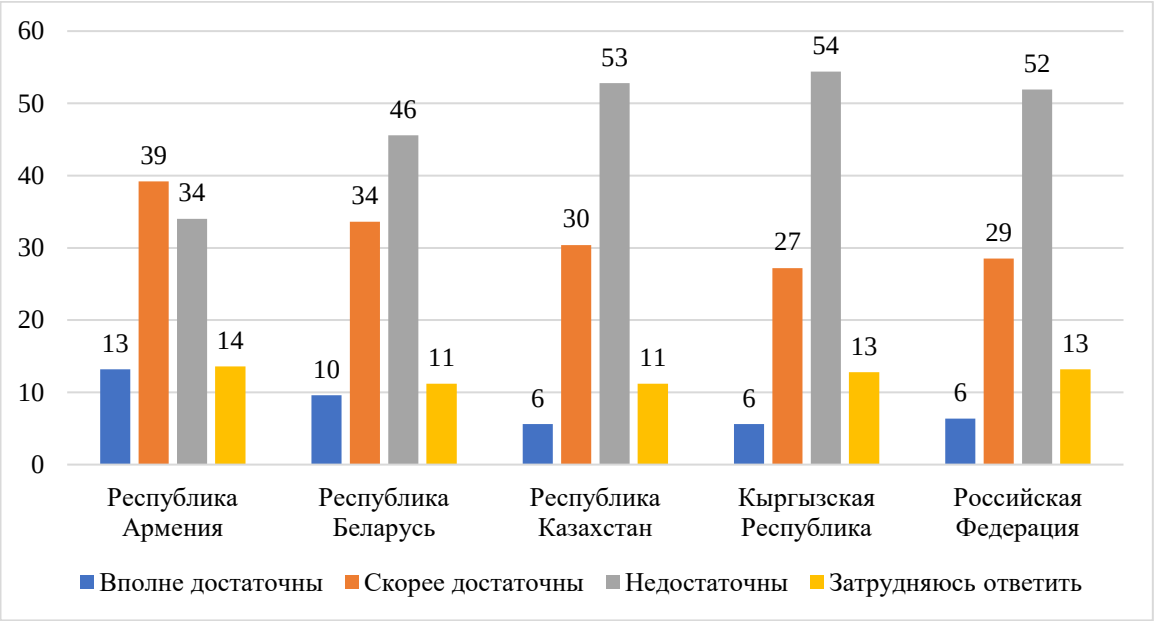



Рисунок 3.24 – Структура ответов на вопрос «Как Вы считаете, достаточны ли Ваши знания в области защиты Ваших прав как потребителя товаров (работ, услуг)?», %

Почти половина респондентов (48%) считает свои знания в области защиты прав как потребителя товаров (работ, услуг) недостаточными. Наиболее достаточными (в разной степени) свои знания рассматривают граждане Республики Армения (52%) и Республики Беларусь (43%). Количество опрошенных, затруднившихся с ответом на данный вопрос, составило 13% и распределено равномерно между странами.

Скорректированная анкета содержала меньше вариантов ответов («скорее недостаточны» и «абсолютно недостаточны» были объединены в один ответ «недостаточны»). Как на первом, так и на втором этапах исследования наименьшее количество респондентов, считающих своих знаний в области защиты прав потребителей достаточными (в разной степени), составили граждане Кыргызской Республики.

При этом у опрошенных есть высокий интерес к более полной информации о своих правах как потребителей, данные опроса представлены на рисунке 3.25.

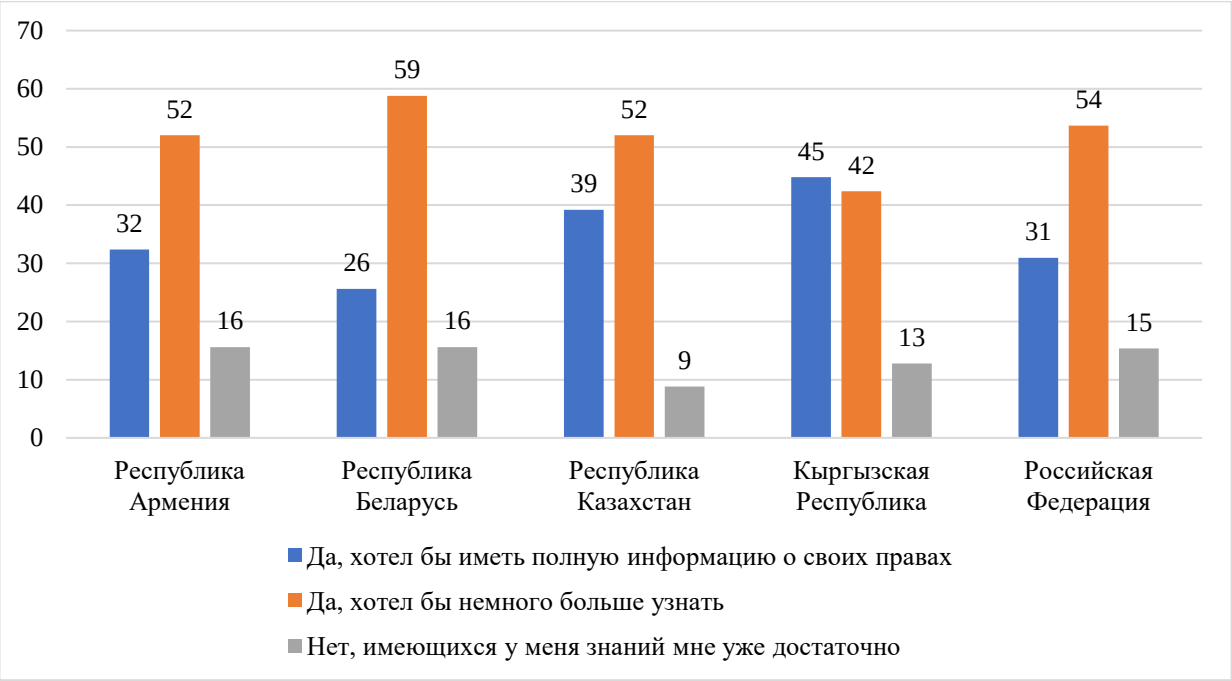



Рисунок 3.25 – Структура ответов на вопрос «Хотели ли бы Вы больше узнать о своих правах как потребителя?», %

Так, 86% респондентов хотят иметь полную информацию о своих правах или узнать немного больше. 14% посчитали, что имеющихся у них знаний уже достаточно, в частности всего 9% опрошенных граждан из Республики Казахстан оценивают свои знания о правах потребителей достаточными.

За счет удаления вариантов ответов «Нет, мне это не интересно» и «Затрудняюсь ответить» при сравнении результатов двух социологических исследований увеличилась доля респондентов, заинтересованных в расширении информации о своих правах как потребителей с 79 до 86%. Количество опрошенных, знающих о своих правах и не нуждающихся в предоставлении дополнительной информации, значимо не изменилось – 12 и 14%, соответственно на 1 и 2 этапах, что свидетельствует о корректном распределении ответов и достоверности оценки.

Тем, кто хотел расширить свои знания в области защиты прав потребителей, то есть дал утвердительный ответ на 9 вопрос, был задан вопрос №10 для детализации, о чем конкретно они хотели бы узнать подробнее. Результаты представлены в виде гистограммы на рисунке 3.26.

Рисунок 3.26 - Структура ответов на вопрос «О чем конкретно в сфере защиты прав потребителей респонденты бы хотели узнать больше?», %

Лидером среди ответов (62%) стали основы потребительских знаний - как защитить свои права и интересы при покупке товаров, на втором месте (44%) опрошенных интересует расширение своих знаний как потребителей и обязанностей продавцов при дистанционном способе покупки товаров и услуг. Завершают рейтинг самых востребованных тем (34%) права потребителей в сфере услуг - туризма, медицины, образования и т.д.

Наименьший интерес вызывают общественная инициатива и контроль в области защиты прав потребителей (12%) и права потребителей на едином рынке ЕАЭС (15%).

Вариант «Другое» не был выбран ни одним из опрошенных, что говорит о том, что перечень тем в анкете был исчерпывающим и достаточным для исследования.

Отметим, что для граждан Республики Беларусь третье место в перечне интересующих тем занимает решение потребительских споров до суда (34%).

Сравнение средних результатов ответов с данными первого социологического исследования демонстрирует одинаковое распределение ответов по максимальной и минимальной значимости, что говорит о воспроизводимости результатов опроса. Однако детализация по государствам-членам имеет другие критические значения. Так 22% граждан Республики Армения и 21% Кыргызской Республики хотели узнать больше о правах потребителей на едином рынке ЕАЭС, при среднем значении по странам – 12%. Они же

менее заинтересованы в информации по разрешению потребительских споров до суда – 16% КР и 17% РА при среднем результате 28%. Наиболее заинтересованными в дополнительной информации касательно прав и обязанностей потребителей и продавцов в электронной торговле по итогам первого социологического исследования были граждане Республики Беларусь (52%). Вероятно, это связано с корректировкой выборки при проведении второго социологического исследования.

Оценка источников информации о законодательстве в сфере защиты прав потребителей, вызывающих доверие у населения государств-членов ЕАЭС, представлена на рисунке 3.27.

Рисунок 3.27 - Структура ответов на вопрос «Если у Вас возникают вопросы в сфере защиты прав потребителей, куда Вы обращаетесь за получением необходимой информации?», %

Чаще всего при возникновении вопросов в сфере защиты прав потребителей граждане обращаются к официальному законодательству, размещенному на официальных сайтах уполномоченных органов в сети Интернет (45%), далее идут сайты общественных объединений потребителей (27%), к друзьям и знакомым обращается за информацией 26% респондентов. Наименее популярным источником информации оказались информационные стенды и уголки потребителя, к ним обращаются только 9% опрошенных. 17% опрошенных предпочитают никуда не обращаться. Наименьшее количество респондентов, которые обращаются к официальной информации отмечено среди граждан Республики Армения в обе волны исследований (44 % в первую и 31% во вторую, соответственно).

Граждане Республики Беларусь в рамках двух социологических исследований продемонстрировали приверженность к официальной информации (законодательству), размещенному на официальных сайтах, существенно выше средних значений – 72% против среднего значения 58% при проведении первого социологического исследования и 58% против среднего значения 45% при проведении второго социологического исследования.

Сравнительный анализ распределения ответов в рамках двух социологических исследований свидетельствует, что скорректированная анкета позволила получить более корректное распределение ответов: с 58% до 45% сократилось количество респондентов, обращающихся к официальной информации (законодательству), размещенной на официальных сайтах уполномоченных органов в сети Интернет. Данные коррелируют со снижением числа пользователей Интернета среди опрошенных, в том числе по критерию приобретающих товары через Интернет (вопрос №2), что демонстрирует более репрезентативную выборку во второй волне исследований, с охватом уязвимых категорий населения и сельских жителей.

Однако несмотря на коррекцию, официальная информация, размещенная в сети Интернет (на официальных сайтах, сайтах общественных объединений, а также в блогах и форумах), является безоговорочным лидером среди способов получения информации. Результаты опроса показывают, что необходимо развивать разные форматы информирования о законодательстве в сфере защиты прав потребителей на электронных ресурсах официальных организаций, в том числе в мобильных версиях, так как это наиболее востребованный и удобный источник информации для граждан государств-членов ЕАЭС.

На вопрос № 12 об оценке качества информации о защите прав потребителей, размещаемой в открытом доступе, большинство респондентов (~60%) ответило, что удовлетворены в разной степени. Данные представлены на рисунке 3.28.

Рисунок 3.28 – Средняя оценка качества информации о защите прав потребителей, размещаемой в открытом доступе, %

Наибольшее количество опрошенных (68%) удовлетворены или скорее удовлетворены доступностью информации и нормативной базе, связанной с защитой прав потребителей. Возможно, на максимальное значение оказало влияние, что этот критерий был первым пунктом в рамках вопроса № 12. Остальные критерии: доступность и понятность информации о перечне прав потребителей с пояснениями, а также доступность и понятность информации о правилах обращения в надзорные, правозащитные органы для отстаивания своих прав в случае их нарушения, получили равномерное количество удовлетворительных ответов в обе волны исследований (от 59 до 63% для первого этапа, от 52% до 62% - для второго). По всем критериям количество затруднившихся с ответом опрошенных, либо тех, кому ничего не известно о такой информации, распределено равномерно и составило 13-15% для первого этапа исследования и 15-17% для второго этапа исследования, соответственно.

Наибольшая доля респондентов, полностью и частично удовлетворенных доступностью информации о нормативной базе, связанной с защитой прав потребителей, приходится на граждан Республики Беларусь и составляет 84% (первое социологическое исследование) и 82% (второе социологическое исследование). Для граждан Республики Беларусь, в целом, минимально количество опрошенных, затруднившихся с ответом или ничего не знающим о подобной информации и составляет от 6 до 9% по результатам второго социологического исследования.

Для граждан Кыргызской Республики, напротив, четверть опрошенных (от 22 до 28%) затруднились с ответом, либо ничего не знают о такой информации, а количество удовлетворенных (полностью или частично) качеством информации минимально среди стран-участниц и составило половину респондентов (от 47 до 51%).

### 3.5 Блок 4 «Инструменты обеспечения основных прав потребителей»

Для разработки дальнейших мероприятий по гармонизации законодательства в сфере защиты прав потребителей важным аспектом является исследование понимания населением государств-членов ЕАЭС инструментов государственного регулирования защиты прав потребителей, включая установления требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг), применение знаков качества, вызывающих доверие, а также установление требований к доступности и полноте информации о товарах (работах, услугах).

Оценка результатов опроса информированности населения о наличии государственных требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) представлена на рисунке 3.29.

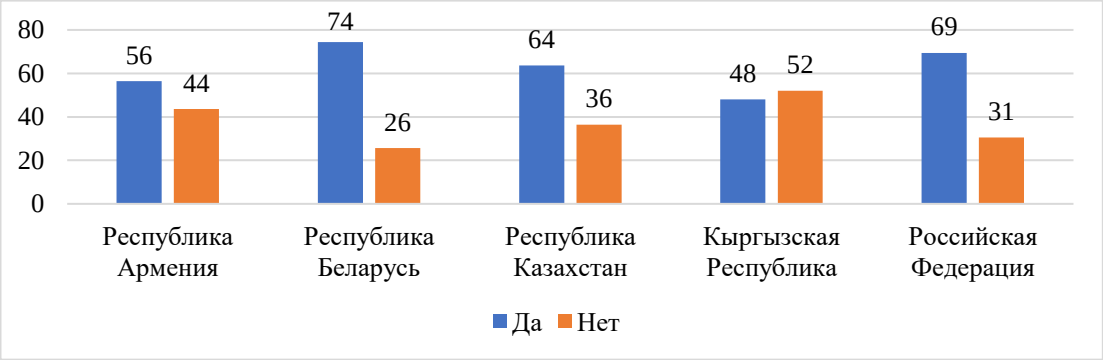



Рисунок 3.29 – Структура ответов на вопрос «Известно ли Вам о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг)?», %

64% опрошенных знают о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг). Наиболее осведомлены об этом граждане Республики Беларусь – 74%, наименее осведомлены граждане Кыргызской Республики – 48%. Распределение

ответов практически не изменилось в сравнении с первым социологическим исследованием, что свидетельствует о воспроизводимости результатов исследования, проведенных на основании разработанной методики.

Для выявления мнений о соблюдении изготовителями (исполнителями, продавцами) требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) был задан вопрос № 14. Результаты ответов представлены на рисунке 3.30.

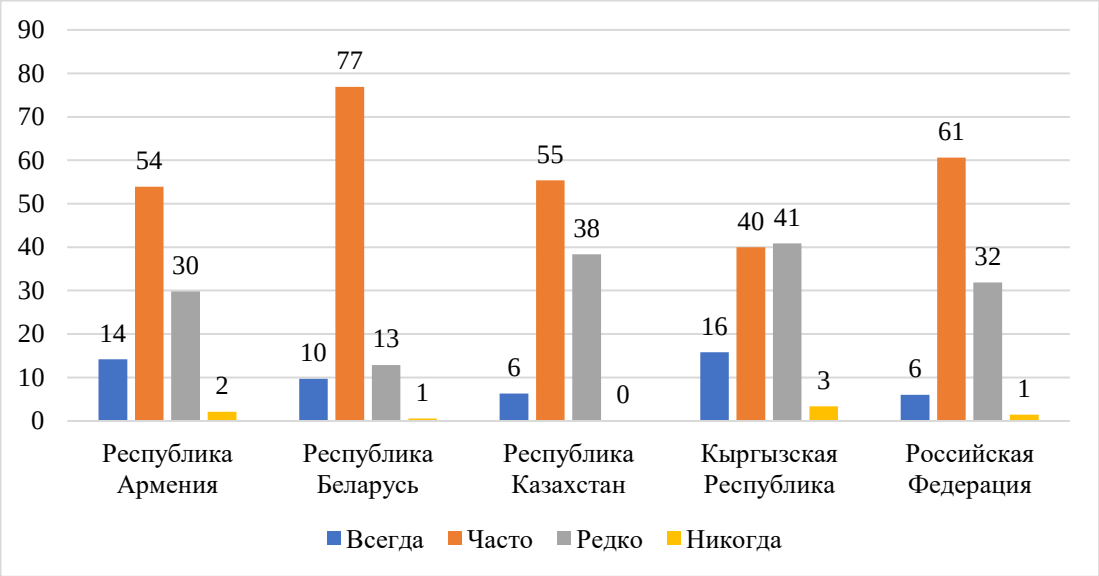



Рисунок 3.30 – Структура ответов на вопрос «Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?», %

Подавляющее большинство опрошенных считают, что требования соблюдаются часто (59%) или всегда (9%), а 30% - что соблюдаются редко. По странам ЕАЭС распределение аналогичное предыдущим вопросам: наибольшее количество опрошенных в Республике Беларусь (87%) и наименьшее количество в Кыргызской Республике (56%) считают, что требования к качеству соблюдаются всегда или часто. Сравнение данных с ответами на аналогичный вопрос при проведении первого социологического исследования демонстрирует полную воспроизводилось результатов и в целом, и в тенденциях по государствам-членам.

Рейтинг факторов, повышающих уверенность в качестве приобретаемого товара, представлен на рисунке 3.31 и распределился следующим образом: на первом месте репутация изготовителя (продавца) – так ответили 60% респондентов, далее важно наличие сертификата (46%) и наличие знака качества (39%). Для граждан Кыргызской Республики основным фактором, повышающим уверенность в качестве, является наличие знака качества (54%), на втором месте – репутация изготовителя (продавца) – 47%. 11% граждан

Республики Армения и Российской Федерации не доверяют ничему из вышеперечисленного, при среднем значении этого варианта ответа 9%.

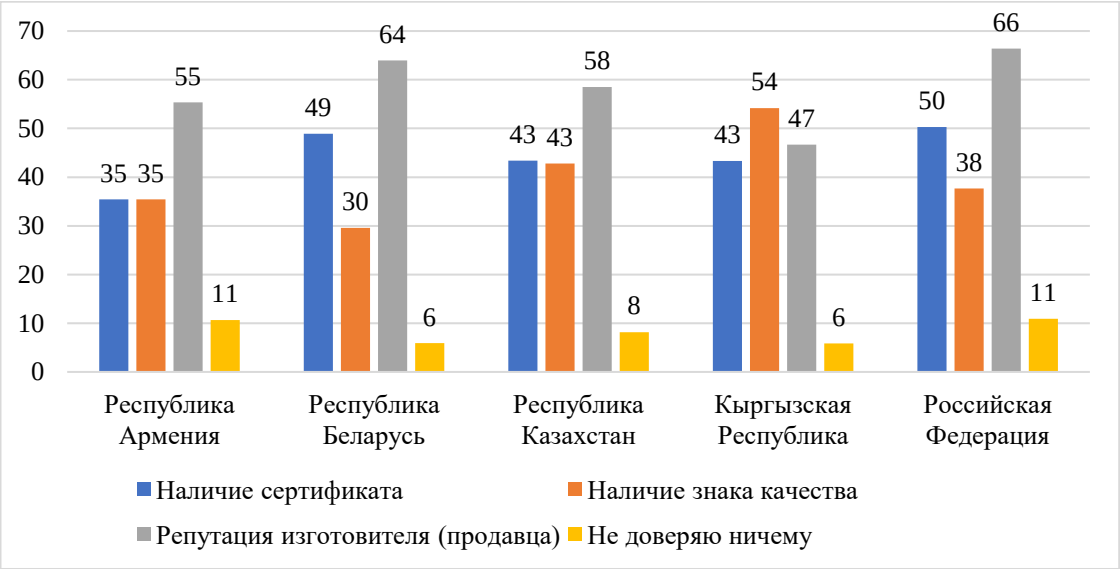



Рисунок 3.31 – Структура ответов на вопрос «Что повышает Вашу уверенность в качестве приобретаемого товара?», %

Затруднено сопоставление ответов по данному вопросу с первым этапом в связи с корректировкой анкеты. Однако, опираясь на результаты первого этапа, следует отметить, что наличие в государстве знака качества, вызывающего доверие, отметило лишь 37% опрошенных, из которых подавляющее большинство относят к этому знаку «ГОСТ». То есть в контексте вопроса №15 скорректированной анкеты под наличием знака качества большинством респондентов понимается ГОСТ.

На рисунке 3.32 представлена структура ответов респондентов на вопрос, как часто они могут получить информацию относительно приобретаемого товара, получаемой услуги.

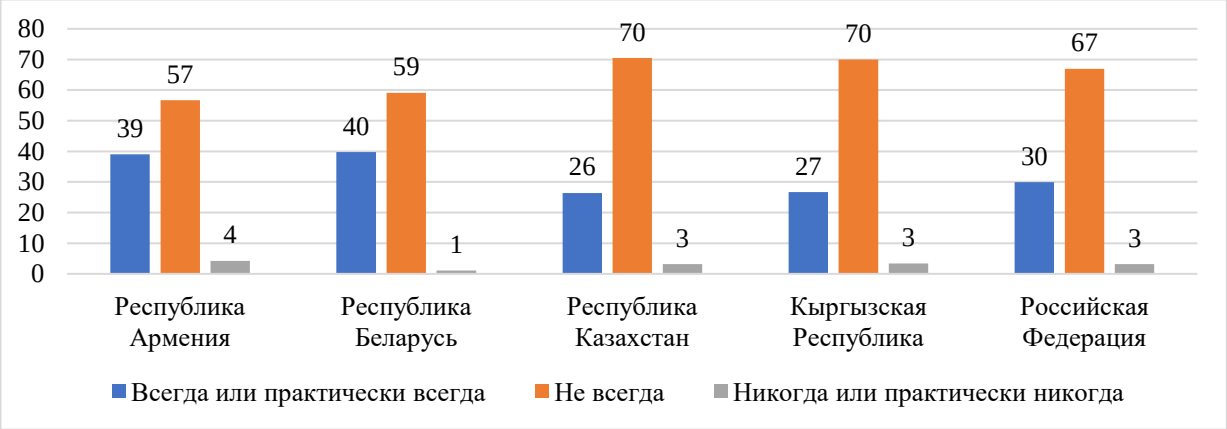



Рисунок 3.32 – Структура ответов на вопрос «Всегда ли Вы можете получить интересующую Вас информацию относительно приобретаемого товара, получаемой услуги?», %

65% опрошенных считают, что они не всегда могут получить интересующую их информацию, 32% выбрали ответ всегда или почти всегда. Наиболее уверенными (всегда или почти всегда) в получении интересующей информации оказались граждане Республики Беларусь (40%) и Республики Армения (39%). По 70% граждан Республики Казахстан и Кыргызской Республики сообщили, что не всегда могут получить соответствующую информацию о товаре или услуге, которые намерены приобрести.

Сравнивая результаты ответов с первым социологическим исследованием, отметим, что с 56 до 65% увеличились число респондентов, которые не всегда могут получить интересующую информацию относительно приобретенного товара (услуги). На первом этапе наибольшее число респондентов, считающих что всегда или практически всегда могут получить необходимую информацию, приходилось на граждан Республики Беларусь, а наименьшее – на граждан Кыргызской Республики (28%). Повышение репрезентативности выборки, в том числе за счет увеличения доли жителей регионов и проживающих в сельской местности, позволило получить более достоверные результаты о меньшей доступности информации для потребителей по сравнению с первой волной опроса.

Для детализации, какую именно информацию о товаре (работе, услуге) граждане не всегда могут получить, тем, кто выбрал ответ («не всегда», «никогда или практически никогда»), был задан уточняющий вопрос №17. Распределение ответов представлено на рисунке 3.33.

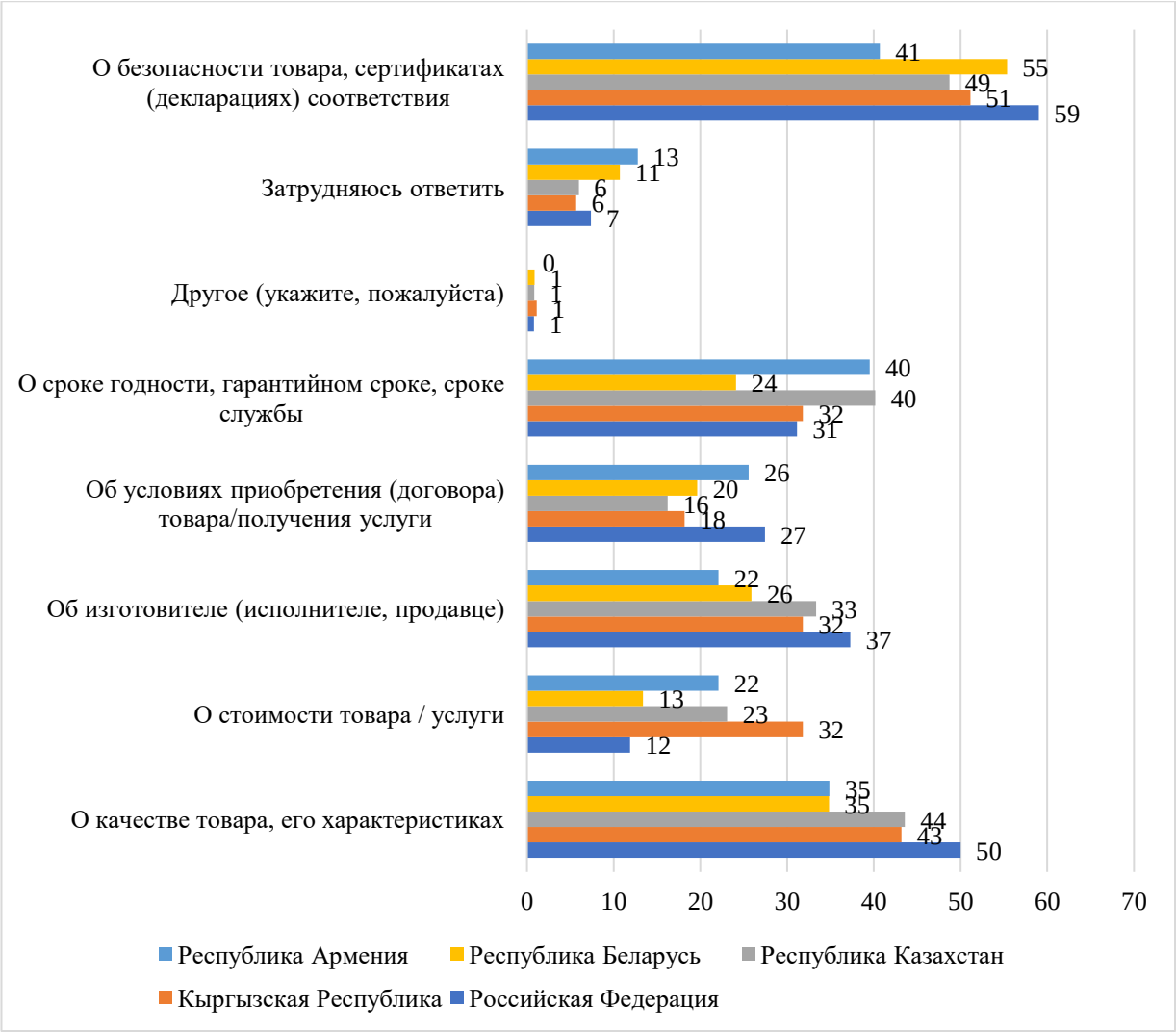



Рисунок 3.33 – Структура ответов на вопрос «Какую информацию о товаре (работе, услуге) Вы не всегда можете получить?», %

Для 53% опрошенных оказалось недостаточно информации о безопасности товара, сертификатах (декларациях) соответствия. Причем наибольшая важность данного вида информации отмечается для граждан Российской Федерации (59%). Следующий по популярности ответ «О качестве товара, его характеристиках» выбрали 43%. Третье место делят между собой информация о сроке годности, гарантийном сроке, сроке службы и информация об изготовителе (продавце). Наименьшее количество вопросов вызывает информация о стоимости товара или услуги – 18% опрошенных отметили этот вариант. Однако для 32% опрошенных граждан Кыргызской Республики не всегда доступна информация о стоимости товара/услуги.

Сравнение данных с результатами первого социологического исследования затруднено вследствие сокращения вариантов ответов в скорректированной анкете. Ключевым недостающим фактором в обоих случаях стала информация о безопасности товара, сертификатах соответствия, знаках качества. В первом опросе второе место заняла

информация об изготовителе (исполнителе, продавце), его профессиональных качествах и месте изготовления товара, на третьем месте – информация о качестве товара, его внешних характеристиках. Для второй волны опроса распределение иное: второе место – качество товара и его характеристики, на третьем – информация о сроке годности, гарантийном сроке и сроке службы. Приоритеты заметно меняются в силу изменения и перегруппировки вариантов ответа, а также повышения репрезентативности выборки.

### 3.6 Блок 5 «Удовлетворенность потребителей качеством товаров (работ, услуг)»

Исследование удовлетворенности потребителей качеством товаров, продаваемых в ЕАЭС, и расчет усредненных значений показали, что жители ЕАЭС дали положительные оценки продуктам питания (82%), однако о полном удовлетворении заявила только четверть (25%) опрошенных респондентов. Отметим как положительный факт, что доля полностью неудовлетворенных респондентов ограничилась в среднем, примерно, 3% опрошенных респондентов (рисунок 3.34).

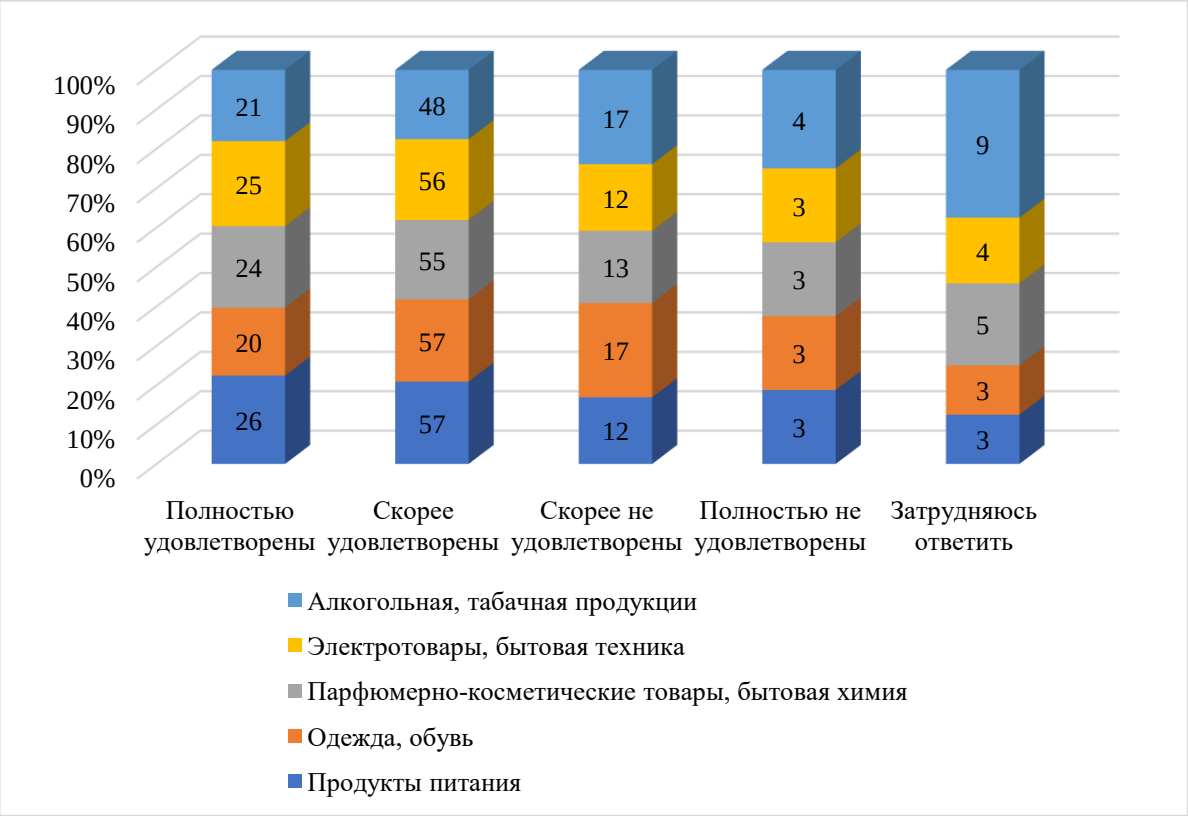



Рисунок 3.34 – Средняя оценка удовлетворенности качеством отдельных групп товаров, %

Основная часть потребителей, проживающих в государствах-членах ЕАЭС, дала положительные оценки основным категориям непродовольственных товаров.

В частности, можно отметить высокую долю положительных оценок удовлетворенности качеством одежды и обуви, так положительная оценка (полностью

удовлетворены и скорее удовлетворены) составила 76%, однако о полном удовлетворении заявили только 19% респондентов.

Несколько выше оценки удовлетворенности качеством парфюмерно-косметических товаров, бытовой химии – об удовлетворенности заявили 79% респондентов, о полной удовлетворенности 24% и о полной неудовлетворенности только 3%.

Еще более высокая доля положительных оценок потребителей государств-членов ЕАЭС в отношении электротоваров и бытовой техники. Об удовлетворенности заявили 81% опрошенных респондентов, при этом о полной удовлетворенности заявила почти четверть опрошенных (24%), а доля полностью неудовлетворенных респондентов не превысила значений уже выявленных по другим категориям непродовольственных товаров, то есть 3%.

Отдельно исследована удовлетворенность потребителей ЕАЭС алкогольной и табачной продукцией. Доля удовлетворенности респондентов ЕАЭС качеством алкогольной и табачной продукции на 11% ниже, чем качеством продуктов питания, и от 10% до 5% ниже, чем удовлетворенность качеством отдельных категорий непродовольственных товаров. Об удовлетворенности этой продукцией высказалось большинство (69%), однако доля полностью удовлетворенных потребителей составляет 21%, что всего на 3–4% ниже, чем по другим категориям товаров. Доля полностью неудовлетворенных оказалась на 2–3% выше, чем по остальным категориям товаров и составила – 4%.

Сравнение результатов первого и второго социологических исследований по данному вопросу показало, что отличия в результатах составляют не более 5%, что свидетельствует о воспроизводимости результатов и корректности разработанной методики.

Граждане государств-членов ЕАЭС по-разному оценивают качество продаваемых им товаров. Установлено, что в отношении удовлетворенности продуктами питания набольшая доля удовлетворенных респондентов отмечена в Республике Беларусь (93%). Достаточно высокая доля удовлетворенных респондентов отмечается в Кыргызской Республике (83%), Республике Казахстан (80%), несколько ниже, но на достаточно высоком уровне - в Республике Армения (79%) и Российской Федерации (78%).

В государствах-членах ЕАЭС наибольшая доля респондентов, удовлетворенных качеством одежно–обувных товаров, отмечена в Республике Беларусь (85%). Достаточно высокая доля удовлетворенности качеством этих товаров и в других государствах-членах: в Республике Армения (77%), Республике Казахстан (75 %), Российской Федерации (74%), Кыргызской Республике (70%).

Среди государств-членов ЕАЭС набольшая доля респондентов, удовлетворенных качеством парфюмерно-косметических товаров и товаров бытовой химии, отмечена в Республике Беларусь (88%), несколько ниже в Российской Федерации (82%) и Республике Казахстан (81%). Меньше, но на достаточно высоком уровне удовлетворенность парфюмерно-косметическими товарами и бытовой химией в Республиках Армения (75%) и Кыргызская Республика (69%).

Среди государств-членов ЕАЭС наибольшая доля респондентов, удовлетворенных электротоварами и бытовой техникой, отмечена в Республике Беларусь (89%), несколько ниже в Российский Федерации (81%) и Республике Казахстан (81%), Республике Армения (80%). Несколько меньше, но достаточно высока доля респондентов, удовлетворенных электротоварами и бытовой техникой, в Кыргызской Республике (73%).

Среди государств-членов ЕАЭС наибольшая доля респондентов, удовлетворенных алкогольной и табачной продукцией, в Республике Беларусь (76%), несколько ниже - в Российский Федерации (74%) и Республике Армения (69%).

Сравнение результатов первого и второго социологических исследований показало изменение числа удовлетворенных респондентов от 3 до 18%. Такие результаты обусловлены увеличением объема выборки, повышением ее репрезентативности.

Результаты исследования удовлетворенности граждан ЕАЭС качеством отдельных видов услуг представлены на рисунке 3.35.

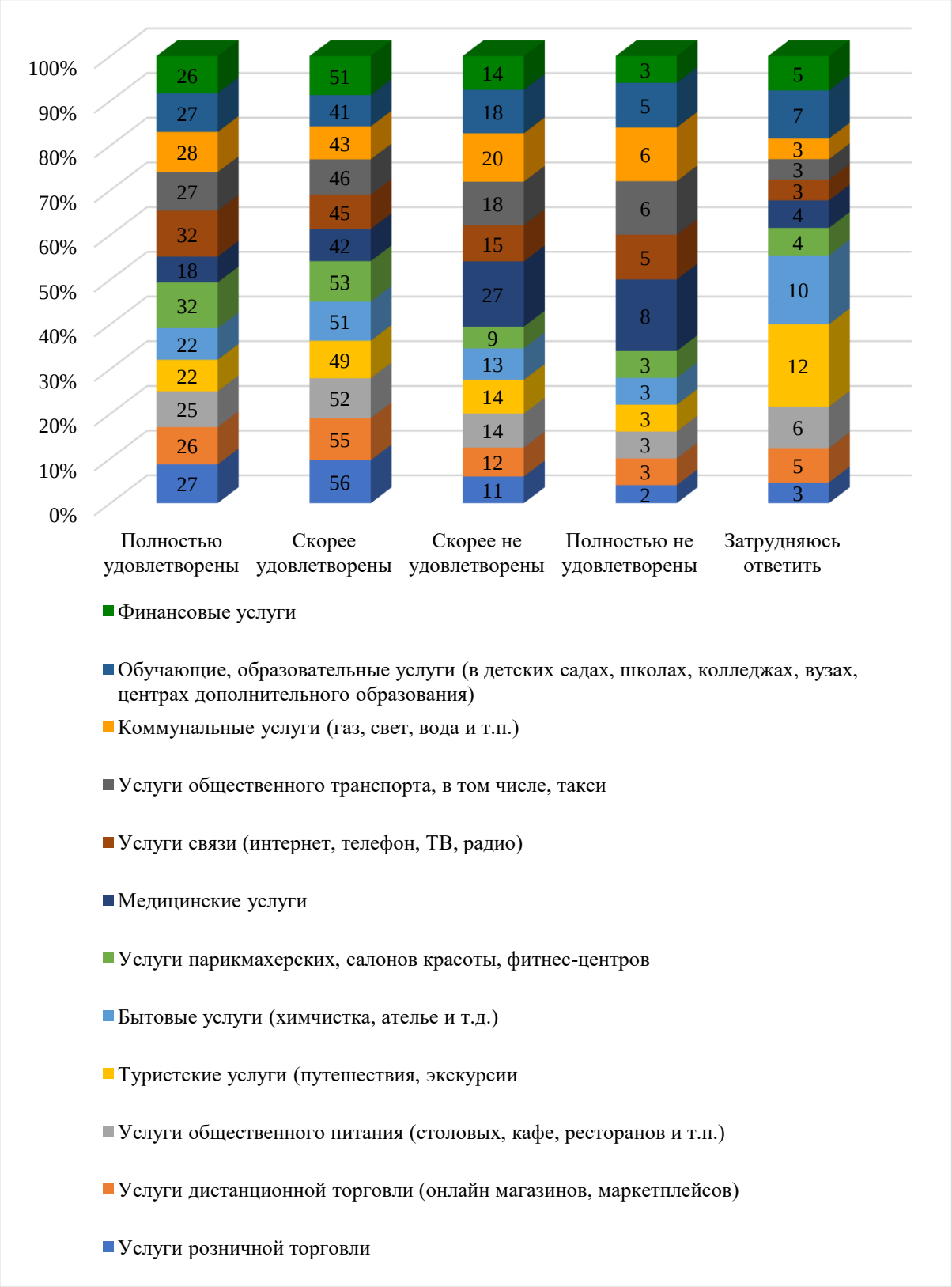



Рисунок 3.35 – Средняя оценка удовлетворенности качеством отдельных видов услуг, %

Основная часть опрошенных потребителей государств-членов ЕАЭС дала положительные оценки услугам розничной торговли (83%), однако о полном удовлетворении заявили чуть больше четверти (27%) опрошенных респондентов. Положительным можно считать факт, что доля полностью неудовлетворенных респондентов низкая и ограничивается 2% опрошенных.

Не очень существенно отличаются оценки удовлетворенности качеством дистанционной торговли, положительная оценка качества услуг онлайн магазинов и маркетплейсов составила 81%, о полном удовлетворении заявили 26% респондентов. Число полностью неудовлетворенных респондентов не превысило 3%.

Несколько ниже, но на достаточно высоком уровне оценки удовлетворенности качеством находятся услуги общественного питания – об удовлетворенности заявили 77% респондентов, при этом о полной удовлетворенности заявила четверть опрошенных респондентов (25%), в то время как о полной неудовлетворенности только 3%.

В отношении туристских услуг оценки оказались несколько ниже, но тоже на относительно высоком уровне – об удовлетворенности заявили 71% опрошенных респондентов, о полной удовлетворенности - 22%, и о полной неудовлетворенности - только 3% респондентов.

Несколько выше доля респондентов, заявивших об удовлетворенности бытовыми услугами (химчистка, ателье и т.д.). Об удовлетворенности этими услугами заявило большинство опрошенных – 73%, полностью удовлетворенных респондентов только 22%, число неудовлетворенных составило 3% опрошенных.

Основная часть потребителей дала положительные оценки услугам парикмахерских, салонов красоты, фитнесс-центров – 85%, при этом о полном удовлетворении заявили 32% опрошенных респондентов, что почти на 10% превышает долю таких оценок по другим услугам. Положительным можно считать невысокую долю полностью неудовлетворенных респондентов - 3% опрошенных.

Основная часть опрошенных потребителей ЕАЭС дала положительные оценки медицинским услугам, но доля положительных оценок составила всего 60%, о полном удовлетворении заявили только 18 % опрошенных респондентов. Необходимо отметить, что доля полностью неудовлетворенных респондентов выше, чем по остальным услугам – 8%.

Результаты опроса показали, что основная часть потребителей дала положительные оценки качеству услуг связи (интернет, телефон, ТВ, радио) – 77 %, при этом доля ответов о полном удовлетворении качеством составила 32% опрошенных респондентов, что по сравнению с удовлетворенностью другими услугами примерно на 10% выше. Доля

полностью неудовлетворенных респондентов составила 5% опрошенных, что на 2-3% выше, чем по другим видам услуг.

Основная часть потребителей дала положительные оценки услугам общественного транспорта, в том числе такси - доля положительных оценок составила 73 %, коммунальным услугам (газ, свет, вода и т.п.) - доля положительных оценок составила 71 %, обучающим, образовательным услугам (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования) - доля положительных оценок составила 68 %, однако, о полном удовлетворении заявили по 27 % опрошенных респондентов. Доля полностью неудовлетворенных респондентов составила 5-6%.

Большинство потребителей дают положительные оценки финансовым услугам (77%), однако о полном удовлетворении заявила только четверть опрошенных респондентов ЕАЭС (26%). Положительным можно считать факт, что доля полностью неудовлетворенных опрошенных респондентов невелика (3%).

Установлено, что наибольшая доля респондентов, удовлетворенных услугами, в Республике Беларусь (94%), несколько ниже в Российской Федерации (87%).

Достаточно высокая доля удовлетворенных респондентов в Кыргызской Республике (82%) и Республике Армения (81%), ниже в Республике Казахстан (74 %).

Высокая доля респондентов, в целом, удовлетворенных услугами дистанционной торговли в Республике Беларусь (92%), Российской Федерации (86%) и Республике Армения (80%), несколько ниже - в Республиках Казахстан (75 %) и Кыргызской Республике (72%).

Отметим высокую долю потребителей, удовлетворенных услугами общественного питания. Общая удовлетворенность наиболее высока в Республике Беларусь (86%). Несколько ниже в Российской Федерации (79%) и Республике Армения (78%). Более низкая общая удовлетворенность в Кыргызской Республике (73%) и Республике Казахстан (72%).

Общая удовлетворенность туристскими услугами выше в Республике Беларусь (76%) и в Российский Федерации (72%), ниже - в Республиках Армения (68%) и Республике Казахстан (68%).

Оценки, характеризующие удовлетворенность бытовыми услугами (химчистка, ателье и т.д.), имели большие значения в Республике Беларусь (77%), в Республике Армения (74%) и Российской Федерации (74%). Более низкая удовлетворенность в Кыргызской Республике (69%).

Установлено, что в государствах-членах ЕАЭС наибольшая доля респондентов, удовлетворенных услугами парикмахерских, салонов красоты, фитнесс-центров, отмечена

в Республике Беларусь (90%), в Российской Федерации (87%), в Республике Армения (86%). Несколько ниже удовлетворенность в Кыргызской Республике (78%).

Несколько ниже, чем по другим услугам, уровень удовлетворенности медицинскими услугами, при этом высокая доля положительных оценок в Республике Армения (69%), в Республике Беларусь (68%), несколько ниже в Российской Федерации (59%) и в Кыргызской Республике (59%). Наиболее низкая доля удовлетворительных оценок - менее половины респондентов признали удовлетворительным качество этих услуги в Республике Казахстан (48%).

В рамках государств-членов ЕАЭС наибольшая доля положительных оценок респондентов услугами связи (интернет, телефон, ТВ, радио) в Российской Федерации (86%), несколько ниже - в Республиках Беларусь (81%), Кыргызской Республике (80%) и Республике Армения (78%). Наиболее низкая доля положительных оценок в Республике Казахстан (60%).

Высокая доля положительных оценок качества услуг общественного транспорта, в том числе такси, отмечается в Республике Беларусь (83%), несколько ниже в Российской Федерации (77%), Кыргызской Республике (77%) и Республике Казахстан (70%), а наиболее низкая - в Республике Армения (62%).

Доля положительных оценок коммунальных услуг в Республике Беларусь составила 76%, Кыргызской Республике – 75%. Ниже - в Республике Армения (71 %) и Российской Федерации (70%). Самая низкая доля удовлетворенных качеством этих услуг (62%) в Республике Казахстан.

Высокая доля положительных оценок обучающих, образовательных услуг отмечается в Республике Беларусь (78%), Республике Армения (74%). Ниже - в Российской Федерации (65%), Кыргызской Республике (64%) и Республике Казахстан (61%).

Высокая доля положительных оценок финансовых услуг отмечается в Республике Беларусь (82%), несколько ниже - в Республике Армения (78%) и Российской Федерации (77%), а также Кыргызской Республике (74%) и Республике Казахстан (73%). Наибольшая доля ответов «полностью удовлетворены» финансовыми услугами отмечается в Республике Беларусь (32%), в Республике Армения (31%), в Кыргызской Республике (27%), Республике Казахстан (22%) и наименьшая - в Российский Федерации (19%).

Сопоставляя результаты первого и второго социологических исследований по вопросу удовлетворенности услугами, отметим, что доля удовлетворенных респондентов повысилась на 8-22% в разрезе отдельных видов услуг. Такие показатели обусловлены корректировкой данного вопроса анкеты и повышением репрезентативности выборки.

Исследование нарушений прав потребителей в розничной торговле за последние 12 месяцев и расчет усредненных результатов по нарушениям в данной сфере (рисунок 3.36) показали, что основная доля нарушений связана с отсутствием ценника товара или неправильно указанной ценой – 79%. С ситуацией навязывания дополнительных товаров и услуг столкнулись 68% респондентов. Факт продажи товаров с истекшим сроком годности (службы) отмечают 71% опрошенных. Такие ситуации необходимо принимать как сигналы для ужесточения контроля за оборотом товаров на потребительском рынке с применением дистанционных технологий наблюдения за товарным обращением и товарной информацией.

Рисунок 3.36 – Структура ответов на вопрос «Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями?», %

Около 2/3 респондентов (69%) отметили, что с разной степенью частоты они сталкиваются с предоставлением недостоверной информации о товаре, из них 9% сталкиваются с этим каждый раз или практически каждый раз. Случаи непредоставления необходимой информации о товаре отмечают 68% опрошенных, из которых также 9% сталкиваются с этим каждый раз или практически каждый раз.

Вариант ответа «продали бракованный товар» в зависимости от разной степени частоты данного нарушения выбрали 68% респондентов, однако только 6% респондентов с таким нарушением сталкиваются регулярно. Потребительский опыт столкновения с другими нарушениями свидетельствует, что со случаями обвешивания знакомо 67% респондентов, невежливого обращения – 66%, обсчета – 62%. Такие нарушения являются признаками недобросовестного поведения продавцов. Большое число нарушений свидетельствует о необходимости повышения эффективности функционирования законодательных механизмов регулирования поведения операторов розничной торговли, ужесточения контроля за исполнением законодательства в области защиты прав потребителей.

Высокая доля респондентов (52%) указывает, что периодически сталкивается с фактом отказа в обмене или возврате денег за некачественный товар. Такое поведение операторов услуг говорит об их уверенности в безнаказанности за подобные нарушения законодательства в области защиты прав потребителей, либо незначительности предусмотренных мер наказаний.

Треть респондентов (35%) отметили ситуацию – не предоставили книгу жалоб. Возможно, данная ситуация в большей мере обусловлена услугами розничной торговли, представляемыми мелким и средним бизнесом в сельских поселениях, поскольку большинство крупных операторов, работающих в городах, имеют электронные ресурсы, где можно без ограничения разместить свои жалобы.

О высокой частоте нарушений (практический каждый раз и в каждом пятом случае), связанных с продажей товаров с истекшими сроками годности, высказалась высокая доля респондентов Кыргызской Республики (28%), наименьшая доля таких респондентов в Республике Беларусь (18%) и в Российской Федерации (17%).

С продажей бракованного товара сталкиваются потребители во всех государствах-членах. О высокой частоте нарушений (практический каждый раз и в каждом пятом случае) сообщило около четверти респондентов в Республике Беларусь (23%) и Кыргызской Республике (23%). Наименьшая доля в Республике Армения (14%).

В государствах-членах ЕАЭС случай «отсутствовал ценник товара или цена была указана неверно», является ситуацией, с которой сталкиваются во всех странах ЕАЭС. О

высокой частоте негативной ситуации (практический каждый раз и в каждом пятом случае) высказались в Кыргызской Республике (53%), Республике Казахстан (52%), наименьшая доля респондентов, часто сталкивающихся с проблемой, в Республике Армения (29%).

О высокой частоте негативных ситуаций - не предоставили необходимую информацию о товаре (практический каждый раз и в каждом пятом случае) - высказались в Республике Казахстан (38%), наименьшая доля респондентов, часто сталкивающихся с такое проблемой, в Российской Федерации (23%). Об обсчетах (практический каждый раз и в каждом пятом случае) высказались около четверти опрошенных в Республике Казахстан (27%), наименьшая доля респондентов, часто сталкивающихся с проблемой, в Российской Федерации (18%). Невежливое общение (практический каждый раз и в каждом пятом случае) отмечают больше всего респондентов в Республике Беларусь (36%). Они же преобладают (49%) при выборе варианта ответа «навязывание дополнительных товаров и услуг» (практический каждый раз и в каждом пятом случае). В Российской Федерации с таким нарушением сталкивались 41% респондентов несколько ниже значение в Республике Казахстан (37%), Кыргызской Республике (33%), в Республике Армения (30%). «Отказы в обмене и возврате товаров» (практический каждый раз и в каждом пятом случае) выбрали около четверти опрошенных в Кыргызской Республике (26%) и Республике Армения (26%), наименьшая доля респондентов (18%) сталкиваются с таким нарушением в Российской Федерации. О непредоставлении книги жалоб (практический каждый раз и в каждом пятом случае) высказались около четверти опрошенных в Республике Казахстан (25%), наименьшая доля (15%) приходится респондентов, имеющих такой негативный опыт, приходится на Российскую Федерацию.

В анкету-опросник вносились изменения, которые коснулись данного вопроса. Так, в рамках первого социологического исследования вопрос задавался отдельно по продовольственным и отдельно по непродовольственным товарам, а во втором исследовании вопрос касался сразу всех товаров. Также были отредактированы формулировки ответов.

Исследованы нарушения прав потребителей при оказании услуг общественного питания, произошедших за последние 12 месяцев: анализ результатов позволил установить наиболее распространенные виды нарушений (рисунок 3.37).

Рисунок 3.37 – Структура ответов на вопрос «Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями при посещении кафе и ресторанов?», %

Усредненные результаты показали, что наиболее частыми и распространенными нарушениями в общественном питании были ненадлежащие санитарные условия обслуживания, то есть помещение, посуда и столовые приборы были загрязнены – 50%, невежливо разговаривали работники – 48%, принесли некачественное, испорченное блюдо – 44%, не предоставили возможность расплатиться удобным для способом – 44%, в счет включали лишние позиции – 40%, настаивали на оплате дополнительных услуг (музыка, детская комната и пр.) – 36%, требовали чаевые – 31% ответов.

Доля ответов о непредоставлении информации – не дали предварительно ознакомиться с меню или не предоставили интересующую потребителя информацию о составе, калорийности, весе блюда - составляет 35%, в среднем по государствам-членам ЕАЭС.

Достаточно высока совокупная доля ответов о требовании оплаты за некачественные, испорченные блюда (29% в зависимости от частоты столкновения с ситуацией), учитывая, что такого рода продукция несет риск жизни и здоровью граждан ее присутствие в обороте общественного питания должно быть полностью исключено.

Наряду с вышеперечисленными нарушениями около четверти респондентов государств-членов ЕАЭС с определенной частотой случаев получили отказы в обслуживании – 26% и предоставлении книги жалоб – 27%.

Сталкивались с некачественным, испорченным блюдом около половины респондентов в Республике Казахстан (51%), более чем на 10% меньше таких ситуаций у респондентов в Российской Федерации (39%) и Республике Беларусь (37%).

С наличием загрязненных столовых приборов и посуды, помещения сталкивается большая доля потребителей в Кыргызской Республике (68%) и Республике Казахстан (58%), наименьшее количество таких случаев в Республике Беларусь (36%).

Невежливое обращение сотрудников предприятия питания отмечают более половины респондентов в Республиках Казахстан (58%) и Кыргызской Республике (53%), и менее половины - в Российской Федерации 40% и в Республике Беларусь 40%.

Опыт нарушений, связанных с включением в счет лишних позиций, имеют половина респондентов в Республике Казахстан (50%) и существенно меньший процент респондентов в Республике Беларусь – 25%.

В ситуации, когда настаивали на оплате некачественного, испорченного блюда, оказывались более трети респондентов в Республиках Казахстан (34%) и Кыргызская Республика (33%), наименьшая доля респондентов – в Республике Беларусь (23%).

С ситуацией, когда настаивали на оплате дополнительных услуг (музыка, детская комната и пр.) сталкивалось около половины респондентов в Кыргызской Республике (45%), в меньшей степени - в Республике Беларусь (27%) и в Российской Федерации (27%).

Ситуация, когда требовали чаевые, наиболее часто возникала у респондентов в Республике Армения (40%), реже всего в Республике Беларусь (23%).

В ситуации, когда не предоставили возможность расплатиться удобным способом, оказывались около половины респондентов в Республике Казахстан (52%), Республике Армения (47%), в Кыргызской Республике (43%). Меньшее число респондентов оказалось в такой ситуации в Республике Беларусь – 38%, в Российской Федерации – 36%.

С ситуацией, когда не дали предварительно ознакомиться с меню или не предоставили интересующую потребителя информацию о составе, калорийности, весе блюда, сталкивалось около половины (46%) опрошенных респондентов в Кыргызской Республике и только четверть в Российской Федерации (25%).

«Отказывали в предоставлении книги жалоб» отметила почти половина респондентов в Республике Казахстан (44%) и чуть больше четверти в Российской Федерации (29%). Как и в случае с розничной торговлей, ситуация более характерна для предприятий мелкого бизнеса, не имеющих своих электронных ресурсов – сайтов в телекоммуникационной сети интернет.

Сравнение результатов опросов респондентов ЕАЭС, проведенных в рамках первого и второго социологических исследований, показало, что доля ответов о наличии негативной ситуации выросла, но не превысила 20%.

В рамках исследования были проанализированы ситуации с получением других видов услуг и с нарушениями прав потребителей за последние 12 месяцев (рисунок 3.38).

Рисунок 3.38 – Усредненная структура ответов на вопрос «Получали ли Вы за последние 12 месяцев какие-либо услуги из представленных ниже? Если получали, то скажите, Вы оказывались в ситуации, когда понимали, что Ваши права как потребителя были нарушены?», %

Так, услуги розничной торговли, в среднем, получали 78% респондентов, при этом у 20% респондентов были нарушены права. Услуги дистанционной торговли получили 68% респондентов, при этом у 18% респондентов права были нарушены. Медицинские услуги получали 78% опрошенных респондентов, с нарушениями столкнулись около четверти опрошенных (25%). Услуги общественного питания (столовых, кафе, ресторанов и т.п.) получали 70% респондентов, при этом 18% столкнулись с нарушениями прав.

Таким образом, значительная часть респондентов 70–78% воспользовались услугами торговли, общественного питания и медицины, при этом от 18 до 25% респондентов ЕАЭС получили услуги с нарушениями прав.

Сравнение результатов опросов респондентов ЕАЭС, проведенных в рамках первого и второго социологических исследований, показало, что доля услуг, полученных респондентами с нарушениями прав, не превысил 5-6% отклонений, как в усредненных значениях, так и в рамках отдельных государств-членов ЕАЭС.

Несколько ниже доля оказания услуг с нарушениями прав потребителей отмечается по бытовым услугам, услугам парикмахерских, салонов красоты и фитнес центров, услуг связи, общественного транспорта, образовательных услуг и финансовых услуг. При этом, к высоко востребованным услугам относятся услуги связи, коммунальные услуги, услуги общественного транспорта. Бытовыми, туристскими и образовательными услугами воспользовались меньше половины респондентов. Так, туристские услуги, путешествия, экскурсии получили 40% респондентов, из них с нарушениями столкнулись 10%, а потребителями бытовых услуг (химчистка, ателье и т.д.) было 47% опрошенных, из которых с нарушениями столкнулись также 10%. Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования) получали 49% респондентов, в том числе с нарушениями прав 14%.

В рамках исследования выявлялась услуга, при получении которой произошло нарушение прав и о котором респонденты хотели бы рассказать (рисунок 3.39). В среднем, по государствам-членам ЕАЭС наибольшая доля респондентов изъявила желание рассказать о нарушениях при оказании медицинских услуг 24%, 18% - при получении коммунальных услуг (газ, свет, вода и т.п.), 17% - услуг связи (интернет, телефон, ТВ, радио), 15% - услуг общественного транспорта, в том числе такси. Меньшее количество респондентов готовы были рассказать о финансовых услугах – 8%, обучающих, образовательных услугах (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования) – 6%, услугах парикмахерских, салонов красоты, фитнесс-центров – 6%, наименьшее количество ( по 3%) - о туристских услугах, путешествиях, экскурсиях и бытовых услугах (химчистка, ателье и т.д.).

Сравнение результатов опросов респондентов ЕАЭС, проведенных в рамках первого и второго социологических исследований, показало, что доля ответов в отношении желания рассказать о нарушениях изменилась не очень значительно (1-2%), что свидетельствует о правильности выбранных методических подходов, учитывающих культурные и этнические особенности граждан государств-членов, и высокой воспроизводимости результатов.

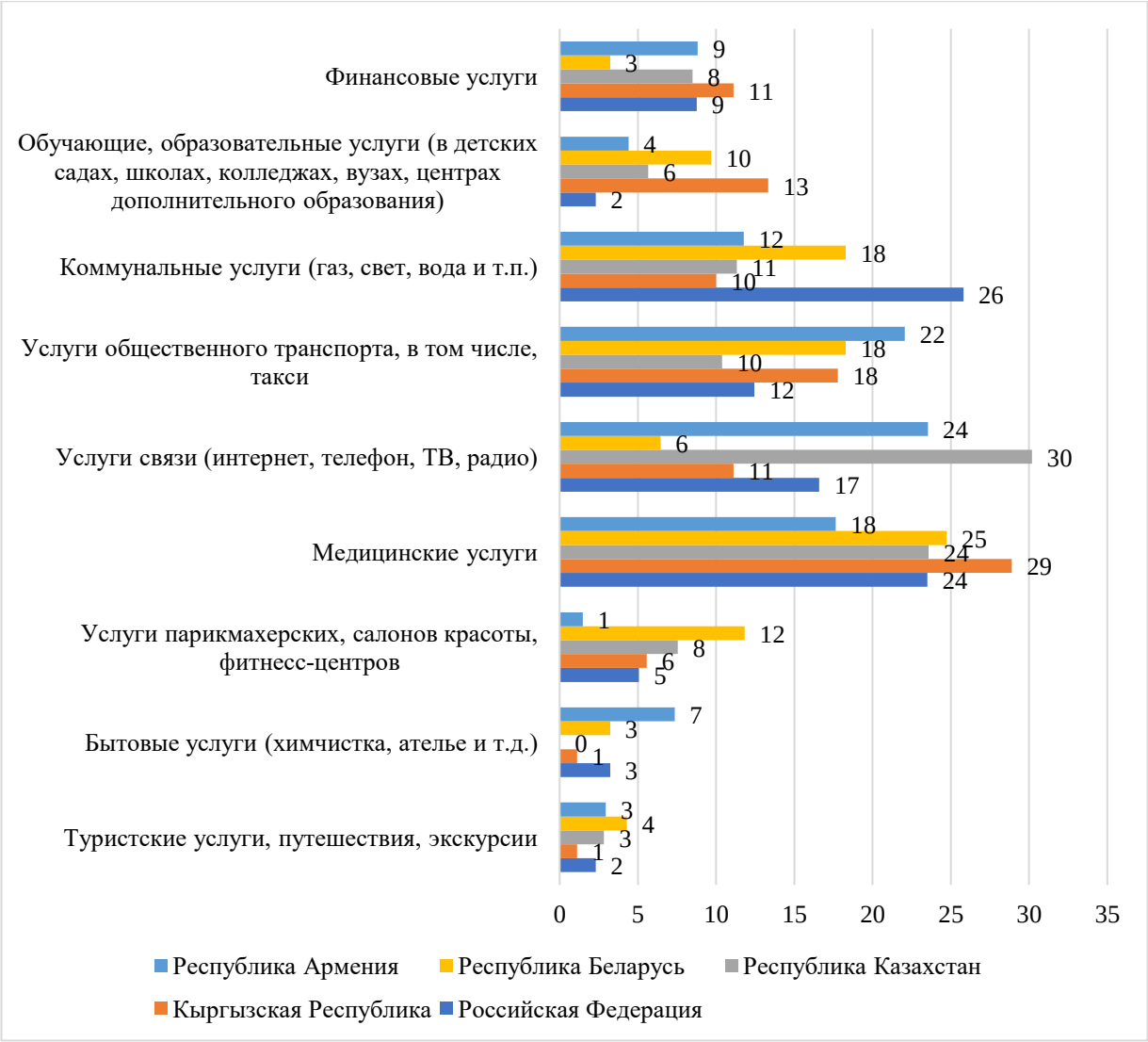



Рисунок 3.39 – Структура ответов на вопрос «Выберите одну услугу, при получении которой Вы столкнулись с нарушением ваших прав и о которой Вы готовы рассказать», %

В Республике Армения наибольшая доля респондентов пожелала рассказать об оказании с нарушениями услуг связи (24%) и услуг общественного транспорта (22%), в Республике Беларусь - медицинских услуг (25%), услуг общественного транспорта (18%) и коммунальных услуг (18%), в Республике Казахстан - услуг связи (30%) и медицинских услуг (24%), в Кыргызской Республике - медицинских услуг (29%) и услуг общественного транспорта (18%), в Российской Федерации - коммунальных услуг (26%) и медицинских услуг (24%).

Исследование проблем и нарушений, с которыми столкнулись респонденты государств-членов при получении услуг за 12 месяцев показало, что примерно от четверти до трети (от 29 до 42%) опрошенных респондентов столкнулись с низким уровнем профессионализма, некомпетентностью специалистов, оказавших услугу, некачественным оказанием услуги (усредненно, 27%), несогласованным ростом стоимости услуги

(усредненно, 26%), недоброжелательностью сотрудников, оказавших услугу (усредненно, 24%) (рисунок 3.40).

Усредненные данные показывают, что менее четверти респондентов столкнулись с невозможностью получения интересующих сведений об услуге, об условиях ее получения (23%), не могли узнать стоимость услуги (20%), не могли узнать график работы специалистов (20%), не могли получить услугу (нет специалистов, учреждений, плотная запись на прием, проигнорировали Ваше обращение и пр.) 19%, не получили информацию о правилах выполнения работ, оказания услуг 16%.

Усредненно, примерно десятая часть опрошенных респондентов столкнулась с тем, что услуга не была выполнена в указанный срок (10%), не могли узнать гарантийный срок, если он установлен (10%), не могли получить информацию о конкретном лице, которое будет выполнять работу (оказывать услугу), и информацию о нем (10%), не могли узнать правила и условия эффективного и безопасного использования услуги (9%), не могли узнать адрес (место нахождения), наименование исполнителя (9%), исполнитель намекал на необходимость дополнительного вознаграждения, подарка (8%), исполнитель отказался переделывать некачественную услугу (7%), исполнитель отказался делать скидку из-за нарушений сроков выполнения работы или недостаточно высокого качества предоставления услуги (6%), услуга оказывалась в технически неисправном помещении, транспорте, получение услуги было небезопасно, была нарушена технология (5%).

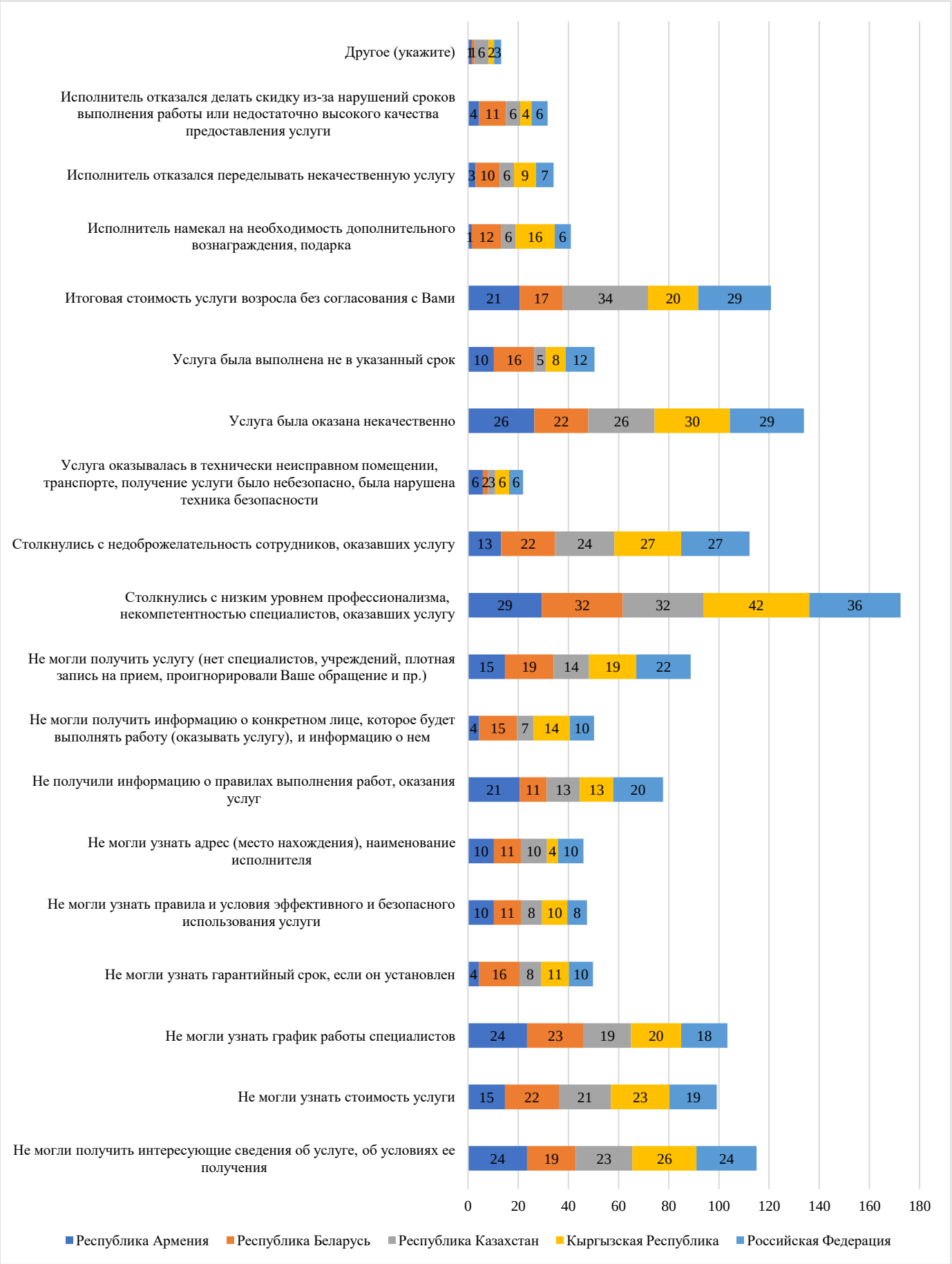



Рисунок 3.40 – Структура ответов на вопрос «С какими ситуациями в процессе получения этой услуги Вы сталкивались за последние 12 месяцев?», %

Сравнение результатов опросов респондентов ЕАЭС, проведенных в рамках первого и второго социологических исследований, показало, что доля негативных ситуаций, о которых рассказали респонденты, в динамике изменилась по отдельным ответам, в целом, не более, чем на 5%. Воспроизводимость результатов может свидетельствовать о правильности выбранной методологии исследования. Вариации ответов респондентов по государствам-членам ЕАЭС отличались как в сторону увеличения негативных ответов, так и в сторону их уменьшения. Например, доля респондентов, которые «Столкнулись с низким уровнем профессионализма, некомпетентностью специалистов, оказавших услугу» снизилась в Республике Армения – на 12%, Республике Беларусь – на 17%, в Республике Казахстан – на 8%, в Кыргызской Республике – на 3%, в Российской Федерации – на 3%.

Доля респондентов, которые «Столкнулись с недоброжелательностью сотрудников, оказавших услугу» понизилась в Республике Армения на 2%, Республике Беларусь и Республике Казахстан – на 15%, в Кыргызской Республике – на 5%. В Российской Федерации эта доля респондентов не изменилась.

Положительными тенденциями являются результаты во всех государствах-членах ЕАЭС по нижеперечисленным пунктам вопроса. Доля респондентов, которым «Услуга оказывалась в технически неисправном помещении, транспорте, получение услуги было небезопасно, была нарушена техника безопасности» снизилась в Республике Армения – на 1%, в Республике Беларусь – на 2%, в Республике Казахстан – на 12%, в Кыргызской Республике – на 3%, в Российской Федерации – на 2%, а по проблеме «Услуга была оказана некачественно» доля респондентов снизилась в Республике Армения на 4%, Республике Беларусь – на 13%, в Республике Казахстан – на 17%, в Кыргызской Республике – на 2%, в Российской Федерации – на 2%.

Вариации ответов в рамках двух социологических исследований в разрезе каждого государства-члена обусловлены изменениями, происходящими в сфере предоставления каждой из категорий услуг за последний год.

Исследование особенностей приобретения товаров через интернет (рисунок 3.41) показало, что продукты питания покупает через интернет только половина (52%) респондентов ЕАЭС. Если провести анализ по частоте онлайн-приобретения товаров, то получается, что наибольшая часть респондентов покупает продукты питания раз в неделю и чаще, лекарства покупают раз в месяц (8%), электронику 26% респондентов покупают реже, чем раз в полгода, одежду и обувь раз - примерно раз в месяц и реже, чем раз в полгода (по 14%), парфюмерно-косметические товары и бытовую химию – примерно раз в месяц или раз в несколько месяцев (по 15%), билеты – реже, чем раз в полгода (14%).

По категориям товаров потребители ЕАЭС имеют динамику покупок, не выходящую за особенности традиционного характера потребления товаров. Так, несколько раз в неделю и чаще покупают продукты питания через интернет только десятая часть опрошенных респондентов ЕАЭС, раз в неделю - 6%, несколько раз в месяц - 7%, примерно раз в месяц - 9%, раз в несколько месяцев - 8%, раз в полгода - 5%, реже, чем раз в полгода - 7%. Таким образом, повседневные покупки продуктов питания через интернет пока не распространены среди опрошенных респондентов ЕАЭС, хотя продукты питания относятся к товарам повседневного спроса.

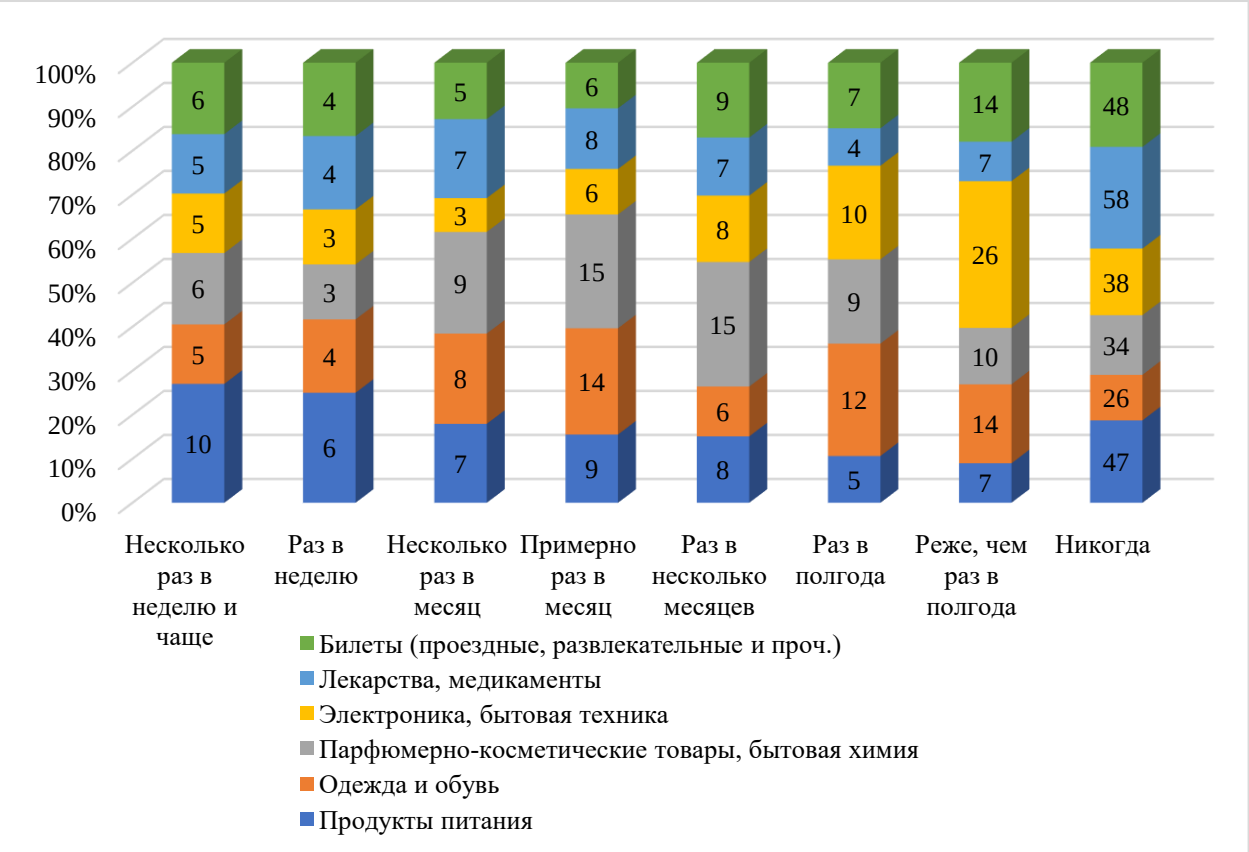



Рисунок 3.41 – Структура ответов на вопрос «Как часто Вы приобретаете товары через интернет?», %

Вместе с тем, больше половины респондентов покупают через интернет одежду и обувь (63%), парфюмерно-косметические товары и бытовую химию (67%), электронику и бытовую технику (61%), а также билеты (51%).

Несколько раз в неделю и чаще покупают одежду и обувь 5% респондентов, раз в неделю - 4%, несколько раз в месяц - 8%, примерно раз в месяц - 14%, раз в несколько месяцев - 6%, раз в полгода - 12%, реже, чем раз в полгода, - 14% опрошенных респондентов.

Несколько раз в неделю и чаще покупают парфюмерно-косметические товары и бытовую химию 6% респондентов, раз в неделю - 3%, несколько раз в месяц - 9%, примерно

раз в месяц – 15%, раз в несколько месяцев - 15%, раз в полгода - 9%, реже, чем раз в полгода - 10%. Как и в случае с продуктами питания, отметим невысокую частоту покупок, несмотря на то, что покупка этих товаров, как правило, сопутствует покупке продуктов питания, и товары этой категории относятся к товарам повседневного спроса.

Несколько раз в неделю и чаще электронику и бытовую технику покупают 5% респондентов, раз в неделю - 3%, несколько раз в месяц - 3%, примерно раз в месяц - 6%, раз в несколько месяцев - 8%, раз в полгода - 10%, реже, чем раз в полгода - 26%.

Лекарства, медикаменты покупают через интернет 42%. Несколько раз в неделю и чаще 5%, раз в неделю 4%, несколько раз в месяц 7%, примерно раз в месяц 8%, раз в несколько месяцев 7%, раз в полгода 4%, реже, чем раз в полгода 7%.

Несколько раз в неделю и чаще покупают билеты (проездные, развлекательные и др.) 6% респондентов, раз в неделю - 4%, несколько раз в месяц - 5%, примерно раз в месяц - 6%, раз в несколько месяцев - 9%, раз в полгода - 7%, реже, чем раз в полгода - 14%.

Сравнение результатов опросов респондентов ЕАЭС, проведенных в рамках первого и второго социологических исследований, показало, что доля респондентов, покупающих товары через интернет с разной частотой, изменилась. Наиболее высокие отклонения возникли по категории «Никогда» (13-17%), что обусловлено повышением репрезентативности выборки, включением в опросы респондентов из сельских регионов, где доступность интернет-связи и наличие пунктов выдачи интернет-покупок существенно ниже.

Исследованы причины, по которым жители ЕАЭС приобретают товары онлайн, а не в обычных магазинах. При этом вопрос был отредактирован, однако, это не привело к существенным отклонениям результатов по сравнению с результатами первого социологического исследования (рисунок 3.42).

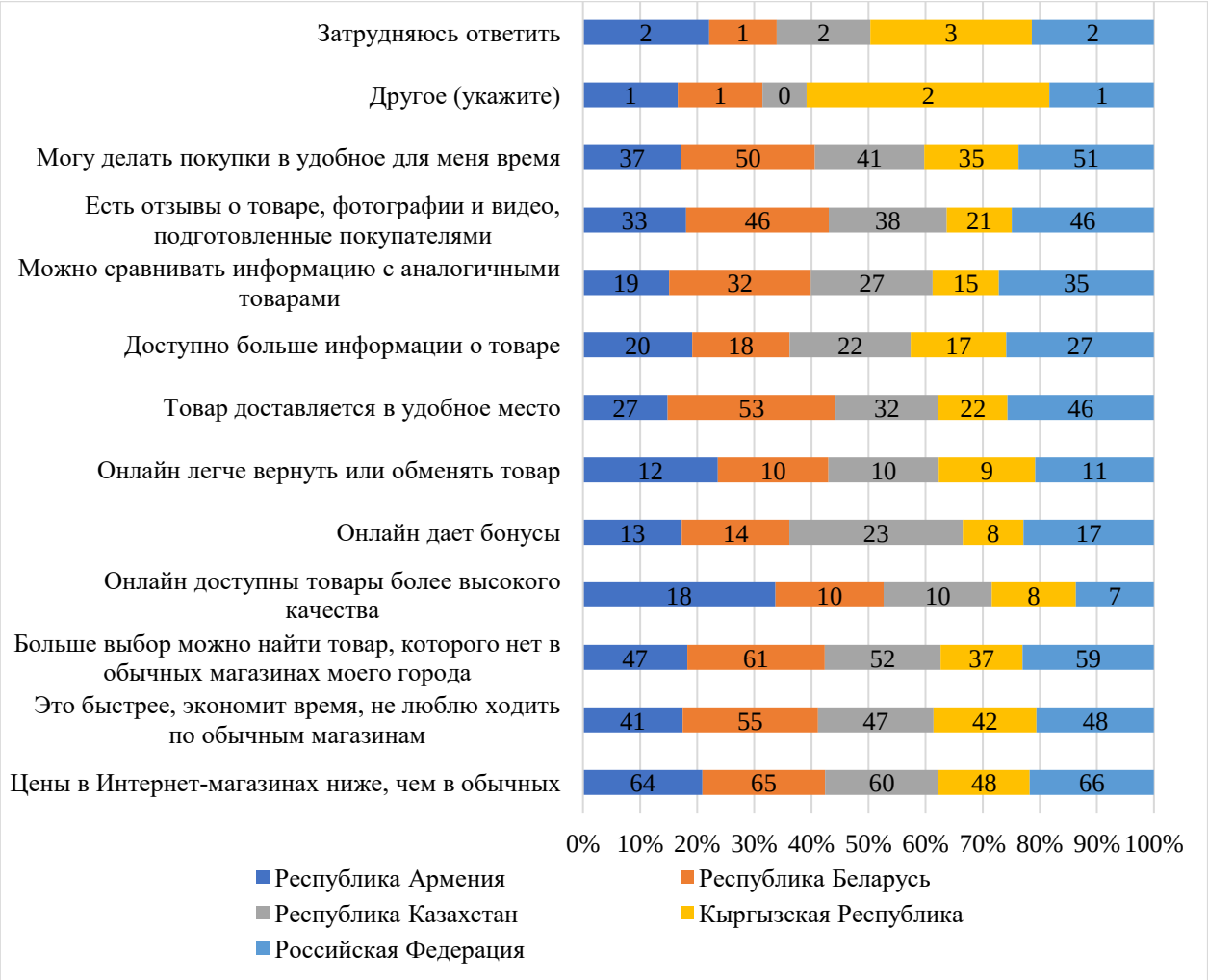



Рисунок 3.42 – Структура ответов на вопрос «Почему Вы покупаете эти товары именно онлайн, а не в обычном магазине?», %

Анализ усредненных данных позволяет говорить о том, что для большей части опрошенных респондентов наиболее значимыми причинами онлайн покупок явились более низкие цены в интернет-магазинах (62%). Примерно для половины опрошенных респондентов важными факторами стали возможность большего выбора товара и возможности найти товар, которого нет в обычных магазинах моего города (53%), а также возможность экономии времени и нежелание ходить по обычным магазинам (47%), совершение покупок в удобное время (45%), наличие отзывов о товаре, фотографии и видео, подготовленные покупателями (40%), доставка товара в удобное место (39%). Чуть больше четверти опрошенных респондентов (28%) в качестве причин указали, что можно сравнивать информацию с аналогичными товарам, для 22% - доступно больше информации о товаре, для 16% важно, что покупки онлайн дают бонусы (16%).

Только десятая часть опрошенных респондентов ЕАЭС указала, что онлайн доступны товары более высокого качества, 10% считают, что онлайн легче вернуть или обменять товар.

Сравнение результатов опросов респондентов ЕАЭС, проведенных в рамках первого и второго социологических исследований, показало, что значимость причин покупки товаров онлайн отличается. Например, меньше опрошенных отметили – это быстрее, экономит время, не люблю ходить по обычным магазинам (доля снизилась примерно на 18%), а также пункт ответа «Можно сравнивать информацию с аналогичными товарами» снизилась примерно на 11%. Существенное снижение удельного веса респондентов, назвавших причинами покупки нежелание ходить в магазины и наличие сравнительной информации о потребительских свойствах товаров, обусловлено расширением репрезентативности выборки за счет респондентов сельских поселений, особенностями их потребительских предпочтений.

Сравнение результатов опросов респондентов в разрезе государств-членов ЕАЭС, проведенных в рамках первого и второго социологических исследований, показало, что доля приоритетных причин использования онлайн торговли в государствах-членах ЕАЭС отличается. Например, доля респондентов, которые выбрали вариант «Это быстрее, экономит время» понизилась в Республике Армения на 18 %, в Республике Беларусь на 27 %, в Республике Казахстан на 21 %, в Кыргызской Республике на 1%, в Российской Федерации на 18 %, а значимость фактора «Товар доставляется в удобное место» понизилась в Республике Казахстан на 13%, в Кыргызской Республике на 15%, в Российской Федерации на 13 %, при этом значимость этого фактора выросла в Республике Армения на 10%. Такие изменения обусловлены увеличением объема выборочной совокупности, что способствует повышению репрезентативности ответов на данный вопрос и расширению возможностей оценки существенных факторов, обуславливающих потребительские предпочтения жителей государств-членов ЕАЭС к онлайн торговле.

Исследована частота покупок через интернет-магазины за последние 12 месяцев. Усредненные данные показывают, что почти половина жителей ЕАЭС продолжает совершать покупки с той же частотой, что и раньше (48%), повысили частоту покупок многие опрошенные (41%), снизили частоту покупок только 5% опрошенных респондентов (рисунок 3.43).

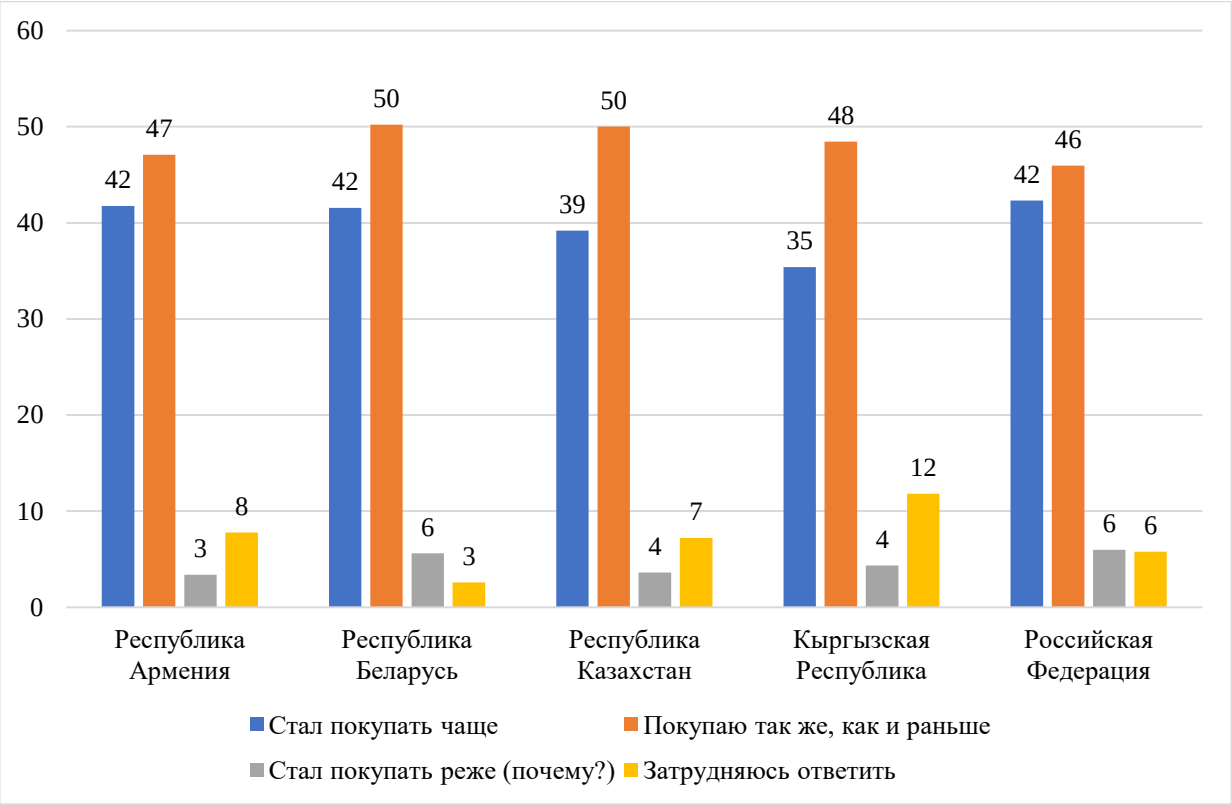



Рисунок 3.43 – Структура ответов на вопрос «Скажите, как за последний год изменилась частота Ваших покупок через интернет?», %

Количество и частота покупок через интернет существенно не изменилась у 50% респондентов в Республике Беларусь и Республике Казахстан. Близкая ситуация в Российской Федерации (46%), Республике Армения (47%) и Кыргызской Республике (48%). Чаше стали покупать через интернет в Республике Армения, Республике Беларусь и в Российской Федерации (по 42%), а также в Республике Казахстан (39%), несколько ниже в Кыргызской Республике (35%).

Сравнение результатов опросов респондентов ЕАЭС, проведенных в рамках первого и второго социологических исследований, показало, что частота покупок изменилась несущественно.

При совершении покупок через интернет респонденты сталкивались с негативными ситуациями и нарушениями своих интересов (рисунок 3.44). Больше половины респондентов отметили, что были нарушены сроки доставки товара (63%). Около половины опрошенных респондентов отметили, что товар, купленный через интернет, оказался с браком или с истекшим сроком годности (47%) или товар не соответствует заказанному, доставили другой товар (40%).

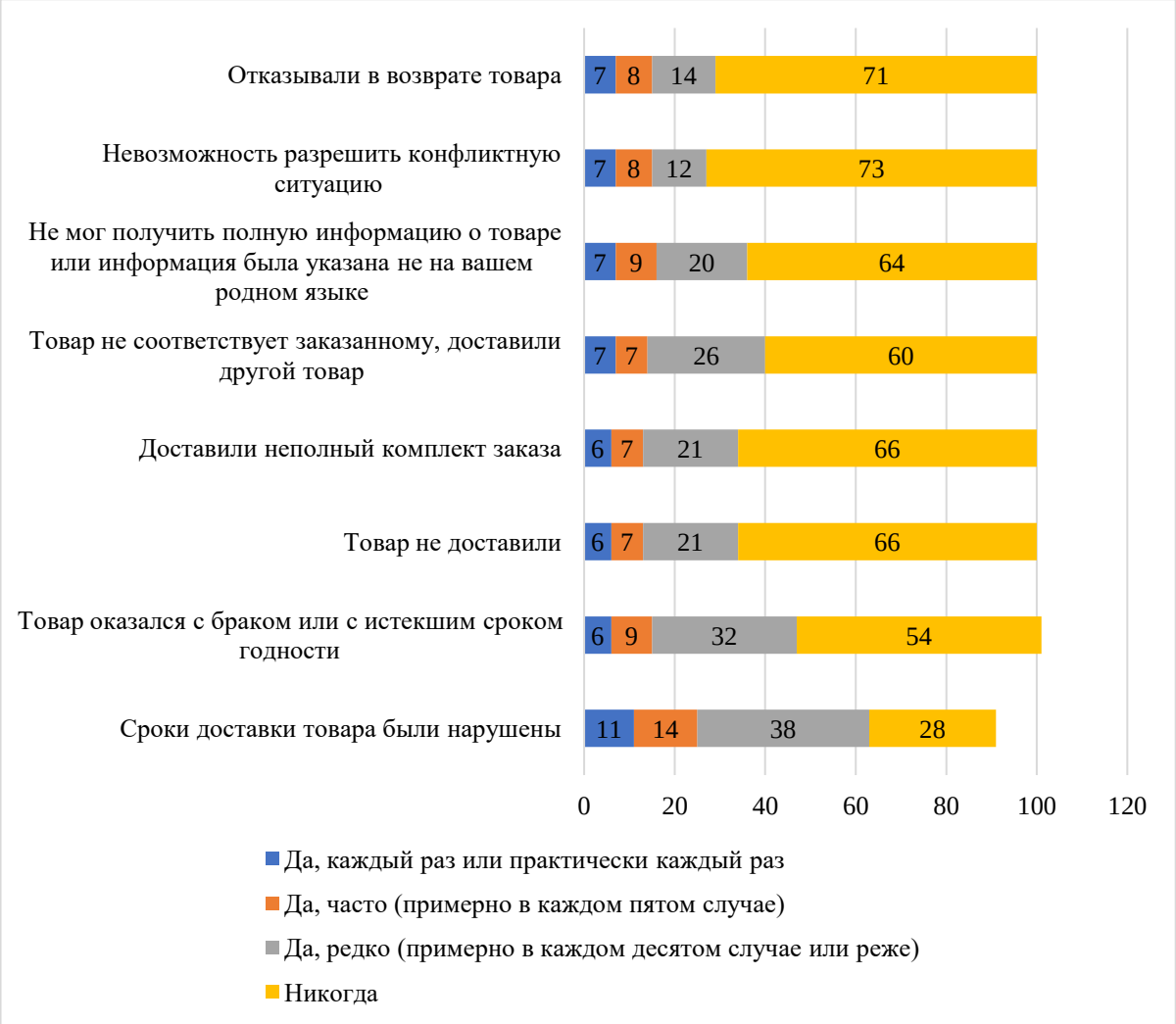



Рисунок 3.44 – Структура ответов на вопрос «Скажите, при совершении покупок через интернет Вы сталкивались с указанными ситуациями?», %

Кроме того, более трети респондентов ответили, что столкнулись с ситуациями, в которых не могли получить полную информацию о товаре или информация была указана не на родном языке (35%), товар не доставили (34%) или доставили неполный комплект заказа (34%). Чуть более четверти опрошенных респондентов ЕАЭС столкнулись проблемой невозможности разрешить конфликтную ситуацию (27%) или отказом в возврате товара (29%).

### 3.7 Блок 6 «Модели поведения потребителей в случае ущемления их прав»

Распределение ответов на вопрос «Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших прав как потребителя?» показано на рисунке 3.45. Усредненные результаты показали, что 11% респондентов знают хорошо, куда нужно обращаться для защиты своих прав, 50% указали, что знают достаточно, а 39% ответили, что данные знания им неинтересны.

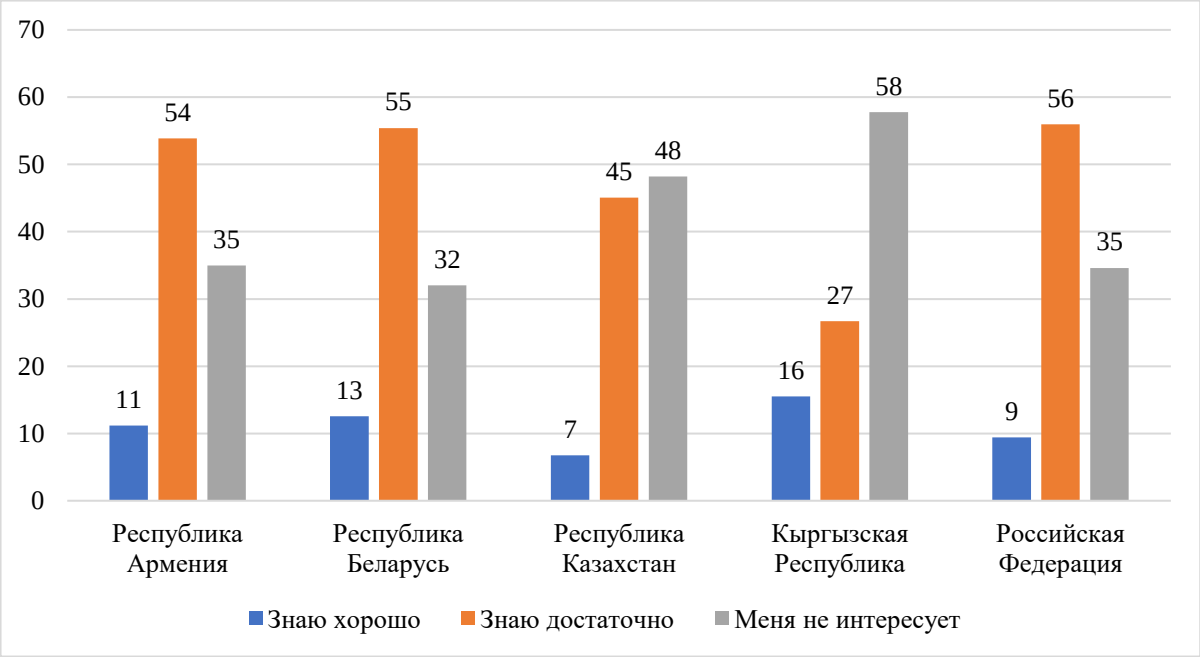



Рисунок 3.45 – Структура ответов на вопрос «Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших прав как потребителя?», %

Результаты, полученные при ответе на данный вопрос, демонстрируют, что наибольшее число респондентов Республики Армения, Республики Беларусь и Российской Федерации заявили о достаточном знании (54%, 55% и 56%, соответственно). Также о достаточности своих знаний заявили 45% респондентов из Республики Казахстан и 27% из Кыргызской Республики, что стало наименьшим результатом среди всех государств-членов ЕАЭС. Об отсутствии интереса в обращении в соответствующие органы с целью защиты своих прав как потребителей заявили более трети всех опрошенных в Республике Армения (35%), Республике Беларусь (32%), Российской Федерации (35%). В Республике Казахстан и Кыргызской Республике об отсутствии интереса по данному вопросу заявили 48% и 58%, соответственно. Наименьшая доля респондентов всех государств-членов ЕАЭС заявили о хорошем знании по данному вопросу: в Республике Армения – 11%, в Республике Беларусь – 13%, в Республика Казахстан – 7%, в Кыргызской Республике – 16%, в Российской Федерации – 9%.

Полученные в рамках второго социологического исследования результаты коррелируют с результатами первого социологического исследования в части показателя «Знаю хорошо» (11% и 10% по усредненному показателю, соответственно).

Распределение ответов на вопрос «Если Ваши права потребителя будут нарушены, куда Вы обратитесь?» показано на рисунке 3.46. Согласно усредненным показателям, наибольшая доля респондентов предпочтет обратиться в уполномоченный государственный орган (47%), а также будут решать проблему с изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг) самостоятельно (44%). 18% опрошенных обратятся в общественное объединение потребителей и к знакомым, которые могут помочь решить ситуацию. В суд, прокуратуру и к услугам юристов прибегнут 16% опрошенных, и лишь 11% респондентов предпочтут никуда не обращаться и ничего не делать.

Рисунок 3.46 – Структура ответов на вопрос «Если Ваши права потребителя будут нарушены, куда Вы обратитесь?», %

Наибольшая часть респондентов из Республики Беларусь, Республики Казахстан, Кыргызской Республики и Российской Федерации при нарушении их прав как потребителя обратятся в уполномоченный государственный орган по защите прав потребителей (59%, 44%, 38% и 54%, соответственно). Вторая по численности часть респондентов предпримет попытку решить проблему с изготовителем товаров самостоятельно (Республика Беларусь

– 52%, Республика Казахстан – 40%, Кыргызская Республика – 32%, Российская Федерация – 49%).

В Республике Армения наибольшая доля респондентов будут пытаться решить проблему самостоятельно (38%). Только 30% респондентов планируют обращаться в уполномоченный государственный орган при возникновении ситуации нарушения своих прав как потребителя.

Помощью знакомых воспользуются 24 % респондентов из Республики Армения, 19% из Республики Казахстан и 21% из Кыргызской Республики. В общественное объединение потребителей предпочтут обратиться 29% ответивших из Республики Беларусь и 19% из Российской Федерации.

Результаты первого и второго социологических исследований указывают на корреляцию полученных результатов. Так, наибольшее число респондентов по результатам двух опросов выбрали варианты «Буду пытаться решить проблему с продавцом / с поставщиком услуг» (57% и 44%, соответственно) и «Обращусь в уполномоченный государственный орган по защите прав потребителей» (52% и 47% соответственно). «В суд, прокуратору, к услугам юристов» обратятся 17% респондентов первого исследования и 16% респондентов второго исследования. Вариант «К знакомым, которые могут помочь решить ситуацию» выбрали 16% опрошенных в результате первого исследования и 18% в результате второго. «В общественное объединение потребителей» планируют обращаться 12% и 18% опрошенных первого и второго исследования, соответственно. Ответ «Никуда не обращусь и ничего не буду делать» выбрали 4% респондентов в рамках первого опроса и 11% в рамках второго.

Ответы респондентов на вопрос «Какие способы борьбы с недобросовестными продавцами или поставщиками услуг Вы считаете наиболее эффективными?» представлены на рисунке 3.47. По усредненным результатам, «очень эффективными» способами борьбы с недобросовестными изготовителями респонденты из всех государств-членов ЕАЭС считают «обращение к юристу для досудебной защиты прав» – 44%, «обращение в уполномоченные государственные органы» – 40%. «совсем не эффективными» способами борьбы с недобросовестными продавцами или поставщиками услуг считают «жалобу в Книгу отзывов и предложений» – 21%, «жалобу сотруднику администрации» – 12%, «негативный отзыв на сайте магазина учреждения» – 11%.

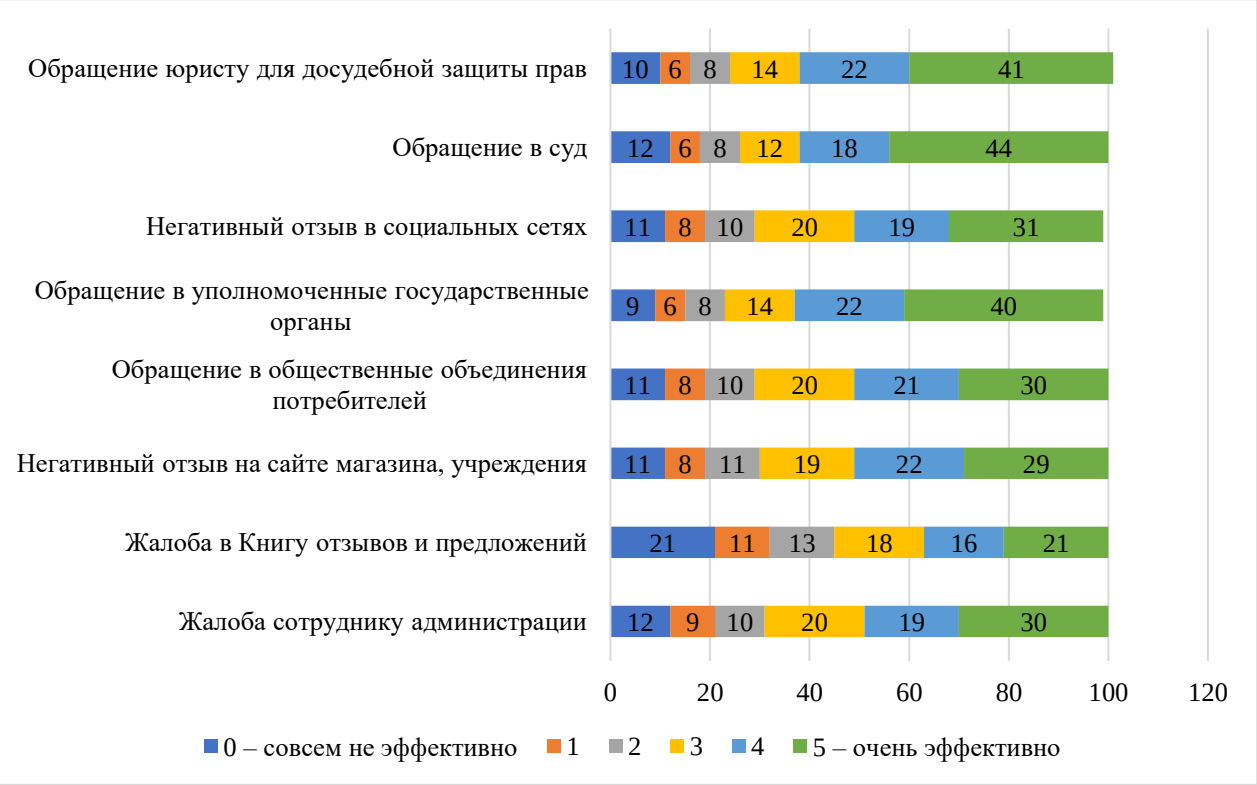



Рисунок 3.47 – Структура ответов на вопрос «Какие способы борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг) Вы считаете наиболее эффективными?», %

Наиболее эффективным способом борьбы с недобросовестными продавцами в Республике Армения считается «обращение к юристу для досудебной защиты прав» – 36%, «жалоба сотруднику администрации» – 32%, «негативный отзыв в социальных сетях» – 32%. Наименее эффективными признаны «жалоба в Книгу жалоб и предложений» – 23%, «обращение в суд» – 22%, «обращение в уполномоченные государственные органы» и «негативный отзыв в социальных сетях» – по 17% приходится на каждый вариант ответов.

В Республике Беларусь наиболее эффективным способом борьбы с недобросовестными продавцами респонденты отметили «обращение в суд» (56%), «обращение в уполномоченные государственные органы» (52%), и «обращение к юристу для досудебной защиты прав» (46%). Наименее эффективными мерами среди респондентов считаются «жалоба в Книгу жалоб и предложений» – 10%, «негативный отзыв в социальных сетях» – 9% и «жалоба сотруднику администрации» – 8%.

В Республике Казахстан респонденты в качестве наиболее эффективного способа борьбы с недобросовестными изготовителями и продавцами отметили варианты «обращение в суд» (50%), «обращение к юристу для досудебной защиты прав» (49%) и «обращение в уполномоченные государственные органы» (47%). Наименее эффективными мерами среди респондентов Республики Казахстан считаются «жалоба в Книгу жалоб и

предложений» –21%, «обращение в суд» – 10% и «жалоба сотруднику администрации» – 9%.

Наиболее эффективным способом борьбы с недобросовестными продавцами в Кыргызской Республике считается «обращение в суд» и «жалоба сотруднику администрации» – по 37% на каждый вариант ответа, и «негативный отзыв в социальных сетях» (35%). Наименее значимыми мерами среди респондентов признаны «жалоба в Книгу жалоб и предложений» – 24%, «обращение в общественные объединения потребителей» – 19%, «обращение в суд» – 17%.

В Российской Федерации респонденты в качестве наиболее эффективного способа борьбы с недобросовестными изготовителями и продавцами отметили варианты «обращение в суд» (46%), «обращение в уполномоченные государственные органы» (42%) и «обращение к юристу для досудебной защиты прав» (40%). Наименее значимыми мерами среди респондентов считаются «жалоба в Книгу жалоб и предложений» – 24%, «жалоба сотруднику администрации» – 15%, «негативный отзыв на сайте магазина, учреждения» и «негативный отзыв в социальных сетях» – 9%.

При сравнении результатов первого и второго социологического исследований наблюдается хорошая сопоставимость результатов при анализе наиболее и наименее эффективных мер по мнению респондентов из государств-членов ЕАЭС. Так, в двух опросах наиболее эффективными мерами считают «обращение в уполномоченные органы», а «жалоба в Книгу отзывов и предложений» и «негативный отзыв в социальных сетях» – наименее эффективными. Таким образом, используемая структура построения вопроса и ответов позволяет получить воспроизводимый результат, что свидетельствует о корректности выбранных методологических подходов.

Ответы респондентов на вопрос «В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их перед изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг)?» представлены на рисунке 3.48. Усредненные результаты по данному вопросу указывают, что наибольшая доля респондентов (41%) в случае нарушения своих прав потребителя в любом случае будут пытаться их отстоять, 40% опрошенных будут отстаивать свои права в случае, если стоимость товара (работы, услуги) является высокой для респондента. 30% опрошенных будут отстаивать свои права перед изготовителем в случае нанесения им физического вреда в процессе использования товара, 22% – в случае нанесения им морального вреда. Не планируют отстаивать свои права 8% респондентов государств-членов ЕАЭС, а затруднились ответить 7% участников опроса.

Рисунок 3.48 – Структура ответов на вопрос «В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их перед изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг)?», %

Схожесть полученных результатов наблюдается между Республикой Армения (36%), Республикой Казахстан (44%) и Кыргызской Республикой (46%). В данных государствах-членах наибольшая доля респондентов отметила, что в любом случае планирует отстаивать свои права как потребителя перед изготовителем. Отстаивать свои права в случае приобретения дорогостоящего товара или услуги планируют 31%, 34%, и 34% из Республики Армения, Республики Казахстан и Кыргызской Республики, соответственно. В случае причинения физического или морального вреда свои права будут отстаивать 26% и 21% респондентов из Республики Армения, 29% и 24% из Республики Казахстан, 30% и 22% из Кыргызской Республики. Результаты ответов респондентов из Республики Беларусь и Российской Федерации схожи с ответами респондентов других государств-членов ЕАЭС, однако наибольшая доля респондентов в этих государствах планирует отстаивать свои права в случае высокой стоимости товара (Республика Беларусь – 47%, Российская Федерация – 48%), а вторым по популярности в данных государствах был ответ «Да, в любом случае я буду пытаться их отстоять» (44% для Республики Беларусь и 38% для Российской Федерации).

Ответы респондентов на вопрос «В случае нарушения Ваших прав как потребителя намерены ли Вы отстаивать их в суде?» представлены на рисунке 3.49. Усредненные результаты показывают, что в ЕАЭС намерение защищать свои права в суде в любом случае имеют 24% респондентов, в случае высокой стоимости товара свои права намерены отстаивать 37% опрошенных респондентов. В случае причинения физического или морального вреда в процессе использования товара/получения услуги в суде свои права намерены отстаивать 33% и 22% респондентов, соответственно. 15% респондентов не планируют обращаться в суд по данному вопросу, а 10% затруднились ответить.

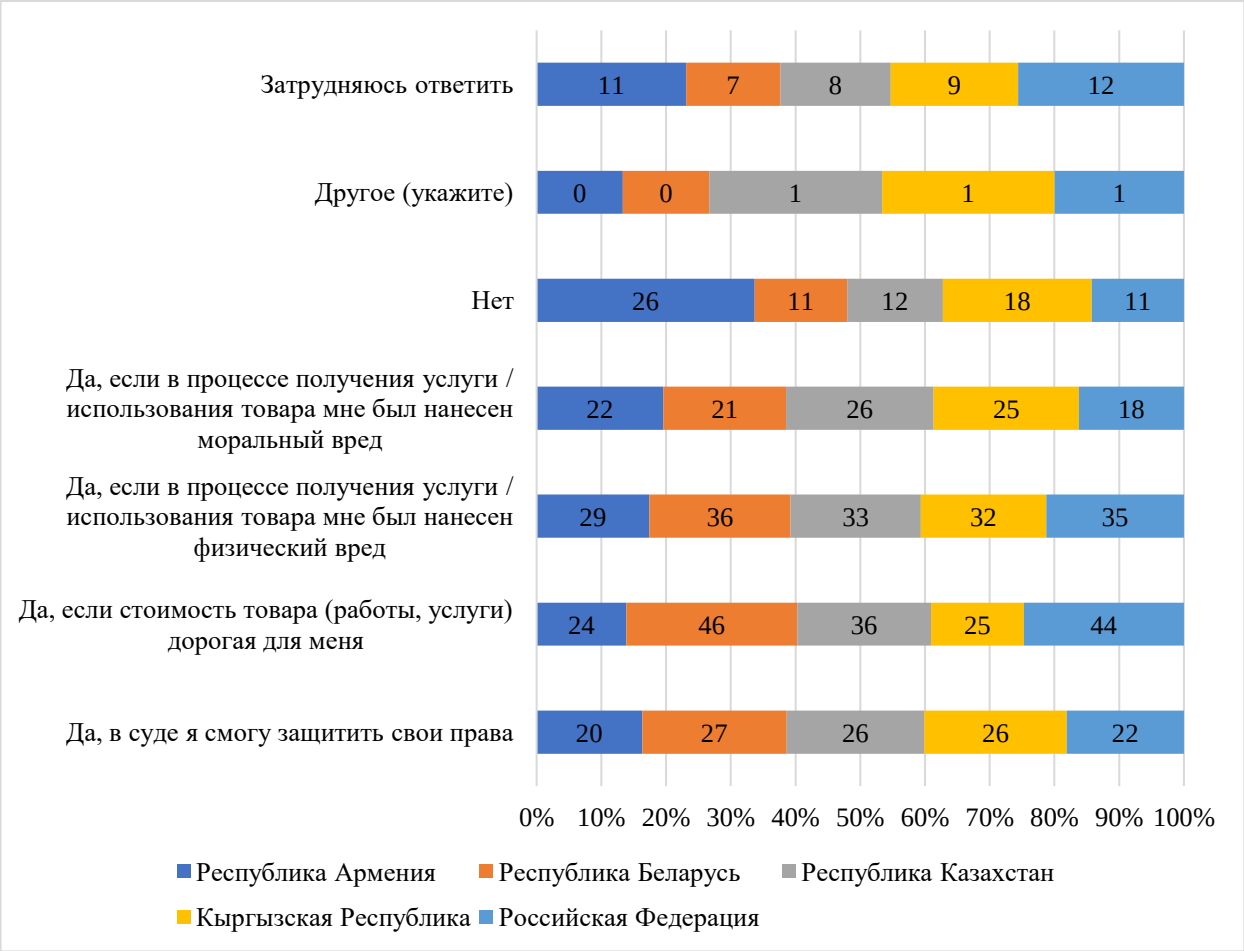



Рисунок 3.49 – Структура ответов на вопрос «В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их в суде?», %

Вариант «да, в суде я смогу защитить свои права» выбрали 20% респондентов из Республики Армения, 27% из Республики Беларусь, 26% из Республики Казахстан, 26% из Кыргызской Республики, 22% из Российской Федерации. Наибольшая доля респондентов Республики Беларусь, Республики Казахстан, Российской Федерации планируют обращаться в суд с целью защиты своих прав в случае высокой стоимости товара (46%, 36% и 44%, соответственно). Наибольшая доля респондентов Республики Армения и Кыргызской Республики намерены обращаться в суд с целью защиты своих прав как

потребителей в случае причинения им физического вреда при получении услуги/использовании товара (29% и 32% опрошенных, соответственно). Важно отметить, что не планируют защищать свои интересы в суде 11% респондентов из Республики Армения, 7% из Республики Беларусь, 8% из Республики Казахстан, 9% из Кыргызской Республики и 12% из Российской Федерации.

При сравнении результатов первого и второго социологических исследований, можно отметить, что значимым фактором для обращения в суд в случае нарушения прав респондентов как потребителей является высокая стоимость товара или услуги. Кроме того, наблюдается схожесть результатов в части готовности обращаться в суд в случае нарушения своих прав как потребителей при нанесении физического и морального ущерба при получении услуги/использования товара. Учитывая, что на втором этапе исследования репрезентативность выборки была повышена за счет корректировки анкеты, по данному блоку вопросов было получено более корректное распределение ответов, что повысило объективность результатов.

### 3.8 Блок 7 «Уровень эффективности государственного регулирования и деятельности общественных объединений в сфере защиты прав потребителей»

Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие органы должны заниматься защитой прав потребителей?» представлено на рисунке 3.50. Усредненные результаты демонстрируют, что большинство респондентов (65%) считают, что «государство, уполномоченные государственные органы» должны заниматься защитой прав потребителей. 35% указывают на необходимость выполнения этой функции «общественными объединениями потребителей», 28% готовы передать данную функцию «юристам» и «судебным органам», 8% затрудняются ответить, и лишь 5% считают, что «никто, защитой своих прав потребители должны заниматься сами».

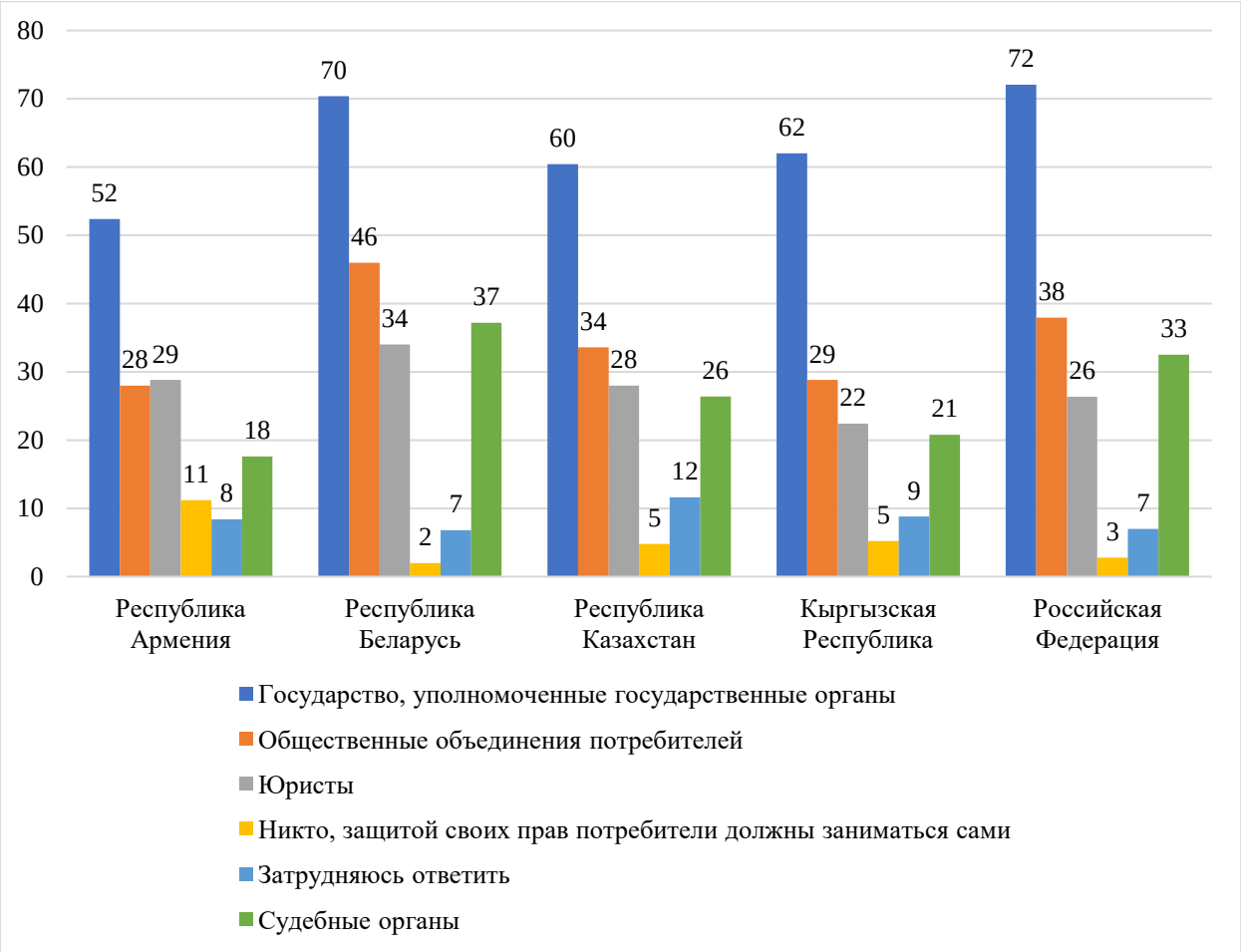



Рисунок 3.50 – Структура ответов на вопрос «Какие органы должны заниматься защитой прав потребителей?», %

Рассмотрим распределение ответов по государствам-членам. Доля респондентов, которые считают, что государство и государственные органы должны заниматься защитой прав потребителей в Республике Армения составляет 52%, в Республике Беларусь – 70%, в Республике Казахстан – 60%, в Кыргызской Республике – 62%, в Российской Федерации – 72%. Второе место по частоте выбора занимают «общественные объединения потребителей» среди респондентов Республики Беларусь (46%), Республики Казахстан (34%), Кыргызской Республики (29%) и Российской Федерации (38%). В Республике Беларусь и Российской Федерации респонденты указывают, что данным вопросом должны заниматься «судебные органы» (37% и 33%, соответственно).

При сравнении результатов первого и второго социологических исследований можно отметить, что структура расстановки вариантов ответа в порядке значимости является идентичными.

Структура ответов респондентов на вопрос «На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?» представлены на рисунке 3.51. Усредненные результаты показывают, что государственное регулирование в

сфере защиты прав потребителей как эффективное оценивают 57% респондентов. Из них 13% оценивают его эффективность как «очень эффективно» и 44% как «скорее эффективно». 22% опрошенных считают государственное регулирование по этому вопросу «скорее неэффективным» и 6% «абсолютно неэффективным». 16% респондентов затруднились ответить на данный вопрос.

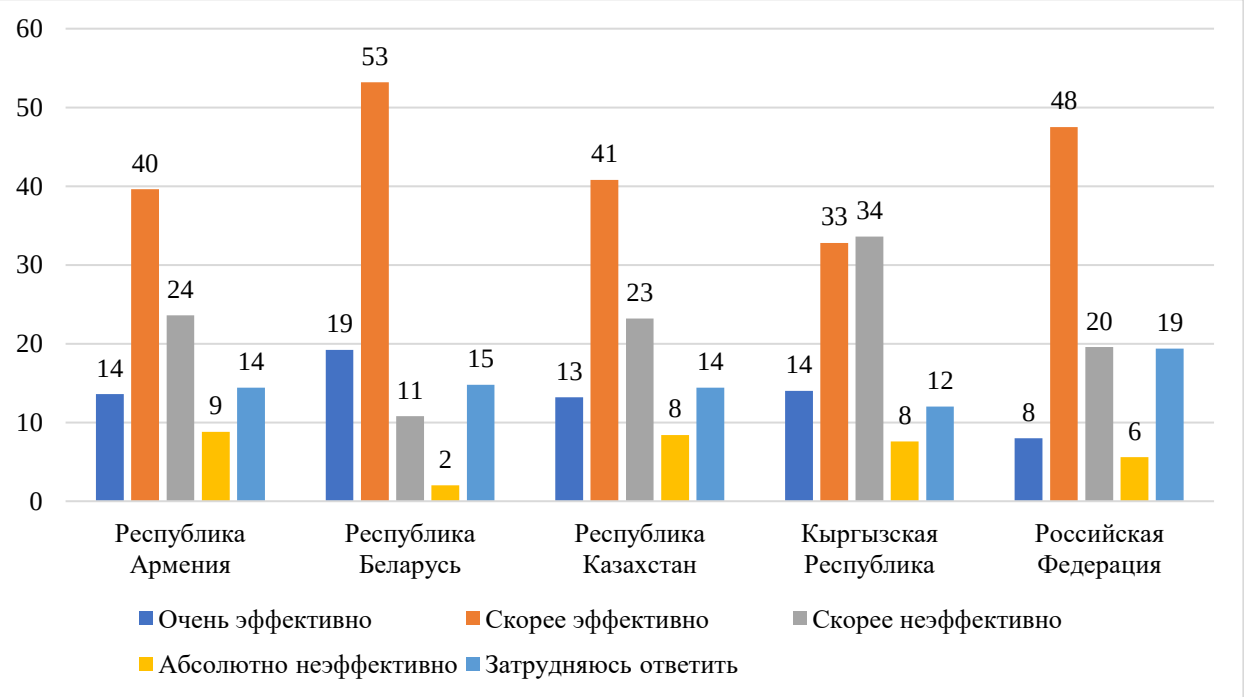



Рисунок 3.51 – Структура ответов на вопрос «На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?», %

Наибольшая доля респондентов Республики Армения, Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации отметила, что государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей «скорее эффективно» (40%, 53%, 41% и 48%, соответственно). В Кыргызской Республике респонденты, считающие государственное регулирование эффективным, составляют 33%, а 34%, напротив, оценивают государственное регулирование как неэффективное. Наибольшая доля респондентов, выбравших вариант «очень эффективно», находится в Республике Беларусь (19%). В Республике Армения и Кыргызской Республике данный показатель составил по 14%, а в Республике Казахстан и Российской Федерации - 13% и 8%, соответственно.

Сравнение результатов первого и второго социологических исследований по данному вопросу позволяет выявить достаточно высокую степень их сходимости. Так, более половины опрошенных и на первом этапе отмечали эффективность государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей. Доли ответов респондентов «абсолютно неэффективно» полностью совпадают, по 6% на каждом этапе исследований.

Распределение ответов респондентов на вопрос «Есть ли в Вашей стране общественные объединения в сфере защите прав потребителей?» представлено на рисунке 3.52. Усредненные результаты демонстрируют, что утвердительно на данный вопрос ответили 46% респондентов, затруднились ответить 42% опрошенных, и лишь 12% ответили, что, по их мнению, в их стране отсутствуют общественные объединения в сфере защиты прав потребителей.

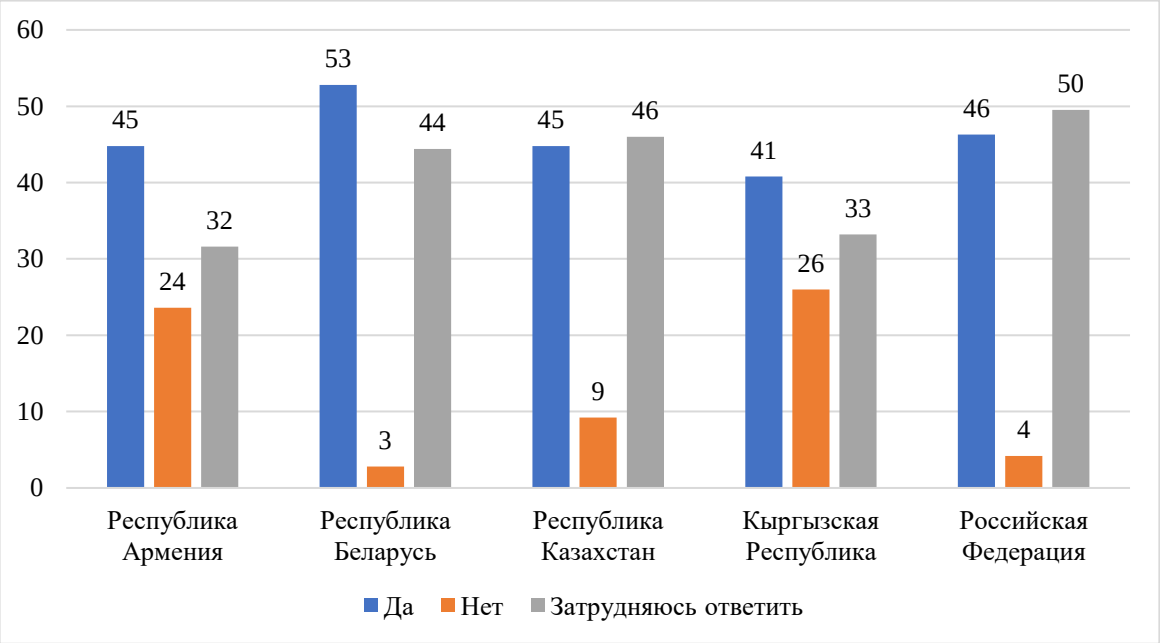



Рисунок 3.52 – Структура ответов на вопрос «Есть ли в Вашей стране общественные объединения в сфере защите прав потребителей?», %

Наибольшая доля респондентов из Республики Армения, Республики Беларусь и Кыргызской Республики указали вариант «да» (45%, 53% и 41%, соответственно), в то время как доля ответов «затрудняюсь ответить» с небольшим преимуществом превысила ответ «да» в Республике Казахстан (46%) и Российской Федерации (50%). Кроме того, по результатам опроса наименьшее число респондентов во всех государствах-членах ЕАЭС выбрали ответ «нет» (Республика Армения – 24%, Республика Беларусь – 3%, Республика Казахстан – 9%, Кыргызская Республика – 26%, Российская Федерация – 4%).

При сравнении результатов первого и второго социологического исследований можно отметить, что наибольшее число респондентов государств-членов ЕАЭС также положительно отвечают на данный вопрос. Однако, результаты первого социологического исследования не позволяли четко оценить уровень осведомленности респондентов по данному вопросу. В связи с этим, было сокращено количество предлагаемых вариантов ответа, что позволило получить более релевантную информацию, характеризующую знание респондентами функций, выполняемых общественными объединениями в сфере защиты прав потребителей.

Структура ответов респондентов на вопрос «На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сфере защиты прав потребителей?» приведена на рисунке 3.53. Усредненные данные указывают, что максимальная доля респондентов (42%) указывает на то, что работа таких организаций «скорее эффективна», 10% опрошенных выбрали вариант «очень эффективна», 19% отметили, что работа организаций «скорее неэффективна», 5% заявили о неэффективности работы таких организаций, а 24% респондентов затруднились ответить.

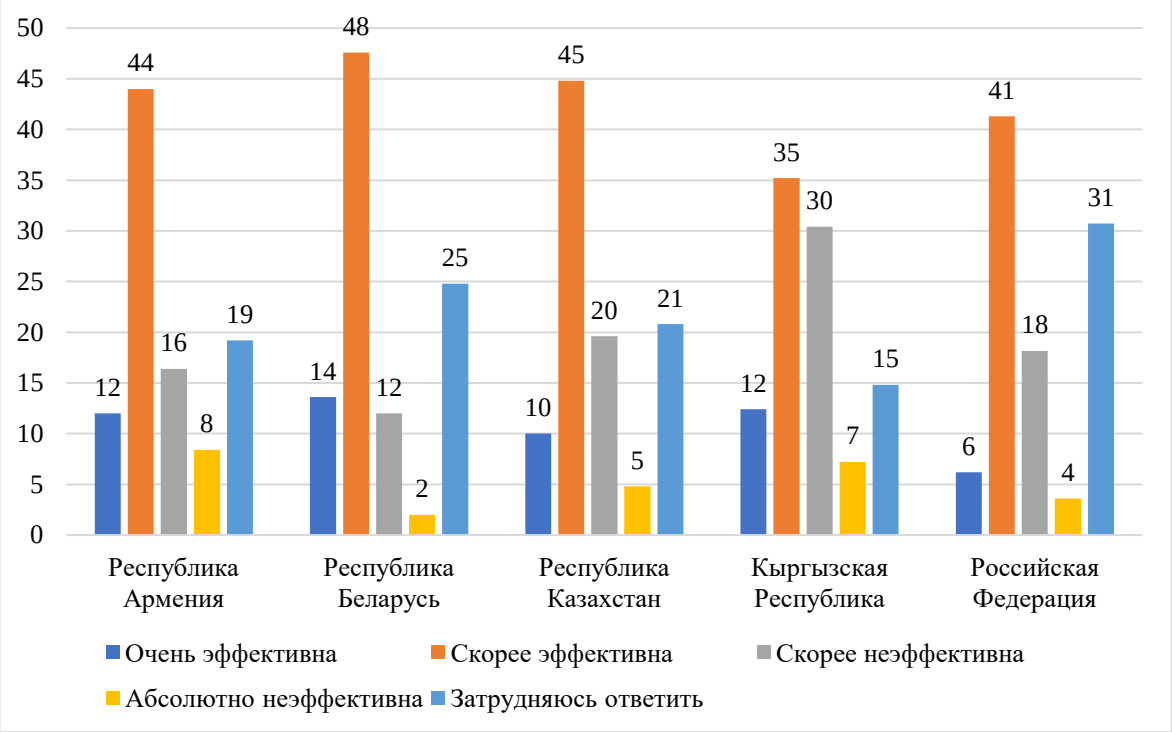



Рисунок 3.53 - Структура ответов на вопрос «На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сфере защиты прав потребителей?», %

По данному вопросу наблюдается хорошая сходимость результатов по нескольким вариантам ответа в разрезе государств-членов. Так, ответ «скорее эффективна» выбрало максимальное количество респондентов во всех государствах-членах ЕАЭС (Республика Армения – 44%, Республика Беларусь – 48%, Республика Казахстан – 45%, Кыргызская Республика – 35%, Российская Федерация – 41%). Кроме того, вариант «абсолютно неэффективна» выбрало меньшинство всех респондентов (Республика Армения – 8%, Республика Беларусь – 2%, Республика Казахстан – 5%, Кыргызская Республика – 7%, Российская Федерация – 4%). Также стоит отметить, что в Кыргызской Республике и Республике Казахстан наблюдается наибольшее число ответов «скорее неэффективна» по сравнению с другими государствами-членами (30% и 20%, соответственно), в Республике Армения, Республике Беларусь и Кыргызской Республике самая высокая доля ответов «очень эффективна» (12%, 14% и 12%, соответственно).

По результатам двух социологических исследований наблюдается высокая степень сходимости результатов. Так, наибольшая доля респондентов (45% и 42%, соответственно) отметили, что работа таких организаций является скорее эффективной. Утвердительно на поставленный вопрос в обоих опросах ответили 10% респондентов. Также затруднились ответить 24% респондентов как первого, так и второго опроса.

Результаты, полученные в ходе ответов респондентов на вопрос «Сколько раз Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?», представлены на рисунке 3.54. Усредненные результаты ответов на данный вопрос показывают, что 29% респондентов сталкивались с нарушением своих прав как потребителя «один раз в несколько лет», 26% «никогда не приходилось оказываться в такой ситуации», 23% оказывались в такой ситуации «один-два раза в год», по 4% указали, что такие ситуации происходят с ними «один раз в месяц» и «чаще, чем один раз в месяц». Затруднились ответить 17% респондентов.

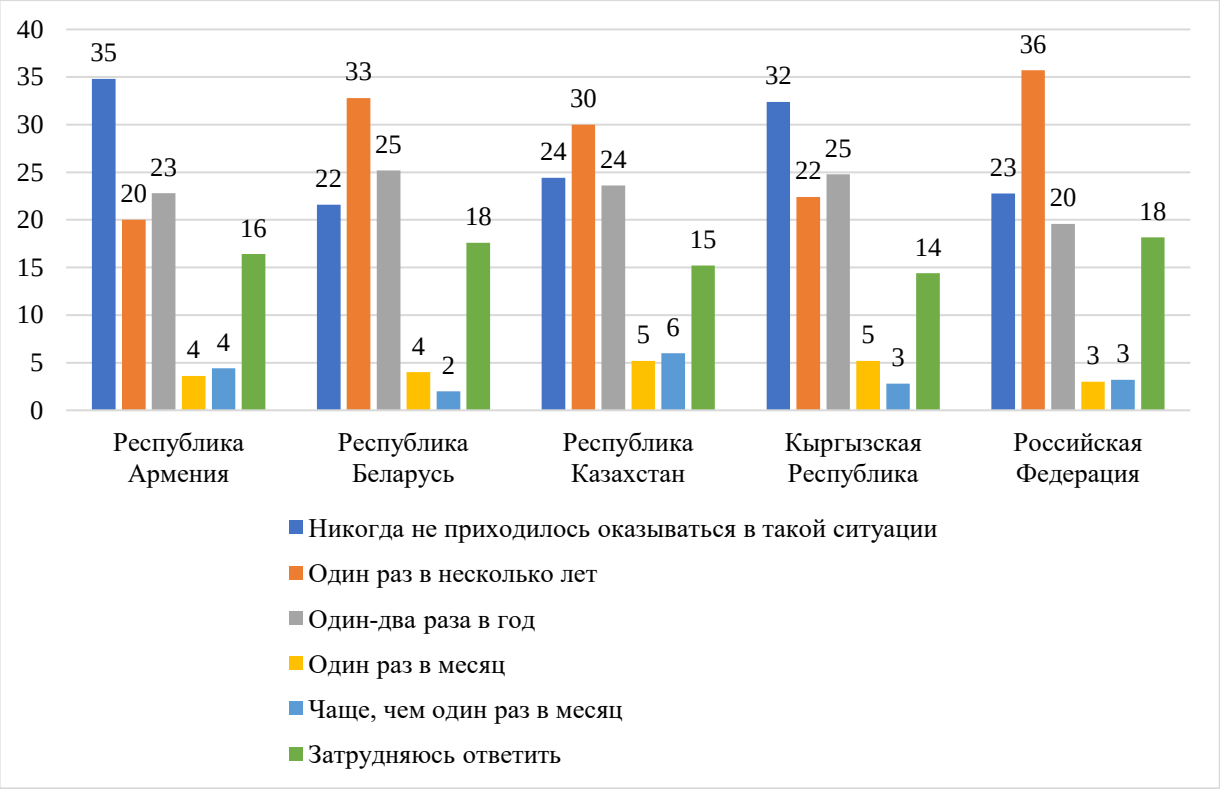



Рисунок 3.54 – Структура ответов на вопрос «Сколько раз Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?», %

В Республике Армения и Кыргызской Республике наибольшая часть респондентов никогда не оказывалась в ситуации нарушения прав (35% и 32%, соответственно). Респонденты из Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации в большей части сталкивались с нарушением своих прав как потребителя один раз в несколько лет (33%, 30% и 36%, соответственно). Распределение респондентов,

сталкивающихся с нарушением прав потребителей один-два раза в год, примерно одинаково во всех государствах-членах ЕАЭС: 23% респондентов из Республики Армения, 25% - из Республики Беларусь, 24% - из Республики Казахстан, 25% - из Кыргызской Республики и 20% - из Российской Федерации. Реже всего среди всех респондентов государств-членов ЕАЭС встречаются варианты ответа «один раз в месяц» и «чаще, чем один раз в месяц».

Результаты первого и второго социологических исследований по данному вопросу коррелируют между собой. Как и по результатам первого опроса (30%), 29% респондентов второго опроса отметили, что их права нарушались «один раз в несколько лет». «Один-два раза в год» - с такой ситуацией сталкивались 25% и 23% опрошенных в рамках первого и второго исследования, соответственно. В первом социологическом исследовании 7% респондентов отметили, что их права нарушались «один раз в месяц» и «чаще, чем один раз в месяц», а по итогам второго исследования был получен результат 4% по тем же показателям. Затруднились ответить 19% и 17% в первом и втором опросе, соответственно.

Динамику развития взаимоотношений потребителей с изготовителем (продавцом) товаров, исполнителем (работ, услуг) в течение трехлетнего периода можно выявить при изучении результатов обращения в соответствующие органы при нарушении прав потребителей (рисунок 3.55).

Рисунок 3.55 – Структура ответов на вопрос «Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей?», %

Усредненные результаты показывают, что в ЕАЭС за последние три года большинство респондентов никуда не обращались при нарушении их прав, а решали проблему с изготовителем (продавцом), исполнителем (работ, услуг) самостоятельно. Доля таких респондентов составила 69%. Если рассматривать ответы по государствам-членам, то большая доля приходится на Республику Беларусь (77%), наименьшая – на Кыргызскую Республику (53%). При этом следует отметить, что в Кыргызской Республике 22% респондентов ничего не пытались предпринять при нарушении их прав (при усредненном результате в 9%).

Невысокие усредненные значения приходятся на ответы респондентов, которые обращались к услугам юристов при нарушении их прав (6%). Немного выбивается из общей тенденции Республика Армения, там 13% респондентов обращались к юристам за разрешением своих проблем, наименьшая доля обратившихся к юристам респондентов приходится на Республику Беларусь (3%). Следует отметить, что эти данные хорошо коррелируют с результатами первого социологического исследования, что подтверждает их объективность и воспроизводимость.

Причины, по которым респонденты отказывались обращаться в различные инстанции для защиты их прав, были: неэффективность системы защиты (29%), отсутствие времени (16%) и отсутствие информации о месте и способе обращения (14%). На самую неэффективную систему защиты указали респонденты Кыргызской Республики (46%), далее идет Российская Федерация (30%) и Республика Казахстан (24%), в Республике Беларусь такого мнения придерживаются 8% респондентов, а в Республика Армения они полностью отсутствуют.

38 и 49 % респондентов подтвердили, что им удалось, соответственно, полностью или частично отстоять свои права при их нарушении (рисунок 3.56). Во всех государствах-членах совокупная доля таких ответов находится в диапазоне от 77 до 91%. Лидирующие позиции с уровнем в 90-91% занимают Российская Федерация и Республика Беларусь, далее следует Республика Казахстан (87%). В Республике Армения и Кыргызской Республике доля таких ответов составляет 79 и 77%, соответственно. В этих же государствах-членах отмечается наибольшая доля нерешенных дел («не удалось отстоять свои права», «вопрос завис на рассмотрении») – 21% в Республике Армения и 23 % в Кыргызской Республике. Усредненная доля таких ответов по государствам-членам составляет 14%.

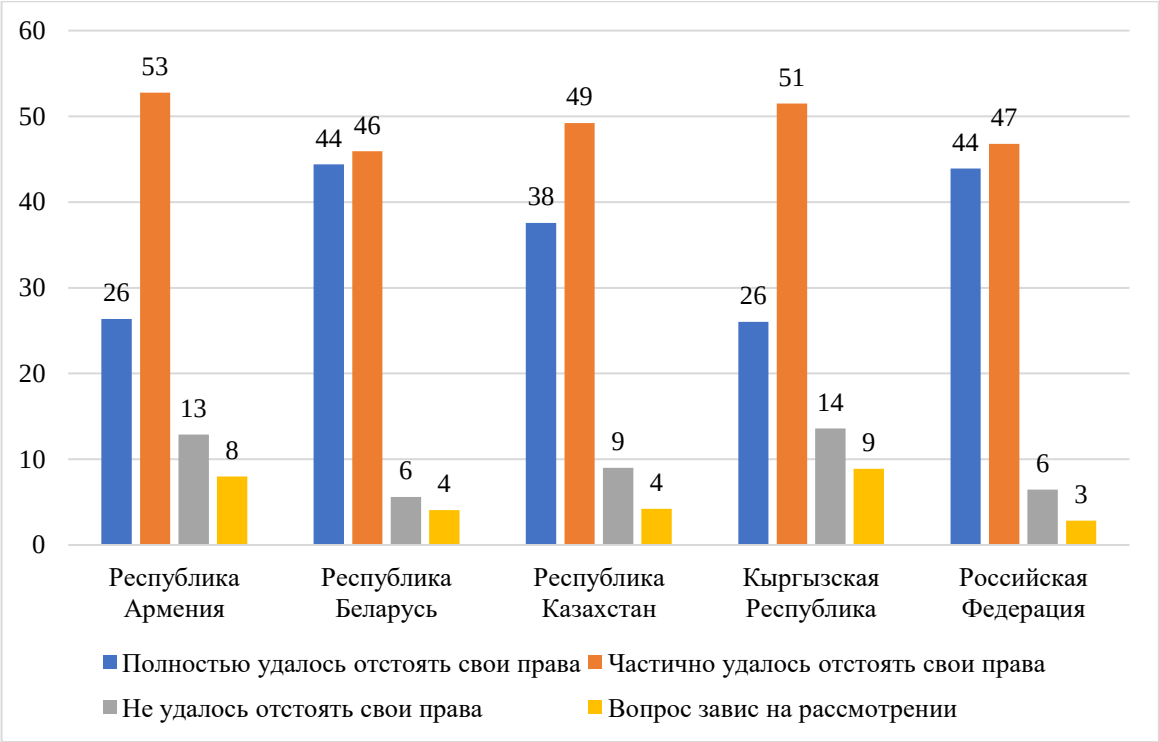



Рисунок 3.56 – Структура ответов на вопрос «Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?», %

Наиболее высокая доля респондентов, которым не удалось отстоять свои права при их нарушении, приходится на Республику Армения (13%) и Кыргызскую Республику (14%), при усредненных значениях в 9%. Наименьшую долю респондентов, не отстоявших свои права, составляют потребители из Республики Беларусь и Российской Федерации (по 6%, соответственно).

Сравнение усредненных результатов опроса респондентов с результатами предыдущего опроса представлено в таблице 3.1.

Таблица 3.1 - Сравнение усредненных данных первого и второго социологического исследования по эффективности результатов обращения за защитой прав потребителей*

| Ответы на вопрос «Если Ваши права нарушались, то удалось ли Вам отстоять свои права?» | Доля ответов, % | |
|---|---|---|
| | Первое социологическое исследование | Второе социологическое исследование |
| Полностью удалось отстоять свои права | 40 | 38 |
| Частично удалось отстоять свои права | 40 | 49 |
| Не удалось отстоять свои права | 9 | 9 |
| Вопрос завис на рассмотрении | 11 | 5 |

*разработано авторами

Анализ данных таблицы свидетельствует о достаточно высокой степени сходимости результатов по данному вопросу.

В анкете первого социологического исследования вопрос 42 «Как Вы думаете, законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки, направленные на всестороннюю и эффективную защиту прав

потребителей или на сегодняшний день законодательство, вполне отвечает всем ожиданиям потребителей?» вызвал сложность у респондентов, поэтому этот вопрос был скорректирован и разделен на два логично вытекающих один из другого вопроса: 41 «Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?» и вопрос 42 « Как Вы думаете, существует ли необходимость совершенствования законодательства по защите прав потребителей?».

Оценивая текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей, усредненные данные показали, что респонденты оценивают ситуацию как удовлетворительную – суммарная доля ответов «права полностью соблюдаются» и «соблюдаются частично» во всех государствах-членах превышает 55%, а усредненная доля таких ответов составляет 68%. Ранжирование государств-членов по данному показателю следующее: Республика Беларусь (78%), Российская Федерация (73%), Республика Казахстан (63%), Республика Армения (61%), Кыргызская Республика (55%) (рисунок 3.57).

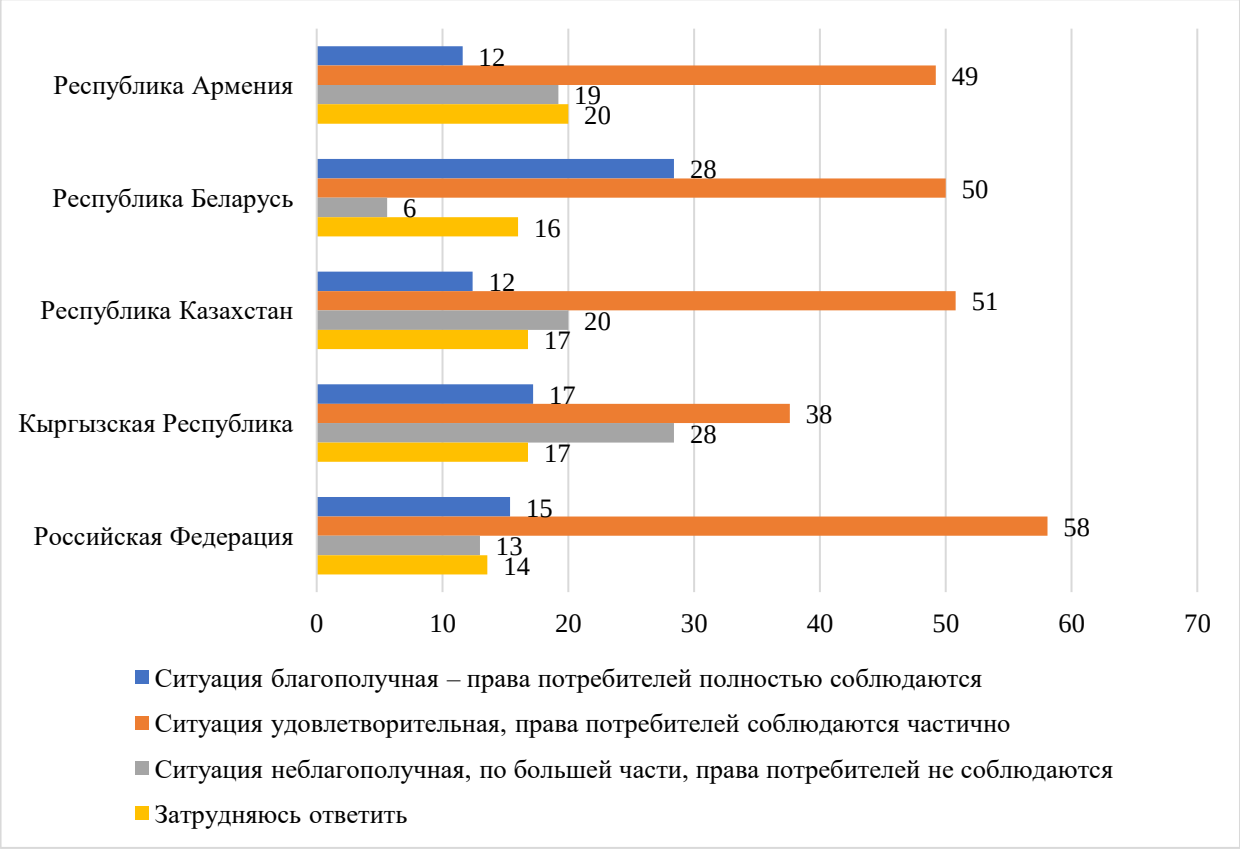



Рисунок 3.57 – Структура ответов на вопрос «Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?», %

Сравнение результатов первого социологического исследования со вторым показали полное совпадение данных по Республике Беларусь (78%). Данные по остальным государствам-членам Союза несколько изменились. В Российской Федерации в первом

социологическом исследовании положительно ситуацию оценили 57% респондентов, в Республике Казахстан – 36%, в Республике Армения – 45%, в Кыргызской Республике – 31%.

Оценивая необходимость совершенствования законодательства по защите прав потребителей (рисунок 3.58), большинство респондентов сошлись во мнении, что законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки (50%), в то же время 27% респондентов отметили, что законодательство вполне отвечает всем ожиданиям потребителей.

Максимальную удовлетворенность законодательством высказали респонденты из Республики Беларусь (38%), далее следуют респонденты из Республики Казахстан (27%), и по 24% удовлетворенных законодательством респондентов приходится на Республику Армения, Кыргызскую Республику и Российскую Федерацию.

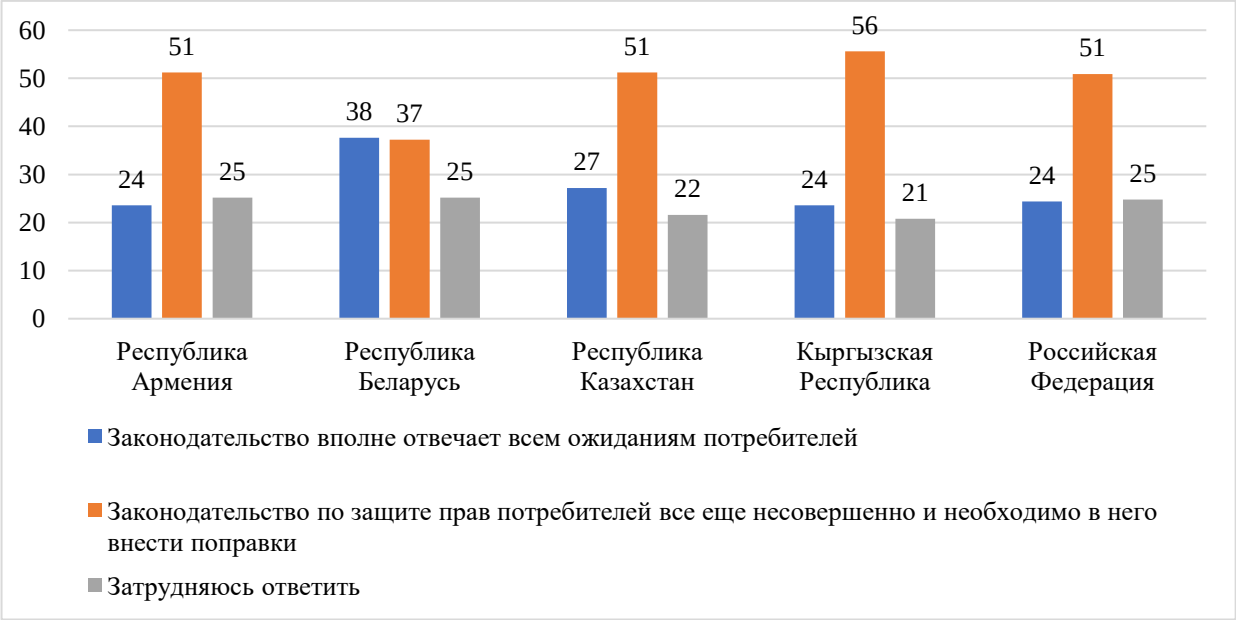



Рисунок 3.58 - Структура ответа на вопрос «Как Вы думаете, существует ли необходимость совершенствования законодательства по защите прав потребителей?», %

Усредненное значение (24%) ответов респондентов, у которых данный вопрос вызвал затруднение, на первый взгляд, кажется довольно высоким. Однако при сравнении с усредненными результатами первого социологического исследования, когда 28% респондентов также не смогли ответить на этот вопрос, это значение ниже.

При исследовании динамики изменения ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет, согласно усредненным данным, было выявлено, что большинство потребителей (59%) государств-членов Союза оценивают ситуацию как стабильную, оставшуюся на прежнем уровне (рисунок 3.59).

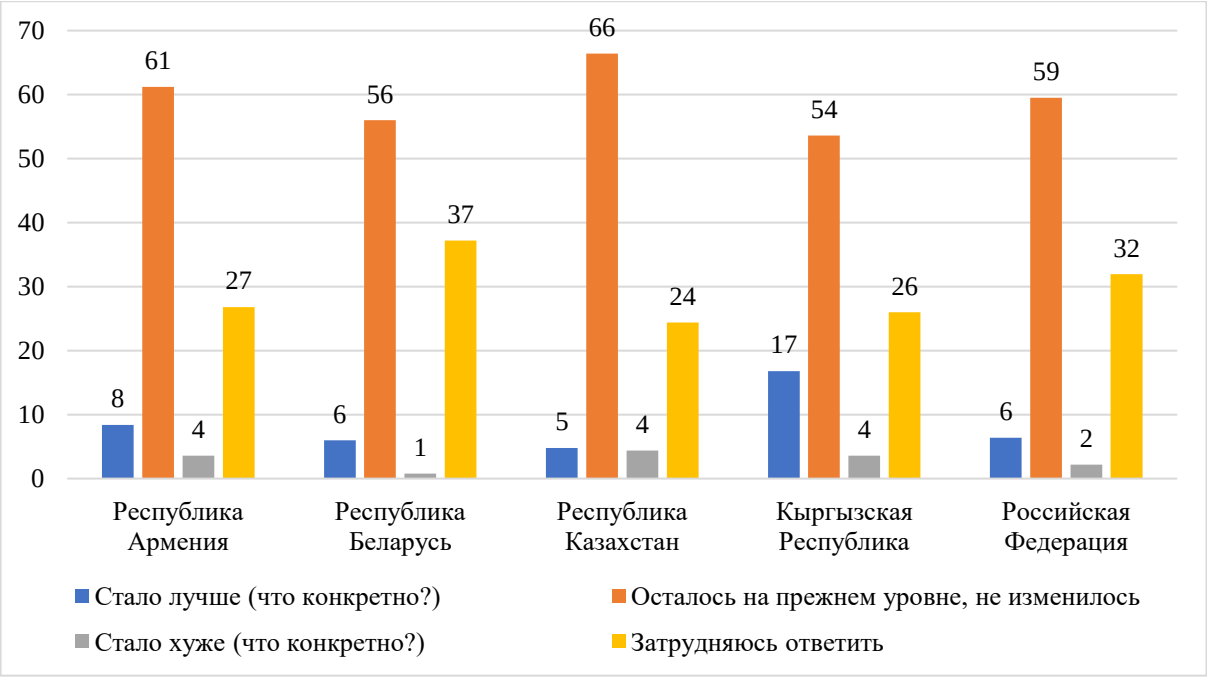



Рисунок 3.59 - Структура ответа на вопрос «Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?», %

При этом мнения респондентов внутри государств-членов варьируют в диапазоне от 54% по Кыргызской Республике до 66% по Республике Казахстан.

Максимальная доля респондентов, у которых данный вопрос вызвал затруднения, приходится на Республику Беларусь (37%), а минимальная доля – на Республику Казахстан (24%). Кроме того, следует отметить, что доля респондентов в Кыргызской Республике, которые отметили положительную динамику изменения ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей, составила 17%, а минимальные значения отмечены в Республике Казахстан (5%).

Вопрос о необходимости расширения прав потребителей логично вытекает из предыдущего вопроса. Структура ответов на данный вопрос представлена на рисунок 3.60. Усредненные значения показали, что за необходимость расширения прав в значительной степени высказались 71% респондентов, отрицательно высказались – 11%, не определились с ответами 18% респондентов.

За необходимость расширение прав потребителей высказались по 78% респондентов в Республике Армения и Кыргызской Республики, и это максимальное значение. Далее следуют Республика Казахстан (75%) и Российская Федерация (66%). Минимальное число респондентов, которые высказались за необходимость расширения прав потребителей, зафиксировано в Республике Беларусь (59%).

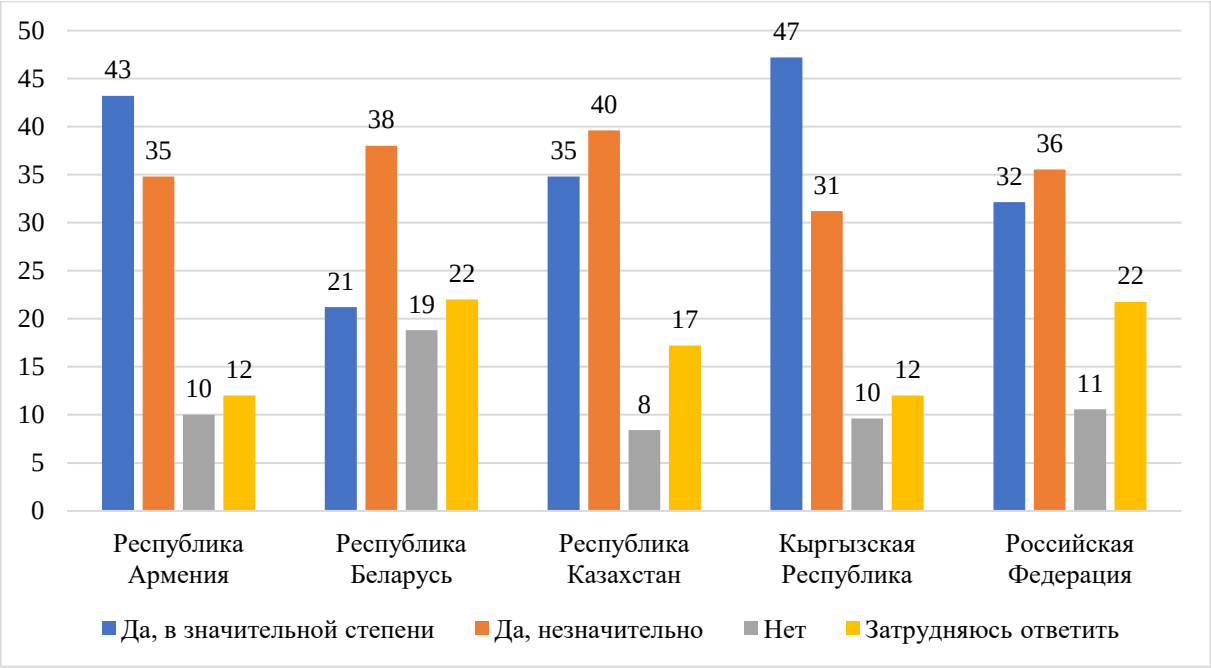



Рисунок 3.60 - Структура ответов на вопрос «Считаете ли Вы необходимым расширение прав потребителей?», %

На вопрос о необходимости усиления регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг) усредненные данные по государствам-членам Союза показали, что за усиление регулятивных мер выступают 74% респондентов, причем, только 9% респондентов ничего не хотят менять, а 17% затруднились ответить (рисунок 3.61).

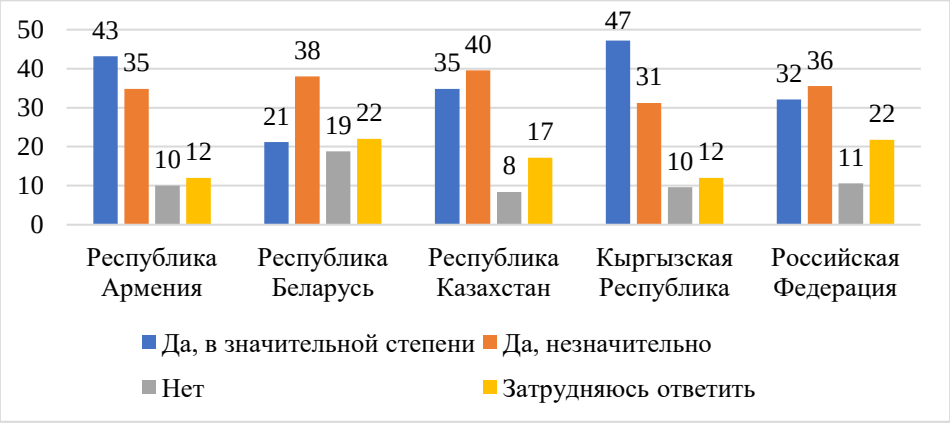



Рисунок 3.61 - Структура ответов на вопрос «Как Вы думаете, есть ли необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?», %

Разброс мнений респондентов, поддерживающих усиление регулирования, по государствам-членам несколько варьирует: 66% такого мнения придерживаются респонденты в Республике Беларусь, 71% респондентов Кыргызской Республики, 72%

респондентов в Российской Федерации, 79% в Республике Казахстан и 74% в Республике Армения.

Усредненные данные первого социологического исследования показали, что 68% респондентов подтвердили необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг), отрицательно высказались 11%, затруднились с ответом 9% респондентов.

Детализация конкретных направлений усиления мер по защите прав потребителя выявила представлена на рисунке 3.62.

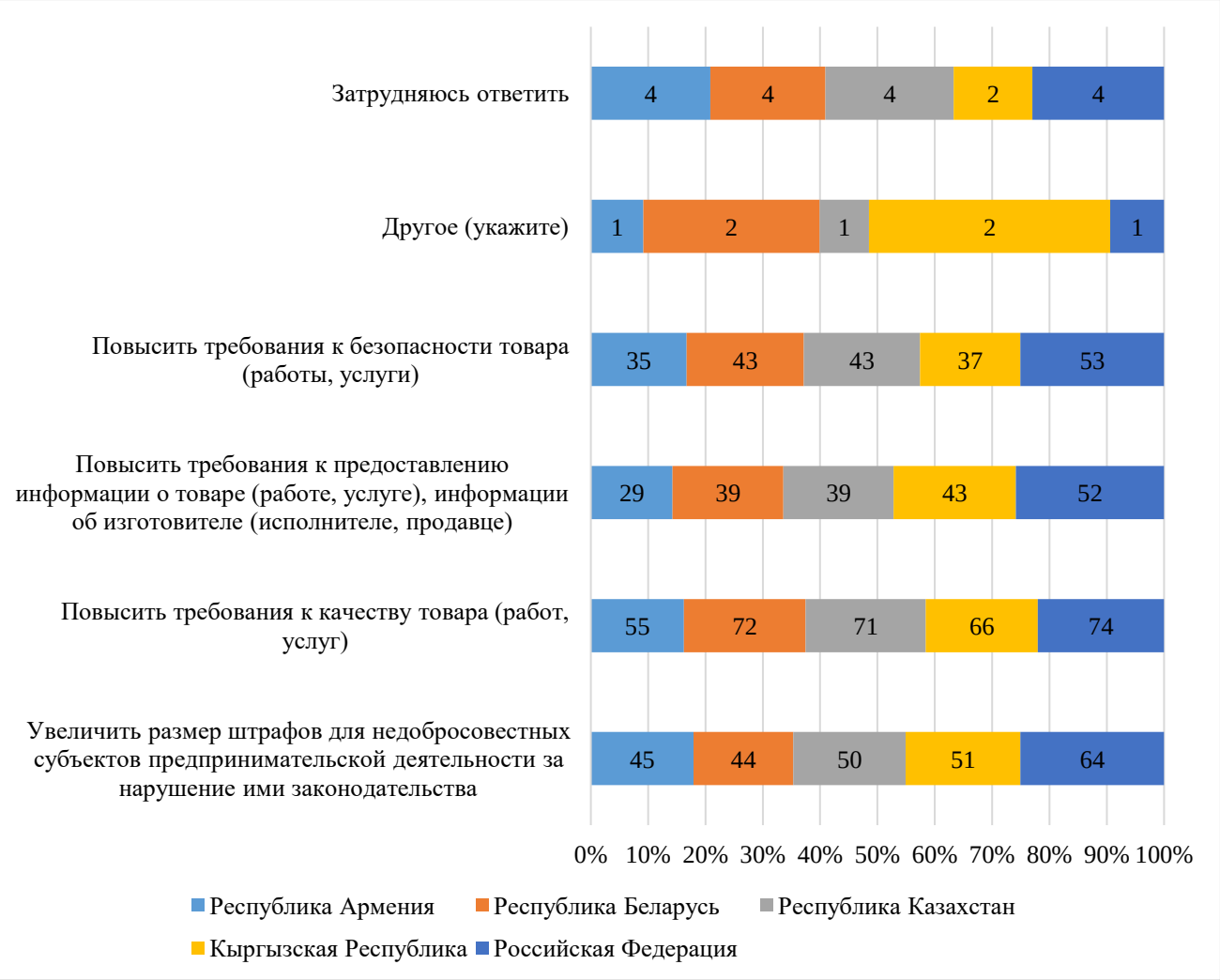



Рисунок 3.62 - Структура ответов на вопрос «Что необходимо усилить в вопросе регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?», %

Усредненное значение ответов респондентов, выступающих за повышение требований к качеству товаров (работ, услуг), составляет 68%, это максимальное значение среди всех мер, предлагаемых в качестве инструментов усиления регулятивных отношений

между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг). Причем по государствам-членам ответы распределились следующим образом: Российская Федерация – 74%, далее следует Республика Беларусь (72%), не отстает Республика Казахстан – 71%, далее Кыргызская Республика – 66% и Республика Армения – 55%.

За увеличение размера штрафов для недобросовестных субъектов предпринимательской деятельности в сфере нарушения ими законодательства в сфере защиты прав потребителей выступили, в среднем по всем государствам-членам, 53% респондентов. По отдельным государствам-членам максимальное значение приходится на Российскую Федерацию (64%), а минимальное значение – на Республику Беларусь (44%).

Следует заметить, что такие предпочтения были выявлены и при проведении первого социологического исследования (43% респондентов выразили желание повысить требования к качеству товаров или услуг; увеличить размер штрафов предлагали 31% респондентов). Повысить требования к информации и требования к безопасности товаров или услуг хотят, соответственно, 11% и 10% респондентов. Всего 1% респондентов выразили затруднения при ответе на этот вопрос, что еще раз подтверждает его правильную формулировку.

### 3.9 Расчет базовых показателей (индикаторов) по результатам социологических исследований и их сравнительный анализ

На основе результатов, полученных по итогам проведения социологических исследований в государствах-членах в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав, был произведен расчет базового набора показателей (индексов) по установленным в разработанной методике унифицированным формулам расчета.

***Показатели удовлетворенности потребителей качеством товаров и оказываемых услуг*** рассчитывались по каждому виду ситуаций (приобретения товаров-получения услуг) взаимодействия респондента с изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями работ (услуг) и, в целом, по исследуемой совокупности ситуаций.

Показатель удовлетворенности потребителей качеством товаров оценивали на основе результатов ответов потребителей на вопрос №18 «Оцените, насколько в целом Вы удовлетворены качеством следующих товаров?» по наиболее востребованным товарным группам.

Удовлетворенность потребителей качеством товаров определяли как совокупность доли респондентов, ответивших «Полностью удовлетворены» и доли респондентов,

ответивших «Скорее удовлетворены». Показатели рассчитывали как для первого, так и для второго социологического исследования (таблицы 3.2, 3.3). Также по каждому государству-члену Союза определяли среднее значение удовлетворенности качеством товаров (18.1-18.5).

Таблица 3.2 – Показатели удовлетворенности потребителей качеством товаров по результатам первого социологического исследования*

| № п/п | Категории товаров | Доля респондентов, удовлетворенных качеством товаров, % | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация | Среднее значение по категории |
| 1 | Продукты питания | 91 | 94 | 75 | 86 | 81 | 85,4 |
| 2 | Одежда, обувь | 79 | 79 | 69 | 83 | 72 | 76,4 |
| 3 | Парфюмерно-косметические товары, товары бытовой химии | 76 | 86 | 75 | 79 | 80 | 79,2 |
| 4 | Электротовары, бытовая техника | 78 | 86 | 80 | 79 | 75 | 79,6 |
| 5 | Алкогольная, табачная продукция | 69 | 82 | 74 | 73 | 75 | 74,6 |
| Среднее значение по всем категориям товаров | | 78,6 | 85,4 | 74,6 | 80,0 | 76,6 | - |

*разработано авторами

Как видно из таблицы 3.2., максимальное среднее значение уровня удовлетворённости качеством товаров приходится на Республику Беларусь (85,4%), за ней следуют Кыргызская Республика (80,0%) и Республика Армения (78,6%), далее идут Российская Федерация (76,6%) и Республика Казахстан (74,6%). Причем, наибольшая удовлетворенность по всем государствам-членам Союза приходится на качество продуктов питания (85,4%), наименьшая – на качество алкогольной и табачной продукции (74,6%).

По результатам второго социологического исследования видно, что позиции стран по усредненным значениям удовлетворенности качеством товаров несколько изменились. Как и при первом исследовании, по результатам второго социологического исследования лидирует Республика Беларусь (86,2%), далее следуют Российская Федерация (77,8%), Республика Казахстан (77,0%), Республика Армения (76,4%) и Кыргызская Республика (70,8%) (таблица 3.3). Такой порядок ранжирования государств-членов может быть объяснен существенным изменением структуры респондентов при формировании выборочной совокупности при проведении второго социологического исследования – к опросу были привлечены не только жители столичных городов, но и респонденты из сельской местности, доля которых в Кыргызской Республике оказалась самой высокой

(65%). Интересно отметить, что ранг усредненных ответов по удовлетворенности качеством отдельных товарных категорий сохранился: по-прежнему, лидируют продукты питания (83%), а наиболее низкая удовлетворенность качеством алкогольной и табачной продукции (69%). Диапазон колебаний усредненных ответов стал несколько шире, поскольку на него в значительной степени повлияло увеличение объема выборочной совокупности.

Таблица 3.3 – Показатели удовлетворенности потребителей качеством товаров по результатам второго социологического исследования*

| № п/п | Категории товаров | Доля респондентов, удовлетворенных качеством товаров, % | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация | Среднее значение по категории |
| 1 | Продукты питания | 81 | 93 | 80 | 83 | 78 | 83,0 |
| 2 | Одежда, обувь | 77 | 85 | 77 | 70 | 74 | 76,6 |
| 3 | Парфюмерно-косметические товары, товары бытовой химии | 75 | 88 | 81 | 69 | 82 | 79,0 |
| 4 | Электротовары, бытовая техника | 80 | 89 | 81 | 72 | 81 | 80,6 |
| 5 | Алкогольная, табачная продукция | 69 | 76 | 66 | 60 | 74 | 69,0 |
| Среднее значение по всем категориям товаров | | 76,4 | 86,2 | 77,0 | 70,8 | 77,8 | - |

*разработано авторами

В целом, следует отметить довольно высокие значения показателей удовлетворенности качеством товаров во всех государствах-членах Союза.

Показатели удовлетворенности потребителей качеством оказываемых услуг определяли по результатам ответов на вопрос №19 «Оцените, насколько в целом Вы удовлетворены качеством следующих услуг?» по 12 группам услуг.

Показатель удовлетворенности потребителей качеством услуг определяли как совокупность доли респондентов, отметивших вариант «Полностью удовлетворены» и «Скорее удовлетворены». Далее рассчитывали средний показатель по всем видам услуг (19.1-19.12).

Значения данного показателя представлены в таблице 3.4 (для первого социологического исследования) и в таблице 3.5 (для второго социологического исследования).

Таблица 3.4 – Показатели удовлетворенности потребителей качеством услуг по результатам первого социологического исследования*

| № п/п | Виды услуг | Доля респондентов, удовлетворенных качеством услуг, % | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация | Среднее значение по виду услуг |
| 1 | Услуги розничной торговли | 78 | 87 | 81 | 83 | 85 | 82,8 |
| 2 | Услуги дистанционной торговли | 74 | 79 | 80 | 74 | 82 | 77,8 |
| 3 | Услуги общественного питания | 82 | 85 | 73 | 71 | 84 | 79,0 |
| 4 | Туристские услуги (путешествия, экскурсии) | 69 | 60 | 64 | 62 | 63 | 63,6 |
| 5 | Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.) | 63 | 73 | 76 | 73 | 70 | 71,0 |
| 6 | Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнес-центров | 85 | 87 | 83 | 67 | 68 | 78,0 |
| 7 | Медицинские услуги | 52 | 63 | 49 | 58 | 61 | 56,5 |
| 8 | Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио) | 77 | 80 | 55 | 74 | 83 | 73,8 |
| 9 | Услуги общественного транспорта, в том числе такси | 57 | 89 | 63 | 51 | 65 | 65,0 |
| 10 | Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.) | 64 | 80 | 64 | 57 | 85 | 70,0 |
| 11 | Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования) | 57 | 58 | 56 | 54 | 64 | 57,8 |
| 12 | Финансовые услуги | 72 | 87 | 73 | 76 | 80 | 77,6 |
| Среднее значение по всем видам услуг | | 69,2 | 72,0 | 68,1 | 61,0 | 74,1 | - |

*разработано авторами

По результатам первого социологического исследования было установлено, что усредненные значения изменялись в следующей последовательности по государствам-членам Союза: максимум пришелся на Российскую Федерацию (74,1%), далее следует Республика Беларусь (72,0%), потом – Республика Армения (69,2%), затем Республика

Казахстан (68,1%), и Кыргызская Республика (61,0%). В разрезе отдельных видов услуг, в среднем по государствам-членам, следует отметить самую высокую удовлетворенность качеством услуг розничной торговли (82,8%), а самую низкую – качеством медицинских услуг (56,5%) и обучающих, образовательных услуг (57,8%). Наблюдается также достаточно низкая удовлетворенность качеством туристских услуг (63,6%) и услуг общественного транспорта (65%).

Таблица 3.5 – Показатели удовлетворенности потребителей качеством услуг по результатам второго социологического исследования*

| № п/п | Виды услуг | Доля респондентов, удовлетворенных качеством услуг, % | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация | Среднее значение по виду услуг |
| 1 | Услуги розничной торговли | 81 | 94 | 74 | 72 | 87 | 81,6 |
| 2 | Услуги дистанционной торговли | 80 | 92 | 75 | 72 | 86 | 81,0 |
| 3 | Услуги общественного питания | 78 | 86 | 72 | 73 | 79 | 77,6 |
| 4 | Туристские услуги (путешествия, экскурсии) | 68 | 76 | 68 | 69 | 72 | 70,6 |
| 5 | Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.) | 74 | 67 | 71 | 69 | 74 | 71,0 |
| 6 | Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнес-центров | 86 | 90 | 78 | 82 | 87 | 84,6 |
| 7 | Медицинские услуги | 69 | 68 | 48 | 59 | 59 | 60,6 |
| 8 | Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио) | 78 | 81 | 60 | 80 | 86 | 77,0 |
| 9 | Услуги общественного транспорта, в том числе такси | 62 | 83 | 70 | 65 | 77 | 71,4 |
| 10 | Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.) | 71 | 76 | 62 | 75 | 70 | 70,8 |
| 11 | Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования) | 74 | 78 | 61 | 64 | 65 | 68,4 |
| 12 | Финансовые услуги | 78 | 82 | 73 | 74 | 77 | 76,8 |
| Среднее значение по всем видам услуг | | 74,9 | 81,0 | 67,7 | 71,2 | 76,6 | - |

*разработано авторами

Результаты второго социологического исследования показали такую же изменчивость усредненных значений по удовлетворенности потребителей качеством услуг, при этом распределение государств-членов по усредненным значениям показателя несколько изменилось: Республика Беларусь (81%), Российская Федерация (76,6%), Республика Армения (74,6%), Кыргызская Республика (71,2%), Республика Казахстан (67,7%). Как было указано выше, причинами таких изменения являются увеличение объема выборки и соблюдение принципов формирования выборочной совокупности. Нельзя не отметить, что эти факторы благоприятно повлияли также на рост удовлетворенности качеством отдельных видов услуг, в частности медицинских, образовательных, туристских и услуг общественного транспорта. Положительным также является незначительно увеличение доли удовлетворенных респондентов качеством услуг дистанционной торговли (прирост составляет 3,2%).

***Показатель эффективности мер, принимаемых для защиты прав потребителей***, характеризует уровень правового сознания и активности потребителей по защите своих прав. Также этот критерий отображает степень доверия потребителей к деятельности государственных органов в сфере защиты их прав.

При расчете показателя эффективности мер, принимаемых для защиты прав потребителей, рассчитывают отношение количества респондентов, отметивших вариант ответа «Стало лучше», к общему количеству опрошенных (результативных анкет) в вопросе №43 «Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?». Результаты оценки эффективности мер по защите прав потребителей по результатам первого и второго социологических исследований представлены в таблице 3.6.

Таблица 3.6 - Показатели эффективности мер, принимаемых для защиты прав потребителей, по результатам двух социологических исследований*

| Государство-член ЕАЭС | Первое социологическое исследование | | Второе социологическое исследование | |
|---|---|---|---|---|
| | Число ответов «Стало лучше»/Число результативных анкет | Коэффициент эффективности мер по защите прав потребителей, % | Число ответов «Стало лучше»/Число результативных анкет | Коэффициент эффективности мер по защите прав потребителей, % |
| Республика Армения | 5/100 | 5,0 | 20/250 | 8,0 |
| Республика Беларусь | 6/100 | 6,0 | 15/250 | 6,0 |
| Республика Казахстан | 5/100 | 5,0 | 13/250 | 5,0 |
| Кыргызская Республика | 8/100 | 8,0 | 43/250 | 17,0 |
| Российская Федерация | 42/595 | 7,0 | 30/501 | 6,0 |

*разработано авторами

Как видно из данных таблицы 3.6, для Республики Беларусь и Республики Казахстан получена полная воспроизводимость значений показателя эффективности мер, принимаемых для защиты прав потребителей, по результатам двух социологических исследований. Несколько снизился этот показатель по оценкам респондентов из Российской Федерации (с 7,0% до 6,0%) и, напротив, существенно возрос по оценкам респондентов из Республики Армения (с 5,0% до 8,0%) и из Кыргызской Республики (с 8,0 до 17,0%). С высокой вероятностью на такую динамику показателя повлияло изменение профиля респондентов и увеличение объема выборочной совокупности в 2,5 раза для Республики Армения, Республики Беларусь, Республики Казахстан и Кыргызской Республики.

***Индекс уровня защищенности потребителя*** является комплексным и включает ряд показателей – сумму удельных весов (долей) положительных ответов на вопросы №14 «Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?», №40 «Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?» и №41 «Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?». К положительным ответам на данные вопросы относят сумму ответов «Всегда» и «Часто» (для вопроса №14), «Полностью» и «Частично» (для вопроса №40), «Ситуация благополучная» и «Ситуация удовлетворительная» (для вопроса №41). Индекс рассчитывали как средневзвешенное значение от суммы удельных весов положительных ответов на данные вопросы.

Следует отметить, что вопрос №14 в анкете, скорректированной по результатам апробаций и используемой при проведении второго социологического исследования, соответствует вопросу №17 при проведении первого социологического исследования, вопрос №40 второго социологического исследования соответствует вопросу №41 первого социологического исследования, а вопрос №41 второго социологического исследования идентичен вопросу №6 первого социологического исследования.

Для расчета индекса уровня защищенности сделали предположение, что весомость всех трех вопросов анкеты одинаковая, а сумма весовых коэффициентов равна 1,00. Следовательно, весомость каждого вопроса составляет 0,33. Далее перемножили сумму удельных весов положительных ответов на вопросы №14, №40 и №41 на весовые коэффициенты и вычислили среднее взвешенное значение уровня защищенности потребителей по каждому государству-члену Союза. Так, для Республики Армения по результатам второго социологического исследования расчет данного индекса будет выглядеть следующим образом: 68 (суммарно ответы «всегда» и «часто» на вопрос №14)

/100 х 0,33 + 79 (суммарно ответы «полностью» и «частично» на вопрос №40)/100 х 0,33 + 61 (суммарно ответы «ситуация благополучная» и «ситуация удовлетворительная» на вопрос №41)/100 х 0,33 = 0,686 (или 68,6%).

Рассчитанные значения индекса уровня защищенности потребителя для государств-членов Союза по результатам двух социологических исследований приведены в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Индекс уровня защищенности потребителя*

| Государство-член ЕАЭС | Первое социологическое исследование | Второе социологическое исследование |
|---|---|---|
| Республика Армения | 0,58 | 0,69 |
| Республика Беларусь | 0,87 | 0,84 |
| Республика Казахстан | 0,59 | 0,70 |
| Кыргызская Республика | 0,49 | 0,62 |
| Российская Федерация | 0,74 | 0,76 |

*разработано авторами

Сравнение значений индекса уровня защищенности потребителя по результатам двух социологических исследований показывает, что для Республики Белоруссия и Российской Федерации результат оценки изменился несущественно, в первом случае произошло снижение на 0,03 (или 3%), во втором – повышение на 0,02 (или 2%). Для Республики Армения и Республики Казахстан индекс повысился на 0,11 (или 11%), для Кыргызской Республики на 0,13 (или 13%). При этом общая тенденция более высоких значений индекса в Республике Беларусь и Российской Федерации сохранилась.

***Индексы нарушения прав потребителей при розничной продаже товаров и оказании услуг общественного питания*** оценивались на основе ответов на вопросы №20 «Давайте подробнее остановимся на розничной продаже товаров. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями?» и №21 «Теперь давайте поговорим про общественное питание. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями при посещении кафе и ресторанов?»

Для расчета индекса нарушения прав потребителей при продаже товаров учитывалось, что перечень нарушений в вопросах анкеты составил 11 ситуаций. Причем, каждому виду нарушения, с которым сталкивался респондент, присваивается 1 балл. При этом оценивается две градации: «сталкивался» и «никогда». Полученные баллы были поделены на три ранга: от 11 до 8 баллов – высокий индекс, от 7 до 4 баллов – средний индекс и от 3 до 1 балла – низкий индекс. Для расчета индекса по каждому государству-члену Союза и по каждой ситуации делается допущение, что 11-8 баллов приходятся на 70-100% ответов всех респондентов, 30-69% соответствуют среднему индексу, а 1-29%

отражает низкий индекс. Это предположение вытекает из гипотезы, что значение некоторой случайной величины складывается из значений достаточно большого количества распределенных произвольных величин, которые интегрируют в себе еще большую совокупность ответов респондентов и оказывают на итоговую переменную сравнительно небольшое влияние. Средневзвешенный индекс по выборке рассчитывается аналогично расчету средневзвешенного индекса защищенности потребителя. Результаты определения индекса нарушения прав потребителей при розничной продаже товаров и оказании услуг общественного питания по данным второго социологического исследования представлены в таблицах 3.8 и 3.9, соответственно. Для первого социологического исследования данный индекс не рассчитывался, поскольку в процессе доработки анкеты-опросника после проведения первичной апробации количество ситуаций, связанных с нарушением прав потребителей, было существенно сокращено и дальнейшее сопоставление значений этого показателя по результатам двух социологических исследований не представляется корректным.

Таблица 3.8 – Индексы нарушения прав потребителей при розничной продаже товаров*

| №п/п | Виды нарушений | Республика Армения | | Республика Беларусь | | Республика Казахстан | | Кыргызская Республика | | Российская Федерация | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | сталкивались | никогда | сталкивались | никогда | сталкивались | никогда | сталкивались | никогда | Сталкивались | Никогда |
| 1 | Продавали товар с истекшим сроком годности (службы) | 7 | 4 | 8 | 3 | 8 | 3 | 8 | 3 | 7 | 4 |
| 2 | Продали бракованный товар | 6 | 5 | 8 | 4 | 8 | 3 | 6 | 5 | 6 | 5 |
| 3 | Обвесили (неправильно взвесили товар) | 5 | 4 | 6 | 5 | 8 | 3 | 6 | 5 | 7 | 4 |
| 4 | Отсутствовал ценник товара или цена была указана неверно | 8 | 3 | 5 | 2 | 9 | 2 | 8 | 5 | 10 | 2 |
| 5 | Предоставили недостоверную информацию о товаре | 5 | 4 | 8 | 3 | 8 | 3 | 8 | 3 | 6 | 4 |
| 6 | Не предоставили необходимую информацию о товаре | 6 | 5 | 7 | 4 | 8 | 3 | 6 | 4 | 6 | 4 |
| 7 | Обсчитали (неправильно выдали сдачу, посчитали сумму покупки) | 6 | 4 | 6 | 4 | 6 | 5 | 6 | 4 | 6 | 5 |
| 8 | Невежливо разговаривали | 6 | 4 | 8 | 4 | 8 | 3 | 6 | 4 | 6 | 4 |
| 9 | Навязывали дополнительные товары и услуги | 6 | 5 | 9 | 2 | 8 | 3 | 6 | 5 | 8 | 2 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 10 | Отказали в обмене или возврате денег за некачественный товар | 5 | 6 | 5 | 5 | 5 | 6 | 5 | 6 | 5 | 5 |
| 11 | Не предоставили книгу жалоб | 4 | 6 | 4 | 7 | 6 | 5 | 5 | 6 | 3 | 8 |
| | Среднее значение | 5,8 | 4,5 | 6,7 | 3,9 | 7,5 | 3,2 | 6,4 | 4,5 | 6,4 | 4,3 |
| | Средневзвешенное значение | 0,53 | 0,41 | 0,60 | 0,35 | 0,68 | 0,29 | 0,58 | 0,41 | 0,58 | 0,39 |

*разработано авторами

Следует заметить, что усредненные индексы нарушения прав потребителей при розничной продаже товаров варьируют в пределах средних и низких значений. Причем, если рассматривать индексы нарушения по каждой ситуации, то следует заметить, что высокие значения индекса связаны с тем, что в продажу поступали бракованные товары, товары с истекшим сроком годности, товары, не имеющие достаточную информацию. Это косвенно говорит о довольно высоком уровне информированности потребителей в сфере защиты своих прав.

Таблица 3.9 – Индексы нарушения прав потребителей при оказании услуг общественного питания*

| №п/п | Виды нарушений | Республика Армения | | Республика Беларусь | | Республика Казахстан | | Кыргызская Республика | | Российская Федерация | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | сталкиваليсь | никогда | сталкиваليсь | никогда | сталкиваليсь | никогда | сталкиваليсь | никогда | Сталкиваليсь | никогда |
| 1 | Отказали в обслуживании | 4 | 7 | 2 | 8 | 3 | 8 | 3 | 8 | 2 | 10 |
| 2 | Принесли некачественное, испорченное блюдо | 5 | 5 | 4 | 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 6 |
| 3 | Помещение, посуда и столовые приборы были загрязнены | 5 | 5 | 4 | 6 | 5 | 5 | 7 | 4 | 5 | 6 |
| 4 | Невежливо разговаривали работники | 5 | 5 | 4 | 6 | 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 6 |
| 5 | В счет включали лишние позиции | 5 | 5 | 2 | 8 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 7 |
| 6 | Настаивали на оплате некачественного, испорченного блюда | 4 | 7 | 3 | 8 | 4 | 6 | 4 | 7 | 2 | 8 |
| 7 | Настаивали на оплате дополнительных услуг (музыка, детская комната и пр.) | 5 | 6 | 3 | 8 | 5 | 6 | 5 | 5 | 3 | 8 |
| 8 | Требовали чаевые | 5 | 6 | 2 | 8 | 4 | 8 | 4 | 7 | 3 | 8 |
| 9 | Не предоставили возможность расплатиться удобным для Вас способом | 5 | 6 | 4 | 6 | 5 | 5 | 4 | 6 | 4 | 6 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 10 | Не дали предварительно ознакомиться с меню или не предоставили интересующую Вас информацию – о составе, калорийности, весе блюда | 4 | 6 | 3 | 8 | 4 | 7 | 5 | 5 | 3 | 8 |
| 11 | Отказывали в предоставлении книги жалоб | 4 | 7 | 2 | 9 | 4 | 7 | 5 | 5 | 3 | 8 |
| | Среднее значение | 4,6 | 5,9 | 3,0 | 7,4 | 4,5 | 6,1 | 4,7 | 5,6 | 3,5 | 7,4 |
| | Средневзвешенное значение | 0,41 | 0,53 | 0,27 | 0,66 | 0,41 | 0,55 | 0,42 | 0,51 | 0,31 | 0,66 |

*разработано авторами

Анализ усредненных индексов нарушения прав потребителей при оказании услуг общественного питания показал, что их значения лежат в плоскости средних величин, изменяясь от 3,0 в Республике Беларусь до максимального значения 4,7 в Кыргызской Республике. При этом случаи, когда потребители не сталкивались с нарушением своих прав в сфере общественного питания, характеризуются, в целом, более высокими индексами от 7,4 по Республике Беларусь и Российской Федерации до 5,6 в Кыргызской Республике.

***Индекс нарушения прав потребителей при совершении покупок через интернет*** основывается на ответах на вопрос №28 «Скажите, при совершении покупок через интернет Вы сталкивались с указанными ниже ситуациями?» и рассчитывается аналогично предыдущим индексам с определением следующих рангов: от 8 до 6 баллов – высокий индекс, от 5 до 3 баллов средний индекс и от 2 до 1 балла – низкий индекс (таблица 3.10).

Таблица 3.10 – Приведение балльной оценки к ответам респондентов*

| 8-ми балльная система оценки | Значение индекса | Процент ответов респондентов |
|---|---|---|
| 8-6 | Высокий индекс | 100 - 75 |
| 5-3 | Средний индекс | 74 - 50 |
| 2-1 | Низкий индекс | Менее 49 |

*разработано авторами

В таблице 3.11 приведены рассчитанные значения индексов нарушения прав потребителей при совершении покупок через интернет (электронной, дистанционной торговле) по всем государствам-членам Союза на основе результатов второго социологического исследования.

Таблица 3.11 - Индексы нарушения прав потребителей при совершении покупок через интернет*

| № п/п | Виды нарушений | Республика Армения | | Республика Беларусь | | Республика Казахстан | | Кыргызская Республика | | Российская Федерация | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | сталкивались | никогда | сталкивались | никогда | сталкивались | Никогда | сталкивались | никогда | сталкивались | никогда |
| 1 | Сроки доставки товара были нарушены | 4 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 |
| 2 | Товар оказался с браком или с истекшим сроком годности | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 |
| 3 | Товар не доставили | 2 | 4 | 2 | 4 | 1 | 4 | 1 | 5 | 2 | 4 |
| 4 | Доставили неполный комплект заказа | 2 | 4 | 2 | 4 | 1 | 5 | 2 | 4 | 2 | 4 |
| 5 | Товар не соответствует заказанному, доставили другой товар | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 |
| 6 | Не мог получить полную информацию о товаре или информация была указана не на вашем родном языке | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 1 | 5 |
| 7 | Невозможность разрешить конфликтную ситуацию | 2 | 4 | 1 | 5 | 1 | 6 | 1 | 5 | 1 | 6 |
| 8 | Отказывали в возврате товара | 2 | 3 | 1 | 5 | 1 | 5 | 2 | 4 | 1 | 6 |
| | Среднее значение | 2,4 | 3,0 | 2,0 | 3,8 | 1,6 | 4,0 | 1,6 | 4,0 | 2,0 | 4,1 |
| | Средневзвешенное значение | 0,3 | 0,38 | 0,25 | 0,47 | 0,20 | 0,50 | 0,20 | 0,50 | 0,25 | 0,52 |

*разработано авторами

Как видно из таблицы 3.11, индексы нарушения прав потребителей при совершении покупок через интернет находятся в пределах низких и средних значений.

***Расчет индекса эффективности общественных объединений потребителей государств-членов ЕАЭС*** осуществлялся на основе ответов на вопрос №37 «На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сфере защиты прав потребителей?»

Для того чтобы уравновесить ответы «Очень эффективна» и «Скорее эффективна», «Абсолютно неэффективна» и «Скорее неэффективна», перед $n_b$ и $n_c$ введены коэффициенты 0,5.

Далее индекс рассчитывали по формуле (5):

$$I = \frac{n_a + 0{,}5n_b - 0{,}5n_c - n_d}{n_a + n_b + n_c + n_d}, \qquad (5)$$

где $n_a$ – удельный вес (доля) ответов «Очень эффективна»;

$n_b$ – удельный вес (доля) ответов «Скорее эффективна»;

$n_c$ — удельный вес (доля) ответов «Скорее неэффективна»;

$n_d$ – удельный вес (доля) ответов «Абсолютно неэффективна».

Индекс может принимать максимальное значение, равное +1, когда все респонденты в группах дали положительные ответы и принимает минимальное значение, равное –1, когда все респонденты дали отрицательные ответы. Индекс равен нулю, если число «положительных оценок» равно числу «отрицательных» оценок. При этом положительное значение индекса говорит о том, что положительно оценивающих эффективность больше, чем отрицательно оценивающих. И, соответственно, отрицательное значение появится в ситуации, когда число отрицательных оценок больше, чем положительных.

Рассчитанные значения индекса эффективности общественных объединений потребителей по результатам двух социологических исследований приведены в таблице 3.12.

Таблица 3.12 - Индексы эффективности общественных объединений потребителей государств-членов ЕАЭС по результатам двух социологических исследований*

| Государство-член ЕАЭС | Первое социологическое исследование | Второе социологическое исследование |
|---|---|---|
| Республика Армения | 0,14 | 0,23 |
| Республика Беларусь | 0,38 | 0,40 |
| Республика Казахстан | 0,28 | 0,22 |
| Кыргызская Республика | 0,08 | 0,09 |
| Российская Федерация | 0,17 | 0,20 |

*разработано авторами

Сравнение полученных значений индексов по результатам двух социологических исследований указывает на их достаточно высокую сходимость.

***Индекс эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей*** рассчитывался на основе ответов на вопрос №35 «На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?» аналогично индексу эффективности общественных организаций по защите прав потребителей, по такой же формуле. В таблице 3.13 приведены рассчитанные значения индекса эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей по результатам двух социологических исследований.

Таблица 3.13 - Индексы эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей по результатам двух социологических исследований*

| Государство-член ЕАЭС | Первое социологическое исследование | Второе социологическое исследование |
|---|---|---|
| Республика Армения | 0,09 | 0,15 |
| Республика Беларусь | 0,38 | 0,45 |
| Республика Казахстан | 0,06 | 0,17 |
| Кыргызская Республика | 0,06 | 0,06 |
| Российская Федерация | 0,11 | 0,20 |

*разработано авторами

По результатам двух социологических исследований можно сказать, что все индексы имеют значения со знаком «+», то есть число респондентов, положительно оценивающих эффективность государственного регулирования в сфере защиты прав, больше, чем отрицательно оценивающих. При этом самый высокий индекс эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей отмечен в Республике Беларусь, он составил 0,45. Самый низкий индекс рассчитан на основе ответов респондентов Кыргызской Республики, и он составляет 0,06.

Рассчитанные показатели (индексы) могут быть использованы для оценки достижения целевых показателей Плана мероприятий по реализации Декларации о дальнейшем развитии экономических процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года и на период до 2045 года «Евразийский экономический путь».

## 4 Методика проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, апробированная в рамках двух исследований, проведенных в государствах-членах

В приведенной ниже редакции методики учтены все предложения по ее доработке и результаты апробации в рамках проведенных двух социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах.

### 1. Термины и определения

1.1. Анкета – социологический инструментарий, представляющий собой определенным образом структурированную систему вопросов, логически связанную между собой, а также с задачами и целями исследования.

1.2. Вероятностный отбор респондентов – каждый объект генеральной совокупности имеет равные шансы (вероятность) попасть в выборочную совокупность.

1.3. Вопрос закрытый – разновидность формулировки вопроса, ответ на который респондент выбирает из предложенных в анкете или интервьюером вариантов.

1.4. Вопрос открытый – разновидность формулировки вопроса, дающая возможность респонденту самостоятельно сформулировать ответ.

1.5. Вопрос полузакрытый – разновидность вопроса, по которому наряду с заранее сформулированными вариантами ответов в анкете предусмотрена позиция для самостоятельно сформулированного респондентом ответа.

1.6. Выборка стратифицированная квотно-случайная – пропорциональное разделение совокупности на более мелкие подгруппы (страты). При стратифицированной квотно-случайной выборке страты формируются на основе общих атрибутов или характеристик членов, в данной методике – по месту постоянного проживания, полу, возрасту и уровню образования респондентов.

1.7. Выборочная совокупность (выборка) – часть отобранных объектов из генеральной совокупности, формируемая на основе статистических сведений о характеристиках элементов генеральной совокупности, подлежащих опросу.

1.8. Генеральная совокупность – совокупность всех возможных социальных объектов, которая подлежит изучению в пределах социологического исследования.

1.9. Государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей - осуществление уполномоченными государственными органами государств-членов контрольной (надзорной) деятельности и (или) нормативно-правового регулирования в

сфере защиты прав потребителей в соответствии с законодательством государств-членов, международными договорами и актами, составляющими право Союза.

1.10. Евразийский экономический союз (ЕАЭС) – международная организация региональной экономической интеграции, обладающая международной правосубъектностью и учреждённая Договором о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года. В ЕАЭС обеспечивается свобода движения товаров, а также услуг, капитала и рабочей силы, и проведение скоординированной, согласованной или единой политики в отраслях экономики.

1.11. Защита прав потребителей – комплекс мер, реализуемых государством и общественными движениями, направленных на регулирование отношений, возникающих между потребителем и субъектом предпринимательской деятельности (изготовителем, исполнителем, продавцом) и включающих в себя: установление конкретных прав потребителей; формы возможных нарушений прав и механизм их защиты; ответственность за нарушение прав потребителей.

1.12. Изготовитель - организация независимо от формы (вида) собственности, а также физическое лицо, зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, производящие товары для реализации потребителям.

1.13. Интервьюирование с использованием компьютерных устройств (computer-assisted interviewing, CAI) – опросы, при проведении которых ответы набирают на клавиатуре и вводят в компьютер и где проведение интервьюирования управляется программой, специально предназначенной для этой цели, в том числе: персональное интервьюирование с помощью компьютера (CAPI); телефонное интервьюирование с помощью компьютера (CATI); самоинтервьюирование с помощью компьютера (CASI); интервьюирование с помощью компьютера через Интернет (CAWI).

1.14. Исполнитель – организация независимо от формы (вида) собственности, а также физическое лицо, зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, выполняющие работы или оказывающие услуги потребителям.

1.15. Метод анализа документов – совокупность методических приемов и процедур, применяемых для извлечения из документальных источников социологической информации при изучении социальных процессов и явлений в целях решения определенных исследовательских задач.

1.16. Онлайн опрос – метод сбора социологической информации, который осуществляется на основе использования интернет-технологии.

1.17. Поведение потребителей в сфере защиты прав - действия потребителей, связанные с защитой своих прав при приобретении и использовании товаров (работ, услуг),

включая эмоциональные и поведенческие реакции потребителей, которые предшествуют или следуют за этими действиями.

1.18. Потребитель - физическое лицо, имеющее намерение заказать (приобрести) либо заказывающее (приобретающее, использующее) товары (работы, услуги) исключительно для личных (бытовых) нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

1.19. Права потребителей – права на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества, на их безопасность, на информацию о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), а также право на возмещение вреда, причиненного вследствие недостатков товара (работы, услуги).

1.20. Продавец – организация независимо от формы (вида) собственности, а также физическое лицо, зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, реализующие товары потребителям по договору купли-продажи.

1.21. Респонденты – граждане государств-членов ЕЭАС, принявшие участие в опросе (анкетировании).

1.22. Стандартизированный опрос – формализованная процедура опроса, предусматривающая стандартизацию плана интервью: стандартизированную последовательность и формулировку вопросов (закрытых) и веера вариантов ответов к ним.

1.23. Стандарты качества товаров (работ, услуг) – установленный набор правил, требований и критериев, которые определяют минимальные стандарты качества товаров (работ, услуг), которые должны быть выполнены для достижения определенного уровня качества.

1.24. Товар – продукция (продукт) деятельности изготовителя (исполнителя), предназначенная для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

1.25. Уровень защищенности потребителей – степень соответствия ожиданий гражданина государства-члена от фактического опыта реализации его прав, установленных законодательством государства-члена о защите прав потребителей, рассчитываемая по предложенным в настоящем документе показателям (индексам).

1.26. Услуга – действие (комплекс действий), совершаемое исполнителем в интересах и по заказу потребителя в целях, для которых услуга такого рода обычно используется, либо отвечающее целям, о которых исполнитель был поставлен в известность потребителем при заключении возмездного договора.

1.27. CAPI – индивидуальное личное интервью, которое проводится с помощью централизованной компьютерной системы. Главной особенностью этого вида опроса

является то, что ход интервью полностью контролируется компьютером. Все логические переходы в анкете, скринирующие вопросы и иные процессы отслеживаются и осуществляются компьютерной системой, что исключает возможность ошибки.

1.28. CATI – один из распространенных методов количественных исследований в социологии и маркетинге. Суть метода заключается в коммуникации интервьюера с респондентом по телефону с применением профессионального программного обеспечения, обеспечивающего набор номера, запись разговора и заполнение интервьюером электронного скрипта анкеты на экране компьютера.

1.29. CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) – это метод опроса, основанный на интернет-технологиях. Это означает, что опрос проводится через специальную платформу, например, ALCHEMER[7], которая обеспечивает коммуникацию между исследователем и участниками опроса. Участники могут ответить на вопросы, используя свой персональный компьютер или мобильное устройство.

## 2. Общие положения

2.1. Настоящая методика направлена на методическое обеспечение реализации пункта 3 Плана мероприятий по реализации Программы совместных действий государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей, утвержденной Распоряжением Евразийского межправительственного совета от 21 июня 2022 г. № 12, , в котором предусмотрена разработка и принятие рекомендации Евразийской экономической комиссии (далее – Комиссия) о проведении социологических исследований в целях оценки уровня защищенности потребителей, а также эффективности мер, принимаемых в государствах-членах для защиты прав потребителей (далее – исследование, социологическое исследование). Методика устанавливает правила и определяет рекомендуемые методы, объект, предмет, сроки проведения и основные показатели социологического исследования в сфере защиты прав потребителей.

2.2. Исследование фокусируется на проблематике оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС в ключевых сферах общественного потребления.

2.3. Исследование направлено на проведение глубокого анализа и представление прогнозов развития интеграционных процессов государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, что будет способствовать более эффективной реализации Программы совместных действий государств-членов Евразийского экономического союза в сфере

[7] Enterprise Online Survey Software & Tools - Alchemer

защиты прав потребителей и основных направлений согласованной политики ЕАЭС в данной сфере.

2.4. Заказчиком социологического исследования оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС, является Международная организация Евразийская экономическая комиссия.

## 3. Перечень основных законодательных, нормативных правовых актов и иных исходных данных, использованных при подготовке методики

3.1. Договор о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года.

3.2. Решение Высшего Евразийского экономического совета от 11 декабря 2020 г. № 12 «О Стратегических направлениях развития Евразийской экономической интеграции до 2025 года».

3.3. Распоряжение Совета Евразийской экономической комиссии от 5 апреля 2021 г. № 4 «О Плане мероприятий по реализации стратегических направлений развития евразийской экономической интеграции до 2025 года».

3.4. Декларация о дальнейшем развитии экономических процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года и на период до 2045 года «Евразийский экономический путь» от 25.12.2023 г.

3.5. Распоряжение Высшего Евразийского экономического совета от 25 декабря 2023 г. №6 «О плане мероприятий («дорожной карте») по реализации Декларации о дальнейшем развитии экономических процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года и на период до 2045 года "Евразийский экономический путь».

3.6. Распоряжение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 11 октября 2022 г. № 179 «Об утверждении Методологии формирования системы ключевых показателей и индикаторов, характеризующих влияние процессов евразийской экономической интеграции на условия ведения предпринимательской деятельности».

3.7. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 10 января 2023 г. № 1 «О проведении социологических исследований в целях оценки уровня защищенности потребителей в государствах-членах Евразийского экономического союза».

3.8. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 22 марта 2016 г. № 2 «О применении мер, направленных на повышение эффективности взаимодействия уполномоченных органов в сфере защиты прав потребителей государств-членов Евразийского экономического союза».

3.9. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 1 марта 2021 г. № 7 «Методические рекомендации по разработке программ государств-членов Евразийского экономического союза в области защиты прав потребителей».

3.10. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21 мая 2019 г. № 15 «Об общих подходах к установлению особых мер защиты прав и интересов отдельных категорий потребителей».

3.11. Распоряжение Евразийского межправительственного совета от 21 июня 2022 г. № 12 «О программе совместных действий Евразийского экономического совета в сфере защиты прав потребителей».

3.12. Нормативные правовые акты государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей.

3.13. Научно-технические данные российских и международных официальных информационных порталов.

3.14. Информационно-аналитические материалы, включая научную и методическую литературу, результаты научно-исследовательских и диссертационных работ, монографии.

3.15. Информация, полученная в ходе консультаций с экспертами в соответствующей сфере деятельности.

## 4. Цель и задачи исследования

4.1. Цель исследования – получить объективную социологическую информацию относительно текущего уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС, получение релевантных показателей, способствующих эффективной реализации Программы совместных действий государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей и основных направлений согласованной политики ЕАЭС в данной сфере.

4.2. Основные задачи исследования:

- сбор статистических данных об уровне защищенности прав потребителей;

- оценка потребительского поведения, практики приобретения и использования различных товаров (работ, услуг) жителями государств-членов ЕАЭС;

- определение уровня информированности и эффективности информирования населения государств-членов ЕАЭС по вопросам защиты прав потребителей;

- определение уровня информированности населения государств-членов ЕАЭС о существующих инструментах обеспечения основных прав потребителей;

- определение степени удовлетворенности потребителей качеством отдельных товаров (работ, услуг), определение спектра проблем, наиболее часто возникающих у потребителей при приобретении или использовании товаров (работ, услуг);

- формирование представлений о моделях поведения потребителей в случаях ущемления их прав, определение мотивации потребителей к защите своих прав;

- оценка уровня эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей;

- оценка эффективности деятельности общественных объединений потребителей.

## 5. География, объект, предмет и сроки проведения исследования

5.1. География исследования – государства-члены ЕАЭС (Республика Армения, Республика Беларусь, Республика Казахстан, Кыргызская Республика, Российская Федерация).

5.2. Объект исследования – жители государств-членов ЕАЭС в возрасте старше 14 лет, постоянно проживающие в конкретных населенных пунктах, определенных для исследования.

5.3. Предмет исследования – уровень защиты прав потребителей, а также эффективность мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах – членах ЕАЭС (оценочный компонент общественного мнения).

5.4. Исследование на основании настоящей методики проводится ежегодно в IV квартале отчетного года. Данный период представляется наиболее оптимальным, поскольку именно в это время потребительское поведение в наибольшей степени активизируется в связи с завершением отпускного периода, а на самовосприятие эффективности реализации прав не влияют существенным сезонные колебания при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг), связанные во многих сферах с официальными праздниками.

## 6. Используемый исследовательский метод

6.1. Основные требования к проведению социологического исследования устанавливаются настоящей методикой.

6.2. В качестве основного метода исследования применяется репрезентативный стандартизированный (формализованный) социологический онлайн опрос[8] посредством системы CAWI.

---

[8] Метод онлайн интервью обладает рядом преимуществ:

- максимальный охват населения (доля населения, пользующегося интернетом – Республика Армения – 78,6%, Республика Беларусь – 89,5%, Республика Казахстан – 89,2%, Кыргызская Республика – 77,9%, Российская Федерация – 88,2%);
- достижимость аудитории, не готовой к личному контакту;

6.3. Альтернативно могут использоваться:

- метод стандартизированного (формализованного) телефонного интервью с использованием системы автоматизированного компьютеризированного телефонного интервью CATI;

- метод стандартизированного (формализованного) интервью с использованием технических средств фиксации по технологии CAPI (рекомендованная форма проведения опроса – уличный опрос).

6.4. В качестве вспомогательного метода исследования может использоваться метод анализа документов (кабинетное исследование). В качестве документов в конкретном социологическом исследовании выступают законодательные, нормативные правовые акты государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей; научно-технические данные российских и международных официальных информационных порталов; информационно-аналитические материалы, включая научную и методическую литературу, результаты научно-исследовательских и диссертационных работ, монографии; информация, полученная в ходе консультаций с экспертами в соответствующей сфере деятельности.

## 7. Респонденты исследования

7.1. Респондентами исследования являются граждане государств-членов ЕАЭС старше 14 лет, проживающие на территории государства-члена более двух лет.

7.2. Из числа респондентов исследования исключаются следующие группы лиц:

- граждане, находящиеся в местах лишения свободы;

- граждане, не имеющие определенного места жительства.

7.3. Респонденты исследования должны соответствовать профилю общей выборочной совокупности, установленному по таким критериям как место постоянного проживания, пол, возраст, уровень образования, являющимся характерными для конкретного государства-члена ЕАЭС.

## 8. Объем и структура выборочной совокупности

---

- оперативность опроса (позволяет реализовать весьма масштабные выборки за довольно короткий период времени, в меньшей степени приводит к смещению оценок населения (повышает актуальность опроса));
- возможность оперативного реагирования на недостатки исследовательского инструментария;
- высокое качество опроса (не подвержен эффекту интервьюера, позволяет контролировать опрос в режиме реального времени);
- комфортный характер опроса (позволяет провести опрос в удобное для респондента дату и/или время);
- высокий уровень аналитики (позволяет быстро получить результаты опроса, в том числе промежуточные);
- высокий уровень доверия – возможность ответов на анкету без непосредственного контакта с интервьюером позволяет добиться от респондентов более высокого уровня доверия;
- строгая логика проведения опроса – специальное программное обеспечение позволяет добиться исключения традиционных ошибок, характерных для интервьюеров, например, зачитывания ими скрытых подсказок, соблюдается точность переходов от вопроса к вопросу

8.1. Выборка – стратифицированная квотно-случайная.

8.2. В качестве основных квотных параметров генеральной совокупности в каждом государстве-члене ЕАЭС выступают численность населения, место жительства, пол, возраст и уровень образования респондентов.

8.3. При расчете параметров выборочной совокупности используется структура населения 14 - 65+ лет в соответствии с данными национальных органов государственной статистики по состоянию на 01 января текущего года.

Исследование проводится выборочно путем опроса части генеральной совокупности (выборочной совокупности). Выборочный метод предполагает отбор респондентов по определенным признакам репрезентативности. Структура выборки должна максимально совпадать со структурой генеральной совокупности по основным характеристикам отбора.

Определение размера выборки основано на формуле расчета ошибки выборки с поправкой на конечность генеральной совокупности (ПКС) (6):

$$\Delta = z * \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}} * \sqrt{1 - \frac{n}{N}} \quad , \quad (6)$$

где Δ – ошибка выборки;

z - квантиль стандартного нормального распределения, (1,96 для 95% доверительного интервала);

p – оцениваемая доля признака (для расчетов берется 50%, то есть 0,5);

n - выборочная совокупность, чел.;

N - генеральная совокупность, чел.

$$\text{ПКС} = \sqrt{1 - \frac{n}{N}} \qquad (7)$$

При долях отбора (соотношении выборки и генеральной совокупности) менее 5% ПКС является ничтожно малой величиной и в расчетах не учитывается.

Формула расчета объема выборки без учета ПКС (8):

$$n_{\text{без ПКС}} = \frac{z^2 * p(1-p)}{\Delta^2} \quad (8)$$

8.4. В рамках контроля качества формирования выборочной совокупности проводится проверка соответствия итоговой выборочной совокупности, сформированной из требуемого количества результативных анкет, профилирующим значениям выборки, допустимая статистическая погрешность не превышает 5 процентов по установленным характеристикам.

8.5. В случае выявления отклонений по итогам проведения контроля качества формирования выборочной совокупности формируется дополнительная выборка в соответствии с установленными характеристиками.

8.6. Статистическая погрешность выборки составляет ±3% (±2,96%) при доверительном интервале в 95%.

8.7. Общий объем выборки исследования определяется необходимой точностью измерения показателей, то есть допустимой максимальной ошибкой выборки.

8.8. Для проведения репрезентативного опроса внутри государств-членов рекомендуемый объем выборки составляет не менее 1100 человек, что дает максимальную ошибку выборки ±3% (±2,96%) в соответствии с расчетом ошибки выборки с поправкой на конечность совокупности (ПКС).

8.9. Выборочная совокупность формируется пропорционально численности населения административно-территориальных единиц каждого государства-членов ЕАЭС.

Таблица 1 - Пример расчета объема выборочной совокупности для социологических исследований в 2024 г.[9]

| Государство-член ЕАЭС | Численность населения старше 14 лет, чел. (генеральная совокуп-ность) | Доля отбора из генеральной совокупности, % (при предполагаемой выборке 1100 чел.), % | ПКС | Размер выборки без учета ПКС (Δ±3,0%), чел. | Округленный объем выборочной совокуп-ности, чел. | Ошибка выборки при доверительном интервале 95% |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Республика Армения | 2 415 573 | 0,046 | 0,999772 | 1067,11 | 1 100 | ±2,9562% |
| Республика Беларусь | 7 774 771 | 0,014 | 0,999929 | 1067,11 | 1 100 | ±2,9562% |
| Республика Казахстан | 14 291 010 | 0,008 | 0,999962 | 1067,11 | 1 100 | ±2,9562% |
| Кыргызская Республика | 4 866 264 | 0,023 | 0,999887 | 1067,11 | 1 100 | ±2,9562% |
| Российская Федерация | 122 775 213 | 0,001 | 0,999996 | 1067,11 | 1 100 | ±2,9562% |

8.10. Исследование предусматривает формирование двухступенчатой территориальной выборки по каждому государству-члену ЕАЭС, отражающей специфику расселения населения.

8.11. Для проведения исследования в каждом государстве-члене ЕАЭС отбирается не менее 60% регионов (субъектов, территориальных единиц верхнего уровня).

8.12. Среди регионов должны присутствовать регионы с высокой численностью населения, регионы со средней численностью населения, регионы с низкой численностью населения.

[9]Для расчета использованы данные национальных статистических агентств государств-членов ЕАЭС

8.13. Выборка территориальных единиц верхнего уровня в каждом государстве-члене ЕАЭС осуществляется с учетом сложившейся структуры расселения городских и сельских жителей.

8.14. При формировании выборочной совокупности в каждом государстве-члене ЕАЭС необходимо реализовать принцип пропорциональности, по которому выборочная совокупность должна распределяться между территориальными единицами верхнего уровня пропорционально численности населения каждой страны—участнице исследования.

8.15. При построении выборочной совокупности исследования в каждой стране следует применить неперекрестное квотирование по полу, возрасту, месту проживания и уровню образования населения. Каждая страна принимает за основу структуру и численность населения по состоянию текущий период. Расчет квот осуществляется на основе официальных статистических данных также по состоянию на текущий период.

8.16. Территориальная выборка должна предусматривать все типы населенных пунктов, характерные для соответствующего субъекта (региона). Минимальное рекомендованное деление – 3 страты (столица субъекта (региона), города республиканского, краевого, областного или окружного подчинения и сельские территории).

8.17. По итогам проведения стратификации выборки проводится отбор конкретных населенных пунктов (географических точек) внутри каждой страты (кроме городов федерального значения) случайным образом. Количество точек в стратах варьируется от 2 до 5 в зависимости от частоты присутствия того или иного типа населенного пункта каждой страты в субъекте (регионе).

8.18. Допускается критическая оценка целесообразности включения труднодоступных и закрытых административно-территориальных образований. Решение о включении указанных территорий в состав территориальной выборки принимается исполнителем, ответственным за организацию проведения исследования.

8.19. Страты в городах федерального, республиканского значения формируются в соответствии с выделенными территориальными единицами (между административными округами, районами) пропорционально численности населения, официально проживающего на их территориях.

8.20. Формирование выборочной совокупности для опроса в каждой стране осуществляется по квотной выборке (пропорциональной выборочной совокупности в каждой стране) с вероятностным отбором респондентов на последней ступени, в качестве

квотных параметров выступают пол, возраст и уровень образования респондентов и характер проживания.

8.21. При расчете параметров выборочной совокупности по полу, возврату, уровню образования внутри административно-территориальных единиц используется структура взрослого населения согласно данным национальных органов государственной статистики по состоянию на 01 января текущего года.

8.22. Независимо от выбранного метода исследования – онлайн опрос (CAWI), телефонное интервью (CATI), личное интервью (CAPI) – по одному номера телефона, по одному IP адресу, в одной группе лиц при уличном опросе – может быть опрошен только один респондент.

## 9. Базовые требования к социологическому опросу

9.1. Социологический опрос осуществляется методом индивидуального формализованного онлайн опроса посредством системы CAWI / методом стандартизированного (формализованного) телефонного интервью с использованием системы автоматизированного компьютеризированного телефонного интервью CATI / методом стандартизированного (формализованного) интервью с использованием технических средств фиксации по технологии CAPI.

9.2. Если опрашиваемый гражданин не согласен принять участие в опросе, то опрос завершается автоматически.

9.3. В случае незаконченного процесса анкетирования (отказа от опроса в процессе заполнения анкеты), анкетирование прерывается, и анкета считается нерезультативной.

9.4. Организаторами опроса обеспечивается многоступенчатый контроль качества путем осуществления визуального, логического, аудио[10] контроля ответов респондентов на предмет корректности ввода, отсутствия пропусков, наличия экстремальных значений, нарушения общей логики:

- полнота заполнения – 100 процентов анкет заполнены полностью (дан ответ на каждый вопрос согласно логической схеме, заложенной в анкете);

- правильность заполнения – 100 процентов анкет заполнены без исправлений и с учетом соблюдения смыслового содержания ответа на поставленный вопрос;

- наличие аудиозаписи каждого интервью – 100 процентов анкет должны иметь аудиозапись;

[10] За исключением онлайн опросов

- осуществление аудиоконтроля каждого интервью – 100 процентов анкет заполнены достоверно, с соблюдением требований инструкции.

## 10. Требования к вопросам анкеты

10.1. Социологический опрос осуществляется по базовой анкете, включающей вопросы, обеспечивающие достижение целей и задач исследования, согласно приложению №3 к методике.

10.2. Базовая анкета предназначена для решения задач, связанных с оценкой текущего уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС.

10.3. В каждом вопросе, содержащемся в анкете, необходимо прямое указание для респондента на тип ответа. Например, в вопросах, предусматривающих один ответ из списка вариантов ответа, – «один вариант ответа».

10.4. В анкету могут вноситься изменения (вариативная часть), направленные на конкретизацию и (или) дополнение ранее сформулированных вопросов и необходимые для обеспечения достижения целей и задач исследования при условии сохранения всех ранее сформулированных вопросов.

10.5. На этапе пилотного межстранового социологического исследования (апробации методики) в качестве базового языка используется русский язык – все вопросы, варианты ответов, инструкции к выбору вариантов ответов отображаются на русском языке.

10.6. После подведения итогов апробации для дальнейшего использования настоящей методики рекомендуется предусмотреть перевод анкеты на государствнные языки государств-членов ЕАЭС.

## 11. Требования к полевому этапу исследования

11.1. Система CAWI (альтернативно – CATI / CAPI) предусматривает безбумажную технологию автоматического (компьютеризированного) занесения ответов респондентов в базу данных.

11.2. Система CAWI (CATI / CAPI) предусматривает возможность автоматического (компьютеризированного) отбора случайных IP адресов (телефонных номеров) физических лиц (абонентов) (соответствующих конкретному населенному пункту) из общей базы данных актуальных IP адресов (телефонных номеров).

11.3. В каждом государстве-члене ЕАЭС по одному отобранному IP адресу (телефонному номеру) опрашивается только один респондент, подходящий по заданным квотным параметрам.

11.4. Система CAWI (CATI / CAPI) предусматривает возможность ежедневной выгрузки анкет с последующим контролем полноты заполнения и логики ответов.

**12. Требования к обработке и методам анализа данных исследования**

12.1. Ежедневно осуществляется контроль ответов респондентов на предмет корректности ввода, отсутствия пропусков, наличия экстремальных значений, нарушения общей логики и, в случае необходимости, производится выбраковка анкет.

12.2. Результативной считается анкета, в которой дан ответ на каждый вопрос согласно логической схеме, заложенной в анкете.

12.3. По результатам проведения исследования предоставляется в том числе полученная в ходе исследования база данных в форматах Excel и SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) (в случае ремонта выборки предоставляются коэффициенты перевзвешивания). Полученная база данных в Excel и SPSS проходит логическую проверку на непротиворечивость данных, отсутствие пропущенных значений.

12.4. Общий массив данных в форматах Excel и SPSS состоит из основной и дополнительной частей. Основной массив данных формируется в соответствии со структурой базовой анкеты, дополнительный массив данных – со структурой вариативной части анкеты (при наличии). Последовательность вопросов и вариантов ответа является фиксированной согласно базовой и вариативной частям анкет. В качестве имен переменных ответов необходимо использовать номера вопросов с добавлением символа Q (от слова «question» – вопрос).

12.5. В качестве названий (меток) переменных и альтернатив необходимо использовать дословные формулировки вопросов и вариантов ответа. В случае если длина формулировки вопроса превышает 255 символов или длина формулировки ответа превышает 120 символов, соответствующая формулировка сокращается до указанной в настоящем пункте длины формулировки с учетом сохранения смысловой целостности.

12.6. По результатам опроса формируется массив данных в форматах Excel и SPSS, содержащий формулировки вопросов и варианты ответов в закодированном виде.

12.7. Закрытым вопросам, в которых можно выбрать только один ответ, в массивах Excel и SPSS должна соответствовать одна переменная, которая содержит код выбранного ответа.

12.8. Для закрытых вопросов, в которых можно выбрать несколько вариантов ответа, каждому варианту должна соответствовать отдельная переменная, в имя которой входит номер вопроса и номер альтернативы.

12.9. Открытым вопросам, в которых предусмотрен свободный ответ в виде текста, – должна соответствовать одна текстовая переменная (ее имя начинается с символа T вместо Q), которая содержит тексты ответов респондентов.

12.10. Для полуоткрытых вопросов, в которых можно выбрать варианты из предложенных или дать свой вариант ответа в свободной форме, к стандартным переменным, содержащим коды выбранных альтернатив, необходимо добавить еще одну текстовую переменную, которая содержит текстовые пояснения к свободной позиции.

12.11. Табличные вопросы, которые представляют собой набор однотипных вопросов с общим порядковым номером, в массиве данных должны быть представлены отдельными переменными в соответствии со своими типами.

12.12. Данные, полученные в ходе исследования, проходят статистическую обработку с использованием методов корреляционного анализа, факторного анализа, систематизации и сравнения.

12.13 По итогам исследования проводится расчет показателей (индексов), характеризующих уровень защищенности потребителей и эффективности мер по защите прав потребителей в каждой стране, принявшей участие в опросе.

## 13. Концептуальная модель социологического исследования

Концептуальная модель исследования базируется на следующих составляющих.

13.1. Концепт «потребительское поведение и практика получения различных услуг жителями государств-членов ЕАЭС», раскрывающийся посредством таких операнд как:

- частота приобретения продовольственных и непродовольственных товаров (розничная торговля);
- места приобретения товаров;
- частота получения отдельных услуг.

13.2. Концепт «уровень информированности населения государств-членов ЕАЭС об отдельных аспектах действующего законодательства в сфере защиты прав потребителей», раскрывающийся посредством таких операнд как:

- информированность о факте государственного регулирования отношений, возникающих между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями работ (услуг);
- информированность о национальном законодательстве в сфере защиты прав потребителей;
- оценка ситуации с соблюдением и защитой прав потребителей в стране.

13.3. Концепт «уровень информированности и эффективности информирования населения государств-членов ЕАЭС по вопросам защиты прав потребителей», раскрывающийся посредством таких операнд как:

- информированность об основных правах потребителя;
- оценка достаточности текущего уровня информированности;
- заинтересованность в повышении информированности о правах потребителей;
- источники получения информации о правах потребителей;
- оценка качества получаемой информации;
- интересующая информация о товаре (работе, услуге).

13.4. Концепт «информированность населения о действующих в государстве стандартах качества товаров (работ, услуг)», раскрывающийся посредством таких операнд как:

- информированность о существовании стандартов, устанавливающих требования к качеству товаров (работ, услуг);
- оценка степени соблюдения стандартов, устанавливающих требования к качеству товаров (работ, услуг).

13.5. Концепт «удовлетворенность и оценка населением уровня качества отдельных товаров (работ, услуг)», раскрывающийся посредством таких операнд как:

- удовлетворенность качеством товаров (работ, услуг);
- характерные нарушения законодательства о защите прав потребителей при покупке продовольственных товаров;
- характерные нарушения законодательства о защите прав потребителей при покупке непродовольственных товаров;
- характерные нарушения законодательства о защите прав потребителей при посещении мест общественного питания;
- характерные нарушения законодательства о защите прав потребителей при получении отдельных услуг.

13.6. Концепт «типы моделей поведения потребителей в случаях ущемления их прав», раскрывающийся посредством таких операнд как:

- частота нарушений прав потребителей;
- поведение потребителей в случае нарушениях их прав;
- эффективность способов борьбы с недобросовестными субъектами хозяйственной деятельности, нарушающими права потребителей;
- ситуации, в которых потребители готовы защищать свои права.

13.7. Концепт «уровень эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей», раскрывающийся посредством таких операнд как:

- перечень органов, которые должны заниматься защитой прав потребителей;

- эффективность государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей.

13.8. Концепт «эффективность деятельности общественных объединений потребителей», раскрывающийся посредством таких операнд, как:

- информированность о существовании и задачах общественных объединений потребителей;

- эффективность деятельности общественных объединений потребителей.

13.9. Концепт «динамика законодательства в сфере защиты прав потребителей», раскрывающийся посредством таких операнд, как:

- соответствие действующих нор законодательства ожиданиям потребителей;

- обобщенная оценка изменения ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей;

- оценка необходимости расширения прав потребителей и обязанностей изготовителей (исполнителей, продавцов) товаров (работ, услуг);

- оценка необходимости усиления регулирования отношений, возникающих между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями работ (услуг).

## 14. Расчет основных показателей исследования

14.1. На основании данных, полученных по итогам проведения социологического исследования, производится расчет базового набора показателей (индексов) по установленным настоящей методикой унифицированным формулам расчета.

14.2. Показатель ***удовлетворенности потребителей качеством товаров и оказываемых услуг*** рассчитывается по каждому виду ситуаций (приобретения товаров-получения услуг) взаимодействия респондента с изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями работ (услуг) и, в целом, по исследуемой совокупности данных ситуаций.

Расчет показателя по каждому виду ситуаций взаимодействия респондента с изготовителями (продавцами) товаров (18.1-18.5), исполнителями работ (услуг) (19.1-19.12) производится по следующей формуле:

Удовлетворенность потребителей качеством отдельных товаров и оказываемых услуг = доля респондентов, отметивших вариант ответа «Полностью удовлетворены» + доля респондентов, отметивших вариант ответа «Скорее удовлетворены» по каждой

ситуации, описанной в вопросе №19 «Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров и услуг?».

Расчет показателя, в целом, по всем видам ситуаций (18.1-18.5, 19.1-19.12) взаимодействия респондента с изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями работ (услуг) рассчитывается как среднее значение удовлетворенности по всем видам ситуаций.

14.3. Показатель ***эффективности мер, принимаемых для защиты прав потребителей***, рассчитывается по следующей формуле:

Эффективность мер, принимаемых для защиты прав потребителей = отношение количества респондентов, отметивших вариант ответа «Стало лучше», к общему количеству опрошенных (результативных анкет) в вопросе №43 «Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?».

14.4. ***Индекс уровня защищенности потребителя.*** Данный индекс является комплексным и включает ряд показателей – сумму удельных весов (долей) положительных ответов на вопросы №14, 40 и 41. К положительным ответам на данные вопросы относят сумму ответов «Всегда» и «Часто» (для вопроса №14), «Полностью» и «Частично» (для вопроса №40), «Ситуация благополучная» и «Ситуация удовлетворительная» (для вопроса №41). Индекс рассчитывается как средневзвешенное значение от суммы удельных весов положительных ответов на данные вопросы.

14.5. ***Индексы нарушения прав потребителей при розничной продаже товаров* и *оказании услуг общественного питания***. Расчет индексов нарушения прав потребителей осуществляется на основе ответов на вопросы №20 и №21.

За каждый отмеченный вид нарушения, с которым сталкивался респондент, присваивается значение в 1 балл, в результате самый высокий индекс, равный 11, получают респонденты, которые сталкивались со всеми видами и формами проявления нарушения прав потребителя, представленных в вариантах ответа (необходимо использовать две градации по удельному весу (доле) ответов: «сталкивался» и «никогда»). Полученные баллы делят на три ранга: от 11 до 8 баллов — *высокий индекс*, от 7 до 4 баллов *средний индекс* и от 3 до 1 балла — *низкий индекс*. Необходимо понимать, что корректная интерпретация внутри групп респондентов должна учитывать наполняемость групп (<5%). Также рассчитывается средний индекс (средневзвешенный) по выборке, среднее по медиане.

14.6. ***Индекс нарушения прав потребителей при совершении покупок через интернет*** основывается на ответах на вопрос №28. Рассчитывается аналогично

предыдущим индексам с определением следующих рангов: от 8 до 6 баллов — высокий индекс, от 5 до 3 баллов средний индекс и от 2 до 1 балла — низкий индекс.

14.7. ***Индекс эффективности общественных объединений потребителей*** рассчитывается на основе ответов на вопрос №37. Для того чтобы уравновесить ответы «Очень эффективна» и «Скорее эффективна», «Абсолютно неэффективна» и «Скорее неэффективна», перед $n_b$ и $n_c$ введены коэффициенты 0,5.

Далее индекс рассчитывается по формуле:

$$I = \frac{n_a + 0{,}5n_b - 0{,}5n_c - n_d}{n_a + n_b + n_c + n_d}, \qquad (9)$$

где $n_a$ – удельный вес (доля) ответов «Очень эффективна»;

$n_b$ – удельный вес (доля) ответов «Скорее эффективна»;

$n_c$ — удельный вес (доля) ответов «Скорее неэффективна»;

$n_d$ – удельный вес (доля) ответов «Абсолютно неэффективна».

Индекс может принимать максимальное значение, равное +1, когда все респонденты дали положительные ответы и принимает минимальное значение, равное –1, когда все респонденты дали отрицательные ответы. Индекс равен нулю, если число "положительных оценок" равно числу "отрицательных" оценок. При этом положительное значение индекса говорит о том, что положительно оценивающих эффективность больше, чем отрицательно. И соответственно отрицательное значение появится в ситуации, когда число отрицательных оценок больше, чем положительных.

14.8 ***Индекс эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей*** рассчитывается на основе ответов на вопрос №35 аналогично индексу эффективности общественных организаций по защите прав потребителей, по такой же формуле.

## 15. Требования к результатам исследования

15.1. Анализ эмпирических данных производится с использованием возможностей статистико-математического пакета SPSS и программы Microsoft Excel, позволяющих оценивать результаты исследования по основным социально-демографическим характеристикам респондентов, по типам приобретаемых товаров, получаемых услуг и по иным параметрам.

15.2. По итогам исследования обрабатываются данные, полученные в ходе социологического опроса, в том числе:

- об уровне защищенности прав потребителей;

- о потребительском поведении и практике получения различных услуг жителями государств-членов ЕАЭС;

- об уровне информированности и эффективности информирования населения государств-членов ЕАЭС по вопросам защиты прав потребителей;

- об информированности населения о действующих в государстве стандартах, устанавливающих требования к качеству товаров (работ, услуг); качества товаров/услуг;

- о степени удовлетворенности и оценке населением уровня качества отдельных товаров (работ, услуг);

- о моделях поведения потребителей в случаях ущемления их прав, о мотивации потребителей к защите своих прав;

- об уровне эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей;

- об эффективности деятельности общественных объединений потребителей.

15.3. Аналитический отчёт по результатам исследования составляется на базе Microsoft Word и Microsoft PowerPoint, содержит информацию по каждому государству-члену ЕАЭС, иллюстрируется графиками, таблицами, инфографиками с текстовым описанием и анализом цифровых значений. В ходе подготовки аналитического отчета по результатам социологических исследований применяется необходимый набор статистико-аналитических процедур.

Приложение №1

**Инструкция респонденту для заполнения анкеты**

С целью изучения уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах Евразийского экономического союза, проводится опрос мнений жителей государств-членов ЕАЭС.

По итогам данного социологического исследования будут отобраны наиболее проблемные направления и разработан перечень мероприятий для повышения эффективности мер, принимаемых для защиты прав потребителей в государствах-членах ЕАЭС.

Пожалуйста, ответьте на ряд вопросов, посвященных Вашей оценке уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в Вашем государстве.

Для ответа на вопросы анкеты Вам необходимо внимательно ознакомиться с текстом вопросов и предлагаемыми вариантами ответов, после чего отметить соответствующий Вашему мнению вариант ответа на каждый вопрос (или несколько вариантов ответа, если это указано) или вписать свой вариант ответа в позиции «другое».

Вы можете быть полностью уверены в полной конфиденциальности ваших ответов. Они будут использоваться только в обобщенном виде, Ваше имя нигде не будет упомянуто. Обратите внимание, что на вопросы не существует правильных или неправильных ответов, для нас важно знать Ваше личное мнение о сложившейся в обществе ситуации.

Опрос займет у Вас не более 20 минут.

**Вы согласны принять участие в опросе?**

3) Да ПЕРЕХОД К АНКЕТЕ (ПРИЛОЖЕНИЕ №3)
4) Нет ЗАВЕРШИТЬ ОПРОС

Приложение №2

**Инструкция интервьюера, участвующего в проведении социологического исследования[11]**

**Общие положения**

29. Интервьюер – специалист, обладающий знаниями, навыками и полномочиями, необходимыми для проведения социологического опроса. Интервьюер является участником социологического исследования, целью которого станет оценка текущего уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС (далее - опрос).

30. В период проведения опроса интервьюер является основным исполнителем работ и обеспечивает качество конечных результатов исследования. Порядок организации процессов и действий интервьюера устанавливается настоящей инструкцией.

31. Обязательным требованием является предварительное ознакомление интервьюера с положениями настоящей инструкции, а также текстом анкеты опроса (далее - анкета) и требованиями к нему:

- полнота заполнения – 100 процентов анкет заполнены полностью (дан ответ на каждый вопрос согласно логической схеме, заложенной в анкете);

- правильность заполнения – 100 процентов анкет заполнены без исправлений и с учетом соблюдения смыслового содержания ответа на поставленный вопрос;

- соответствие геолокации и времени проведения каждого интервью в рамках опроса – не менее 95 процентов анкет должны иметь четко идентифицируемые координаты точки геолокации (номера телефона), а также адекватную длительность проведения одного интервью, за исключением мест, где не доступна информационно телекоммуникационная или спутниковая связь;

- наличие аудиозаписи каждого интервью – 100 процентов анкет должны иметь аудиозапись;

- осуществление аудиоконтроля каждого интервью – 100 процентов анкет заполнены достоверно, с соблюдением требований инструкции.

32. За ходом работы интервьюера осуществляется контроль со стороны организаторов опроса (далее - организаторы).

**Общие принципы проведения опроса**

33. Опросу в исследовании подлежит взрослое население различных социально-демографических групп и слоев, то есть люди в возрасте 14 лет и старше, отвечающие

[11] Для личных интервью по технологии CAPI или CATI

установленным профильным значениям, проживающие в указанном населенном пункте не менее 1 года на момент интервьюирования.

34. В одной группе лиц / по одному номеру телефона опрашивается только один респондент на основе заданных квот по установленным критериям (пол, возраст, уровень образования).

35. Опрос осуществляется одним из двух методов:

- методом индивидуального формализованного интервью по принципу «лицом к лицу» на улице населенного пункта в границах, обозначенных организатором;

- методом индивидуального формализованного интервью по телефону по номерам, предоставленными организатором.

36. Интервьюер, строго придерживаясь текста анкеты и требований настоящей инструкции, устно задает вопросы опрашиваемому и собственноручно фиксирует его ответы.

37. Общая нагрузка на одного интервьюера должна составлять не более 30 респондентов (результативных анкет).

38. Интервьюер в ходе опроса должен придерживаться маршрутного листа (в случае формализованного интервью по принципу «лицом к лицу») и установленных профилирующих значений выборки (заданных квот по установленным критериям), которые доводятся до сведения интервьюеров организаторами до начала проведения опроса.

39. Главная задача интервьюера заключается в том, чтобы зафиксировать подлинную, неискаженную, без оказания влияния со стороны каких-либо третьих лиц позицию респондента. Для обеспечения этого интервьюер:

- должен исключить на время интервьюирования контакты респондента с другими лицами (членами семьи, соседями, гостями и др.), обсуждение с ними содержания вопросов и ответов. В анкете должно быть зафиксировано только личное мнение респондента;

- не должен высказывать своего отношения к проблемам, содержащимся в анкете, ни до, ни во время, ни после интервью. В ходе интервью не должно быть ни обсуждений, ни полемики между интервьюером и респондентом. Рекомендуется молчаливое одобрение любого мнения (высказывания, суждения);

- не должен отождествлять мнение, выраженное респондентом в свободном, оригинальном высказывании, с той или иной кодовой позицией анкеты. Такое высказывание дословно фиксируется интервьюером в поле «другое», если это предусмотрено вариантами ответов на вопрос. В ином случае интервьюер обязан уточнить

ответ и при условии повторного отсутствия соответствующего варианта ответа зафиксировать вариант «затрудняюсь ответить»;

- должен фиксировать ответы на открытые вопросы, по возможности следуя лексике респондента. Если респондент не вполне ясно изложил свое мнение, следует попросить его уточнить высказывание;

- должен дословно зачитывать вопросы анкеты;

- должен или дословно зачитывать варианты ответов респонденту или демонстрировать варианты ответов респонденту на карточках и (или) электронных носителях;

- не должен спешить с записью варианта ответа. Не следует, не дождавшись конца ответа, фиксировать тот, который давался значительным числом респондентов в ходе предыдущих интервью, так как респондент, увидев, что ответ записан, решает, что так правильнее, и не уточняет свою позицию.

40. Наряду с формулировками вопросов и сопровождающими их вариантами ответов в анкете содержатся также пояснения по способу фиксирования ответов на отдельные вопросы и заполнению таблиц. Интервьюер должен внимательно ознакомиться с указаниями по заполнению анкеты и строго придерживаться их во время опроса.

41. Содержание анкеты и особенности проведения интервью должны быть тщательно изучены интервьюером до начала опроса. Все вопросы, возникшие при изучении инструкции, по содержанию анкеты и способам ее заполнения, выясняются у организаторов в ходе инструктажа. Любое нарушение указаний к заполнению анкеты является грубой ошибкой, ведущей к снижению качества исследования.

42. Анкета считается заполненной, если на каждый вопрос есть отмеченный в соответствии с требованиями ответ. Запрещено пропускать ответы на вопросы, не разрешается вносить исправления в анкету. Анкеты принимаются (признаются результативными) после проведения контроля полноты и достоверности информации.

43. Опрос должен проводиться в автоматизированном режиме (без использования бумажных анкет).

**Вводная часть опроса**

44. Интервьюеру следует, прежде всего, представиться, предъявить, если имеется, удостоверение и сообщить о целях своего обращения. Примерный текст вводной беседы предлагается в анкете. Композиция вводной беседы может меняться интервьюером в зависимости от конкретной ситуации.

45. Задача интервьюера при знакомстве с респондентом – создать доброжелательную, спокойную атмосферу для предстоящей беседы, убедить в важности и

необходимости участия в опросе именно данного человека. Возможно, респонденту следует объяснить, что исследование проводится по специальной, научно обоснованной методике, согласно которой в опрос включаются все группы населения, различающиеся по полу, возрасту, образованию и т.д.

46. На протяжении всего опроса интервьюер должен быть вежливым, корректным и не забывать, что участие респондента в опросе всегда носит добровольный характер – респондент в любой момент имеет право отказаться отвечать, как на какой-либо конкретный вопрос, так и от продолжения участвовать в опросе, в целом. В случае категоричного отказа респондента от участия в опросе интервьюер должен выразить сожаление, извиниться за причиненное беспокойство и попрощаться. Однако такого рода случаи должны быть сведены к минимуму.

47. Интервьюеру следует объяснить, что социологи стремятся выяснить и учесть подлинные мнения, настроения и пожелания людей. В связи с этим следует предложить респонденту серьезно отнестись к тем вопросам, которые ему будут заданы, и попросить его быть откровенным.

**Процедура выборки при опросе[12]**

48. Опрос проводится в границах, заданных организаторами и указанных в маршрутном задании. При отборе респондентов следует избегать личных оценок и симпатий. С предложением принять участие в опросе следует обращаться к каждому второму прохожему в точках с низкой проходимостью (не более десяти человек в минуту) и к каждому пятому прохожему в точках с высокой проходимостью.

49. Если к точке опроса приближается группа людей (два и более человек), один из которых явно менее дружелюбно настроен, то интервьюеру рекомендуется опросить именно его. Данная мера позволит снизить перекос в пользу наиболее контактных респондентов.

50. Интервьюеру запрещено опрашивать несколько человек в составе группы (семьи или компании друзей). Из них должен опрашиваться строго один.

**Пояснения к структуре анкеты и отдельным вопросам**

51. В анкете абсолютное большинство вопросов построено по принципу многопунктовых шкал, которые по своему характеру являются строго альтернативными, то есть с возможностью выбора только одного варианта ответа. Все случаи множественных ответов специально оговариваются в анкете.

[12] При использовании метода индивидуального формализованного интервью по принципу «лицом к лицу» на улице населенного пункта в границах, обозначенных организатором

52. В анкете предусмотрено определенное количество открытых вопросов. В этом случае интервьюеру самостоятельно следует зафиксировать ответ респондента с учетом реализации принципов полноты и достоверности информации.

53. В рамках опроса интервьюер заполняет ряд позиций самостоятельно, в том числе место проживания, пол, возраст, уровень образования респондента.

**Контроль проведения интервьюирования**

54. В рамках исследования проводится контроль работы интервьюеров по установленным критериям (показателям).

- полнота заполнения – 100 процентов анкет заполнены полностью (дан ответ на каждый вопрос согласно логической схеме, заложенной в анкете);
- правильность заполнения – 100 процентов анкет заполнены без исправлений и с учетом соблюдения смыслового содержания ответа на поставленный вопрос;
- наличие аудиозаписи каждого интервью – 100 процентов анкет должны иметь аудиозапись;
- осуществление аудиоконтроля каждого интервью – 100 процентов анкет заполнены достоверно, с соблюдением требований инструкции.

**Завершение работы**

55. После выполнения всего объема задания интервьюер должен лично сдать работу руководителю полевого этапа. Комплект сдаваемых материалов определяется организатором опроса.

56. Интервьюер должен своевременно (в срок, указанный организатором опроса) сдать работу. В случаях возникающей возможности срыва сроков работы, интервьюер должен своевременно сообщить об этом организатору опроса.

Приложение № 3

## ИНСТРУМЕНТАРИЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ. АНКЕТА ДЛЯ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

### СКРИНИНГОВАЯ ЧАСТЬ

**S.1 Вы являетесь гражданином:** (Отметить один вариант ответа)

1) Республики Армения ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
2) Республики Беларусь ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
3) Республики Казахстан ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
4) Кыргызская Республики ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
5) Российской Федерации ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.2 В каком населённом пункте Вы проживаете в настоящее время?** (Отметить один вариант ответа)

Настроена зависимость показа вариантов ответов от вопроса S.1

**S.3 Как давно Вы проживаете в этом населённом пункте?** (Отметить один вариант ответа)

1) Постоянно проживаю в другом месте ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ
2) Менее двух лет ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ
3) 2 года и более

**S.4 Укажите Ваш пол.** (Отметить один вариант ответа)

1) Мужской ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
2) Женский ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.5 Сколько Вам полных лет?** (Отметить один вариант ответа)

1) Менее 14 лет ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ
2) 14-17 лет ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
3) 18-29 лет ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
4) 30-44 года ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
5) 45-59 лет ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
6) 60 лет и старше ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.6 Ваш уровень образования:** (Отметить один вариант ответа)

7) Неоконченное основное общее образование ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

8) Основное общее образование (8-9 классов) ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

9) Среднее общее образование (10-11 классов) ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

10) Среднее профессиональное образование (колледж, техникум) ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

11) Неоконченное высшее образование ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

12) Высшее образование ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.7 Относитесь ли Вы к отдельной категории потребителей, имеющих нарушения здоровья (инвалидность, ОВЗ)?**

3) Да

4) Нет

## БЛОК 1 «ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПРАКТИКА ПОЛУЧЕНИЯ УСЛУГ ЖИТЕЛЯМИ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС»

**2. Скажите, пожалуйста, как часто Вы покупаете…:** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| № | Товары (розничная торговля) | Варианты ответов | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Несколько раз в неделю и чаще | Раз в неделю | Несколько раз в месяц | Примерно раз в месяц | Раз в несколько месяцев | Раз в полгода | Реже, чем раз в полгода | Никогда |
| 2.1 | Продукты питания | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 2.2 | Одежду или обувь | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 2.3 | Парфюмерно-косметические товары, бытовую химию | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 2.4 | Электронику, бытовую технику | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 2.5 | Табак, сигареты, алкоголь | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 2.6 | Лекарства, медикаменты | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |

**3. Где Вы <u>чаще всего</u> покупаете товары, указанные ниже?** (Отметить один вариант ответа в каждом столбце)

| № | Варианты ответов | Товары | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Продукты питания | Одежда или обувь | Парфюмерно-косметические товары, бытовая химия | Электроника, бытовая техника | Табак, сигареты, алкоголь |
| 3.1. | В торговых центрах | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 3.2. | В гипермаркетах, супермаркетах | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 3.3. | В небольших магазинах «У дома», в минимаркетах | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3.4. | В палатках и киосках | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3.5. | На рынках, ярмарках | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3.6. | В интернет-магазинах | 7 | 7 | 7 | 7 | - |
| 3.7. | Другое (впишите свой вариант ответа) | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| 3.8. | Не приобретаю указанный товар | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 |
| 3.9. | Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |

**4. Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных ниже услуг Вы пользуетесь и, если пользуетесь, то как часто?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| № | Услуги | Варианты ответов | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Несколько раз в неделю и чаще | Раз в неделю | Несколько раз в месяц | Примерно раз в месяц | Раз в несколько месяцев | Раз в полгода | Реже, чем раз в полгода | Никогда |
| 4.1. | Услуги розничной торговли | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 4.2. | Услуги дистанционной торговли (онлайн магазинов, маркетплейсов) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 4.3. | Услуги общественного питания (столовых, кафе, ресторанов и т.п.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 4.4. | Туристские услуги (путешествия, экскурсии) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 4.5. | Бытовые услуги (химчистка, ателье, ремонт обуви и т.д.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 4.6. | Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнес-центров | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 4.7. | Медицинские услуги, в том числе платные | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 4.8. | Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 4.9. | Услуги общественного транспорта, в том числе, такси | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 4.10. | Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 4.11. | Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 4.12. | Финансовые услуги (услуги, предоставляемые банками, страховыми компаниями и другими финансовыми организациями) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |

## БЛОК 2 «УРОВЕНЬ ИНФОРМИРОВАННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ОБ ОТДЕЛЬНЫХ АСПЕКТАХ ДЕЙСТВУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**5. Как Вы думаете, регулируются ли на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?** (Отметить один вариант ответа)

1) Точно знаю, что регулируются
2) Думаю, что регулируются, но не знаю точно
3) Точно не регулируются
4) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**6. Знакомы ли Вы с действующим на уровне государства Законом «О защите прав потребителей»?** (Отметить один вариант ответа)

1) Да, знаю основные положения Закона
2) Знаю о существовании Закона, но не знаю его содержание
3) Впервые слышу о Законе

**7. О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно?** (Можно отметить любое количество вариантов ответов)

1) Право на просвещение в области защиты прав потребителей
2) Право на надлежащее качество товара (работы, услуги)
3) Право потребителя на безопасность товара (работы, услуги)
4) Право потребителя на информацию об изготовителе (продавце, исполнителе) и о товарах (работах, услугах)
5) Право потребителя на возмещение и компенсацию материального и морального вреда, причиненного жизни, здоровью и имуществу из-за недостатков товара (работы, услуги) или ненадлежащей информации
6) Право потребителя на обмен товара надлежащего (ненадлежащего) качества
7) Право потребителей на защиту своих прав
8) Не знаю о правах потребителей

**7.1. Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Вы считаете необходимым расширить, чем дополнить?** (Впишите свой вариант ответа)

_____

**8. Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным (онлайн) способом?**

1) Знаю детально особенности законодательства
2) Знаю о существовании особенностей
3) Не знаю об особенностях законодательства

## БЛОК 3 «ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМИРОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ПО ВОПРОСАМ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**9. Как Вы считаете, достаточны ли Ваши знания в области защиты Ваших прав как потребителя товаров (работ, услуг)?** (Отметить один вариант ответа)

1) Вполне достаточны
2) Скорее достаточны
3) Недостаточны
4) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**10. Хотели ли бы Вы больше узнать о своих правах как потребителя?** (Отметить один вариант ответа)

1) Да, хотел бы иметь полную информацию о своих правах
2) Да, хотел бы немного больше узнать
3) Нет, имеющихся у меня знаний мне уже достаточно ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №11

**11. О чем конкретно в сфере защиты прав потребителей Вы бы хотели узнать больше?** (Можно выбрать не более трех вариантов ответов).

1) Основы потребительских знаний: как защитить свои права и интересы при покупке товаров
2) Права потребителей на едином рынке ЕАЭС
3) Дистанционная торговля: права и обязанности потребителей и продавцов
4) Права потребителей в сфере услуг: туризм, медицина, образование и т.д.
5) Разрешение потребительских споров до суда
6) Права и обязанности потребителей в сфере финансовых услуг
7) Общественная инициатива и контроль в области защиты прав потребителей
8) Другое (укажите)

**12. Если у Вас возникают вопросы в сфере защиты прав потребителей, куда Вы обращаетесь за получением необходимой информации? (**Можно отметить любое количество вариантов ответов)

1) Официальная информация (законодательство), размещенная на официальных сайтах уполномоченных органов в сети Интернет
2) Сайты общественных объединений потребителей

3) Телепередачи, радиопередачи на тему защиты прав потребителей

4) Публикации в печатных и электронных СМИ

5) Специальные блоги, форумы, где обсуждаются вопросы защиты прав потребителей

6) Информационные стенды, уголки потребителей

7) Юридические консультации

8) Друзья, знакомые

9) Другое (укажите, пожалуйста)

10) Никуда не обращаюсь

**13. Оцените качество информации о защите прав потребителей, размещаемой в открытом доступе.** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| № | Критерии | Варианты ответов | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Удовлетворительно | Скорее удовлетворительно | Скорее неудовлетворительно | Неудовлетворительно | Затрудняюсь ответить/ мне ничего не известно о такой информации |
| | **Доступность информации** | | | | | |
| 12.1. | о нормативной базе, связанной с защитой прав потребителей (законы, подзаконные акты) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.2. | о перечне прав потребителей с пояснениями | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.3. | о правилах обращения в надзорные, правозащитные органы для отстаивания своих прав в случае их нарушения | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | **Понятность информации** | | | | | |
| 12.4. | о нормативной базе, связанной с защитой прав потребителей (законы, подзаконные акты) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.5. | о перечне прав потребителей с пояснениями | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.6. | о правилах обращения в надзорные, правозащитные органы для отстаивания своих прав в случае их нарушения | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

## БЛОК 4 «ИНСТРУМЕНТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОСНОВНЫХ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**14. Известно ли Вам о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг)?** (Отметить один вариант ответа)

1) Да
2) Нет ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №18

**15. Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?** (Отметить один вариант ответа)

1) Всегда
2) Часто
3) Редко
4) Никогда

**16. Что повышает Вашу уверенность в качестве приобретаемого товара?** (Можно отметить любое количество вариантов ответов)

1) Наличие сертификата
2) Наличие знака качества
3) Репутация изготовителя (продавца)
4) Не доверяю ничему

**17. Всегда ли Вы можете получить интересующую Вас информацию относительно приобретаемого товара, получаемой услуги?** (Отметить один вариант ответа)

1) Всегда или практически всегда ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №18
2) Не всегда
3) Никогда или практически никогда

**18. Какую информацию о товаре (работе, услуге) Вы не всегда можете получить?** (Можно отметить любое количество вариантов ответов)

1) О качестве товара, его характеристиках
2) О стоимости товара/услуги
3) Об изготовителе (исполнителе, продавце)
4) Об условиях приобретения (договора) товара/получения услуги

5) О сроке годности, гарантийном сроке, сроке службы

6) О безопасности товара, сертификатах (декларациях) соответствия

7) Другое (укажите, пожалуйста)

8) Затрудняясь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

## БЛОК 5 «УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ТОВАРОВ (РАБОТ, УСЛУГ)»

**19. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| № | Товары | Варианты ответов | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Полностью удовлетворены | Скорее удовлетворены | Скорее не удовлетворены | Полностью не удовлетворены | Затрудняюсь ответить |
| 19.1. | Продуктов питания. Вопрос не задается по товарам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 1. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19.2. | Одежды, обуви. Вопрос не задается по товарам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 1. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19.3. | Парфюмерно-косметических товаров, бытовой химии. Вопрос не задается по товарам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 1. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19.4. | Электротоваров, бытовой техники. Вопрос не задается по товарам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 1. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19.5. | Алкогольной, табачной продукции. Вопрос не задается по товарам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 1. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

**20. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих услуг?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| № | Услуги | Варианты ответов | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Да, каждый раз или практически каждый раз | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | Никогда |
| 20.1. | Услуги розничной торговли. Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.2. | Услуги дистанционной торговли (онлайн магазинов, маркетплейсов). Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |

Окончание таблицы

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 20.3. | Услуги общественного питания (столовых, кафе, ресторанов и т.п.). Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.4. | Туристские услуги (путешествия, экскурсии). Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.5. | Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.). Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.6. | Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнесс-центров. Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.7 | Медицинские услуги. Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.8. | Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио). Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.9. | Услуги общественного транспорта, в том числе, такси. Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.10. | Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.). Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.11. | Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования). Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.12. | Финансовые услуги (услуги, предоставляемые банками, страховыми компаниями и другими финансовыми организациями). Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |

**21. Давайте подробнее остановимся на розничной продаже товаров. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

Вопрос не задается если на вопрос №2, п.п. №2.1. выбран вариант №8 «никогда»/ «практически никогда»

| | Ситуация | Варианты ответов | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Да, каждый раз или практически каждый раз | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | Никогда |
| 21.1. | Продавали товар с истекшим сроком годности (службы) | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.2. | Продали бракованный товар | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.3. | Обвесили (неправильно взвесили товар) | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.4. | Отсутствовал ценник товара или цена была указана неверно | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.5. | Предоставили недостоверную информацию о товаре | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.6. | Не предоставили необходимую информацию о товаре | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.7. | Обсчитали (неправильно выдали сдачу, посчитали сумму покупки) | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.8. | Невежливо разговаривали | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.9. | Навязывали дополнительные товары и услуги | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.10. | Отказали в обмене или возврате денег за некачественный товар | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.11. | Не предоставили книгу жалоб | 1 | 2 | 3 | 4 |

**22. Теперь давайте поговорим про общественное питание. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями при посещении кафе и ресторанов?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

Вопрос не задается если на вопрос 3, п.п. №2.3. выбран вариант №8 «никогда»/ «практически никогда».

| № | Ситуация | Варианты ответов | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Да, каждый раз или практически каждый раз | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | Никогда |
| 22.1. | Отказали в обслуживании | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 22.2. | Принесли некачественное, испорченное блюдо | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 22.3. | Помещение, посуда и столовые приборы были загрязнены | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 22.4. | Невежливо разговаривали работники | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 22.5. | В счет включали лишние позиции | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 22.6. | Настаивали на оплате некачественного, испорченного блюда | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 22.7. | Настаивали на оплате дополнительных услуг (музыка, детская комната и пр.) | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 22.8. | Требовали чаевые | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 22.9. | Не предоставили возможность расплатиться удобным для Вас способом | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 22.10. | Не дали предварительно ознакомиться с меню или не предоставили интересующую Вас информацию – о составе, калорийности, весе блюда | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 22.11. | Отказывали в предоставлении книги жалоб | 1 | 2 | 3 | 4 |

**23. Получали ли Вы за последние 12 месяцев какие-либо услуги из представленных ниже? Если получали, то скажите, Вы оказываетесь в ситуации, когда понимали, что Ваши права как потребителя, были нарушены?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| | Сфера услуг | Варианты ответов | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Получал услугу, но права не были нарушены | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | Не получал услугу |
| 22.1. | Услуги розничной торговли | 1 | 2 | 3 |
| 22.2. | Услуги дистанционной торговли | 1 | 2 | 3 |
| 22.3. | Услуги общественного питания (столовых, кафе, ресторанов и т.п.) | 1 | 2 | 3 |
| 22.4. | Туристские услуги, путешествия, экскурсии | 1 | 2 | 3 |
| 22.5. | Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.) | 1 | 2 | 3 |
| 22.6. | Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнесс-центров | 1 | 2 | 3 |
| 22.7. | Медицинские услуги, в том числе платные | 1 | 2 | 3 |
| 22.8. | Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио) | 1 | 2 | 3 |
| 22.9. | Услуги общественного транспорта, в том числе, такси | 1 | 2 | 3 |
| 22.10. | Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.) | 1 | 2 | 3 |
| 22.11. | Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования) | 1 | 2 | 3 |
| 22.12 | Финансовые услуги (услуги, предоставляемые банками, страховыми компаниями и другими финансовыми организациями) | 1 | 2 | 3 |

**24. Выберите одну услугу, при получении которой Вы столкнулись с нарушением ваших прав и о которой Вы готовы рассказать.** (Отметить один вариант ответа)

Вопрос не задается если на вопрос №22, ВО ВСЕХ ПУНКТАХ п.п. №22.1.-№22.12. выбраны варианты №1 «Получал услугу, но права не были нарушены» или №3 «Не получал услугу».

Если только в одном случае выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос не задается

Если в нескольких случаях выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос задается только по тем услугам, по которым выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав»

1) Туристские услуги, путешествия, экскурсии
2) Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.)
3) Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнесс-центров
4) Медицинские услуги, в том числе платные

5) Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио)

6) Услуги общественного транспорта, в том числе, такси

7) Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.)

8) Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования)

9) Финансовые услуги (услуги, предоставляемые банками, страховыми компаниями и другими финансовыми организациями)

**25. С какими ситуациями в процессе получения этой услуги Вы сталкивались за последние 12 месяцев?** (Можно отметить несколько вариантов ответов)

Вопрос не задается если на вопрос №22, ВО ВСЕХ ПУНКТАХ п.п. №22.1.-№22.12. выбраны варианты №1 «Получал услугу, но права не были нарушены» или №3 «Не получал услугу».

Если только в одном случае выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос не задается

Если в нескольких случаях выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос задается только по тем услугам, по которым выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав».

1) Не могли получить интересующие сведения об услуге, об условиях ее получения

2) Не могли узнать стоимость услуги

3) Не могли узнать график работы специалистов

4) Не могли узнать гарантийный срок, если он установлен

5) Не могли узнать правила и условия эффективного и безопасного использования услуги

6) Не могли узнать адрес (место нахождения), наименование исполнителя

7) Не получили информацию о правилах выполнения работ, оказания услуг

8) Не могли получить информацию о конкретном лице, которое будет выполнять работу (оказывать услугу), и информацию о нем

9) Не могли получить услугу (нет специалистов, учреждений, плотная запись на прием, проигнорировали Ваше обращение и пр.)

10) Столкнулись с низким уровнем профессионализма, некомпетентностью специалистов, оказавших услугу

11) Столкнулись с недоброжелательность сотрудников, оказавших услугу

12) Услуга оказывалась в технически неисправном помещении, транспорте, получение услуги было небезопасно, была нарушена техника безопасности

13) Услуга была оказана некачественно

14) Услуга была выполнена не в указанный срок

15) Итоговая стоимость услуги возросла без согласования с Вами

16) Исполнитель намекал на необходимость дополнительного вознаграждения, подарка

17) Исполнитель отказался переделывать некачественную услугу

18) Исполнитель отказался делать скидку из-за нарушений сроков выполнения работы или недостаточно высокого качества предоставления услуги

19) Другое (укажите)

**26. Как часто Вы приобретаете товары через интернет?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

В том случае, если во всех строках респондент выбирает вариант ответа «Никогда / практически никогда», ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №30.

| № | Товары | Несколько раз в неделю и чаще | Раз в неделю | Несколько раз в месяц | Примерно раз в месяц | Раз в несколько месяцев | Раз в полгода | Реже, чем раз в полгода | Никогда |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 26.1. | Продукты питания | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 26.2. | Одежду и обувь | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 26.3. | Парфюмерно-косметические товары, бытовая химия | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 26.4. | Электронику, бытовую технику | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 26.6. | Лекарства, медикаменты | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 26.7. | Билеты (проездные, развлекательные и проч.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |

**27. Почему Вы покупаете эти товары именно онлайн, а не в обычном магазине?** (Можно отметить несколько вариантов ответов)

1) Цены в интернет-магазинах ниже, чем в обычных

2) Это быстрее, экономит время, не люблю ходить по обычным магазинам

3) Больше выбор, можно найти товар, которого нет в обычных магазинах моего города

4) Онлайн доступны товары более высокого качества

5) Онлайн дает бонусы

6) Онлайн легче вернуть или обменять товар

7) Товар доставляется в удобное место

8) Доступно больше информации о товаре

9) Можно сравнивать информацию с аналогичными товарами

10) Есть отзывы о товаре, фотографии и видео, подготовленные покупателями

11) Могу делать покупки в удобное для меня время

12) Другое (укажите)

13) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**28. Скажите, как за последний год изменилась частота Ваших покупок через интернет?** (Отметить один вариант ответа)

1) Стал покупать чаще

2) Покупаю так же, как и раньше

3) Стал покупать реже (почему?)

4) Затрудняюсь ответить

**29. Скажите, при совершении покупок через интернет Вы сталкивались с указанными ниже ситуациями?** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| № | Ситуация | Варианты ответов | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Да, каждый раз или практически каждый раз | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | Никогда |
| 28.1 | Сроки доставки товара были нарушены | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.2 | Товар оказался с браком или с истекшим сроком годности | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.3 | Товар не доставили | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.4 | Доставили неполный комплект заказа | | | | |
| 28.5 | Товар не соответствует заказанному, доставили другой товар | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.6 | Не мог получить полную информацию о товаре или информация была указана не на Вашем родном языке | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.7 | Невозможность разрешить конфликтную ситуацию | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.8 | Отказывали в возврате товара | 1 | 2 | 3 | 4 |

## БЛОК 6 «МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЛУЧАЕ УЩЕМЛЕНИЯ ИХ ПРАВ»

**30. Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших прав как потребителя?** (Отметить один вариант ответа)

1) Знаю хорошо
2) Знаю достаточно
3) Ничего не знаю

**31. Если Ваши права потребителя будут нарушены, куда Вы обратитесь?** (Можно отметить несколько вариантов ответа)

1) В уполномоченный государственный орган по защите прав потребителей
2) В суд, прокуратору, к услугам юристов
3) В общественное объединение потребителей
4) Буду пытаться решить проблему с изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг) самостоятельно
5) К знакомым, которые могут помочь решить ситуацию
6) Никуда не обращусь и ничего не буду делать

**32. Какие способы борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг) Вы считаете наиболее эффективными? Оцените каждый способ по пятибалльной шкале, где 5 баллов – очень эффективно, 0 баллов – совсем неэффективно.** (Отметить один вариант ответа в каждой строке)

| Способы борьбы | Оценка | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Жалоба сотруднику администрации | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Жалоба в Книгу отзывов и предложений | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Негативный отзыв на сайте магазина, учреждения | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Обращение в общественные объединения потребителей | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Обращение в уполномоченные государственные органы | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Негативный отзыв в социальных сетях | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Обращение в суд | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Обращение юристу для досудебной защиты прав | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |

**33. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их перед изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг)?** (Можно отметить не более 3 вариантов ответов)

1) Да, в любом случае я буду пытаться их отстоять

2) Да, если стоимость товара (работы, услуги) высокая для меня

3) Да, если в процессе использования товара (получения услуги) мне был нанесен физический вред

4) Да, если в процессе использования товара (получения услуги) мне был нанесен моральный вред

5) Нет

6) Другое (укажите)

7) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**34. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их в суде?** (Можно отметить не более 3 вариантов ответов)

1) Да, в суде я смогу защитить свои права

2) Да, если стоимость товара (работы, услуги) дорогая для меня

3) Да, если в процессе использования товара (получения услуги) мне был нанесен физический вред

4) Да, если в процессе использования товара (получения услуги) мне был нанесен моральный вред

5) Нет

6) Другое (укажите)

7) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

## БЛОК 7 «УРОВЕНЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**35. Какие органы <u>должны</u> заниматься защитой прав потребителей?** (Можно отметить любое количество вариантов ответов)

1) Государство, уполномоченные государственные органы
2) Общественные объединения потребителей
3) Юристы
4) Судебные органы
5) Никто, защитой своих прав потребители должны заниматься сами
6) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**36. На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?** (Отметить один вариант ответа)

1) Очень эффективно
2) Скорее эффективно
3) Скорее неэффективно
4) Абсолютно неэффективно
5) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**37. Есть ли в стране общественные объединения в сфере защиты прав потребителей?** (Отметить один вариант ответа)

1) Да
2) Нет
3) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**38. На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сфере защиты прав потребителей?** (Отметить один вариант ответа)

1) Очень эффективна
2) Скорее эффективна
3) Скорее неэффективна
4) Абсолютно неэффективна
5) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**39. Сколько раз Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?** (Можно отметить несколько вариантов ответа)

1) Никогда не приходилось оказываться в такой ситуации ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № 41

2) Один раз в несколько лет

3) Один-два раза в год

4) Один раз в месяц

5) Чаще, чем один раз в месяц

6) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**40. Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей?** (Можно отметить несколько вариантов ответов)

1) Да, в уполномоченные государственные органы по защите прав потребителей моей страны

2) Да, в уполномоченные государственные органы другого государства-члена ЕАЭС

3) Обращались в общественное объединение потребителей

4) Обращались в суд, прокуратору

5) Обращались к услугам юристов

6) Никуда не обращались, решали проблему с изготовителем (продавцом) товаров, исполнителем (работ, услуг) самостоятельно

7) Ничего не пытались сделать (почему?) ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №41

**41. Если Ваши права нарушались, то удалось ли Вам отстоять свои права?** (Отметить один вариант ответа)

1) Полностью удалось отстоять свои права

2) Частично удалось отстоять свои права

3) Не удалось отстоять свои прав

4) Вопрос завис на рассмотрении

**42. Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?** (Отметить один вариант ответа)

1) Ситуация благополучная – права потребителей полностью соблюдаются

2) Ситуация удовлетворительная, права потребителей соблюдаются частично

3) Ситуация неблагополучная, по большей части, права потребителей не соблюдаются

4) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**43. Как Вы думаете, существует ли необходимость совершенствования законодательства по защите прав потребителей?».** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Законодательство вполне отвечает всем ожиданиям потребителей

2) Законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки

3) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**44. Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Стало лучше (что конкретно?)

2) Осталось на прежнем уроне, не изменилось

3) Стало хуже (что конкретно?)

4) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**45. Считаете ли Вы необходимым расширение прав потребителей?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Да, в значительной степени

2) Да, незначительно

3) Нет

4) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**46. Как Вы думаете, есть ли необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Да, в значительной степени

2) Да, незначительно

3) Нет ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S8-S11

4) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ, ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S8-S11

**47. Что необходимо усилить в вопросе регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?** (Можно отметить несколько вариантов ответа)

1) Увеличить размер штрафов для недобросовестных субъектов предпринимательской деятельности за нарушение ими законодательства в сфере защиты прав потребителей

2) Повысить требования к качеству товара (работ, услуг)

3) Повысить требования к предоставлению информации о товаре (работе, услуге), информации об изготовителе (исполнителе, продавце)

4) Повысить требования к безопасности товара (работы, услуги)

5) Другое (укажите)

6) Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

***И в заключение несколько вопросов о Вас:***

**S.8. Скажите, пожалуйста, в настоящее время Вы работаете или нет?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Работаю по найму на государственном предприятии

2) Работаю по найму на частном, коммерческом предприятии

3) Частный предприниматель, собственный бизнес

4) Пенсионер (не работаю) ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S.11.

5) Временно нигде не работаю, безработный ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S.11.

6) Студент, учащийся (не работаю) ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S.11.

7) Занимаюсь домашним хозяйством, в декрете ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S.11.

8) Другое (укажите)

**S.9. Уточните, пожалуйста, в какой отрасли, сфере Вы работаете?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Промышленность

2) Сельское хозяйство

3) Дизайн, проектирование, архитектура, строительство

4) Государственное, муниципальное управление

5) Образование, наука

6) Культура, искусство

7) Здравоохранение

8) Услуги, торговля

9) Общественное питание

10) Бытовое (коммунальное) обслуживание

11) Правоохранительные органы, армия, флот, охранная деятельность

12) Транспорт (в том числе, морской), связь

13) Информация, IT

14) Финансы, юриспруденция

15) Другое (укажите)

**S.10. Кем Вы работаете?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Руководитель высшего звена (генеральный директор, президент)

2) Заместитель руководителя, главный специалист

3) Руководитель среднего звена (руководитель отдела, подразделения, цеха, смены, или сектора)

4) Квалифицированный специалист с высшим образованием (врач, юрист, педагог)

5) Служащий без высшего образования (кассир, машинистка, продавец и т.д.)

6) Технический или обслуживающий персонал

7) Квалифицированный рабочий, мастер

8) Разнорабочий

9) Другое (укажите)

**S.11. Какая из перечисленных фраз наиболее точно характеризует уровень жизни Вашей семьи?** (Можно отметить один вариант ответа)

1) Нашей семье не хватает денег даже на еду и оплату коммунальных услуг

2) Нашей семье хватает денег только на еду и оплату коммунальных услуг, приобретение одежды проблематично

3) Нашей семье хватает денег только на еду и одежду, приобретение бытовой техники без обращения к кредитам проблематично

4) Нашей семье хватает денег на приобретение бытовой техники, но покупка автомобиля или отдых за границей без обращения к кредитам для нас проблематичны

5) Нашей семье хватает денег на отдых и содержание машины, но не можем приобрести дачу, квартиру без ипотеки и т.д.

6) Наша семья может без проблем приобрести любые дорогие вещи – квартиру, машину, дачу и т.д.

7) Отказ от ответа НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

***Благодарим Вас за участие в исследовании!***

## 5 Разработка проекта рекомендации по применению методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, в том числе в рамках деятельности уполномоченных органов государств-членов в сфере защиты прав потребителей

Целью разработки проекта рекомендации по применению методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, в том числе в рамках деятельности уполномоченных органов государств-членов в сфере защиты прав потребителей является необходимость гармонизации подходов к проведению социологических исследований в сфере защиты прав потребителей с целью получения сравнимых и релевантных показателей оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах.

В данном разделе содержатся общие рекомендации по применению разработанной методики, а также подготовлен проект рекомендации для рассмотрения и утверждения Коллегией Евразийской экономической комиссии.

### 5.1. Общие рекомендации по применению разработанной методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах

Основное назначение общих рекомендаций - оказать помощь по применению методики при проведении социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС. Рекомендации содержат разъяснения по порядку подготовки исходных данных, помогают в проведении социологического исследования, содержат разъяснения по обработке и интерпретации полученных результатов, проверки их достоверности, а также при формировании выводов.

Разработанная методика включает инструменты, процедуру проведения социологического исследования, а также расчет определенных показателей (индексов) на стадии обработки и анализа полученных результатов.

Полученные результаты проведенного исследования необходимо использовать для повышения эффективности мер по защите прав потребителей на всех уровнях системы защиты прав потребителей в государствах-членах ЕАЭС. Система защиты прав

потребителей – неотъемлемая часть социального государства, население которого ориентировано на формирование более рационального, экологичного и здорового потребления. Система защиты прав потребителей включает три уровня: макро-, мезо и микро.

Макроуровень системы защиты прав потребителей включает межгосударственную и национальную политику государств-членов Союза по созданию эффективной системы защиты прав потребителей путем разработки международных договоров и актов, составляющих право Евразийского экономического союза, а также нормативно-правовой базы государств-членов, обеспечивающей реализацию согласованной политики в сфере защиты прав потребителей, определения уполномоченных органов в государствах-членах в сфере защиты прав потребителей, организацию и осуществление государственного контроля и надзора в сфере защиты прав потребителей. На данном уровне результаты социологических исследований могут быть использованы для совершенствования нормативных правовых актов Союза и гармонизации законодательства государств-членов в сфере защиты прав потребителей, сближения национальных механизмов и процедур защиты прав потребителей, определения сфер потребительского рынка товаров и услуг, требующих выработки общих подходов к защите прав потребителей, подготовки предложений по механизму взаимодействия уполномоченных органов государств-членов в целях содействия в разрешении трансграничных споров с участием потребителей.

Мезоуровень (институциональный уровень) системы защиты прав потребителей во-первых, включает деятельность общественных объединений в сфере защиты прав потребителей, участвующих в формировании национального регулирования, в общественном контроле в данной сфере, представляющих интересы потребителей в государственных органах, осуществляющих независимую экспертизу качества и безопасности товаров (работ, услуг), информационно-просветительскую деятельность в области защиты прав потребителей; во-вторых, включает все институты и организации, осуществляющие торговлю, предоставление услуг, деятельность которых регулируется уполномоченными органами в государствах-членах в сфере защиты прав потребителей; на данном уровне повышение эффективности мер по защите прав потребителей на основе данных социологических исследований может включать расширение практик коммуникационных стратегий и информационно- просветительской деятельности (активную работу в СМИ и социальных медиа (обязательное введение официальных сайтов, страниц в социальных сетях с медиапланированием, создание видеоконтента о безопасном потреблении и т.д.), мониторинг отзывов (жалоб/предложений) потребителей и т.д.) в

области защиты прав потребителей, как общественных объединений потребителей, так и институтов и организации, осуществляющие торговлю, предоставление услуг.

Микроуровень системы защиты прав потребителей включает практики взаимодействия субъектов потребления (покупателей, потребителей, пользователей) товаров и услуг с производителями (продавцами, исполнителями (работ, услуг)). На микроуровне повышение эффективности мер по защите прав потребителей в основном осуществляется на основе активной коммуникационной и информационно-просветительской деятельности как на макро-, так и на мезоуровнях системы защиты прав потребителей, а также через активное привлечение потребителей к участию в независимой экспертизе, общественных рейдах и других мероприятиях, направленных на повышение общественной активности потребителей и способствующих повышению уровня потребительской грамотности.

Следовательно, применение методики проведения социологического исследования предполагает измерение оценки и эффективности защиты прав потребителей на трех уровнях системы защиты прав потребителей в государствах членах ЕАЭС.

Для установления взаимосвязи между ключевыми понятиями и эмпирическими индикаторами, относящимися к предметной области исследования (к анализу уровня защиты прав потребителей и оценки эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах Союза) проведена операционализация и интерпретация отдельных, наиболее важных терминов: «государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей» и «поведение потребителей в сфере защиты прав» (таблицы 1.1 и 1.2) с учетом концептуальной модели исследования, которая базируется на рабочих гипотезах.

Гипотеза-основание - эффективность мер государственной политики в сфере защиты прав потребителей определяется как макро-факторами развития государства (экономическая политика, нормативно-правовая база, регулирующая сферу защиты прав потребителей, наличие уполномоченных государственных органов и т.д.), так и микро-факторами (поведенческие практики потребителей, уровень информированности, уровень удовлетворенности, уровень защищенности и т.д.) субъективного восприятия ситуации потребителями в государствах-членах ЕАЭС.

Гипотезы-следствия:

- уровень удовлетворенности населения мерами защиты прав потребителей определяется эффективностью мер государственной политики в сфере защиты прав потребителей: уровнем реализации мер контроля (надзора) уполномоченных органов, деятельности общественных объединений, совершенствованием и актуализацией нормативно-правовой базы;

- уровень образования респондентов влияет на их информированность о своих правах в сфере защиты прав, о законах и нормах, стандартах качества товаров и услуг;

- частота обращения респондентов в уполномоченные государственные органы и общественные объединения в большей степени определяется частотой столкновения потребителей с нарушением своих прав при приобретении товаров/услуг и зависит от уровня потребительской активности;

- уровень удовлетворенности потребителей механизмами защиты своих прав определяется частотой столкновения потребителей с нарушением прав при приобретении товаров/услуг;

- при выборе товаров (работ, услуг) респонденты, в первую очередь, обращают внимание на их безопасность и качество (состав продукта, профессионализм тех, кто оказывает услугу и т. д.);

- уровень потребительской активности будет зависеть от половой принадлежности, возраста, семейного статуса;

- уровень потребительской активности при онлайн-покупках будет выше у молодых женщин.

Подготовка исходных данных для проведения социологического исследования предполагает сбор данных о системе защиты прав потребителей в государствах-членах ЕАЭС: об уполномоченных органах государств-членов, осуществляющих регулирование и контроль в сфере защиты прав потребителей, общественных объединения потребителей, осуществляющих общественный контроль в данной сфере и др.

Для определения генеральной совокупности необходима подготовка статистических данных о структуре населения государств-членов по состоянию на 1 января текущего года (в качестве таких источников могут выступать последние переписи населения). В качестве основных квотных параметров генеральной совокупности в каждом государстве-члене ЕАЭС выступают численность взрослого населения, место жительства, пол, возраст и уровень образования респондентов.

Структура выборочной совокупности должна максимально совпадать со структурой генеральной совокупности по основным характеристикам отбора. В рамках контроля качества формирования выборочной совокупности проводится проверка соответствия итоговой выборочной совокупности, сформированной из требуемого количества результативных анкет, профилирующим значениям выборки, допустимая статистическая погрешность не превышает 5 процентов по установленным характеристикам при доверительном интервале в 95%. В случае выявления отклонений по итогам проведения

контроля качества формирования выборочной совокупности осуществляется ремонт выборки в соответствии с установленными характеристиками.

Независимо от выбранного метода исследования – онлайн опрос (CAWI), телефонное интервью (CATI), личное интервью (CAPI) – по одному номеру телефона, по одному IP адресу, в одной группе лиц при уличном опросе – может быть опрошен только один респондент.

Интерпретация полученных результатов социологического исследования на каждом уровне системы защиты прав потребителей.

Для характеристики макроуровня системы защиты прав потребителей определяют индекс эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей и показатель эффективности мер, принимаемых для защиты прав потребителей. Индекс эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей показывает, как население государств-членов ЕАЭС оценивает ситуацию с защитой прав потребителей в своей стране на уровне государственного регулирования. Эмпирическим индикатором выступает вопрос 35 анкеты «На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?»). Индекс эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей рассчитывается как средневзвешенное количество ответов на данный вопрос по формуле:

$$I = \frac{n_a + 0{,}5n_b - 0{,}5n_c - n_d}{n_a + n_b + n_c + n_d}$$

где $n_a$ – удельный вес (доля) ответов «Очень эффективно»; $n_b$ – удельный вес (доля) ответов «Скорее эффективно»; $n_c$ — удельный вес (доля) ответов «Скорее неэффективно»; $n_d$ – удельный вес (доля) ответов «Абсолютно неэффективно».

Для того чтобы уравновесить ответы «Очень эффективна» и «Скорее эффективна», «Абсолютно неэффективна» и «Скорее неэффективна», перед nb и nc введены коэффициенты 0,5.

Индекс равен нулю, если число "положительных оценок" равно числу "отрицательных" оценок. При этом положительное значение индекса говорит о том, что респондентов, положительно оценивающих эффективность государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей больше, чем оценивающих отрицательно. Отрицательное значение появляется в ситуации, когда число отрицательных оценок больше, чем положительных.

Если измерять данный индекс периодически, то это позволяет увидеть динамику в оценке эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей в государствах- членов ЕАЭС.

Показатель эффективности мер, принимаемых для защиты прав потребителей, рассчитываемый как отношение количества респондентов, отметивших вариант ответа «Стало лучше», к общему количеству респондентов, ответивших на вопрос 43 анкеты «Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?», позволяет оценить эффективность мер, принимаемых для защиты прав потребителей, в динамике за последние несколько лет.

На макроуровне системы защиты прав потребителей важно оценить, насколько совершенна нормативно-правовая база в сфере защиты прав потребителей. Методика позволяет измерить мнение респондентов о том, какие органы должны отстаивать интересы потребителя (вопрос 34 в анкете «Как Вы думаете, кто, какие органы должны заниматься защитой прав потребителей?), информированность и знание потребителями закона «О защите прав потребителей» (вопросы 4, 5, 6, 7 в анкете «Как Вы думаете, регулируется ли в Вашей стране на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?», «Знакомы ли Вы с действующим на уровне Вашего государства Законом «О защите прав потребителей»?», «О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно?», «Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным (онлайн) способом?»), а также уровень удовлетворенности потребителей законами, регулирующими защиту прав потребителя (вопрос в анкете «Насколько Вы удовлетворены мерами и законами, определяющими защиту Ваших прав как потребителя?» возможность вернуть/обменять некачественный товар (услугу), возможность возмещение вреда, причиненного вследствие недостатков товара (работы, услуги).), а также уровень удовлетворенности своими правами потребителя (вопрос в анкете «Насколько Вы удовлетворены своими правами как потребитель?»).

Для оценки мезоуровня системы защиты прав потребителей определяют индекс эффективности общественных объединений потребителей на основе ответов на вопрос 37 анкеты «На Ваш взгляд, насколько эффективна работа общественных объединений в сфере защиты прав потребителей?», который рассчитывается аналогично индексу эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей и имеет такие же оценочные критерии.

На данном уровне системы защиты прав потребителей также измеряется уровень удовлетворенности потребителей качеством товаров (работ, услуг) (вопросы 18, 19 «Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров?», «Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих услуг?») путем

расчета показателей удовлетворенности потребителей качеством товаров и оказываемых услуг, выявляются наиболее частые нарушения в сфере розничной торговли (вопрос 20), общественного питания (вопрос 21), при совершении покупок через интернет (вопрос 28) путем расчета соответствующих индексов нарушения прав потребителей при розничной продаже товаров, оказании услуг общественного питания и при совершении покупок через интернет.

На микроуровне системы защиты прав потребителей применение методики проведения социологического исследования позволяет выявить *практики взаимодействия потребителей* по вопросам защиты своих прав с уполномоченными государственными органами по защите прав потребителей, с общественными объединениями потребителей, с производителями (вопросы 39, 31, 32, 33 анкеты «Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей?», «Какие способы борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг) Вы считаете наиболее эффективными?», «В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их в суде?», «Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?»

Количественным показателем, дающим оценку эффективности данного уровня, выступает индекс уровня защищенности потребителя, который является комплексным и включает ряд показателей – сумму удельных весов (долей) положительных ответов на вопросы №14 «Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?», №40 «Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?» и №41 «Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?». К положительным ответам на данные вопросы относят сумму ответов «Всегда» и «Часто» (для вопроса №14), «Полностью» и «Частично» (для вопроса №40), «Ситуация благополучная» и «Ситуация удовлетворительная» (для вопроса №41). Индекс рассчитывается как среднее взвешенное значение от суммы удельных весов положительных ответов на данные вопросы.

Изучение уровня информированности потребителей в сфере защиты их прав, проявляется через эмпирические индикаторы достаточности/ недостаточности знаний (вопрос 8 в анкете «Как Вы считаете, достаточны ли Ваши знания в области защиты Ваших прав как потребителя?»), какую информацию хотелось бы получить больше (вопрос 9, 10 в анкете «Хотели ли бы Вы больше узнать о своих правах как потребителя? (Отметить один вариант ответа)», «О чем конкретно в сфере защиты прав потребителей Вы бы хотели узнать больше?»), из каких источников потребители в основном получают информацию о

защите своих прав как потребителей (вопрос 11 «Если у Вас возникают вопросы в сфере защиты прав потребителей, куда Вы обращаетесь за получением необходимой информации?» (можно отметить любое количество вариантов ответов), всегда ли информация о товарах или услуги доступна для потребителя (вопрос 17, 18 «Всегда ли Вы можете получить интересующую Вас информацию относительно приобретаемого товара, получаемой услуги?» (Отметить один вариант ответа), Какую информацию о товаре (работе, услуге) Вы не всегда можете получить?» (Можно отметить любое количество вариантов ответов)

Методика позволяет установить, как часто потребители сталкиваются с нарушением своих прав. (вопрос 38 в анкете «Сколько раз Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?» (Можно отметить несколько вариантов ответа) Никогда не приходилось оказываться в такой ситуации. 1) Один раз в несколько лет; 2) Один-два раза в год; 3) Один раз в месяц; 4) Чаще, чем один раз в месяц.

Важным в исследовании выступает выявление наиболее слабых мест, по мнению респондентов, в вопросах взаимодействия между изготовителем (продавцом) и потребителем (вопросы 45, 46 в анкете: «Как Вы думаете, есть ли необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?», «Что необходимо усилить в вопросе регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?» ответы: увеличить размер штрафов для недобросовестных субъектов предпринимательской деятельности за нарушение ими законодательства в сфере защиты прав потребителей; повысить требования к качеству товара (работ, услуг); повысить требования к предоставлению информации о товаре (работе, услуге), информации об изготовителе (исполнителе, продавце); повысить требования к безопасности товара (работы, услуги); другое (укажите); затрудняюсь ответить).

Социально-демографические характеристики (пол, возраст, уровень образования, семейный статус, наличие детей, место проживания) и социально-экономические (уровень дохода, профессиональная занятость и т.д.) показатели, влияющие на уровень и специфику потребления, требуют отдельного рассмотрения при анализе полученных данных. Например, молодежные группы больше склонны к онлайн покупкам (потреблению) (имеют более высокий уровень цифровых компетенций и больше времени проводят в интернет-пространстве), чем старшие возрастные группы, что объясняется цифровым поколенческим разрывом. В связи с чем, можно предположить, что индекс нарушения прав потребителей при онлайн покупках будет выше среди молодежной аудитории, чем среди старшего

поколения. Среди старших возрастных групп вероятнее высокий уровень потребления, связанный с покупкой продуктов питания, и получения медицинских услуг. Женская гендерная группа имеет более высокий индекс потребительской активности, чем мужская в силу гендерных норм и стереотипов. Именно поэтому, может оказаться, что среди женщин индекс нарушения прав потребителей выше, чем среди мужчин, поскольку они чаще ходят за покупками и чаще являются потребителями услуг. Потребители, имеющие детей, также имеют специфику в потреблении определенных товаров и услуг и т. д. На уровень потребительской активности респондентов очевидно будет влиять уровень дохода. Данные факторы следует учитывать при анализе и интерпретации полученных результатов.

При обработке и интерпретации ответов на открытые вопросы, необходимо их систематизировать (объединять в категории, схожие по смыслу ответы) и учитывать те, которые набрали <1%. Например, при ответе на вопрос «6_1. Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Вы считаете необходимым расширить, чем дополнить?» были получены следующие ответы: «Быстрое регулирование вопросов», «Возврат денежных средств за некачественный товар», «Возврат товара (упрощение процедуры, увеличение срока для возврата)», «Доступность информации (как и куда обратиться, какова процедура)», «Право на обмен товара», «Прав на покупки в интернете (их возврат, контроль)», «Электронная книга жалоб» и т.д. Мы видим, что ряд ответов схожих по смыслу можно объединить в категорию «Возврат и обмен товаров» и т.д.

Таким образом, полученные результаты в ходе проведенных социологических исследований результаты позволят оценить в сравнительном аспекте государств-членов ЕАЭС институциональные сферы потребления (розничная торговля, дистанционная торговля, общественное питание, медицинское обслуживание, туристские услуги, банковские услуги и т.д.), где чаще всего происходит нарушение прав потребителей, социально-демографические группы потребителей, наиболее подверженные нарушению потребительских прав, распространенные практики взаимодействия потребителей в случае нарушения потребительских прав с соответствующими структурами, а также измерить уровень защищенности прав потребителей и уровень эффективности мер, принимаемых в государствах-членах для защиты прав потребителей, что поможет уполномоченным органам государств-членов в сфере защиты прав потребителей принять меры по устранению слабых мест (внести предложения по корректировке нормативно-правовой базы, разработать практические рекомендации по устранению нарушений прав потребителей в различных сферах потребления и по защите потребительских прав отдельных социальных групп, предложения по повышению эффективности взаимодействия уполномоченных органов в сфере защиты прав потребителей государств-членов

Евразийского экономического союза и т.д.), повысить в целом эффективность системы защиты прав потребителей на уровне своих государств, а так же способствовать более эффективной реализации Программы совместных действий государств-членов Евразийского экономического союза в сфере защиты прав потребителей и основных направлений согласованной политики ЕАЭС в данной сфере.

**5.2. Проект рекомендации по применению методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, в том числе в рамках деятельности уполномоченных органов государств-членов в сфере защиты прав потребителей**

*Проект*

**ЕВРАЗИЙСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КОМИССИЯ**
**КОЛЛЕГИЯ**

---

**РЕКОМЕНДАЦИЯ**

«____» _____ 2024 г. №_____ г. Москва

**О применении методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, в том числе в рамках деятельности уполномоченных органов государств-членов в сфере защиты прав потребителей**

Коллегия Евразийской экономической комиссии в целях выполнения пункта 3 плана мероприятий по реализации Программы совместных действий государств - членов Евразийского экономического союза в сфере защиты прав потребителей (приложение к Программе, утвержденной распоряжением Евразийского межправительственного совета от 21 июня 2022 г. №12), с учетом положений пунктов 5 и 6 Протокола о проведении согласованной политики в сфере защиты прав потребителей (приложение №13 к Договору о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года),

учитывая закрепленные в Декларации о дальнейшем развитии экономических процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года и на период до 2045 года «Евразийский экономический путь» от 25 декабря 2023 года основные задачи и ключевые направления дальнейшего развития экономических интеграционных процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года,

признавая важность формирования для граждан государств – членов Евразийского экономического союза равных условий обеспечения защиты прав и законных интересов потребителей,

исходя из необходимости гармонизации подходов к проведению социологических исследований в сфере защиты прав потребителей с целью получения сравнимых и релевантных показателей оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах,

**рекомендует** государствам – членам Евразийского экономического союза (далее – Союз) с даты опубликования настоящей Рекомендации на официальном сайте Союза при проведении социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, в том числе в рамках деятельности уполномоченных органов государств-членов в сфере защиты прав потребителей, руководствоваться методикой проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, размещенной на официальном сайте Союза по адресу:_____

Председатель Коллегии
Евразийской экономической комиссии _____

## 6 Разработка проекта рекомендации по применению результатов социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей при проведении государствами-членами согласованной политики в сфере защиты прав потребителей

Целью разработки проекта рекомендации по применению результатов социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей при проведении государствами-членами согласованной политики в сфере защиты прав потребителей является необходимость получения сопоставимой информации при проведении социологических исследований в сфере защиты прав потребителей для осуществления эффективного информационного взаимодействия уполномоченных органов при реализации согласованной политики в сфере защиты прав потребителей.

В данном разделе содержатся общие рекомендации по применению результатов социологических исследований, а также подготовлен проект рекомендации для рассмотрения и утверждения Коллегией Евразийской экономической комиссии.

### 6.1. Общие рекомендации по применению результатов социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей при проведении государствами-членами согласованной политики в сфере защиты прав потребителей

Результаты социологических исследований позволяют оценить уровень защиты прав и эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, при проведении согласованной политики в сфере защиты прав потребителей.

Оценка степени согласованности политики лежит в поле сравнительного анализа законодательства и применяемых механизмов обеспечения защиты прав в государствах-членах Союза. Получение сравнимых и релевантных показателей за счет использования единых методологических подходов при проведении социологических исследований в сфере защиты прав потребителей, и информационный обмен ими между уполномоченными органами в сфере защиты прав потребителей позволяют:

- определить ключевые направления совершенствования согласованной политики для устранения барьеров, максимального сокращения изъятий и ограничений при свободном перемещении товаров и услуг на внутреннем рынке ЕАЭС;

- обеспечить информационную поддержку государствам-членам при проведении мероприятий, направленных на поддержание высокого уровня благополучия граждан и укрепление доверия населения к государственным и общественным институтам, реализующим национальную политику в сфере защиты прав потребителей;

- совершенствовать систему защиты прав потребителей путем сближения национальных механизмов и процедур;

- обеспечить оценку достижения отдельных целевых показателей выполнения Плана мероприятий по реализации Декларации о дальнейшем развитии экономических процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года и на период до 2045 года «Евразийский экономический путь».

В таблице 6.1 представлена взаимосвязь между отдельными целевыми показателями выполнения Плана мероприятий по реализации Декларации о дальнейшем развитии экономических процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года и на период до 2045 года «Евразийский экономический путь» (далее – План мероприятий по реализации Декларации) и показателями (индексами), которые рассчитываются на основе результатов социологических исследований с использованием разработанной методики.

Таблица 6.1 – Взаимосвязь отдельных целевых показателей Плана мероприятий по реализации Декларации и показателей (индексов), рассчитываемых на основе результатов социологических исследований в сфере защиты прав потребителей

| № п/п | Мероприятие Плана мероприятий по реализации Декларации | Целевой показатель (форма реализации) | Показатель (индекс) разработанной методики |
|---|---|---|---|
| 1. | Развитие системы защиты прав потребителей на общем рынке ЕАЭС. Содействие государствам-членам в проведении мероприятий, направленных на поддержание высокого уровня благополучия граждан и укрепление доверия населения к государственным и общественным институтам, реализующим национальную политику в сфере защиты прав потребителей | Выполнение мероприятий Программы совместных действий государств-членов ЕАЭС по защите прав потребителей | Показатель эффективности мер, принимаемых для защиты прав потребителей<br>Показатель удовлетворенности потребителей качеством товаров и оказываемых услуг |
| 2. | Разработка и утверждение Программы совместных действий государств-членов ЕАЭС по защите прав потребителей до 2030 года | Доля граждан, положительно оценивающих деятельность государственных и общественных институтов в сфере защиты прав потребителей | Индекс эффективности государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей<br>Индекс эффективности общественных объединений потребителей государств-членов ЕАЭС |
| 3. | Устранение правовой неопределенности в регулировании сферы электронной торговли, совершенствование механизмов защиты прав потребителей и интересов добросовестного бизнеса в электронной торговле | Минимизация расхождения в правовом регулировании сферы защиты прав потребителей в электронной торговле | Индекс нарушения прав потребителей при совершении покупок через интернет |

Окончание таблицы 6.1

| | | | |
|---|---|---|---|
| 4. | Формирование положительного имиджа ЕАЭС, как территории равных возможностей и укрепления фундаментальных экономических прав граждан государств-членов. Реализация принципа равной правовой защиты потребителей на пространстве ЕАЭС, создание условий для потребителей с ограниченными физическими возможностями (инвалидов), повышение потребительской активности граждан. | Доля граждан, позитивно оценивающих уровень защиты потребительских прав на территориях государств-членов ЕАЭС | Индекс уровня защищенности потребителя |
| 5. | Подготовка рекомендаций по сближению национальных механизмов и процедур защиты прав потребителей, формирование общих базовых положений, обеспечивающих эффективную защиту прав потребителей в досудебном порядке | Соотношение различий в регулировании сферы защиты прав потребителей в государствах-членах | Индексы нарушения прав потребителей при розничной продаже товаров и оказании услуг общественного питания |

Разработанная методика позволяет проводить социологические исследования разных форматов, применяя, при необходимости, только отдельные блоки разработанной анкеты. В частности, причиной проведения социологического исследования по сокращенной программе может быть поступление информации об увеличении жалоб потребителей относительно качества каких-либо конкретных категорий товаров (видов услуг). Систематизированный перечень ситуаций, при которых возможно проведение социологических исследований с использованием отдельных блоков анкеты-опросника, приведен в таблице 6.2.

Таблица 6.2 - Ситуации применения отдельных блоков анкеты для проведения социологических исследований по сокращенной программе

| № | Причина проведения | Номер блока, номера вопросов | Наименование блока |
|---|---|---|---|
| 1. | Необходимость актуализации законодательных актов государств-членов Союза в сфере защиты прав потребителей | Блок 2, все вопросы | Уровень информированности населения государств-членов ЕАЭС об отдельных аспектах действующего законодательства в сфере защиты прав потребителей |
| | | Блок 7, вопросы 41, 42, 44-46 | Уровень эффективности государственного регулирования и деятельности общественных объединений в сфере защиты прав потребителей |

Окончание таблицы 6.2

| | | | |
|---|---|---|---|
| 2. | Снижение уровня удовлетворенности граждан деятельностью государственных организаций в сфере защиты прав потребителей | Блок 2, все вопросы | Уровень информированности населения государств-членов ЕАЭС об отдельных аспектах действующего законодательства в сфере защиты прав потребителей |
| | | Блок 7, вопросы 35, 38, 39, 43 | Уровень эффективности государственного регулирования и деятельности общественных объединений в сфере защиты прав потребителей |
| 3. | Снижение уровня удовлетворенности граждан деятельностью общественных объединений в сфере защиты прав потребителей | Блок 7, вопросы 36-39 | Уровень эффективности государственного регулирования и деятельности общественных объединений в сфере защиты прав потребителей |
| 4. | Определение тематики совместных мероприятий, направленных на просвещение граждан государств-членов в сфере защиты прав потребителей | Блок 3, вопросы 10, 11, 12 | Эффективность информирования населения государств-членов ЕАЭС по вопросам защиты прав потребителей |
| 5. | Снижение уровня удовлетворенности граждан качеством товаров | Блок 5, вопросы 18,20 | Удовлетворенность потребителей качеством товаров (работ, услуг) |
| 6. | Снижение уровня удовлетворенности граждан качеством услуг | Блок 5, вопросы 19,21-24 | Удовлетворенность потребителей качеством товаров (работ, услуг) |
| 7. | Совершенствование механизмов защиты прав потребителей в сфере электронной торговли | Блок 5, вопросы 25-28 | Удовлетворенность потребителей качеством товаров (работ, услуг) |
| 8. | Необходимость сближения национальных механизмов и процедур, обеспечивающих эффективную защиту прав потребителей в досудебном порядке | Блок 6, все вопросы | Модели поведения потребителей в случае ущемления их прав |

Уполномоченные органы могут применять результаты социологических исследований для повышения эффективности взаимодействия в сфере защиты прав потребителей государств-членов и внедрения единых подходов к оценке эффективности мер, принимаемых для защиты прав потребителей уполномоченными органами государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей, а также в целях обеспечения эффективного контроля за соблюдением прав потребителей. Для этого необходима отдельная проработка процедур и механизмов осуществления информационного обмена результатами социологических исследований.

**6.2. Проект рекомендации по применению результатов социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей при проведении государствами-членами согласованной политики в сфере защиты прав потребителей**

*Проект*

**ЕВРАЗИЙСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КОМИССИЯ**
**КОЛЛЕГИЯ**

---

**РЕКОМЕНДАЦИЯ**

«____» _____ 2024 г. №_____ г. Москва

**О применении результатов социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей при проведении государствами-членами согласованной политики в сфере защиты прав потребителей**

Коллегия Евразийской экономической комиссии в целях выполнения пунктов 4 и 5 плана мероприятий по реализации Программы совместных действий государств - членов Евразийского экономического союза в сфере защиты прав потребителей (приложение к Программе, утвержденной распоряжением Евразийского межправительственного совета от 21 июня 2022 г. №12), пунктов 4.12.5 и 4.12.7 Стратегических направлений развития евразийской экономической интеграции до 2025 года, утвержденных Решением Высшего Евразийского экономического совета от 11 декабря 2020 года № 12, с учетом положений пунктов 5 и 6 Протокола о проведении согласованной политики в сфере защиты прав потребителей (приложение №13 к Договору о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года),

учитывая закрепленные в Декларации о дальнейшем развитии экономических процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года и на период до 2045 года «Евразийский экономический путь» от 25 декабря 2023 года основные задачи и ключевые направления дальнейшего развития экономических интеграционных процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года,

признавая важность развития информационного обмена в сфере защиты прав потребителей между уполномоченными органами в целях содействия в разрешении трансграничных споров с участием потребителей,

исходя из необходимости гармонизации подходов к предоставлению сопоставимой информации в процессе информационного взаимодействия уполномоченных органов, позволяющей произвести оценку уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, при

проведении государствами-членами согласованной политики в сфере защиты прав потребителей,

**рекомендует** государствам – членам Евразийского экономического союза (далее – Союз) с даты опубликования настоящей Рекомендации на официальном сайте Союза при проведении государствами-членами согласованной политики в сфере защиты прав потребителей, а также при разработке нормативных правовых актов государств – членов в сфере защиты прав потребителей и программных документов, касающихся ее реализации, применять результаты проведенных социологических исследований с использованием единых методических подходов к оценке уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, и осуществлять информационный обмен данными результатами между уполномоченными органами в сфере защиты прав потребителей.

Председатель Коллегии
Евразийской экономической комиссии _____

## 7 Анализ общности и различий законодательства и применяемых механизмов обеспечения защиты прав потребителей в государствах-членах ЕАЭС с обоснованием возможных путей гармонизации законодательства и механизмов обеспечения защиты прав потребителей в государствах-членах ЕАЭС, подготовленный с учётом результатов двух социологических исследований, проведенных на основании разработанной методики в государствах-членах

В данном разделе отчета приведены структурированные результаты анализа общности и различий законодательства и применяемых механизмов обеспечения защиты прав потребителей в Республике Армения, Республике Беларусь, Республике Казахстан, Кыргызской Республике и Российской Федерации с учётом результатов двух социологических исследований, проведенных на основании разработанной методики в государствах-членах, сфокусированные на:

- динамике изменений, внесенных в законы и законодательные акты, регулирующие сферу защиты прав потребителей;
- характеристике основных прав потребителей;
- порядке и сроках предъявления и удовлетворения претензий потребителей и мерах ответственности за правонарушения в сфере обеспечения прав потребителей;
- правах потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом;
- правах потребителей при приобретении технически сложных товаров;
- механизмах обеспечения защиты прав потребителей.

При проведении анализа были учтены результаты двух социологических исследований, проведенных на основании разработанной методики в государствах-членах.

Систематизация результатов анализа позволила обосновать возможные пути гармонизации законодательства и механизмов обеспечения защиты прав потребителей в государствах-членах ЕАЭС.

### 7.1 Анализ общности и различий законодательства и применяемых механизмов обеспечения защиты прав потребителей в Республике Армения

**Анализ динамики изменений в Закон Республики Армения от 26 июля 2001 года № ЗР-197 «О защите прав потребителей» и наиболее важные подзаконные акты**. Реализация государственной политики по защите прав потребителей в Республике Армения осуществляется в соответствии с национальным законодательством, включающим:

– Конституцию Республики Армения от 5 июля 1995 года;

– Гражданский кодекс Республики Армения от 5 мая 1998 года;

– Закон Республики Армения от 26 июля 2001 года № ЗР-197 «О защите прав потребителей» (далее – Закон Республики Армения о защите прав потребителей);

– Закон Республики Армения от 21 декабря 2004 года №ЗР-134 «О торговле и услугах» (далее – Закон Республики Армения о торговле и услугах);

– Закон Республики Армения от 6 ноября 2000 года «О защите экономической конкуренции»;

– постановления Правительства Республики Армения и другие нормативные акты.

Для повышения эффективности системы защиты прав потребителей, соответствующей современным условиям экономического развития, а также с учетом Рекомендации Коллегии Комиссии от 22 марта 2016 года № 2, уполномоченными органами в сфере защиты прав потребителей в Республике Армения на постоянной основе осуществляется работа по совершенствованию законодательства о защите прав потребителей. При этом анализ результатов двух социологических исследований выявил, что только 18% респондентов из Республики Армения (при первом исследовании) и 24% (при втором исследовании) оценивают действующее законодательство по защите прав потребителей как соответствующее всем ожиданиям, 34% опрошенных на первом этапе и 51% - на втором считают, что в существующее законодательство необходимо внести поправки, направленные на повышение эффективности защиты прав потребителей. Таким образом, совершенствование законодательства по защите прав потребителей с учетом международного права, а также общих принципов реализации системы нормативных правовых актов в сфере защиты прав потребителей в ЕАЭС, отвечает ожиданиям потребителей Республики Армения.

Динамика изменений в Закон Республики Армения о защите прав потребителей представлена в таблице 7.1.

Таблица 7.1 – Динамика изменений в Законе Республики Армения от 26 июля 2001 года № ЗР-197 «О защите прав потребителей» [14]

| № п/п | Дата внесения изменений | Краткая характеристика изменений | Статус изменения на текущий момент (действует отменено) | Регистрационный номер документа, ссылка |
|---|---|---|---|---|
| 1. | 06.11.2002 | **Статья 24. Правила продажи отдельных видов товаров**<br>Правительством РА утверждаются правила купли-продажи отдельных видов товаров.<br>**Статья 36. Правила бытового и других видов бытового обслуживания (выполнения отдельных видов работ и оказания отдельных видов услуг).**<br>Правительством РА утверждаются правила оказания бытовых услуг и других видов бытового обслуживания. | действует | Н.А., 06.11.2002, ГО-454-Н https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=1267 |
| 2. | 14.12.2004 | **Статья 9. Право потребителя на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце) и о товарах (работах, услугах), часть 1**<br>Содержание статьи дополнено необходимостью предоставления информации об изготовителе (исполнителе, продавце) и о товарах (работах, услугах) на армянском языке. | действует | Н.А., 14.12.2004, ГО-11-Н https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=1507 |
| 3. | 17.06.2008 | **Статья 2. Правовое регулирование отношений в области защиты прав потребителей**<br>Статья дополнена информацией о применении Закона Республики Армения «О потребительском кредитовании» при регулировании отношений, связанных с защитой прав потребителей в сфере потребительского кредитования.<br>**Статья 23. Право потребителя на обмен товара надлежащего качества**<br>Статья дополнена пунктом 3:<br>«Отношения, связанные с возвратом товаров, приобретенных в кредит, в том числе с помощью кредитной карты, регулируются Законом Республики Армения «О потребительском кредите». | действует | Н.А., 17.06.2008, ГО-125-Н https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=45530 |
| 4. | 04.10.2010 | **Статья 11. Информация о товарах (работах, услугах)**<br>Часть 2 статьи дополнена пунктом:<br>к) сведениями об услугах культуры: живое исполнение или использование исполнителями любого вида записи (фонограммы) во время театральных концертов, массовых мероприятий, фестивалей, концертных туров.<br>Часть 3 статьи 11 дополнена «Информация о товарах (работах, услугах) доводится до сведения потребителей включая все средства рекламы». | действует | Н.А., 04.10.2010, ГО-144-Н https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=61940 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 5. | 14.04.2011 | **Статья 11. Информация о товарах (работах, услугах)**<br>В пункте «к» части 2 статьи слово «массовый» заменено словом «общественный». | действует | Н.А., 14.04.2011, ГО-86-Н https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=67110 |
| 6. | 20.11.2014 | **Статья 11. Информация о товарах (работах, услугах)**<br>Статья дополнена частью 5:<br>«Предоставление информации о детском питании и сопутствующей продукции определяется в соответствии с требованиями, установленными Законом Республики Армения «О содействии грудному вскармливанию детей и обращении детского питания»». | действует | Н.А., 20.11.2014, ГО-180-Н https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=94430 |
| 7. | 19.06.2015 | **Статья 14. Ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за нарушение прав потребителей**<br>Статья дополнена частью 6: «Потребитель имеет право передать спор, вытекающий из договора или связанный с ним, в суд, если он заключил с ним договор, не дающий потребителю разумной возможности оговорить его условия, за исключением случаев, когда арбитражное соглашение было заключено после возникновения спора и стороны безоговорочно согласились передать спор на разрешение третейского суда. Требования настоящей части распространяются на любую обязательную процедуру, посредством которой может быть ограничено право потребителя на обращение в суд». | действует | Н.А., 19.06.2015, ГО-79-Н https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=98852 |
| 8. | 17.06.2016 | **Статья 10. Информация об изготовителе (исполнителе, продавце)**<br>Часть 1 статьи дополнена требованиями к обязательной информации, подлежащей опубликованию на сайте и (или) в электронном приложении. Информация об условиях договора на сайте или в электронном приложении должна быть предоставлена потребителю до заключения договора. Потребитель должен быть информирован о проведении платежа. Продавец (исполнитель работ, поставщик услуг) обязан сделать информацию, предусмотренную частью 1 настоящей статьи, доступной для потребителя наиболее удобным способом. Требования к обязательной информации применяются, в том числе к телевизионной рекламе.<br>**Статья 23. Право потребителя на обмен товара надлежащего качества**<br>Уточняются права потребителя, сроки и условия возврата или замены товара надлежащего качества. Дополнительно перечислены условия, при которых товар надлежащего качества возврату не подлежит. | действует | Н.А., 17.06.2016, ГО-118-Н https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=107096 |

Окончание таблицы 7.1

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 9. | 24.05.2023 | **Статья 2. Правовое регулирование отношений в области защиты прав потребителей**<br>Абзац 2 статьи изложен в следующей редакции: «Отношения, связанные с защитой прав потребителей в сфере потребительского кредитования и ипотечного жилищного кредитования, регулируются законами Республики Армения «О потребительском кредитовании» и «Об ипотечном жилищном кредитовании» соответственно, за исключением статьи 11.1 настоящего закона, которая также распространяется на потребительское кредитование и ипотечное жилищное кредитование»<br>**Статья 10. Информация об изготовителе (исполнителе, продавце)**<br>В статье заменены термины:<br>- «на сайте и (или) электронном приложении» на термин «на электронной платформе»;<br>- «на сайте или в электронном приложении» на термин «на электронной площадке»;<br>- «интернет-сайт или электронное приложение» на термин «электронная платформа».<br>**Дополнительно введена Статья 11.1 Требования к договорам по выбору потребит еля или общим условиям договора**<br>Указаны условия договора, которые не могут учитываться в договорах, заключаемых с потребителями в соответствии с Гражданским кодексом Республики Армения в отношении прав и ответственности изготовителя (исполнителя, продавца), законных прав и обязательств потребителя. Общие условия заключаемого с потребителями договора должны быть написаны понятным языком, а в случае возникновения разногласий или противоречий относительно значения используемых в них слов или выражений допускается толкование в пользу потребителя. | действует | Н.А., 24.05.2023, ГО-186-Н https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=178978 |

Анализ динамики изменений в Законе Республики Армения о защите прав потребителей показал, что наибольшие преобразования внесены в статьи 9, 10, 11 и 23. Таким образом, актуализированы права потребителей:

– на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце) и о товарах (работах, услугах);

– на информацию об условиях договора на электронной площадке;

– на доступность информации об изготовителе (исполнителе, продавце);

– на получение обязательной информации в телевизионной рекламе;

– на получение обязательной информации об услугах культуры;

– на получение информации о детском питании и сопутствующей продукции, которая определяется в соответствии с требованиями, установленными Законом Республики Армения «О содействии грудному вскармливанию детей и обращении детского питания».

Дополнительно введена статья 11.1 «Требования к договорам по выбору потребителя или общим условиям договора», согласно которой в договорах, заключаемых с потребителями, в соответствии с статьей 443 Гражданского кодекса Республики Армения, общие условия договора не могут включать следующие пункты:

1) ответственность изготовителя (исполнителя, продавца) ограничивается или исключается в случае смерти потребителя или причинения вреда жизни или здоровью потребителя, за исключением случаев, когда такое ограничение (исключение) ответственности допускается иными правовыми актами;

2) законные права потребителя ограничиваются (исключаются) при ненадлежащем исполнении (неисполнении) изготовителем (исполнителем, продавцом) принятых на себя обязательств;

3) автоматическое продление заключенного договора на определенный срок, если потребителю не предоставлен разумный срок для предъявления возражения;

4) изготовитель (исполнитель, продавец) в одностороннем порядке определяет соответствие проданного (поставленного) товара, оказанной и выполненной услуги (работы) условиям, определенным договором;

5) потребитель выполняет свои обязательства в случаях, когда изготовитель (исполнитель, продавец) ненадлежащим образом исполняет (не исполняет) свои договорные обязательства;

6) право изготовителя (исполнителя, продавца) не полностью или частичное возмещение (удержание иным образом) суммы, уплаченной за недоставленные товары, не оказанные услуги (работы) после расторжения договора;

7) изготовитель (исполнитель, продавец) вправе расторгнуть договор, заключенный на неопределенный срок, либо отказаться от его исполнения без соответствующего уведомления в разумный срок, за исключением случаев, предусмотренных иными правовыми актами;

8) изготовитель (исполнитель, продавец) вправе изменить договор в одностороннем порядке без соответствующего уведомления в разумный срок или уважительной причины, предусмотренной договором, за исключением случаев, предусмотренных и иными правовыми актами [14].

Введение статьи 11.1 в Закон Республики Армения о защите прав потребителей соответствует Рекомендациям Коллегии ЕЭК № 42 от 8 ноября 2022 года (пункт 4 Приложения), которая указывает на необходимость нормативного закрепления перечня недопустимых (ущемляющих права потребителей) условий договора в целях усиления гарантий защиты прав потребителей.

Некоторые аспекты защиты прав потребителей изложены в Законе Республики Армения от 21 декабря 2004 года №ЗР-134 «О торговле и услугах». Динамика внесений в данный закон изменений, направленных на повышение эффективности защиты прав потребителей, приведена в таблице 7.2.

Таблица 7.2 – Динамика изменений в Законе Республики Армения от 21 декабря 2004 года №ЗР-134 «О торговле и услугах» в отношении защиты прав потребителей [15]

| № п/п | Дата внесения изменений | Краткая характеристика изменений | Статус изменения на текущий момент (действует/отменено) | Регистрационный номер документа, ссылка |
|---|---|---|---|---|
| 1. | 04.03.2022 | **Статья 5. Требования к местам осуществления торговли** Введены дополнительные требования к торговым объектам различной площади, реализующим молочную продукцию с заменителем молочного жира. В изменениях указано на необходимость размещения продукции с заменителем молочного жира на отдельной потребительской полке (секции) с разборчивой маркировкой «содержит заменитель молочного жира», расположенной на видном месте. | действует | Н.А., 04.03.2022, ГО-40-Н https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=160928 |
| 2. | 20.07.2022 | **Глава 4.3. Акции** Внесены дополнения в области правового регулирования уведомления и проведения акций и скидок на товары (услуги), а также в отношении других мер, не связанных с изменением цены на товар (услугу) | действует | Н.А., 07.07.2022, ГО-301-Н https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=166207 |
| 3. | 02.02.2024 | **Глава 4.4. Правила справедливой торговли между торговой сетью и поставщиками** Введены дополнительные требования, устанавливающие принципы взаимодействия торговых сетей с поставщиками, в том числе условия демонстрации и рекламы товара, проведения акций, установления льгот или реализации иных мер, направленных на продвижение товара с учетом гарантий защиты прав потребителей. | действует | Н.А., 16.01.2024, ГО-30-Н https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=189457 |

Уполномоченным органом Республики Армения инициированы реформы в сфере торговли, которые направлены на правовое регулирование взаимодействия торговых сетей с поставщиками, в том числе условия демонстрации и рекламы товаров при дистанционной продаже, проведения акций и скидок на товары (услуги). Указанные действия сформулированы в поправках, которые приняты к использованию в Законе Республики Армения о торговле и услугах. Основные положения, направлены как на предотвращение случаев недобросовестной конкуренции, так и защиту прав потребителей:

– обеспечивается информированность потребителя о средней цене реализации товара (оказания услуги) в течение месяца, предшествующего моменту акции (скидки) и о цене, предлагаемой за счет применения скидки;

– условия применение скидки на товар (услугу) должны быть доведены до потребителя в доступной форме, исключающей введение его в заблуждение;

В соответствии со статьей 15.6 Закона Республики Армения о торговле и услугах мероприятия (акции), не связанные с изменением цены товара (услуг), могут предусматривать:

– предложение дополнительного товара или услуги по цене акции;

– предложение пакета в рамках акции, общая стоимость которого ниже суммы цен отдельных его составляющих.

Также Законом Республики Армения о торговле и услугах установлено, что не допускается дарить подарок вместе с товаром, частично или полностью включая стоимость подарка в цену, увеличивая общую стоимость товара. Зафиксирован предельный срок проведения акций – до трех месяцев. Предусмотрены требования к минимальному объему информирования потребителей о проводимых акциях (условия, период действия и т. д.). Указанным законом определены требования к характеристикам такой текстовой информации. Например, разница между наибольшим и наименьшим размером шрифта текста публикации об условиях акции не может быть больше двух раз. [16].

Указанные законодательные реформы гармонизированы с основными положениями, изложенными в Рекомендациях Коллегии ЕЭК от 21 ноября 2017 г. № 27 «Об общих подходах к проведению государствами – членами Евразийского экономического союза согласованной политики в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом» и Рекомендацией Коллегии ЕЭК от 12.01.2021 №1 «О принципах и критериях добросовестной деловой практики в отношении потребителей в сфере розничной торговли товарами».

Проведена работа по актуализации Закона Республики Армения от 5 декабря 2000 года №ЗР-112 «О защите экономической конкуренции», направленная на регулирование

азличных институтов конкурентного права, исключения недобросовестной конкуренции, введения потребителей в заблуждение, в том числе с использованием рекламы («О внесении изменений в Закон «О защите экономической конкуренции» №ЗР-92 от 30 марта 2021 г.) [17].

Таким образом, изменения в правовые акты Республики Армения направлены на гармонизацию и сближение национального законодательства о защите прав потребителей с рекомендациями Коллегии ЕЭК, что является базисом для создания общего рыка товаров (работ, услуг) и гарантией обеспечения прав потребителей государств-членов Союза.

**Права потребителей, установленные Законом Республики Армения от 26 июля 2001 года №ЗР-197 «О защите прав потребителей».** Реестр прав потребителей Республики Армения представлен в таблице 7.3.

Таблица 7.3 – Реестр прав потребителей Республики Армения [14]

| № п/п | Права потребителей Республики Армения | Краткая характеристика | Ссылка на статью Закона РА о защите прав потребителей |
|---|---|---|---|
| 1. | Право на просвещение в области защиты прав потребителей | Обеспечивается посредством включения соответствующих требований в организационно-методические, общетехнические и нормативные документы, общеобразовательные и профессиональные программы, а также посредством организации системы информирования о правах потребителей и необходимых действиях по защите этих прав. | Статья 4. |
| 2. | Право потребителя на возмещение вреда, причиненного ненадлежащей информацией | При возмещении убытков, причиненных вследствие ненадлежащей информации о товаре (работе, услуге), необходимо исходить из предположения об отсутствии у потребителя специальных познаний о свойствах и характеристиках товара (работы, услуги). Виды и объемы возмещения вреда, причиненного ненадлежащей информацией, установлены правовыми актами Республики Армения. | Статья 13. |
| 3. | Право потребителя на возмещение материального вреда, причиненного жизни, здоровью из-за недостатков товара (работы, услуги) | Вред, причиненный жизни, здоровью потребителя вследствие конструктивных, производственных, рецептурных или иных недостатков товара (работы, услуги), подлежит возмещению в порядке, установленном Гражданским кодексом Республики Армения. | Статья 15. |

Продолжение таблицы 7.3

| | | | |
|---|---|---|---|
| 4. | Право потребителей на судебную защиту | Защита прав потребителей органами местного самоуправления осуществляется в соответствии с Законом Республики Армения «О местном самоуправлении». Иски в суды о признании действий изготовителей (продавцов, исполнителей) противоправными в отношении неопределенного круга потребителей и о прекращении этих действий могут предъявлять лица, установленные законодательством Республики Армения. | Статья 14.<br>Статья 42. |
| 5. | Право на государственную и общественную защиту | Защита прав потребителей осуществляется органами местного самоуправления в соответствии с Законом Республики Армения «О местном самоуправлении» и общественными организациями потребителей в порядке, установленном законодательством Республики Армения. | Статья 38.<br>Статья 39.<br>Статья 40.<br>Статья 41. |
| Права потребителей в отношении товаров | | | |
| 1. | Право на надлежащее качество товара | Изготовитель (продавец) обязан передать потребителю товар, качество которого соответствует договору, пригодно для целей его использования, соответствует образцу и (или) его описанию, обязательным требованиям, установленным в нормативных документах. | Статья 5. |
| 2. | Право потребителя на обмен товара ненадлежащего качества | В случае обнаружения недостатка товара в течение установленного изготовителем срока годности потребитель вправе предъявить требования изготовителю, порядок и сроки удовлетворения которых устанавливаются договором и правовыми актами Республики Армения. | Статья 6. |
| 3. | Право потребителя на возмещение убытков в случае применения товара ненадлежащего качества (ремонт и техническое обслуживание товара) | Потребитель вправе потребовать полного возмещения убытков, причинённых ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества. Убытки возмещаются в сроки, установленные для удовлетворения соответствующих требований потребителя Гражданским кодексом Республики Армения и договором.<br>Изготовитель обязан обеспечить возможность использования товара в течение его срока службы. Для этой цели изготовитель обеспечивает ремонт и техническое обслуживание товара, а также выпуск и поставку в торговые и ремонтные организации в необходимых объемах и ассортименте запасных частей в течение срока производства товара и после снятия его с производства в течение срока службы товара, а при отсутствии такого срока в течение десяти лет со дня передачи товара потребителю. | Статья 16.<br><br>Статья 7. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 4. | Право потребителя на безопасность товара | Товар при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации должен быть безопасен для жизни, здоровья и имущества потребителя. | Статья 8. |
| 5. | Право потребителя на информацию о товаре, об изготовителе (продавце) товара | Предоставление необходимой и достоверной информации об изготовителе (продавце), режиме его работы и реализуемых им товарах, в том числе на армянском языке. Информация доводится до сведения потребителей в доступной форме посредством договоров купли-продажи, принятых в отдельных сферах обслуживания потребителей и иными способами. Минимальный объем информации и требования к ее изложению установлены нормативными правовыми актами Республики Армения. | Статья 9.<br>Статья 10.<br>Статья 11. |
| 6. | Право потребителя на обмен товара надлежащего качества | Обмен непродовольственного товара в установленные сроки надлежащего качества на аналогичный товар, если указанный товар не подошел по форме, габаритам, расцветке, размеру или по иным причинам не может быть использован потребителем по назначению, за исключением товаров по установленной Правительством РА номенклатуре. Обмен непродовольственного товара возможен, если указанный товар не был в употреблении (сохранены его товарный вид, потребительские свойства и т. д.), имеется товарный (кассовый) чек, выданные потребителю вместе с проданным товаром. | Статья 23. |
| 7. | Право потребителя на заключение договоров розничной купли-продажи | Правила заключения и совершения договоров розничной купли-продажи установлены правовыми актами Республики Армения. | Статья 24. |
| Права потребителей в отношении услуг (работ) | | | |
| 1. | Право на надлежащее качество услуги (работы) | Исполнитель обязан оказать услугу (выполнить работу), качество которой соответствует договору, пригодно для целей их применения, соответствует образцу и (или) описанию, обязательным требованиям, установленным в нормативных документах. | Статья 5. |
| 2. | Право потребителя на возмещение услуги (работы) ненадлежащего качества | В случае обнаружения недостатка услуги (работы) в течение установленного исполнителем гарантийного срока потребитель вправе предъявить исполнителю требования, порядок и сроки удовлетворения которых устанавливаются договором и правовыми актами Республики Армения. | Статья 6. |
| 3. | Право потребителя на безопасность услуги (работы) | Услуга (работа) при обычных условиях использования должна быть безопасна для жизни, здоровья и имущества потребителя. | Статья 8. |

Окончание таблицы 7.3

| | | | |
|---|---|---|---|
| 4. | Право потребителя на информацию об услуге (работе), об исполнителе услуги (работы) | Предоставление необходимой и достоверной информации об услуге (работе), об исполнителе (режиме его работы и т. д.), в том числе на армянском языке. Информация доводится до сведения потребителей в доступной форме посредством заключения договоров об оказании услуг (выполнении работ), принятых в отдельных сферах обслуживания потребителей и иными способами. Минимальный объем информации и требования к ее изложению установлены нормативными правовыми актами Республики Армения. | Статья 9. Статья 10. Статья 11. |
| 5. | Право потребителя на заключение договоров бытового подряда | Правила заключения и совершения договоров бытового подряда установлены правовыми актами Республики Армения. | Статья 37. |
| 6. | Право потребителя на расторжение договора о выполнении работы (оказании услуг) | Потребитель вправе расторгнуть договор о выполнении работы (услуги) в любое время, уплатив исполнителю часть цены пропорционально части выполненной работы (оказанной услуги) до получения извещения о расторжении указанного договора. Потребитель обязан также возместить исполнителю убытки, причиненные расторжением договора о выполнении работы (оказании услуги), в пределах разницы между частью цены, выплаченной за выполненную до получения извещения о расторжении указанного договора работу (оказанную услугу), и ценой всей выполняемой работы (оказываемой услуги). | Статья 30. |
| 7. | Право потребителя на возмещение убытков в случае обнаружения недостатков выполненной работы (оказанной услуги) | Потребитель вправе расторгнуть договор о выполнении работы (оказании услуги) и потребовать полного возмещения убытков, если в установленный указанным договором срок недостатки выполненной работы (оказанной услуги) не устранены исполнителем. Потребитель также вправе расторгнуть договор о выполнении работы (оказании услуги), если им обнаружены существенные недостатки выполненной работы (оказанной услуги) или иные существенные отступления от условий договора. | Статья 27. |

Право потребителей на просвещение в области защиты прав потребителей обеспечивается посредством организации системы информирования потребителей об их правах и о необходимых действиях по их защите. Проведение мероприятий по повышению уровня информированности потребителей, совершенствование инструментов просвещения является одной из задач национальных уполномоченных органов в сфере защиты прав потребителей. К наиболее эффективным мероприятиям по повышению уровня информированности потребителей Республики Армения является разработка различных

образовательных программ, в том числе программы «Повышение финансовой грамотности», создание и ведение специального сайта, информационно-просветительских медиа-контентов.

Право потребителя на качество и безопасность товара (работы, услуги) обеспечивается изготовителем (исполнителем, продавцом), который обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), качество и безопасность которого соответствует договору и минимальным требованиям законодательства. Стратегия развития системы безопасности пищевой продукции в Республике Армения и соответствующая программа мероприятий по ее реализации были приняты на заседании Правительства 17 ноября 2011 года, протокольным решением № 45. На основании указанной законодательной базы осуществлен поэтапный переход от государственного контроля качества и безопасности товаров (работ, услуг) к организации деятельности, основанной на системе оценки и управления рисками с одновременным обеспечением минимизированного администрирования. Однако, с учетом современных вызовов в сфере безопасности пищевых продуктов разработана актуальная стратегия развития системы безопасности пищевых продуктов, а также программа действий на 2022–2026 годы (пункт 15 Приложения, утвержденного Законом Республики Армения НО-253-N «О структуре и деятельности Правительства»). Усовершенствованная система обеспечения безопасности пищевой продукции в Республике Армения, не только обеспечит право потребителей на качество и безопасность продукции, но и приведет ее в соответствие с требованиями ЕАЭС и международными нормами, повысит конкурентоспособность местного производства на внешних и внутренних рынках [18].

Право потребителя на достоверную информацию о товарах (работе, услугах) осуществляется одним из доступных способов: в технической документации, прилагаемой к товарам (работам, услугам), на этикетке, маркировке или иными способами. Информация о товарах (работах, услугах) в обязательном порядке должна содержать:

– обозначения нормативных документов, регламентирующие обязательные требования к товарам (работам, услугам);

– сведения об основных потребительских свойствах товаров (работ, услуг), а в отношении продуктов питания - сведения о составе (в том числе перечень использованных в процессе их изготовления ингредиентах и пищевых добавок), весе (объеме), калорийности, а также противопоказания для применения при отдельных видах заболеваний. Номенклатура товаров (работ, услуг), информация о которых должна содержать противопоказания для применения при отдельных видах заболеваний, утверждается Правительством;

– цену и условия приобретения товаров (работ, услуг);

– гарантийный срок, если он установлен;

– правила и условия эффективного и безопасного использования товаров (работ, услуг);

– срок службы или срок годности товаров (работ), а также сведения о необходимых действиях потребителя по истечении указанных сроков и возможных последствиях при невыполнении таких действий, если товары (работы) по истечении указанных сроков представляют опасность для жизни, здоровья и имущества потребителя или становятся непригодными для использования по своему назначению;

– место нахождения изготовителя (исполнителя, продавца), место нахождения организации (организаций), уполномоченной изготовителем (продавцом) на принятие претензий от потребителей и произведение ремонта и технического обслуживания товара (работы);

– режим работы продавца (исполнителя);

– информацию об обязательной сертификации товаров (работ, услуг);

– информацию о правилах продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг);

сведения о приобретаемом товаре, если он был в употреблении или в нем устранялся недостаток (недостатки) [14].

Право потребителя на возмещение вреда, причиненного ненадлежащей информацией, осуществляется в случаях:

– приобретения товара, не обладающего необходимыми для потребителя свойствами. Потребитель вправе расторгнуть договор и потребовать полного возмещения убытков. При этом потребитель обязан возвратить товар изготовителю (исполнителю, продавцу);

– невозможность использования приобретенного товара (работы, услуги) по назначению. Потребитель вправе потребовать предоставления ему в возможно короткий срок необходимой информации. Если информация в установленный срок не предоставлена, потребитель вправе расторгнуть договор и потребовать полного возмещения убытков. В этом случае потребитель обязан возвратить товар изготовителю (исполнителю, продавцу);

– обнаружения недостатков товара (работы) после передачи его потребителю. Потребитель возместить убытки как за товар (услугу, работу) ненадлежащего качества;

– причинение вреда жизни, здоровью и имуществу потребителя. Потребитель вправе требовать от изготовителя (исполнителя, продавца) полного возмещения убытков, причиненных имуществу, находящемуся в его собственности (владении).

Последствия продажи товара ненадлежащего качества. Потребитель, которому продан товар (оказана услуга, выполнена работа) ненадлежащего качества, вправе по своему выбору потребовать:

– безвозмездного устранения недостатков товара (услуги, работы) или возмещения расходов на их исправление;

– соразмерного уменьшения цены товара (услуги, работы);

– замены на товар аналогичного образца надлежащего качества (модели, артикула);

– замены на товар другого образца (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом цены;

– безвозмездного изготовления объекта договора из однородного материала такого же качества (повторного выполнения работы). При этом потребитель обязан возвратить ранее переданную ему исполнителем вещь

– расторжения договора купли-продажи. В этом случае потребитель обязан возвратить товар с недостатками;

– полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие продажи товара (оказания услуга, выполнения работа) ненадлежащего качества [14].

Защита прав потребителей осуществляется различными способами: судом, органами местного самоуправления и общественными объединениями потребителей (ассоциации, союзы). Иски в суд о защите прав потребителей могут быть предъявлены, в зависимости от выбора истца: по месту нахождения организации, месту жительства или пребывания истца, заключения или исполнения договора. Органы государственного надзора, органы местного самоуправления, общественные объединения потребителей (ассоциации, союзы) вправе предъявлять иски в суды о прекращении противоправных действий изготовителя (исполнителя, продавца) в отношении неопределенного круга потребителей.

Результаты двух социологических исследований выявили, что 56% опрошенных из Республики Армения (на первом этапе) и 43% (на втором) заявили о необходимости расширения прав потребителей. Наибольшее количество респондентов указали на необходимость совершенствования законодательства в области доступности информации о процедуре защиты прав потребителей, недостаточную детализацию этапов обращения уполномоченные органы, а также процедуры возврата товара (указали на необходимость

упрощения процедуры, увеличение срока для возврата). Дальнейшее совершенствование и гармонизация нормативной базы в области защиты прав потребителей, детализация этапов обращения уполномоченные органы, является важным вектором развития защиты прав потребителей в государствах-членах ЕАЭС.

**Сроки предъявления и удовлетворения претензий потребителей, ответственность нарушения прав потребителей.** Законодательство Республики Армения, в том числе предусматривающее ответственность за нарушение прав потребителей включает в следующие нормативные правовые акты: Закон Республики Армения от 26 июля 2001 года № ЗР-197 «О защите прав потребителей»; Закон Республики Армения от 5 марта 2012 года ГО-19-Н «О техническом регулировании»; Гражданский Кодекс Республики Армения от 28 июля 1998 года №ЗР-239; Закон Республики Армения от 21 декабря 2004 года №ЗР-134 «О торговле и услугах»; Кодекс Республики Армения «Об административных правонарушениях» от 6 декабря 1985 года.

Потребитель имеет право заменить или вернуть товар надлежащего качества в течение 14 дней с момента покупки (доставки), если продавец не заявил более длительный срок. Срок возврата товара надлежащего качества считается соблюденным, если потребитель доставил его почтовой, курьерской, транспортной или иной службе доставки в течение 14 дней со дня получения товара [14]. Под надлежащим качеством товара понимают набор характеристик товара, которые связаны с его способностью отвечать установленным или предполагаемым требованиям, соответствующим его назначению [19]. Таким образом, потребитель имеет право вернуть или заменить непродовольственный товар надлежащего качества на товар другого размера и формы, цвета либо аналогичной комплектности у продавца, у которого он приобрел товар (в заявленном продавцом месте), если указанный товар не подходит по форме, размерам, цвету, размеру или по иным причинам, он не может быть использован потребителем по назначению. Потребитель имеет право на возврат (обмен) товара надлежащего качества в случае, ели товар не применялся по назначению и имеется документ (чек), удостоверяющий факт приобретения товара. Возврат или замена товара надлежащего качества в случае наличия разницы в цене сопровождается необходимым перерасчетом с продавцом [14].

Товары надлежащего качества, не подлежащие возврату, если иное не предусмотрено условиями договора:

– товары, произведенные и доставленные в соответствии персонализированными требованиями потребителя;

– скоропортящаяся продукция;

– продукция, не подлежащая возврату по санитарно-гигиеническим нормам;

– комплектная продукция, которая по характеру использования является неразделимой;

– товары, защищенные авторским правом (аудио- или видеозаписи, программное обеспечение), которые после поставки были дебрендированы потребителем;

– печатная продукция (газеты, журналы, книги);

– продукция, поставляемая по контрактам, заключенных на аукционе или фондовой бирже;

– цифровой контент, не доставленный на цифровом носителе, когда его использование началось с безусловного предварительного согласия потребителя, в соответствии с которым потребитель теряет право на возврат.

Постановлением Правительства Республики Армения № 77 от 30 января 2002 года определен перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену или возврату на аналогичную продукцию:

– товары для профилактики и лечения заболеваний в домашних условиях (предметы гигиены и гигиены из металла, резины, текстиля и других материалов, медицинские инструменты, приборы и аппараты, средства гигиены полости рта, линзы для зрения, предметы ухода за детьми), лекарственные средства;

– предметы личной гигиены (зубные щетки, расчески, заколки, бигуди, парики, шиньоны и т.п.);

– парфюмерно-косметическая продукция, кроме парфюмерии;

– хлопок, вуаль, шелк, шерсть и синтетические ткани, изделия из нетканых материалов (ленты, ленты, шнурки и т.п.), кабельно-проводниковая продукция (провода, шнуры, кабели и т.п.), строительные и отделочные материалы (линолеум, пленки), ковры и т.п.) и другие товары, отпускаемые метражом;

– трикотажное белье, чулочно-носочные изделия;

– изделия и материалы из полимерных материалов, контактирующие с пищевыми продуктами, в том числе одноразовые (посуда и кухонная утварь и аксессуары, тара и упаковочные материалы для хранения и транспортировки пищевых продуктов);

– бытовая химия, пестициды и агрохимикаты;

– изделия из драгоценных металлов, изделия с драгоценными камнями, изделия из драгоценных металлов с полудрагоценными и синтетическими камнями, ограненные драгоценные камни;

– автомобили и мотоциклы, навесное оборудование к ним и номерные агрегаты, малые механизированные транспортные средства для сельскохозяйственных работ, яхты и другие плавательные средства;

– гражданское оружие, основные части гражданского и служебного огнестрельного оружия и патроны к нему;

– животные и растения.

Отказ потребителю в обмене или возврате непродовольственных товаров надлежащего качества в установленный срок и (или) размещение объявления с соответствующей информацией влечет назначение штрафа - от пятидесятикратного до стократного размера установленной минимальной заработной платы [20].

Существенное снижение качества продукции (работы, услуги), которое является неустранимым без несоразмерных затрат (времени), дает право потребителю отказаться от исполнения договора и потребовать возврата стоимости товара (работы, услуги) либо заменить товар (услугу) ненадлежащего качества на качественный товар (услугу).

В случае обнаружения устранимых недостатков в товаре они должны быть исправлены изготовителем (продавцом) в течение двадцати дней со дня предъявления требований потребителя. При устранении недостатков товара гарантийный срок продлевается на период, в течение которого товар не использовался, со дня обращения потребителя до дня возврата товара после окончания ремонта. При этом изготовитель (продавец) обязан предоставить потребителю аналогичный товар бесплатно в семидневный срок после предъявления требований, обеспечив его доставку. При возникновении необходимости дополнительной проверки товара ненадлежащего качества продавцом (изготовителем), предоставляется потребителю аналогичный товар в течение двадцати дней со дня предъявления требования. В случае отсутствия у изготовителя (продавца) необходимого для замены товара в день обращения он обязан заменить такой товар в течение двух месяцев со дня предъявления указанной претензии. За нарушение сроков о предоставлении аналогичного товара при ремонте (замене) изготовитель (продавец) или комиссионер, допустивший такие нарушения, за каждый день просрочки выплачивает потребителю ущерб (штраф) в размере одного процента от цены товара [14]. Перечень продукции длительного пользования, на которую не распространяются указанные требования, утверждается Правительством Республики Армения.

Требования потребителя о пропорциональном уменьшении покупной цены товара при возмещении расходов на устранение недостатков товара собственными силами, а также о расторжении договора купли-продажи (при условии возврата товара изготовителю

ненадлежащего качества) удовлетворяются изготовителем (продавцом) в течение десяти дней с момента предъявления претензии [14].

При обнаружении недостатков выполненной работы (оказанной услуги) потребитель вправе требовать:

– безвозмездного устранения недостатков выполненной работы (оказанной услуги);

– соразмерного снижения стоимости работы (услуги);

– безвозмездного изготовления другого объекта с аналогичными характеристиками или выполнение дублирующей работы. При этом потребитель обязан вернуть первоначальный объект изготовителю;

– возмещение затрат на самостоятельное устранение недостатков выполненной работы (оказанной услуги).

Претензии при обнаружении недостатков в ходе выполнения (приемке) работы (услуги), а также в течение установленного гарантийного срока могут быть направлены изготовителю не позднее шести месяцев со дня приемки выполненной работы (оказанной услуги). В случае обнаружения существенных нарушений, допущенных исполнителем выполненной работы (оказанной услуги), потребитель вправе предъявить исполнителю требование о бесплатном устранении недостатков выполненной работы (оказанной услуги) после окончания гарантийного срока, установленного исполнителем за выполнение работы (оказанной услуги) в течение установленного срока службы выполненной работы (оказанной услуги) или в течение десяти лет со дня приемки выполненной работы (оказанной услуги), если срок службы выполненной работы (оказанной услуги) не определен. В случае нарушения сроков выполнения работ (оказания услуги) исполнитель возмещает потребителю убытки в виде штрафа за каждый день (час) просрочки в размере трех процентов от стоимости работы (услуги) или от общей стоимости заказа. Договор выполнения работ (услуг) может устанавливать более высокий размер штрафа. Убытки в виде штрафа не могут превышать сумму отдельного вида выполнения работы (оказания услуги) или общую стоимость заказа, если цена отдельного вида выполнения работы (оказания услуги) не определяется договором выполнения работ (оказания услуг).

Вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя вследствие недостатков товара (работы, услуги), возмещается в полном объеме. Требовать возмещения вреда может любой потерпевший независимо от заключения договора. Вред возмещается, если он причинен в течение установленного срока службы или срока годности товара (результата работы). Объем возмещения вреда, причиненного жизни, здоровью или

имуществу потребителя вследствие недостатков товара (работы, услуги) устанавливается § 2 Гражданского Кодекса Республики Армения.

В таблице 7.4 приведены правонарушения в сфере торговли и виды административной ответственности в соответствии с Кодексом Республики Армения «Об административных правонарушениях» от 6 декабря 1985 года.

Таблица 7.4 - Виды административной ответственности за правонарушения в сфере торговли в соответствии с Кодексом Республики Армения «Об административных правонарушениях» от 6 декабря 1985 года [20]

| **№ п/п** | ***Правонарушения в сфере торговли*** | **Административная ответственность** |
|---|---|---|
| 1. | Реализация товаров:<br>– без указания срока годности;<br>– с истекшим сроком годности;<br>– с неразборчивой маркировкой срока годности;<br>– с повторной маркировкой срока годности;<br>– со стертой маркировкой срока годности, указанной изготовителем;<br>– с маркировкой на армянском языке, приклеенной на информацию о сроке годности, указанную изготовителем. | от стократного до двухсоткратного размера установленной минимальной заработной платы |
| 2. | Продажа товаров (оказание услуг) с маркировкой без знака соответствия, которые полежат обязательной сертификации или декларированию | от пятидесятикратного до стократного размера установленной минимальной заработной платы |
| 3. | Продажа товаров, не соответствующих требованиям технических регламентов | |
| 4. | Вывески на объектах торговли, общественного питания или бытовых услуг и в местах осуществления торговли, не отвечающие установленным законодательством требованиям | от двадцатикратного до тридцатикратного размера установленной минимальной заработной платы |
| 5. | Отсутствие ценника на реализуемые товары | от десятикратного до двадцатикратного размера установленной минимальной заработной платы |
| 6. | Отсутствие прейскуранта на оказываемые услуги (работы) | |
| 7. | Отсутствие маркировки на упаковке или листе-вкладыше расфасованных и реализуемых пищевых продуктов | от десятикратного до двадцатикратного размера установленной минимальной заработной платы |

При повторном совершении административного правонарушения в сфере торговли в течение года со дня назначения административного взыскания влечет назначение штрафа должностному лицу в размере от двухсоткратного до трехсоткратного размера установленной минимальной заработной платы.

Таким образом, сроки предъявления и удовлетворения претензий потребителей зависят от вида требований и их оснований. Механизмы обеспечения указанных прав потребителей изложены в национальных системах, которые представляют собою

совокупность законодательных норм и институтов правоприменения, направленных на защиту и восстановление прав граждан Республики Армения.

**Права потребителей при дистанционной продаже товаров.** Анализ результатов социологических исследований показал, что частота пользования услугами электронной торговли примерно несколько или один раз в месяц респондентами Республики Армения составляет 23% и 21%, соответственно при первом исследовании, и 20% и 16% при втором исследовании. При этом наибольшую долю покупок в интернет-магазинах составляют одежда и обувь - 19% опрошенных, наименьшая доля относится к приобретению дистанционным способом продуктов питания (2%). Покупку в интернет-магазинах парфюмерно-косметической продукции и бытовой химии, а также электроники и бытовой техники осуществляют соответственно 15% и 11% респондентов Республики Армения. Таким образом, приведенные показатели социологического опроса позволяют рассматривать дистанционный способ реализации товаров (работ, услуг) как активно формирующееся направление торговли с высоким потенциалом роста.

В Республике Армения в целях развития цифровой экономики разработана «Повестка цифровой трансформации Армении до 2030 года», определяющая основные направления цифровой трансформации. В соответствии с указанным документом определены ключевые направления цифрового развития Армении: цифровое правительство, цифровые навыки, инфраструктура, кибербезопасность, частный сектор и институциональные основы [21]. Динамика законодательства Республики Армения направлена не только на обеспечение развития производства и экономики в условиях цифровой трансформации, но и на повышение защиты прав и законных интересов потребителей, как непосредственных участников торговых операций, совершаемых дистанционным способом. В целях обеспечения надлежащей защиты прав потребителей в электронной торговле в Республике Армения проводится работа по внесению изменений в Гражданский Кодекс РА, Закон РА «О защите прав потребителей» и другие правовые акты, которые формируют развитие электронной торговли в стране [21]. Изменения законодательства направлены на развитие электронной торговли, а также услуг, предоставляемых в электронном формате. Например, предусмотрено повышение уровня защиты прав потребителя, которое предоставляет возможность возврата некачественного товара потребителем, в отличии от норм, позволяющих только обменять его [21].

Оценка законодательства Республики Армения в сфере защиты прав потребителей на соответствие Рекомендациям Коллегии ЕЭК представлен в таблице 7.5.

Таблица 7.5 – Оценка соответствия Закона Республики Армения № ЗР-197 «О защите прав потребителей» от 26 июля 2001 года Рекомендациям Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21 ноября 2017 г. № 27 «Об общих подходах к проведению государствами – членами Евразийского экономического союза согласованной политики в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом» [14, 22]

| Положение Рекомендации Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21 ноября 2017 г. № 27 | Статья Закона РА № ЗР-197 «О защите прав потребителей» от 26 июля 2001 года |
|---|---|
| п.6. Продавец (исполнитель, изготовитель) обеспечивает своевременное предоставление потребителю необходимой и достоверной информации о товарах (работах, услугах), обеспечивающей возможность их правильного выбора. | Статья 11. п. 1. Изготовитель (исполнитель), продавец обязан своевременно предоставить потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора. |
| п.7. Информация, способствующая правильному выбору товара (работы, услуги), доводимая до сведения потребителя до заключения договора с потребителем, должна содержать | Статья 10.1 Информация об условиях договора на сайте или в электронном приложении должна быть предоставлена потребителю до заключения договора |
| а) сведения о продавце (исполнителе, изготовителе) товара (работы, услуги), в том числе:<br>- наименование (фирменное наименование),<br>- адрес юридического лица и место нахождения продавца (исполнителя, изготовителя),<br>- наименование интернет-магазина, если такое наименование не совпадает с наименованием (фирменным наименованием)<br>- фамилия, имя, отчество (при наличии) продавца, а также информация о регистрации и наименование органа, осуществившего регистрацию ИП;<br>- режим работы | Статья 10. п.1. Изготовитель (исполнитель, продавец) обязан сообщить потребителю наименование своей организации (фирменное наименование), место ее нахождения<br>Статья 10.1. Информация, подлежащая опубликованию на сайте и (или) в электронном приложении<br>а) адрес электронной почты, почтовый адрес и номер телефона продавца (исполнителя, изготовителя) товара (работы, услуги)<br>Статья 12 п.2 Режим работы продавца (исполнителя) доводится до сведения потребителя |
| б) сведения о товаре (работе, услуге), в том числе:<br>- наименование товара (работы, услуги);<br>- вид и особенности товара (работы, услуги);<br>- указание на нормативные документы государств-членов, устанавливающие требования к качеству товара (работы, услуги) (при наличии);<br>- количество или комплектность товара (результата работы, услуги);<br>- сведения об основных потребительских свойствах и тех. характеристиках товара, предусмотренные ТР ЕАЭС, сведения о функциональных свойствах цифрового содержимого, в том числе о применимых мерах технической защиты | Статья 11. п.2. Информация о товарах (работах, услугах)<br>- наименование товара (работы, услуги)<br>- обозначения нормативных документов, обязательным требованиям которых должны соответствовать товары (работы, услуги);<br>- сведения об основных потребительских свойствах товаров (работ, услуг), для пищевой продукции - сведения о составе весе (объеме), о калорийности, о содержании вредных для здоровья веществ, регулируемом обязательными требованиями нормативных документов, а также противопоказания для применения при отдельных видах заболеваний. |

Продолжение таблицы 7.5

| | |
|---|---|
| в) сведения о цене и условиях приобретения товара (работы, услуги), в том числе:<br>- полная сумма, подлежащая выплате потребителем, - при оплате товара (работы, услуги) через определенное время после их передачи (выполнении) потребителю;<br>- способ определения цены и график погашения соответствующей суммы - в случае если ввиду характера товара (работы, услуги) цена не может быть определена заранее;<br>- способы и сроки доставки товара, цена и условия оплаты доставки товара;<br>- необходимость оплаты или возможность неуплаты дополнительных сборов за перевозку, доставку, почтовых сборов и иных расходов;<br>- общая стоимость, включающая совокупные расходы за период оплаты, - при заключении договора с потребителем на неопределенный срок или договора с потребителем, предусматривающего абонентскую;<br>- стоимость услуг связи, используемых в целях заключения договора с потребителем дистанционным способом;<br>- информация о формах и способах оплаты товара (работы, услуги) | Статья 10.1. Информация, подлежащая опубликованию на сайте и (или) в электронном приложении о цене и условиях приобретения товара (работы, услуги):<br>- полная сумма, подлежащая оплате потребителем при приобретении товара (работы, услуги), включая налоги;<br>- стоимость доставки и/или другие расходы, включая общую сумму, которая подлежит оплате;<br>- информация о приемлемой форме оплаты доводится до сведения потребителя до совершения покупки.<br>Статья 11. п.2. Информация о товарах (работах, услугах) включает сведения:<br>- о цене и условиях приобретения товаров (работ, услуг);<br>о правилах продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг). |
| г) сведения о гарантийном сроке (если он установлен), сроке службы или сроке годности товара (работы, услуги), а также о необходимых действиях потребителя по истечении указанных сроков и возможных последствиях при невыполнении таких действий | Статья 11. п.2. Информация о товарах (работах, услугах) должна содержать сведения о гарантийном сроке (если он установлен), сроке службы или срок годности товаров (работ), а также сведения о необходимых действиях потребителя по истечении указанных сроков и возможных последствиях при невыполнении таких действий |
| д) наименование (фирменное наименование), адрес юридического лица и место нахождения юридического лица (ремонтной организации), уполномоченного продавцом (изготовителем, исполнителем, поставщиком, представителем ремонтной организации) на устранение недостатков товара и (или) техническое обслуживание товара | Статья 11. п.2. Информация о товарах (работах, услугах):<br>ж) место нахождения изготовителя (исполнителя, продавца), место нахождения организации (организаций), уполномоченной изготовителем (продавцом) на принятие претензий от потребителей и произведение ремонта и технического обслуживания товара (работы); |
| е) штриховой идентификационный код, если обязательная маркировка товара таким кодом предусмотрена законодательством государств-членов | штриховой идентификационный код не предусмотрен |
| ж) сведения об оценке соответствия товара, подлежащего обязательной оценке соответствия в соответствии с требованиями технических регламентов Союза | Статья 11. п.2. В информации о товарах (работах, услугах) указываются сведения<br>об оценке соответствия товара, подлежащего обязательной оценке соответствия в соответствии с требованиями технических регламентов Союза |

| | |
|---|---|
| з) сведения об энергетической эффективности товара | Статья 11. п.2. В информации о товарах (работах, услугах) включаются правила и условия эффективного и безопасного использования товаров (работ, услуг) |
| и) сведения о правилах и условиях эффективного и безопасного пользования товаром, в том числе ухода за ним | Статья 11. п.2. В информации о товарах (работах, услугах) включаются правила и условия эффективного и безопасного использования товаров (работ, услуг) |
| к) сведения о том, что товар был в употреблении или в нем устранялся недостаток (недостатки), а также о том, что товар является конфискованным или обращенным в доход государства | Статья 11. п.2. В информацию о товарах включаются сведения о том, что товар был в употреблении или в нем устранялся недостаток (недостатки) |
| л) сведения об использовании фонограмм при оказании развлекательных услуг исполнителями музыкальных произведений | Статья 11. к) сведения об услугах культуры: живое исполнение или использование любого вида записи (фонограммы) во время театральных концертов, массовых мероприятий, фестивалей, концертных туров |
| м) сведения о сроке действия договора с потребителем (в случае, если такой договор заключен на неопределенный срок либо его действие продлевается автоматически, - об условиях прекращения действия такого договора) | Статья 11. п.2. Информация о товарах (работах, услугах) включает сведения:<br>- о правилах и условиях приобретения товаров (работ, услуг).<br>Статья 11.1. В договорах, заключаемых с потребителями, в соответствии с статьей 443 Гражданского кодекса Республики Армения, общие условия договора не могут включать следующие условия:<br>- при отсутствии возражения потребителя предоставляется возможность автоматического продления заключенного договора на определенный срок, если потребителю не предоставлен разумный срок для предъявления такого возражения |
| н) сведения о наличии и условиях залога или иных финансовых гарантий, которые потребитель должен представить продавцу после заключения или до заключения договора с потребителем (в случае, если таковые предусматриваются условиями соответствующего договора) | Статья 11. п.2. Информация о товарах (работах, услугах) включает сведения:<br>- о правилах и условиях приобретения товаров (работ, услуг). Основные положения о различных видах договоров изложены в Гражданском Кодексе Республики Армения от 28 июля 1998 года НО-239 |
| п.8. До заключения договора с потребителем до сведения потребителя доводится информация об условиях, сроках и порядке расторжения такого договора, включающая в себя следующие сведения:<br>а) о расходах, связанных с возвратом товаров, которые возлагаются на потребителя;<br>б) о расходах, связанных с оплатой продавцу (исполнителю, изготовителю) фактически понесенных расходов, связанных с исполнением обязательств по договору с потребителем, которые возлагаются на потребителя; | Статья 10.1. Информация, подлежащая опубликованию на сайте и (или) в электронном приложении:<br>- отметка о праве потребителя на возврат или обмен товара в соответствии с условиями не ниже, чем это предусмотрено законодательством для других форм торговли<br>Статья 27. п.1. Потребитель вправе расторгнуть договор о выполнении работы (оказании услуги) и потребовать полного возмещения убытков, если в установленный указанным договором срок недостатки выполненной работы (оказанной услуги) не устранены исполнителем. |

| | |
|---|---|
| в) о праве потребителя расторгнуть договор и потребовать возмещения убытков, если в установленный срок недостатки в выполненной работе (услуге) не были устранены исполнителем. | |
| п.9. Информация о товаре доводится до потребителя посредством ее размещения на товаре, электронных носителях, прилагаемых к товару, в самом товаре (на электронной плате внутри товара), на таре, упаковке, ярлыке, этикетке товара, в технической документации на товар или иным способом | Статья 10.1. п.4. Продавец (исполнитель, изготовитель) обязан довести информацию до потребителя наиболее доступным и удобным способом |
| п. 13. Законодательством государств-членов о защите прав потребителей обеспечивается право потребителя:<br>- на возмещение продавцом (исполнителем, изготовителем) убытков, причиненных потребителю необоснованным уклонением продавца от заключения договора с потребителем;<br>- на отказ от исполнения договора с потребителем, возврат уплаченной за товар (работу, услугу) суммы и возмещение убытков, если при заключении такого договора потребителю не была предоставлена возможность незамедлительно получить информацию о товаре (работе, услуге). Законодательством государств-членов предусматривается ответственность, которую несет продавец (исполнитель, изготовитель), не предоставивший покупателю полную и достоверную информацию о товаре (работе, услуге), за недостатки товара (работы, услуги), обнаруженные после его передачи потребителю. | Статья 13. Ответственность изготовителя (исполнителя, продавца) за ненадлежащую информацию о товаре (работе, услуге), об изготовителе (исполнителе, продавце)<br>Статья 15. Имущественная ответственность за вред, причиненный вследствие недостатков товара (работы, услуги)<br>Основные положения о различных видах договоров изложены в Гражданском Кодексе Республики Армения от 28 июля 1998 года НО-239 |
| п.16. Договор с потребителем, являющийся публичной офертой и содержащий все существенные условия, определенные законодательством государств-членов, считается заключенным с момента оформления потребителем соответствующей заявки (акцепта оферты), в том числе посредством использования сети Интернет. | Основные положения о различных видах договоров изложены в Гражданском Кодексе Республики Армения от 28 июля 1998 года НО-239 |

Окончание таблицы 7.5

| | |
|---|---|
| п. 22. Приобретенный непродовольственный товар надлежащего качества может быть возвращен потребителем в течение 14 рабочих дней с даты его передачи (если более длительный срок возврата не установлен продавцом) или обменян на аналогичный товар других размера, формы, фасона, расцветки или комплектации (с учетом необходимого перерасчета разницы в цене).<br>Возврат или обмен товара по требованию потребителя осуществляется в случае, если товар не был в употреблении, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, ярлыки, а также имеются доказательства приобретения товара у данного продавца, за исключением товаров, не подлежащих возврату или обмену, перечень которых устанавливается законодательством государств-членов. | Статья 23. п.1. Потребитель вправе осуществить возврат (обмен) непродовольственного товара надлежащего качества на аналогичный товар, если указанный товар не подошел по форме, габаритам, расцветке, размеру или по иным причинам не может быть использован потребителем по назначению.<br>Потребитель имеет право на возврат (обмен) непродовольственного товара надлежащего качества в течение четырнадцати дней, не считая дня его покупки, если продавцом не объявлен более длительный срок.<br>Возврат (обмен) непродовольственного товара надлежащего качества производится, если указанный товар не был в употреблении, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, товарные ярлыки, а также товарный (кассовый) чек. |
| п. 24. В случае реализации товара (работы, услуги) ненадлежащего качества, если его недостатки не были оговорены продавцом, потребителю предоставляется право требовать от продавца по своему выбору:<br>а) замены на товар аналогичной марки (модели, артикула);<br>б) замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены;<br>в) соразмерного уменьшения цены товара (цены за выполненную работу, оказанную услугу);<br>г) безвозмездного устранения недостатков товара, безвозмездного изготовления другой вещи из однородного материала такого же качества (повторного выполнения работы, оказания услуги);<br>д) возмещения понесенных покупателем или третьим лицом расходов на устранение недостатков товара (работы, услуги). | Статья 16.п.1. Потребитель, которому продан товар ненадлежащего качества, если оно не было оговорено продавцом, вправе по своему выбору потребовать:<br>а) безвозмездного устранения недостатков товара (работы, услуги) или возмещения расходов на их исправление потребителем;<br>б) соразмерного уменьшения покупной цены;<br>в) замены на товар аналогичного образца (модели, артикула);<br>г) замены на товар другого образца (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены;<br>д) возмещения убытков, причинных ему вследствие продажи товара (работы, услуги) ненадлежащего качества. |
| п. 28. Реализация товаров (работ, услуг) дистанционным способом может предусматривать обработку персональных данных потребителя, которая осуществляется в соответствии с законодательством государств-членов Союза | Закон Республики Армения «О защите персональных данных» ЗР-49-Н от 13.06.2015 |

Дистанционная реализация товаров (работ, услуг) осуществляется по договору купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления потребителя с предложенным продавцом (исполнителем, изготовителем) описанием товара, в том числе его изображением, посредством сети Интернет через интернет-магазины и иные сайты.

Приобретая товары (работы, услуги) дистанционно, потребитель имеет право:

– на получение необходимой и достоверной информации о товаре (работе, услуге), а также информации о продавце (исполнителе, изготовителе);

– на приобретение товара надлежащего качества, безопасного для жизни, здоровья и имущества потребителя, окружающей среды;

– на отказ от товара надлежащего качества;

– на своевременную доставку товара.

Перечень информации, представляемой потребителю при реализации товаров (работ, услуг) посредством электронной торговли в Законе РА «О защите прав потребителей» формируется с учетом рекомендации Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21 ноября 2017 г. № 27 и предполагает указывание адреса электронной почты и номера телефона продавца (исполнителя, изготовителя) товара (работы, услуги). Важным аспектом информирования потребителей в электронной торговле является предоставление возможности правильного выбора товара (работ, услуг), а также информирование об условиях договора должно осуществляться до его заключения.

Законодательством Республики Армения определено право потребителя на возврат или обмен товара надлежащего качества, приобретенного посредством электронной торговли, с условиями не ниже, чем это предусмотрено законодательством для других форм торговли – в срок не менее четырнадцати календарных дней [23]. Отказ от товара надлежащего качества возможен в случае, если сохранены его потребительские свойства, а также документ, подтверждающий факт покупки указанного товара. Дополнительно внесены изменения в правовые акты Республики Армения (Закон Республики Армения «О потребительском кредитовании» и Закон Республики Армения «О потребительском кредите»), связанные с защитой прав потребителей в сфере потребительского кредитования и отношения, связанные с возвратом товаров, приобретенных в кредит, в том числе с помощью кредитной карты.

Право потребителя на своевременную доставку товара связанное с передачей товара, закреплено в статье 525 Гражданского Кодекса Республики Армения. Покупатель вправе отказаться от принятия товаров, поставка которых просрочена. Договором поставки может быть предусмотрено право получения товаров покупателем в месте нахождения поставщика.

Таким образом, защита прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) посредством электронной торговли обеспечиваются на уровне не ниже, чем это предусмотрено законодательством Республики Армения для других форм и видов торговли

и гармонизировано с основными положениями, изложенными в Рекомендациях Коллегии ЕЭК № 27 от 21.11.2017 и № 10 от 11.05.2023 [14, 22, 23].

**Права потребителей при приобретении технически сложных товаров** регламентируются правовыми актами Республики Армения (Закон Республики Армения от 26 июля 2001 года № ЗР-197 «О защите прав потребителей»; Гражданский Кодекс Республики Армения от 28 июля 1998 года, НО-239; Закон Республики Армения от 21 декабря 2004 года №ЗР-134 «О торговле и услугах»). Технически сложными потребительскими товарами является продукция длительного пользования, которая характеризуется высоко технологической конструкцией и выполняющая пользовательские функции с использованием различных энергоресурсов.

Согласно результатам проведенного социологического исследования, 49% респондентов Республики Армения по результатам первого опроса и 40% - по результатам второго опроса приобретают технически сложные товары реже чем раз в полгода. Бытовая техника и электронные товары характеризуются достаточно длительным сроком службы, поэтому частота покупки данной категории товаров достаточно низкая. При этом 58% опрошенных (на первом этапе) и 54% опрошенных (на втором этапе) приобретают эти товары в гипермаркетах и супермаркетах, в которых, как правило размещены специализированные магазины или отделы и только 11% респондентов используют для покупок интернет-магазины. Удельный вес ответов с неудовлетворительной оценкой качества электроники и бытовой техники респондентами из Республики Армения составляет 18% по результатам первого исследования и 15% по результатам второго исследования. Таким образом, анализ прав потребителей при покупке технически сложных товаров является актуальной задачей исследования.

Права потребителей при приобретении технически сложных товаров являются унифицированными и не отличаются в зависимости от места покупки. Однако, в законодательстве отмечены ограничения при возврате (обмене) технически сложных товаров надлежащего качества. Перечень таких товаров установлен постановлением Правительства Республики Армения от 2002 года № 77 и включает автомобили, мото и велотовары, прицепы, мобильные средства малой механизации сельскохозяйственных работ, прогулочные суда и плавсредства бытового назначения, а также технически сложные товары бытового назначения, на которые установлены гарантийные сроки (телефоны, фотоаппараты, радиоэлектроника и т. п.) [24].

Потребитель, которому продан технически сложный товар ненадлежащего качества, вправе по своему выбору потребовать:

– замены на товар аналогичного образца (модели, артикула);

– замены на товар другого образца (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом цены;

– расторжения договора купли-продажи.

В этом случае потребитель обязан осуществить возврат технически сложного товара с недостатками. Потребитель вправе потребовать полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества. В случае покупки товара ненадлежащего качества, для которого был установлен срок годности, продавец обязан заменить этот товар на товар надлежащего качества или вернуть стоимость товара. При этом покупатель представляет товарный (кассовый) чек, а для продукции с гарантийным сроком эксплуатации дополнительно предоставляется технический информационный документ или другой заменяющий документ. В случае возникновения разногласий о причинах возникновения недостатков товара продавец (изготовитель) обязан за свой счет провести экспертизу товара в испытательных лабораториях, аккредитованных в соответствии с законодательством Республики Армения. Потребитель вправе оспорить заключение такой экспертизы в суде. Если при проверке товара выясняется, что недостатки возникли после доставки товара потребителю в результате нарушения с его стороны правил использования, хранения или транспортировки, а также в результате форс-мажорных обстоятельств или действий третьих лиц, потребитель обязан возместить продавцу (изготовителю) затраты на проведение экспертизы, в том числе связанные с хранением и транспортировкой товара [25]. Продавец (изготовитель) технически сложных товаров обязан удовлетворить требования потребителя, если недостатки товара возникли после передачи товара потребителю в результате нарушения правил использования, хранения или транспортировки товара с его стороны, действий третьих лиц или непреодолимой силы.

Изготовитель обязан обеспечить возможность использования по назначению технически сложного товара в течение его срока службы. Для этой цели изготовитель обеспечивает ремонт и техническое обслуживание товара, а также выпуск и поставку в торговые и ремонтные организации запасных частей в течение срока производства товара, а после снятия его с производства в течение срока службы товара. При отсутствии установленного срока службы товара изготовитель обеспечивает поставку в торговые и ремонтные организации запасных частей в течение десяти лет со дня передачи товара потребителю.

Динамика национального законодательства Республики Армения направлена в том числе на установление новых видов торговли технически сложными товарами. Статья 2 Закона НО-134-Н от 24 ноября 2004 года «О торговле и услугах» дополнена определением «Трейд-ин торговля по приобретению автотранспортного средства (в том числе

сельскохозяйственной техники)». Указанный вид торговли технически сложными товарами позволяет возместить часть цены автотранспортного средства (в том числе с сельскохозяйственной техники) за счет приобретения у физического лица аналогичной продукции. Положительной стороной трейд-ин торговли может являться значительная экономия времени оформления договоров, так как продажа старого и покупка нового автомобиля совершается одновременно.

**Механизмы обеспечения защиты прав потребителей.** В Республике Армения уполномоченными органами в сфере защиты прав потребителей являются Министерство экономики Республики Армения и Комиссия по защите конкуренции Республики Армения. Министерство экономики Республики Армения в соответствии с Законом Республики Армения от 16 мая 2019 г., НО-31-N «О внесении изменений и дополнений в Закон «О структуре и деятельности правительства» сформировано в результате слияния Министерства экономического развития и инвестиций Республики Армения и Министерства сельского хозяйства Республики Армения. Уполномоченные органы в сфере защиты прав потребителей формируют государственную экономическую политику, направленную на улучшение конкурентной среды и защиту рынка посредством унификации национального законодательства с международными стандартами и повышение эффективности защиты интересов производителей и потребителей [16]. Целью реализация государственной национальной политики в области защиты интересов потребителей является формирование общества потребителей, предъявляющих высокие требования к качеству продукции, а также имеющие высокую степень восприятия защищенности своих прав и интересов [26]. В концепции государственной политики в области защиты прав потребителей представлены четкие подходы к защите интересов потребителей, контролю за качеством товаров, услуг и работ, позволяющие достигнуть следующих основных целей:

– обеспечение безопасности потребителей;

– обеспечение экономической и правовой защиты потребителей;

– содействие повышению конкурентоспособности национального производства с применением эффективной системы защиты интересов потребителей;

– совершенствование системы государственного контроля;

– развитие организаций, занимающихся информированием потребителей и защитой прав потребителей;

– совершенствование образовательной системы, направленное на реализацию широкомасштабных программы по информированию потребителей о мероприятиях по защите их прав и интересов.

Государственный контроль в области соблюдения санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов, а также защите прав потребителей осуществляется Инспекционным органом по безопасности пищевых продуктов Республики Армения. Государственный контроль осуществляется в соответствии с принципами обнаружения и предупреждения риска на основе внедренной системы оценки и управления рисками. Деятельность Инспекционного органа по безопасности пищевых продуктов Республики Армения направлена на осуществление второго этапа реформ системы безопасности пищевой продукции:

– внедрение международных систем анализа источников опасностей и контроля критических точек при производстве и реализации пищевой продукции;

– модернизация лабораторий для организации контроля безопасности пищевой продукции с применением современных аналитических методов.

На официальном сайте Инспекционным органом по безопасности пищевых продуктов Республики Армения реализован механизм информирования потребителей о правах, представлен образец заявления на получение дополнительной информации. Для подачи жалоб приведен образец заявления, а также предоставлена возможность подачи информации в электронном виде с последующим отслеживанием трека.

В программе деятельности Правительства Республики Армения на 2021-2026 годы направленные на повышение эффективности защиты прав потребителей указаны следующие мероприятия с ожидаемым результатом:

– установление правил регулирования по повышению осведомленности потребителей о количестве насыщенных жиров/трансжиров, сахара и соли в пищевых продуктах, включая правила маркировки по количественному содержанию указанных ингредиентов в пищевой продукции;

– обеспечение защиты прав потребителей в области туристских услуг. Улучшение качества туристских услуг посредством реформирования правовой системы (сертификация гидов и сопровождающих, учет субъектов туристической деятельности и т.д.);

– обеспечение населения качественной питьевой водой. Улучшение качества услуг в сфере водоснабжения и водоотведения (непрерывность водоснабжения, качество питьевой воды.

В Республике Армения защита прав потребителей осуществляется различными организациями, область деятельности которых находится в различных сферах: финансовой, общественных услуг, страхование автогражданской ответственности и т.д.

Одним из направлений деятельности Бюро страховщиков Республики Армения является защита интересов потерпевших физических лиц при наступлении страховых случаев, а также информационная поддержка потребителей в области возмещения убытков в случае применения товара ненадлежащего качества (ремонт и техническое обслуживание товара).

Одной из приоритетных задач Правительства Республики Армения является обеспечение необходимых условий для защиты прав и интересов потребителей в финансовой сфере. Деятельность Центрального банка Республики Армения направлена не только на обеспечение стабильности финансовой системы, но и на повышение финансовой безопасности граждан. Функции отдела защиты прав потребителей и поведения на рынке Центрального банка Республики Армения:

– совершенствование законодательной базы по регулированию защиты интересов потребителей;

– совершенствование инструментов финансового просвещения населения;

– реализация мероприятий по повышению уровня информированности и финансовой грамотности потребителей;

– разработка и ведение специализированного сайта для потребителей финансовых услуг (www.abcfinance.am)

Мероприятия в рамках программы «Повышение финансовой грамотности» представлены в разделе «Новости» www.abcfinance.am.

В Республике Армения с 2009 г. функционирует структура, разрешающая споры между физическими лицами и финансовыми институтами - Вопросы финансового просвещения потребителей (кредиты, страхование, пенсия). Организация в 2015 году получила 419 претензий со стороны физических лиц в отношении коммерческих банков, в 2016 году количество претензий возросло до 1 418, а в 2020 году поступило 4 914 обращений, что составило 38,34% от общего числа претензий ко всем финансовым организациям. Больше половины претензий (63,92%) были связаны с кредитными сделками, 34,76% – с вкладами, 1,21% – с платежно-расчетными операциями. Анализ содержания претензий показал, что основные направления нарушения прав потребителей в финансовой сфере в основном касались расчетов процентов, штрафов, классификации кредитов, обслуживания вкладов и кредитов. Динамика представленных данных свидетельствует о том, что защита прав потребителей банковских услуг в Республике

Армения является актуальной проблемой, что предполагает необходимость совершенствования законодательства в указанной сфере, а также повышение финансовой грамотности населения и информированности о правах и интересах [27].

Деятельность организации Примирителя финансовой системы Республики Армения основана на Директиве Европейской Комиссии № 98/257/ЕС от 30 марта 1998 г. «О принципах, применимых к органам, ответственным за внесудебное разрешение потребительских споров» и Директиве Европейского Союза «Об альтернативных Разрешение потребительских споров» Директивы 2013/11/ЕС, а также принципов деятельности органов внесудебного разрешения споров, в том числе омбудсменов (примирителей), созданных Международной сетью финансовых омбудсменов (INFO Network) на основе передового международного опыта [28]. На сайте организации представлена нормативная база по защите прав потребителей в финансовой сфере (https://fsm.am/ru/useful-information#legal-acts), материалы по финансовой грамотности (https://fsm.am/ru/financial-education) и ссылки для обращения в организацию с целью защиты прав (https://fsm.am/ru/submit-claim).

Для получения дополнительной информации по защите интересов потребителей в финансовой сфере, а также для обращений с жалобами и предложениями необходимо обратиться по ссылкам:

– финансовое просвещение (www.abcfinance.am);
– примиритель финансовой системы (www.fsm.am);
– бюро автостраховщиков Армении (www.paap.am).

Таким образом, основным механизмом обеспечения защиты прав потребителей в Республике Армения является внесудебный порядок защиты прав, который осуществляется как уполномоченными органами на основании административно-правовых решений, так и различными общественными организациями. Правильное понимание и применение этих механизмов способствует повышению эффективности защиты прав потребителей в соответствии с развивающимися потребностями общества.

### 7.2. Анализ общности и различий законодательства и применяемых механизмов обеспечения защиты прав потребителей в Республике Беларусь

**Анализ динамики изменений, внесенных в Закон Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-З «О Защите прав потребителей».** Законодательная база Республики Беларусь по вопросам защиты прав потребителей, в первую очередь, базируется на следующих нормативно-законодательных актах:

- Закон Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-З «О Защите прав потребителей»;

- Гражданский кодекс Республики Беларусь от 7 декабря 1998 года № 218-З;

- Постановление Совета Министров Республики Беларусь №703 от 22.06.2014 «О продаже отдельных видов товаров, осуществлении общественного питания и порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров»;

- Постановление Совета Министров Республики Беларусь 15 января 2009 г. № 31 «Об утверждении Правил продажи товаров при осуществлении дистанционной торговли»;

- Закон Республики Беларусь от 26 мая 2012 г. № 385-З «О правовом режиме территорий, подвергшихся радиоактивному загрязнению в результате катастрофы на Чернобыльской АЭС»;

- иными законодательными актами Республики Беларусь;

- международными договорами Республики Беларусь;

- международно-правовыми актами, составляющими правовую базу ЕАЭС.

В связи с меняющимися экономическими условиями, правовым полем, развитием научно-технического прогресса и интеграционными процессами законодательство в сфере защиты прав потребителей периодически пересматривается и обновляется в соответствии с текущими потребностями и возможностями экономика и качеством жизни потребителей.

Данные социологических исследований показывают, что наибольшее количество респондентов, отметивших ситуацию с соблюдением и обеспечением прав потребителей, как благополучную, именно в Республике Беларусь. Также наибольшее количество респондентов, отметивших законодательство в сфере защиты прав потребителей – как совершенное, приходится на Республику Беларусь (38% по данным первого исследования и 33% по данным второго исследования), там же было отмечено наименьшее количество респондентов, считающих данное законодательство несовершенным и нуждающимся в поправках.

Изменения в Закон Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-З «О Защите прав потребителей» вносятся на регулярной основе, характеристика этих изменений обобщена в таблице 7.6.

Таблица 7.6 – Анализ изменений, внесенных в Закон Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-З «О Защите прав потребителей» [29]

| № п/п | Дата внесения изменений | Краткая характеристика изменений | Статус изменения на текущий момент (действует/ отменено) |
|---|---|---|---|
| 1 | 04.01.2003 | Термин «минимальная заработная плата» заменен «базовой величиной» | Действует |
| 2. | 29.06.2006 | Добавлено право потребителя на получение информации о специальном разрешении (лицензии) и о возможности ознакомления с его подлинником или копией, если вид деятельности подлежит лицензированию | Действует частично |
| 3. | 20.06.2006 | 1. Новая формулировка термина «нормативный документ, устанавливающий требования к качеству товара (работы, услуги)»;<br>2. Замена термина «продукт питания» на «пищевой продукт»;<br>3. Введено требование, что продовольственное сырье и пищевые продукты, произведенные на территориях радиоактивного загрязнения, должны иметь документ, установленный законодательством о сельском хозяйстве и о санитарно-эпидемическом благополучии населения, о соответствии содержания радионуклидов допустимым уровням.<br>4. Запрет на реализацию товара (выполнение работы, оказание услуги), подлежащего государственной гигиенической регламентации и регистрации и (или) обязательному подтверждению соответствия без соответствующих документов. Государственная гигиенической регламентации и регистрации отнесена к сфере Министерства здравоохранения РБ, а оценка соответствия требованиям технических нормативных правовых актов в области технического нормирования и стандартизации – к сфере Государственного комитета по стандартизации РБ | 1. Действует<br>2. Действует<br>3. Не действует<br>4. Действует частично. В новой редакции Закона сформулировано иным образом |
| 4 | 08.07.2008 | Новая редакция закона | Действует с изменениями дополнениями |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 5 | 02.05.2012 | Уточнен ряд терминов – «учебные программы общеобразовательных учреждений» заменены на «учебно-программную документацию образовательных программ общего среднего, специального образования»;<br>слова «месте нахождения или месте» заменены на «в случае места нахождения или места».<br>Из статьи 41 исключены слова «и контроль за соблюдением законодательства о защите прав потребителей»;<br>Внесен ряд стилистических поправок.<br>Закон дополнен статьей 48, посвященной особенностям реализации отдельных прав общественных объединений потребителей | Действует |
| 6 | 04.01.2014 | В условиях о реализации продукции, произведенной на территориях, подвергшихся радиоактивному загрязнению в результате катастрофы на Чернобыльской АЭС дается ссылка на статью закона, регулирующую вопросы реализации такой продукции - статья 29 Закона Республики Беларусь от 26 мая 2012 года «О правовом режиме территорий, подвергшихся радиоактивному загрязнению в результате катастрофы на Чернобыльской АЭС» | Действует |
| 7 | 29.10.2015 | 1. В статье 1 внесено изменение в термины Изготовитель и Продавец.<br>2. Исключено слово «разовую» применительно к реализации. | 1. Действует частично. Определение терминов в более поздней редакции изменено.<br>2. Действует |
| 8 | 13.06.2018 | 1. Изменение формулировки термина - «документ, подтверждающий факт приобретения товара (выполнения работы, оказания услуги)»<br>2. Исключение фраз - «ее филиал, представительство, иное обособленное подразделение, расположенное вне места нахождения организации»;<br>3. Изменение формулировки термина «Качество»;<br>4. Многие статьи после слова «законодательством» дополнены ссылкой на ТР ТС, ТР ЕАЭС»;<br>5. Внесен термин «объект обслуживания»;<br>6. Изменение формулировки терминов «представитель изготовителя, продавца, поставщика, исполнителя», «ремонтная организация»;<br>7. Расширен перечень услуг, на которые распространяется Закон, включены услуги, оказываемые банками, небанковскими кредитно-финансовыми организациями, иными организациями при осуществлении банковских операций, микрофинансовыми, лизинговыми организациями; | Действует |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | 8. Изменено содержание ст.7 «Информация о товарах (работах, услугах)» в части сведений об основных потребительских свойствах, наименовании изготовителя и т.д.<br>9. Внесены изменения в пункт Закона, касающиеся выдачи кассового и т.п. документов и необходимости предъявления документов, подтверждающих качество и безопасность товаров, по запросу потребителя;<br>10. Внесены уточнения в ст.8 «Информация об изготовителях (исполнителях, продавцах)»;<br>11. Отредактирована ст. 9 «Режим работы торгового объекта»<br>12. Закон дополнен ст. $9^1$ «Оплата товаров (работ, услуг)» и ст. $9^2$ «Реализация товаров (выполнение работ, оказание услуг) по подарочному сертификату или иному подобному документу»;<br>13. Новая редакция ст.13 «Права и обязанности изготовителя (исполнителя, продавца, поставщика, представителя) по установлению срока службы, срока годности, срока хранения товара (результата работы), а также гарантийного срока на товар (результат работы, услугу)»;<br>14. Расширены обязанности изготовителя, перечисленные в ст. 14 «Обязанности изготовителя (продавца, поставщика, исполнителя) по обеспечению возможности использования товара (результата работы) по назначению, его ремонта и технического обслуживания»<br>15. Ст. 17 о возмещении вреда, причинённого в случае наличия у товаров недостатков, расширена требованиями о возмещении вреда в случае недостоверной или недостаточной информации о товаре (работе, услуге);<br>16. Новая редакция ст. 20 «Права потребителя в случае реализации товара ненадлежащего качества»;<br>17. Ст. 22 - дополнены сроки безвозмездного устранения недостатков товара;<br>18. Введено требование о заполнение гарантийный талонов ремонтными организациями;<br>19. Несколько статей дополнены требованиями к расчетам с потребителем при возврате суммы предварительной оплаты;<br>20. Ст. 28 дополнена требованием к сохранению потребителем упаковки товара в случае обмена либо возврата товара, если товар был продан в такой упаковке;<br>21. Введено требование оплаты экспертизы, проведенной потребителем, если в результате экспертизы результата выполненной работы (оказанной услуги), проведенной за счет потребителя, установлены нарушения со стороны исполнителя;<br>22. Введена новая ст. $38^1$ «Право потребителя на односторонний отказ от исполнения договора о выполнении работы (оказании услуги)»; | |

Окончание таблицы 7.6

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | 23. В ст. 41 «Государственные органы, иные государственные организации, осуществляющие защиту прав потребителей» добавлено перечисление направлений защиты;<br>24. В ст.43 добавлены права местных исполнительных и распорядительных органов в области защиты прав потребителей. | |
| 9 | 05.01.2022 | 1. Абзац 10 статьи 1 после слов «сумме трех» дополнили словом «результатов».<br>2. Заменили слова «метрологический контроль» словами «метрологическую оценку».<br>3. Из ряда статей исключили слова «Республики Беларусь». | Действует |
| 10 | 06.01.2024 | 1. Слова «нормативным правовым актам Президента Республики Беларусь» заменены словами «иным законодательным актам»;<br>2. Из ст. 8 исключено требование о предоставлении потребителю возможности ознакомления с подлинником или копией специального разрешения (лицензии), а также ознакомление со сроками действия лицензии, если вид деятельности, осуществляемой изготовителем (исполнителем, продавцом), подлежит лицензированию;<br>3. Слова «экономической несостоятельности (банкротства)» заменены словом «банкротства». | Действует |

Анализ изменений, внесенных в Закон Республики Беларусь о защите прав потребителей, показывает, что на протяжении периода действия Закона меняются как сами термины, используемые в Законе, так и их формулировки - отказ от термина «минимальная заработная плата» в пользу термина «базовая величина», изменены термины «нормативный документ, устанавливающий требования к качеству товара (работы, услуги)»; термин «продукт питания» заменен на «пищевой продукт»; изменение формулировок терминов «документ, подтверждающий факт приобретения товара (выполнения работы, оказания услуги)», «изготовитель», «продавец», «качество», «представитель изготовителя, продавца, поставщика, исполнителя», «ремонтная организация»; добавлен термин «объект обслуживания» и т.п.

Требование о том, что продовольственное сырье и пищевые продукты, произведенные на территориях радиоактивного загрязнения, должны иметь документ, установленный законодательством о сельском хозяйстве и о санитарно-эпидемическом благополучии населения, о соответствии содержания радионуклидов допустимым уровням, было пересмотрено несколько раз и в новой редакции Закона условия реализации продукции, произведенной на территориях, подвергшихся радиоактивному загрязнению в результате катастрофы на Чернобыльской АЭС были вынесены в отдельный

законодательный акт и на данный момент регулируются Законом Республики Беларусь от 26 мая 2012 г. № 385-З «О правовом режиме территорий, подвергшихся радиоактивному загрязнению в результате катастрофы на Чернобыльской АЭС» [33].

Для обеспечения безопасности потребителей был внесен пункт о запрете на реализацию товара (выполнение работы, оказание услуги), подлежащего государственной гигиенической регламентации и регистрации и (или) обязательному подтверждению соответствия без соответствующих документов.

Перечень прав потребителей был расширен возможностью ознакомления потребителя с оригиналом или копией лицензии на определённые виды деятельности, в дальнейшем это право было отменено (в 2024 году).

В 2012 году в связи с ростом заинтересованности потребителей по всему миру в создании общественных объединений Закон был дополнен статьей 48, посвященной особенностям реализации отдельных прав общественных объединений потребителей.

Согласно данным второго социологического исследования, наибольшее количество респондентов, знающих о существовании общественных объединений, было отмечено в Республике Беларусь (55% из опрошенных респондентов РБ). Там же было выявлено наибольшее количество респондентов оценивающих работу таких организаций, как эффективную или даже очень эффективную, и самый маленький процент респондентов, среди стран-членов ЕАЭС, нашел работу общественных организаций в сфере защиты прав потребителей – неэффективной (14% опрошенных).

В 2018 году в Закон было внесено много поправок, связанных как с терминами, так и с дополнительными правами потребителей. Во многих статьях Закона ссылка на законодательство Республики Беларусь была заменена ссылками на ТР ТС, ТР ЕАЭС.

Расширилась сфера действия Закона – в перечень услуг, регулируемых законом, добавили услуги, оказываемые банками, небанковскими кредитно-финансовыми организациями, иными организациями при осуществлении банковских операций, микрофинансовыми, лизинговыми организациями.

Изменились требования статьи 7 «Информация о товарах (работах, услугах)» касаемо информации об основных потребительских свойствах товаров, изготовителе и т.д.

В связи с расширением способов и форм оплаты товара, Закон был дополнен статьями $9^1$ «Оплата товаров (работ, услуг)» и $9^2$ «Реализация товаров (выполнение работ, оказание услуг) по подарочному сертификату или иному подобному документу». Были расширены обязанности изготовителя статья 14 «Обязанности изготовителя (продавца, поставщика, исполнителя) по обеспечению возможности использования товара (результата работы) по назначению, его ремонта и технического обслуживания».

Также потребители получили возможность требовать компенсацию вреда в случае недостоверной или недостаточной информации о товаре (работе, услуге) (статья 17). Статья 22 была дополнена требованиями к сроку безвозмездного устранения недостатков товара.

Уточнены особенности расчетов с потребителем при возврате суммы предварительной оплаты.

Появилось требование к сохранению потребителем упаковки товара в случае обмена либо возврата товара, если товар был продан в такой упаковке (статья 28).

Перечень прав потребителей был расширен за счет введения требования оплаты экспертизы, проведенной потребителем, при установлении нарушения со стороны исполнителя, и возможностью одностороннего отказа от исполнения договора о выполнении работы (оказании услуги)» (статья ст. $38^1$);

Уточнен перечень прав местных исполнительных и распорядительных органов в области защиты прав потребителей (статья 43).

Давая оценку эффективности Закона о защите прав потребителей Республики Беларусь можно воспользоваться данными, полученными при проведении второго социологического исследования, так при ответе на вопрос «Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей» 77% опрошенных из Республики Беларусь отвели, что никуда не обращались, а решили проблему с изготовителем (продавцом) товаров/исполнителем услуги. И данная доля опрошенных является самой высокой среди стран-членов ЕАЭС. Также о работоспособности Закона говорят данные, полученные при анализе ответов на вопрос «Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили», 90% респондентов РБ ответили, что им удалось отстоять свои права полностью или частично», что является очень высоким показателем эффективности правовой базы.

**Права потребителей, установленные Законом Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-З «О защите прав потребителей».** Закон о защите прав потребителей Республики Беларусь распространяется на отношения определённые в статье 2, к ним относятся:

- отношения, возникающие из договоров розничной купли-продажи, подряда, аренды, страхования, хранения, энергоснабжения, комиссии, перевозки пассажира, перевозки груза, возмездного оказания услуг и иных подобных договоров;

- отношения, вытекающие из договора создания объекта долевого строительства;

- отношения между потребителями и банками, небанковскими кредитно-финансовыми организациями, иными организациями при осуществлении банковских

операций в соответствии с законодательством, микрофинансовыми, лизинговыми организациями [29].

На все эти отношения распространяются общие права потребителей, предусмотренные статьей 5.

Потребитель имеет право на:

- просвещение в области защиты прав потребителей;

- информацию о товарах (работах, услугах), а также об их изготовителях (продавцах, поставщиках, исполнителях);

- свободный выбор товаров (работ, услуг);

- надлежащее качество товаров (работ, услуг), в том числе безопасность товаров (работ, услуг), надлежащую комплектность, надлежащее количество товара (результата работы);

- возмещение в полном объеме убытков, вреда, причиненных вследствие недостатков товара (работы, услуги), в том числе на компенсацию морального вреда;

- государственную защиту своих прав, в том числе на обращение в суд и другие уполномоченные государственные органы за защитой нарушенных прав или интересов, охраняемых настоящим Законом и иным законодательством;

- общественную защиту своих прав;

- создание общественных объединений потребителей.

Потребитель имеет и иные права, предусмотренные Законом о защите прав потребителей и иным законодательством. Обобщенно перечень прав потребителей, гарантируемый Законом Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-З «О защите прав потребителей», представлен в таблице 7.7 [29].

Таблица 7.7 – Перечень прав потребителей, регламентируемый Законом Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-З «О защите прав потребителей»

| Статья | Права потребителей |
|---|---|
| распространяющиеся на товары (работы, услуги) | |
| 7 | Своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о предлагаемых товарах (работах, услугах) - реализуется в соответствии с законодательством Республики Беларусь, ТР ТС, ТР ЕАЭС посредством маркировки, технической документации и иными способами предоставления такой информации. |
| 8 | Право потребителя на информацию об изготовителях (исполнителях, продавцах) – обеспечивается посредством предоставления информации о наименовании и месте нахождения изготовителя, наименовании и режиме работы торгового объекта |

Продолжение таблицы 7.7

| | |
|---|---|
| 9[1] | Право выбора формы оплаты товаров (работ, услуг) – потребитель вправе самостоятельно определить форму оплаты, за исключением случаев, когда в соответствии с законом продавец (исполнитель) не осуществляет расчеты в безналичной форме или, наоборот, законодательно установлена обязанность продавца осуществлять расчеты только в безналичной форме. Исключением из этого права являются субъекты ремесленной деятельности и осуществляющие реализацию товаров на рынке. |
| 10 | Потребитель имеет право на свободный выбор товара (работы, услуги) надлежащего качества в удобное для него время с учетом режима работы торгового объекта (объекта обслуживания). |
| 11 | Право потребителя на надлежащие качество товара (работы, услуги), комплектность, количество товара (результата работы)<br>В случае, если законодательством РБ, ТР ТС, ТР ЕАЭС установлены обязательные требования к качеству товара (работы, услуги), продавец (изготовитель, исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), соответствующий этим требованиям.<br>Потребитель имеет право на проверку качества товара (работы, услуги), комплектности, количества товара (результата работы), на проведение в его присутствии демонстрации работоспособности, правильного и безопасного использования товара (результата работы), если это не исключено ввиду характера товара (результата работы). Потребитель вправе потребовать предоставить ему документы, подтверждающие качество товара (результата работы, услуги), его комплектность, количество.<br>Потребитель имеет право на то, чтобы товар (результат работы, услуга) был безопасен для жизни, здоровья, наследственности, имущества потребителя и окружающей среды. Требования безопасности являются обязательными, устанавливаются в соответствии с законодательством РБ, ТР ТС, ТР ЕАЭС |
| 15 | Потребитель вправе предъявить требования, предусмотренные Законом, продавцу (изготовителю, поставщику, представителю, исполнителю, ремонтной организации) по месту его нахождения, а также по месту нахождения торгового объекта (объекта обслуживания), где были нарушены права потребителя. |
| 16 | Право потребителя на возмещения убытков, вызванных необоснованным уклонением от заключения договора, а если договор заключен, – в разумный срок потребовать от продавца (исполнителя) расторжения договора и возврата уплаченной за товар (работу, услугу) денежной суммы при невозможности получить необходимую и достоверную информацию о товаре (работе, услуге).<br>Права потребителя при невозможности получения достаточной и достоверной информации о товаре аналогичны правам потребителя в случае продаже ему товара ненадлежащего качества:<br>- замена недоброкачественного товара товаром надлежащего качества; - соразмерное уменьшение покупной цены;<br>- незамедлительное безвозмездное устранение недостатков товара/ выполненной работы (оказанной услуги);<br>- возмещения расходов по устранению недостатков товара/ выполненной работы (оказанной услуги);<br>- возврат суммы, уплаченной за товар;<br>- безвозмездное изготовления другой вещи из однородного материала такого же качества или повторного выполнения работы (оказания услуги), если это возможно.<br>Потребитель также вправе потребовать полного возмещения убытков, причиненных ему в связи с недостатками выполненной работы (оказанной услуги) и (или) расторжением договора о выполнении работы (оказании услуги) и возвратом уплаченной за выполненную работу (оказанную услугу) денежной суммы, и уплаты неустойки |

| | |
|---|---|
| | Также и за те недостатки товара (результата работы, услуги), возникшие после передачи товара (результата работы, услуги) потребителю, в отношении которых потребитель докажет, что они возникли в связи с отсутствием у него такой информации. |
| 17 | Право потребителя на возмещение вреда, причиненного вследствие недостатков товара (работы, услуги), недостоверной или недостаточной информации о товаре (работе, услуге) |
| 18 | Право потребителя на компенсацию морального вреда. |
| распространяющиеся на товары | |
| 20 | Права потребителя при реализации ему товара ненадлежащего качества, если недостатки товара не были оговорены заранее:<br>- замена недоброкачественного товара товаром надлежащего качества;<br>- соразмерное уменьшение покупной цены товара;<br>- незамедлительное безвозмездное устранение недостатков товара (если характер товара позволяет это сделать);<br>- возмещения расходов по устранению недостатков товара;<br>- расторжение договора купли-продажи и возврат уплаченной суммы.<br>Право потребителя на участие в проведении проверки качества и экспертизы товара лично или через своего представителя, право оспорить заключение экспертизы товара в судебном порядке, а также при возникновении между потребителем и продавцом спора о наличии недостатков товара и причинах их возникновения провести экспертизу товара за свой счет. |
| 22 | Право потребителя на безвозмездное предоставлении ему во временное пользование аналогичного товара на период ремонта. Данное право распространяется только на товары длительного пользования. |
| 23 | Право потребителя при замене товара ненадлежащего качества на предоставлении ему на период замены безвозмездно во временное пользование аналогичного товара. |
| 24 | В случае, если продавец, получивший сумму предварительной оплаты за товар, не исполняет обязанности по передаче товара потребителю в установленный договором срок, потребитель по своему выбору вправе потребовать:<br>- передачи оплаченного товара в установленный им новый срок;<br>- возврата суммы предварительной оплаты.<br>Потребитель также вправе потребовать полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие нарушения установленного договором срока передачи предварительно оплаченного товара |
| 28 | Право потребителя на возврат/обмен непродовольственного товара надлежащего качества – в течение четырнадцати дней с момента передачи потребителю (продавцом может быть предусмотрен и более длительный срок) товара надлежащего качества, данный товар можно вернуть или обменять его на аналогичный товар других размера, комплектации и т.д. В случае наличия разницы в цене товаров должен был произведен перерасчет покупной цены. |
| распространяющиеся на работы (услуги) | |
| 19 | Право потребителя отказаться от предоставления ему дополнительных работ/услуг – Продавец/исполнитель не имеют права оказывать платные дополнительные услуги без согласия на то потребителя. В случае, если такая ситуация имеет место быть, потребитель не обязан оплачивать такие услуги/работы. |

Окончание таблицы 7.7

| | |
|---|---|
| 30 | Если исполнитель нарушил сроки выполнения работы (оказания услуги), отдельных этапов выполнения работы (оказания услуги), а также иные сроки, предусмотренные договором, потребитель вправе:<br>- назначить исполнителю новый срок;<br>- поручить выполнение работы (оказание услуги) третьим лицам за разумную цену или выполнить ее своими силами и потребовать от исполнителя возмещения понесенных расходов;<br>- потребовать соразмерного уменьшения установленной цены за выполнение работы (оказание услуги);<br>- расторгнуть договор о выполнении работы (оказании услуги).<br>Потребитель также вправе потребовать полного возмещения убытков, причиненных ему в связи с нарушением сроков выполнения работы (оказания услуги). |
| 31 | При обнаружении отступлений от условий договора, ухудшивших результат работы (услугу), или иных недостатков выполненной работы (оказанной услуги) потребитель вправе потребовать:<br>- безвозмездного устранения недостатков выполненной работы (оказанной услуги);<br>- соразмерного уменьшения установленной цены;<br>- безвозмездного изготовления другой вещи из однородного материала такого же качества или повторного выполнения работы (оказания услуги), если это возможно;<br>- возмещения понесенных им расходов по устранению недостатков выполненной работы (оказанной услуги) своими силами или третьими лицами;<br>- расторгнуть договор о выполнении работы (оказании услуги) и потребовать возврата уплаченной суммы.<br>- потребовать полного возмещения убытков, причиненных ему в связи с недостатками выполненной работы (оказанной услуги) и (или) расторжением договора о выполнении работы (оказании услуги);<br>В случае, если в установленные сроки *недостатки выполненной работы (оказанной услуги) не устранены исполнителем* потребитель вправе расторгнуть договор и потребовать возврата уплаченной суммы.<br>Право потребителя принимать участие в проверке качества и проведении экспертизы результата выполненной работы (оказанной услуги) лично или через своего представителя, а при возникновении спора между потребителем и исполнителем по поводу недостатков выполненной работы (оказанной услуги) или их причин провести экспертизу результата выполненной работы (оказанной услуги) за свой счет.<br>Потребитель вправе оспорить заключение экспертизы результата выполненной работы (оказанной услуги) в судебном порядке. |
| 38 | Потребитель вправе оплатить работу (услугу) при заключении договора полностью или путем выдачи аванса. |
| $38^1$ | Потребитель вправе в одностороннем порядке отказаться от исполнения договора о выполнении работы (оказании услуги) – данное право реализуется в том случае, если потребитель оплатит исполнителю фактически понесенные им расходы. |
| 46 | Потребители имеют право организовывать общественные объединения потребителей |

Права потребителя, представленные в таблице 7.7, можно охарактеризовать как достаточные, полные и охватывающие большинство ситуаций, возникающих между продавцами/исполнителями и потребителями в тех сферах, на которые распространяется Закон РБ о защите прав потребителей.

Анализируя данные социологических исследований по вопросу о необходимости расширения прав потребителей, можно констатировать, что в Республике Беларусь в сравнении с другими странами-членами ЕАЭС было выявлено наименьшее количество

респондентов, считающих необходимым расширять права потребителей, и наибольшее количество респондентов, считающих, что в расширении прав нет необходимости.

**Сроки предъявления и удовлетворения претензий, ответственность за нарушение сроков удовлетворения требований потребителя.** В формулировках статей Закона относительно сроков можно увидеть такие определения как - разумный срок или незамедлительно. Например, в статье 16 Закона указано, что в случаях, когда потребителю в месте реализации товара незамедлительно не предоставлена необходимая и достоверная информация о товаре, в результате чего, потребитель несет убытки, то в разумный срок можно потребовать от продавца (исполнителя) расторжения договора и возврата уплаченной за товар (работу, услугу) денежной суммы, а также возмещения других убытков.

В Законе РБ есть существенные отличия по срокам удовлетворения претензий, например, от Закона о защите прав потребителей в РФ. Так, в статье 21 Закона выделены технически сложные или дорогостоящие товары, и потребитель при покупки таких товаров, если они оказались *недоброкачественными*, вправе требовать расторжения договора купли-продажи и возврата уплаченной за товар суммы в течение тридцати дней со дня передачи товара продавцом потребителю. Данные требования могут быть предъявлены и по истечении 30 дней в случае обнаружения в товаре существенного недостатка или при нарушении сроков устранения недостатков товара.

Сроки предъявления претензий относительно недостатков товаров, на которые установлены гарантийные сроки, аналогичны срокам, указанным в российском законодательстве, различие только в выделении категории недвижимого имущества. Потребитель вправе предъявлять претензии продавцу (изготовителю, поставщику, представителю, ремонтной организации) относительно недостатков товара в течение гарантийного срока или срока годности товара. Субъект обращения определяется, исходя из того, кто устанавливал гарантийный срок, если это был продавец, то потребитель обращается к продавцу. Если на товар не был установлен гарантийный срок (или он менее двух лет), то потребитель вправе предъявить требования, если недостатки обнаружены в течение двух лет со дня передачи таких товаров продавцом потребителю, а в отношении недвижимого имущества – в течение трех лет со дня его передачи, если более длительные сроки не установлены законодательством, ТР ТС, ТР ЕАЭС и (или) договором.

Для комплектующих изделий гарантийный срок устанавливается равным продолжительности гарантийного срока для основного изделия (если иное не определено договором).

В тех случаях, когда выявленные в товаре недостатки не были вызваны износом и иными физическими процессами в товаре, потребитель вправе по своему выбору требовать замены недоброкачественного товара; незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товара; возмещения расходов по устранению недостатков товара и по истечении двух лет со дня передачи товара продавцом потребителю, а в отношении недвижимого имущества – трех лет со дня его передачи продавцом потребителю, если более длительные сроки не установлены законодательством и (или) договором, но при условии наличия доказательств возникновения этих недостатков до передачи товара потребителю или по причинам, возникшим до этого момента. Вышеперечисленные требования могут быть предъявлены до окончания срока службы товара или в течение десяти лет со дня передачи потребителю товара, если срок службы не установлен (Статья 21).

Отличия можно также отметить по срокам, отведенным на устранении недостатков товаров. Согласно статье 23 Закона РБ, максимальный срок устранения недостатков товара не может превышать четырнадцати дней со дня предъявления потребителем требования об их устранении. Срок может быть пролонгирован (по соглашению сторон), но не более чем до тридцати дней. Для сравнения, в России максимальный срок устранения недостатков по соглашению сторон не должен превышать 45 дней.

Максимальный срок удовлетворения требования потребителя о замене товара с недостатками составляет 14 дней, столь долгий срок установлен для случаев, когда необходима дополнительная проверка качества такого товара, в остальных случаях замена должна быть произведена незамедлительно.

В случае отсутствия у продавца (изготовителя, поставщика, представителя) необходимого для замены товара срок замены может быть удлинен до 30 дней со дня предъявления требования о замене, если и в течение месяца осуществить замену не представляется возможным, то должен быть предоставлен аналогичный товар другой модели (марки, артикула и др.) с согласия потребителя.

Если потребитель предъявляет требование о безвозмездном предоставлении ему на период замены во временное пользование аналогичного товара, то данное требование должно быть удовлетворено продавцом или изготовителем в трехдневный срок. (Статья 23)

Семидневные сроки удовлетворения претензий потребителя установлены для следующих требований:

- соразмерное уменьшение покупной цены товара/выполненной работы/оказанной услуги ненадлежащего качества/;

- возмещение расходов на устранение недостатков товара/выполненной работы/услуги потребителем или третьим лицом;

- расторжение договора купли-продажи и (или) возврате уплаченной за товар ненадлежащего качества денежной суммы;

- возмещение расходов по выполнению работы/услуги своими силами или третьими лицами в связи с нарушением исполнителем сроков, предусмотренных договором;

- расторжение договора о выполнении работы/услуги и возврате уплаченной за них суммы;

- возмещении убытков, причиненных потребителю недостатками или нарушением сроков выполнения работы/услуги и (или) расторжением договора о выполнении работы/услуги и возвратом уплаченной за выполненную работу/услугу суммы.

Вышеобозначенный срок может быть увеличен до четырнадцати дней – в случае необходимости проведения экспертизы. (Статьи 24 и Статья 33).

Срок в семь дней установлен также для удовлетворения следующих требований потребителя:

- возврат суммы предварительной оплаты и полное возмещение убытков, причиненных потребителю в связи с недостатками товара и (или) расторжением договора купли-продажи, либо возвратом товара ненадлежащего качества; (Статья 25)

- возврат уплаченной за товар суммы, в случае возврата потребителем товара надлежащего качества (исключением является реализация товаров ремесленной деятельности или реализация посредством рынка). (Статья 28)

Претензии, связанные с недостатками выполненной работы (услуги), могут быть предъявлены при принятии выполненной работы/услуги или в ходе выполнения работы/услуги либо, в случае невозможности выявления недостатков при принятии выполненной работы/услуги, в течении гарантийного срока, а при его отсутствии – в пределах двух лет со дня принятия выполненной работы/услуги.

Если речь идет о безвозмездном устранении недостатков выполненной работы/услуги, которые могут представлять опасность для жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среды, то претензия может быть предъявлена потребителем или его правопреемником в течение десяти лет с момента принятия результата работы (услуги), если в установленном законодательством, ТР ТС, ТР ЕАЭС порядке не предусмотрены более длительные сроки (сроки службы). (Статья 31)

Срок, отведенный исполнителю на устранение выявленных потребителем недостатков выполненной работы/услуги, составляет до 14 дней, если более длительный срок не оговорен соглашением сторон. (Статья 32)

Требования потребителя о безвозмездном изготовлении другой вещи из однородного материала такого же качества или о повторном выполнении работы (услуги) подлежат удовлетворению в срок, установленный для срочного выполнения работы (услуги), а в случае, если этот срок не установлен, – в срок, предусмотренный договором о выполнении работы (оказании услуги), который был исполнен ненадлежащим образом.

Выполнение работы/услуги из материала (с вещью) потребителя – в случае полной или частичной утраты (повреждения) материала (вещи), принятого от потребителя, исполнитель обязан в трехдневный срок заменить его однородным материалом (вещью) аналогичного качества и по желанию потребителя изготовить изделие из однородного материала (вещи) в согласованный срок. Исключением является случаи, когда исполнитель предупредил заказчика об особых свойствах и характеристиках материала (вещи), которые могут повлечь за собой его полную или частичную утрату. (Статья 36)

В ситуациях, когда потребитель в одностороннем порядке отказывается от исполнения договора о выполнении работы/услуги при условии оплаты исполнителю фактически понесенных им расходов, и сумма, уплаченная потребителем, превышает понесенные исполнителем расходы на исполнение такого договора, исполнитель обязан вернуть потребителю уплаченную им по договору денежную сумму за вычетом понесенных исполнителем расходов в течение четырнадцати дней со дня предъявления соответствующего требования, если меньший срок не предусмотрен таким договором. (Статья 38)

Изготовитель (продавец, поставщик, представитель, исполнитель, ремонтная организация) обязан удовлетворить требование общественного объединения потребителей о возмещении расходов в течение четырнадцати дней со дня его получения. (Статья 48)

Неустойка за нарушение сроков возврата уплаченной за товар суммы (в случае возврата потребителем товара надлежащего качества) составляет 1% цены товара на день его реализации потребителю за каждый день просрочки. Исключением является реализация товаров ремесленной деятельности или реализация посредством рынка. (Статья 28)

В ситуации, когда потребитель предварительно оплатил товар, а срок передачи данного товара был нарушен, продавец обязан выплатить потребителю проценты на сумму предварительной оплаты в размере ставки рефинансирования Национального банка РБ, установленной на день выплаты процентов либо на день вынесения судебного решения. Проценты выплачиваются со дня, когда должна была быть осуществлена передача товара потребителю, до дня передачи товара потребителю или до дня возврата потребителю суммы предварительной оплаты, если договором для начисления процентов не установлен более короткий срок. (Статья 24)

За нарушение сроков устранения недостатков товара, замены товара ненадлежащего качества, выполнения требования потребителя о возврате суммы предварительной оплаты и полном возмещении убытков, сроков соразмерного уменьшении покупной цены товара ненадлежащего качества, возмещения расходов на устранение недостатков товара потребителем или третьим лицом, расторжения договора купли-продажи и (или) сроков возврата уплаченной за товар ненадлежащего качества суммы, а также за невыполнение (задержку выполнения) требования потребителя о предоставлении ему на период ремонта (замены) аналогичного товара продавец (изготовитель, поставщик, представитель, ремонтная организация), выплачивает потребителю неустойку в размере 1% цены товара за каждый день просрочки. (Статья 26)

В случае нарушения установленных сроков выполнения работы (услуги), устранения ее недостатков и иных вышеуказанных сроков удовлетворения отдельных требований потребителя относительно работы/услуги, исполнитель уплачивает потребителю за каждый день (час, если срок определен в часах) просрочки неустойку в размере 1% цены выполнения работы (услуги), а если цена выполнения работы (услуги) договором о выполнении работ (оказании услуг) не определена, – в размере 1% общей цены заказа. В договоре, заключенном между потребителем и исполнителем, может быть указан более высокий размер неустойки.

Неустойка за нарушение сроков начала выполнения работы (услуги), ее этапа уплачивается за каждый день (час, если срок определен в часах) просрочки вплоть до начала выполнения работы (услуги) или предъявления потребителем иных требований (расторжения договора и т. п.). (Статьи 30,32,33,.38)

В Кодексе Республики Беларусь об административных правонарушениях представлены варианты ответственности за правонарушения в сфере торговли, оказания услуг/работ населению, реализации товаров физическими лицами. Например, в статье 13.11 сказано, что нарушение законодательства о торговле и общественном питании, оказании услуг населению приводит к штрафам до 10 базовых величин. При возникновении ситуации с реализацией товаров с истекшим сроком годности предусмотрено наложение штрафа до ста базовых величин [34].

Обман потребителей при реализации товаров, выполнение работ (услуг) наказывается штрафом в диапазоне 2–25 базовых величин. При повторном совершении аналогичного правонарушения в течение года штраф составит 5–50 базовых величин (статья 13.10 КоАП).

При реализации потребителю недоброкачественных товаров, способных нанести вред жизни и здоровью потребителей, или загрязнённых радионуклидами с превышением

допустимых нормативов приводит к наложению штрафа от 20 до 1000 базовых величин с конфискацией партии товаров (17.4 КоАП).

Реализация товаров, оказание услуг без документов, подтверждающих соответствии этих товаров/услуг требованиям, влечет наложение штрафа до 500 базовых величин (статья 24.7 КоАП).

В целом, можно оценить сроки предъявления требований и их удовлетворения, а также ответственность за нарушение этих сроков, как соответствующие реалиям развития потребительского рынка и позволяющие в достаточной мере защитить права потребителей.

Данные, полученные в ходе второго социологического исследования по вопросу о необходимости усиления регулирования отношений между потребителем и продавцом/исполнителем, говорят о том, в Республике Беларусь было отмечено наименьшее число респондентов, которые считают, что такое регулирование нуждается в значительном усилении, а количество респондентов, которые не видят необходимости в усилении регулирования данных отношений являлось наибольшим среди анализируемых стран-членов ЕАЭС.

**Права потребителей при дистанционной продаже товаров** аналогичны правам потребителей при иных формах продажи товаров, рассмотренным в таблице 7.7, а также дополняются Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 г. № 31 «Об утверждении Правил продажи товаров при осуществлении дистанционной торговли» [32].

Необходимость регулирования дистанционной торговли возникла в результате интенсивного роста электронной коммерции в последние 15 лет. Особенно интенсивный всплеск продаж был отмечен в последние несколько лет. Согласно данным Национального статистического комитета РБ, доля интернет-магазинов в общем объеме розничного товарооборота растет. По итогам 2023 г. удельный вес оборота интернет-магазинов в розничном товарообороте организаций торговли составил 8,1%. В 2022 г. этот показатель находился на уровне 6%, а в 2019 г. был равен 4,1%. Таким образом, за последние пять лет доля сферы e-commerce в розничном товарообороте удвоилась [35].

Данные второго социологического исследования показывают, что 42% респондентов Республики Беларусь за последний год стали чаще делать покупки в интернет-магазинах.

В законодательстве Республики Беларусь под дистанционной торговлей понимается форма розничной торговли, при которой продажа товаров осуществляется без использования торговых объектов на основании договора розничной купли-продажи, заключаемого без одновременного присутствия продавца и покупателя, после ознакомления покупателя с предложенными продавцом описаниями товаров,

содержащимися в каталогах, проспектах, рекламе, буклетах или представленными в фотографиях или иных информационных источниках, рассылаемых продавцом неопределенному кругу лиц с использованием услуг операторов почтовой связи или распространяемых в средствах массовой информации или любыми другими способами в соответствии с законодательством в области информации, информатизации и защиты информации, в том числе в глобальной компьютерной сети Интернет, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товарами или их образцами в момент заключения договора.

Правилами продажи товаров при осуществлении дистанционной торговли установлен перечень товаров, запрещенных к реализации посредством дистанционной торговли. К таким товарам относятся следующие:

- алкогольные, слабоалкогольные напитки и пиво;
- биологически активные добавки к пище;
- ветеринарные средства;
- лекарственные средства;
- нетабачные никотиносодержащие изделия;
- оружие и патроны к нему;
- пиротехнические изделия бытового назначения;
- семена мака и некоторые другие.

Продажа биологически активных добавок к пище посредством дистанционной торговли допускается в следующих случаях:

- при наличии у продавца торгового объекта и (или) складских помещений, в которых осуществляются продажа и (или) хранение таких товаров;
- когда продавцом является изготовитель таких товаров независимо от наличия у него торгового объекта и (или) складских помещений.

Сравнительный анализ законодательства Республики Беларусь в сфере защиты прав потребителей при дистанционной торговле на соответствие Рекомендациям Коллегии ЕЭК представлен в таблице 7.8.

Таблица 7.8 - Оценка соответствия требований Постановления Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 г. № 31 «Об утверждении Правил продажи товаров при осуществлении дистанционной торговли» и Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей» Рекомендациям Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21 ноября 2017 г. № 27 «Об общих подходах к проведению государствами-членами Евразийского экономического союза согласованной политики в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом» [32, 12]

| Положение Рекомендации Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21 ноября 2017 г. № 27 | Требование Постановления Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 г. № 31 «Об утверждении Правил продажи товаров при осуществлении дистанционной торговли» |
|---|---|
| п.6. Продавец (исполнитель, изготовитель) обеспечивает своевременное предоставление потребителю необходимой и достоверной информации о товарах (работах, услугах), обеспечивающей возможность их правильного выбора. | п.10-11; пп.13.1-13.2., п.14. До момента заключения договора продавец обязан довести до сведения покупателя всю необходимую информацию. |
| п.7. Информация, способствующая правильному выбору товара (работы, услуги), доводимая до сведения потребителя до заключения договора с потребителем, должна содержать | п.10. До момента заключения договора продавец обязан довести до сведения покупателя следующую информацию: |
| а) сведения о продавце (исполнителе, изготовителе) товара (работы, услуги), в том числе:<br>- наименование (фирменное наименование),<br>- адрес юридического лица и место нахождения продавца (исполнителя, изготовителя),<br>- наименование интернет-магазина, если такое наименование не совпадает с наименованием (фирменным наименованием)<br>- фамилия, имя, отчество (при наличии) продавца, а также информация о регистрации и наименование органа, осуществившего регистрацию ИП;<br>- режим работы | п.10.<br>- полное наименование продавца, изготовителя (ФИО ИП), сведения о государственной регистрации юр лица или ИП;<br>- место нахождения продавца, изготовителя (место жительства ИП)<br>п.14. Владелец интернет-площадки обязан:<br>п.п. 14.1. разместить на главной (начальной, стартовой) странице своей интернет-площадки следующую информацию:<br>- полное наименование и место нахождения владельца интернет-площадки (ФИО и место жительства ИП), сведения о государственной регистрации юр лица или ИП;<br>- режим работы. |
| б) сведения о товаре (работе, услуге), в том числе:<br>- наименование товара (работы, услуги);<br>- вид и особенности товара (работы, услуги);<br>- указание на нормативные документы государств-членов, устанавливающие требования к качеству товара (работы, услуги) (при наличии);<br>- количество или комплектность товара (результата работы, услуги); | п.10.<br>- наименование товаров;<br>- указание на нормативные документы, устанавливающие требования к качеству товаров (если товар выпущен в соответствии с такими документами), если иное не предусмотрено ТР ТС и ЕАЭС;<br>- количество или комплектность товаров;<br>- сведения об основных потребительских свойствах товаров; |

| | |
|---|---|
| - сведения об основных потребительских свойствах и тех. характеристиках товара, предусмотренные ТР ЕАЭС, сведения о функциональных свойствах цифрового содержимого, в том числе о применимых мерах технической защиты | - рекомендации и (или) ограничения по использованию, в том числе приготовлению, пищевых продуктов в случае, если их использование без этих рекомендаций и (или) ограничений затруднено либо может причинить вред здоровью покупателей, их имуществу, привести к снижению или утрате вкусовых свойств пищевых продуктов; |
| в) сведения о цене и условиях приобретения товара (работы, услуги), в том числе:<br>- полная сумма, подлежащая выплате потребителем, - при оплате товара (работы, услуги) через определенное время после их передачи (выполнении) потребителю;<br>- способ определения цены и график погашения соответствующей суммы - в случае если ввиду характера товара (работы, услуги) цена не может быть определена заранее;<br>- способы и сроки доставки товара, цена и условия оплаты доставки товара;<br>- необходимость оплаты или возможность неуплаты дополнительных сборов за перевозку, доставку, почтовых сборов и иных расходов;<br>- общая стоимость, включающая совокупные расходы за период оплаты, - при заключении договора с потребителем на неопределенный срок или договора с потребителем, предусматривающего абонентскую;<br>- стоимость услуг связи, используемых в целях заключения договора с потребителем дистанционным способом;<br>- информация о формах и способах оплаты товара (работы, услуги) | п.10.<br>- цена, условия приобретения и оплаты товаров, а также способы оплаты товаров;<br>- способы и сроки доставки товаров;<br>- цена и условия оплаты доставки товаров; |
| г) сведения о гарантийном сроке (если он установлен), сроке службы или сроке годности товара (работы, услуги), а также о необходимых действиях потребителя по истечении указанных сроков и возможных последствиях при невыполнении таких действий | п.10.<br>- гарантийный срок, если он установлен;<br>- дата изготовления, если иное не предусмотрено законодательством, ТР ТС и ТР ЕАЭС<br>- срок службы, и (или) срок годности, и (или) срок хранения товаров, указание условий хранения товаров, если они отличаются от обычных условий хранения, информация о необходимых действиях покупателя по истечении указанных сроков и возможных последствиях при невыполнении таких действий |

| | |
|---|---|
| д) наименование (фирменное наименование), адрес юридического лица и место нахождения юридического лица (ремонтной организации), уполномоченного продавцом (изготовителем, исполнителем, поставщиком, представителем ремонтной организации) на устранение недостатков товара и (или) техническое обслуживание товара | п.10<br>- полное наименование и место нахождения импортера, представителя, ремонтной организации (ФИО и место жительства ИП) |
| е) штриховой идентификационный код, если обязательная маркировка товара таким кодом предусмотрена законодательством государств-членов | п.11. При передаче товаров продавец должен предоставить покупателю:<br>- штриховой идентификационный код, если обязательное маркирование товаров таким кодом предусмотрено законодательством |
| ж) сведения об оценке соответствия товара, подлежащего обязательной оценке соответствия в соответствии с требованиями технических регламентов Союза | п.10.<br>- сведения об обязательном подтверждении соответствия товаров, подлежащих обязательному подтверждению соответствия |
| з) сведения об энергетической эффективности товара | п.10.<br>- сведения о классах энергоэффективности товаров в случаях, если их установление предусмотрено законодательством, ТР ТС и ТР ЕАЭС |
| и) сведения о правилах и условиях эффективного и безопасного пользования товаром, в том числе ухода за ним | п.11. При передаче товаров продавец должен предоставить покупателю:<br>- сведения о правилах и условиях эффективного и безопасного пользования товарами, в том числе ухода за ними, если это имеет значение исходя из характера товаров и указанная информация не была предоставлена покупателю ранее |
| к) сведения о том, что товар был в употреблении или в нем устранялся недостаток (недостатки), а также о том, что товар является конфискованным или обращенным в доход государства | п.10.<br>- сведения о том, что товары были в употреблении или в них устранялся недостаток (недостатки);<br>- сведения о том, что товары являются конфискованными или обращенными в доход государства иным способом |
| л) сведения об использовании фонограмм при оказании развлекательных услуг исполнителями музыкальных произведений | Отсутствует |
| м) сведения о сроке действия договора с потребителем (в случае, если такой договор заключен на неопределенный срок либо его действие продлевается автоматически, - об условиях прекращения действия такого договора) | п.10.<br>- сведения об условиях, сроках и порядке расторжения договора, включая сведения о порядке возврата товаров и (или) суммы, уплаченной за товары |
| н) сведения о наличии и условиях залога или иных финансовых гарантий, которые потребитель должен представить продавцу после заключения или до заключения договора с потребителем (в случае, если таковые предусматриваются условиями соответствующего договора) | Отсутствует |

| | |
|---|---|
| п.8. До заключения договора с потребителем до сведения потребителя доводится информация об условиях, сроках и порядке расторжения такого договора, включающая в себя следующие сведения:<br>а) о расходах, связанных с возвратом товаров, которые возлагаются на потребителя;<br>б) о расходах, связанных с оплатой продавцу (исполнителю, изготовителю) фактически понесенных расходов, связанных с исполнением обязательств по договору с потребителем, которые возлагаются на потребителя;<br>в) о праве потребителя расторгнуть договор и потребовать возмещения убытков, если в установленный срок недостатки в выполненной работе (услуге) не были устранены исполнителем. | п.10. До момента заключения договора продавец обязан довести до сведения покупателя:<br>- сведения об условиях, сроках и порядке расторжения договора, в том числе в случае отказа покупателя от исполнения договора до передачи ему товаров, включая сведения о порядке возврата товаров и (или) денежной суммы, уплаченной за товары; |
| п.9. Информация о товаре доводится до потребителя посредством ее размещения на товаре, электронных носителях, прилагаемых к товару, в самом товаре (на электронной плате внутри товара), на таре, упаковке, ярлыке, этикетке товара, в технической документации на товар или иным способом | п.12. Информация о товаре доводится до сведения покупателя в каталогах, проспектах, рекламе, буклетах, фотографиях или иных информационных источниках, в том числе в сети Интернет, используемых для описания товаров. |
| п. 13. Законодательством государств-членов о защите прав потребителей обеспечивается право потребителя:<br>- на возмещение продавцом (исполнителем, изготовителем) убытков, причиненных потребителю необоснованным уклонением продавца от заключения договора с потребителем;<br>- на отказ от исполнения договора с потребителем, возврат уплаченной за товар (работу, услугу) суммы и возмещение убытков, если при заключении такого договора потребителю не была предоставлена возможность незамедлительно получить информацию о товаре (работе, услуге). Законодательством государств-членов предусматривается ответственность, которую несет продавец (исполнитель, изготовитель), не предоставивший покупателю полную и достоверную информацию о товаре (работе, услуге), за недостатки товара (работы, услуги), обнаруженные после его передачи потребителю. | Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей»<br>Ст. 15. Гражданско-правовая ответственность продавца (изготовителя, поставщика, представителя, исполнителя, ремонтной организации) за нарушение прав потребителя<br>Ст.16. Гражданско-правовая ответственность продавца (изготовителя, поставщика, представителя, исполнителя) за ненадлежащую информацию о товаре (работе, услуге)<br>Ст.17. Возмещение вреда, причиненного вследствие недостатков товара (работы, услуги), недостоверной или недостаточной информации о товаре (работе, услуге)<br>Ст.19 Недействительность условий договора, ограничивающих права потребителя |

Продолжение таблицы 7.8

| | |
|---|---|
| п.16. Договор с потребителем, являющийся публичной офертой и содержащий все существенные условия, определенные законодательством государств-членов, считается заключенным с момента оформления потребителем соответствующей заявки (акцепта оферты), в том числе посредством использования сети Интернет. | п.7. Предложение товаров при осуществлении дистанционной торговли признается публичной офертой, если оно содержит все существенные условия договора.<br>п.9. Договор, содержащий все существенные условия, считается заключенным в момент получения продавцом, направившим оферту, ее акцепта. Акцепт покупателя считается полученным с момента направления продавцом и (или) владельцем интернет-площадки покупателю электронного сообщения, подтверждающего заключение договора и содержащего существенные условия этого договора, а также номер заказа, который позволяет покупателю получить информацию о заключенном договоре и его условиях. |
| п. 22. Приобретенный непродовольственный товар надлежащего качества может быть возвращен потребителем в течение 14 рабочих дней с даты его передачи (если более длительный срок возврата не установлен продавцом) или обменян на аналогичный товар других размера, формы, фасона, расцветки или комплектации (с учетом необходимого перерасчета разницы в цене).<br>Возврат или обмен товара по требованию потребителя осуществляется в случае, если товар не был в употреблении, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, ярлыки, а также имеются доказательства приобретения товара у данного продавца, за исключением товаров, не подлежащих возврату или обмену, перечень которых устанавливается законодательством государств-членов. | Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей»<br>Ст. 28. Право потребителя на обмен и возврат товара надлежащего качества<br>1. Потребитель в течение четырнадцати дней (если более длительный срок не объявлен продавцом) может возвратить товар надлежащего качества или обменять его на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации, при необходимости проведя необходимый перерасчет в цене с продавцом.<br>Возврат или обмен возможен в случае, если товар не был в употреблении, сохранены его потребительские свойства и имеются доказательства приобретения его у данного продавца, за исключением товаров, не подлежащих возврату или обмену, перечень которых устанавливается Правительством Республики Беларусь. |
| п. 24. В случае реализации товара (работы, услуги) ненадлежащего качества, если его недостатки не были оговорены продавцом, потребителю предоставляется право требовать от продавца по своему выбору:<br>а) замены на товар аналогичной марки (модели, артикула);<br>б) замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены;<br>в) соразмерного уменьшения цены товара (цены за выполненную работу, оказанную услугу); | Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей»<br>Ст.20. Права потребителя в случае реализации товара ненадлежащего качества<br>1. В случае реализации товара ненадлежащего качества, если его недостатки не были оговорены продавцом, потребитель вправе по своему выбору потребовать:<br>1.1. замены недоброкачественного товара товаром надлежащего качества;<br>1.2. соразмерного уменьшения покупной цены товара; |

Окончание таблицы 7.8

| | |
|---|---|
| г) безвозмездного устранения недостатков товара, безвозмездного изготовления другой вещи из однородного материала такого же качества (повторного выполнения работы, оказания услуги);<br>д) возмещения понесенных покупателем или третьим лицом расходов на устранение недостатков товара (работы, услуги). | 1.3. незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товара;<br>1.4. возмещения расходов по устранению недостатков товара. |
| п. 28. Реализация товаров (работ, услуг) дистанционным способом может предусматривать обработку персональных данных потребителя, которая осуществляется в соответствии с законодательством государств-членов Союза | Закон Республики Беларусь от 7 мая 2021 г. № 99-З «О Защите персональных данных» |

Продавец при передаче товаров должен предоставить покупателю информацию о правах покупателя и обязанностях продавца в соответствии с законодательством о защите прав потребителей.

При осуществлении дистанционной торговли с использованием сети Интернет на главной странице сайта интернет-магазина размещается полное наименование и место нахождения юридического лица либо ФИО и место жительства ИП, а также информация о государственной регистрации; номера контактных телефонов, адрес электронной почты продавца, а также лица, уполномоченного продавцом рассматривать обращения покупателей о нарушении их прав; номера контактных телефонов работников местных исполнительных и распорядительных органов по месту государственной регистрации продавца, уполномоченных рассматривать обращения покупателей в соответствии с законодательством об обращениях граждан и юридических лиц; дата включения сведений об интернет-магазине в Торговый реестр Республики Беларусь и др.

Владельцы интернет-платформ, оказывающие услуги продавцам дистанционной торговли, принимают меры по соблюдению продавцами требований законодательства в области защиты прав потребителей.

Продажа товаров при осуществлении дистанционной торговли в части, не урегулированной Правилами продажи товаров при осуществлении дистанционной торговли, регулируется Правилами продажи товаров, осуществления общественного питания, утверждаемыми Советом Министров Республики Беларусь.

В соответствии с Законом РБ «О защите прав потребителей» в случае, если при дистанционной торговле потребителю не предоставлена возможность получить необходимую и достоверную информацию о товаре в момент доставки товара, потребитель вправе отказаться от приобретения товара без возмещения продавцу расходов, связанных с доставкой [29].

Таким образом, можно отметить, что вопросы дистанционной торговли регулируются целым комплексом законодательных актов, дополняющих друг друга. Защита прав потребителей при осуществлении электронной торговли в полной мере соответствует защите прав потребителей при других формах торговли и в высокой степени гармонизировано с положениями Рекомендаций Коллегии ЕЭК № 27 от 21.11.2017.

**Права потребителей при приобретении технически сложных товаров.** Согласно Постановлению Совета Министров Республики Беларусь №703 от 22.06.2014 «О продаже отдельных видов товаров, осуществлении общественного питания и порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров», под технически сложными товарами бытового назначения понимаются товары, которым присущи потребление, выработка, преобразование или передача различных видов энергии, в том числе мускульной силы, характеризующиеся одной или совокупностью функций бытового назначения [31].

Согласно данным второго социологического исследования, большинство опрошенных респондентов в Республике Беларусь покупают технически сложные товары реже, чем раз в полгода (54%), 14% респондентов покупают раз в полгода, 10% - раз в несколько месяцев. Такая редкая частота покупок во многом обусловлена длительными сроками службы и относительно высокой стоимостью технически сложных товаров.

В связи с этим, наделение потребителей дополнительными правами, возникающими при покупке технически сложных товаров, является важным законодательным моментом, необходимым для обеспечения эффективного правового поля в сфере защиты прав потребителей.

При приобретении технически сложных товаров потребитель обладает всеми правами, заявленными в Законе о защите прав потребителей, дополненными статьей 20 Закона и Главой 6 Постановления Совета Министров Республики Беларусь №703 от 22.06.2014 «О продаже отдельных видов товаров, осуществлении общественного питания и порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров».

В случае реализации технически сложного товара ненадлежащего качества, если его недостатки не были оговорены продавцом, потребитель вправе по своему выбору потребовать:

- замены недоброкачественного товара товаром надлежащего качества;
- соразмерного уменьшения покупной цены товара;
- незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товара;
- возмещения расходов по устранению недостатков товара.

Потребитель вправе расторгнуть договор розничной купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за товар денежной суммы.

В отличие от остальных видов товаров потребитель вправе предъявить требования замены недоброкачественного технически сложного товара товаром надлежащего качества или возврата уплаченной за товар суммы в течение тридцати, а не четырнадцати дней со дня передачи товара. По истечении указанного срока такие требования могут быть предъявлены потребителем в случае обнаружения в товаре существенного недостатка или нарушения сроков безвозмездного устранения недостатков товара. (Статья 20 Закона о защите прав потребителей) Перечень таких технически сложных товаров утвержден Постановлением Совета Министров Республики Беларусь 14.06.2002 № 778 (Приложение 3) [36].

Запрещена продажа технически сложных товаров бытового назначения с использованием передвижных средств разносной торговли и торговли через распространителей.

Технически сложные товары бытового назначения обязательно проходят предпродажную подготовку, включающую распаковку и осмотр товаров, проверку комплектности и качества товаров, наличия необходимой документации, информации о товарах и их изготовителях, при необходимости сборку изделий и их наладку.

Технически сложные товары бытового назначения должны иметь этикетки/ярлыки с содержащие наименование, марку, модель, артикул, цену товара, основные технические характеристики.

Технически сложные товары должны быть представлены в собранном и технически исправном состоянии. Продавец, если это необходимо потребителю, демонстрирует ему устройство и функции товара. Товары, не требующие специального оборудования для подключения, демонстрируются в действующем состоянии.

Во время передачи покупателю технически сложных товаров бытового назначения в его присутствии проводят проверку качества и комплектности, наличия установленных изготовителем принадлежностей и документов (инструкция по эксплуатации и т.п.), которые передаются покупателю одновременно с товарами.

Продавцом проводится установка, подключение, наладка и пуск в эксплуатацию технически сложных товаров бытового назначения, для которых, согласно технической и эксплуатационной документации, запрещено самостоятельное проведение покупателем вышеназванных действий, а также осуществляется обязательный инструктаж о правилах пользования данными товарами. Данные действия могут проводиться не только продавцом, но и иным юридическим лицом или ИП, уполномоченными на выполнение перечисленных работ законодательством или продавцом.

Если стоимость установки, подключения, наладки или пуска в эксплуатацию технически сложных товаров бытового назначения включена в их цену, то соответствующие работы должны выполняться бесплатно. При этом покупатель вправе потребовать, а продавец обязан по его требованию предоставить информацию о стоимости таких работ, включенных в цену товаров. Если стоимость вышеперечисленных услуг не включена в цену, то продавец обязан проинформировать покупателя об их стоимости одновременно с предоставлением информации о цене товаров.

Срок выполнения данных видов работ не может превышать семи календарных дней со дня доставки товаров покупателю и определяется в договоре.

При передаче бывших в употреблении технически сложных товаров бытового назначения покупателю одновременно с товаром передаются (при наличии у продавца) технический паспорт или иной заменяющий его документ, инструкция по эксплуатации, а также гарантийные талоны на товары, подтверждающие право покупателей на использование оставшегося гарантийного срока.

При проведении второго социологического исследования в Республике Беларусь была отмечена наивысшая среди стран-членов ЕАЭС доля респондентов, полностью удовлетворенных качеством электротоваров, бытовой техники, – 28%, значительная доля «скорее удовлетворенных» качеством – 60%, и самая меньшая доля респондентов, неудовлетворенных качеством (11%). Немаловажную роль в обеспечении населения качественными технически сложными товарами играет создание продуманного правового поля в сфере защиты прав потребителей.

**Механизмы обеспечения защиты прав потребителей.** В общем виде структура государственных органов и организаций по защите прав потребителей представлена на рисунке 7.1.

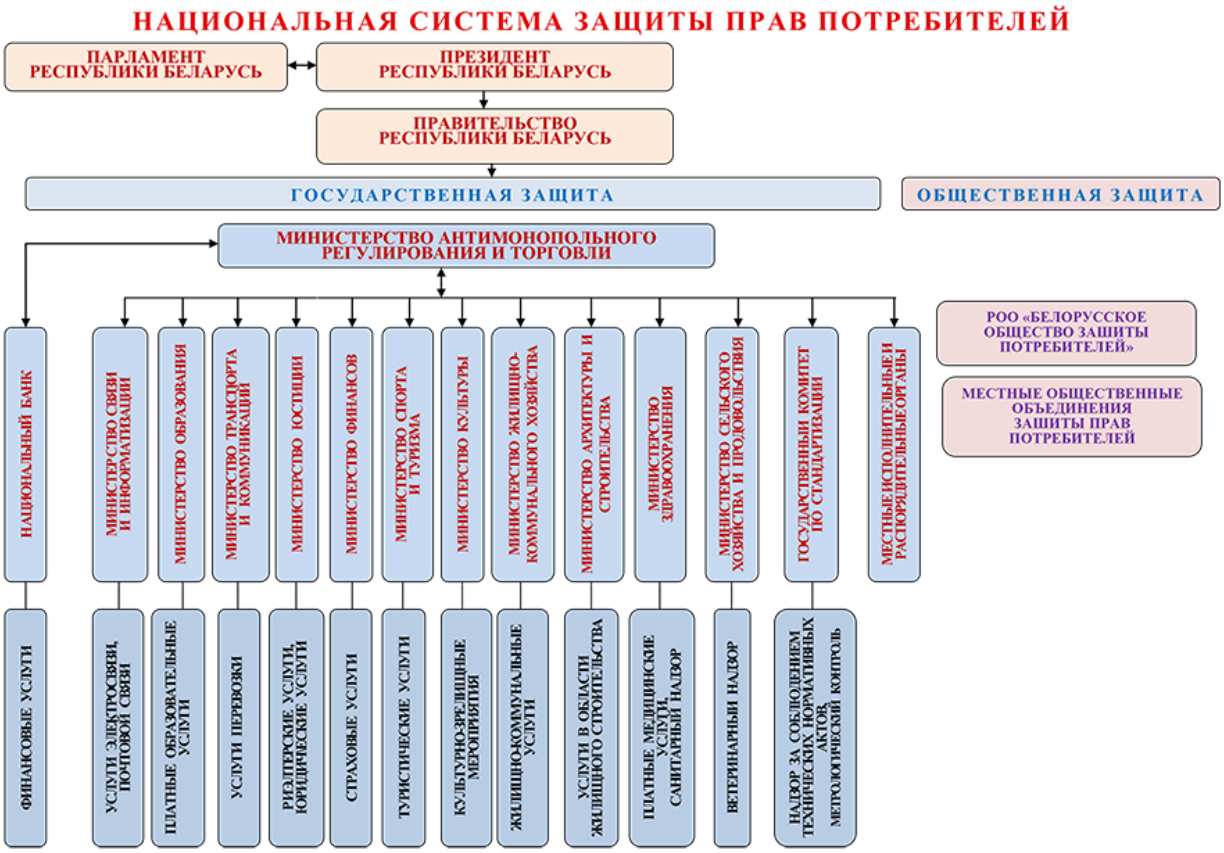



Рисунок 7.1 – Общая схема структуры органов и организаций, осуществляющих деятельность по вопросам защиты прав потребителей [37]

В соответствии с положениями Закона о защите прав потребителей, в Республике Беларусь действуют как местные исполнительные и распорядительные органы, так и общественные объединения потребителей.

В первую очередь, при нарушении прав потребителя (чаще всего это реализация потребителям товаров ненадлежащего качества, а также качество выполненных работ/услуг) необходимо обратиться с претензией к продавцу, где заявить одно из требований, предусмотренных статьей 20 Закона о защите прав потребителей, среди которых замена недоброкачественного товара товаром надлежащего качества, соразмерное уменьшение покупной цены товара, незамедлительное безвозмездное устранение недостатков товара, возмещение расходов по устранению недостатков товара, расторжение договора купли-продажи. Такую претензию необходимо направлять по юридическому адресу продавца либо изложить в соответствующей книге замечаний и предложений.

При возникновении разногласий относительно качества товара/услуги, возможно проведение экспертизы. Такие экспертизы вправе проводить аккредитованные органы по сертификации, аккредитованные испытательные лаборатории (центры), судебно-экспертные организации и индивидуальные предприниматели, имеющие право

осуществлять деятельность по проведению судебных экспертиз, торгово-промышленные палаты, общественные объединения потребителей [38].

Согласно ст. 20 Закона, при передаче потребителем товара продавцу (изготовителю, поставщику, представителю) в связи с заменой недоброкачественного товара товаром надлежащего качества, а также для проведения проверки качества товара либо экспертизы товара составляется акт передачи товара по форме, установленной Министерством антимонопольного регулирования и торговли.

В случае невозможности реализации прав потребителей посредством обращения к продавцу товара/исполнителю работ возникает необходимость в государственной защите потребителей, которая обеспечивается местными исполнительными и распорядительными органами (администрация района города, гор- и райисполкомы). В случае несогласия потребителя с результатами разбирательства по его обращению он может обжаловать решение в облисполкоме или горисполкоме. Если и там не получилось, то потребитель может обратиться в Министерства антимонопольного регулирования и торговли или за судебной защитой. Обращение в суд реализуется по месту нарушения прав потребителя, если в досудебном порядке не удалось восстановить нарушенные права.

Исполкомы, если потребитель к ним обратился, обязаны составить исковое заявление и обратиться в суд. Это делается бесплатно, потребителю необходимо только предоставить документы, подтверждающие правомерность его требований [39].

Государственные органы и организации имеют следующие полномочия для осуществления защиты прав потребителя:

- рассматривать обращения потребителей;

- информировать потребителей по вопросам защиты прав;

- согласовывать с Министерством антимонопольного регулирования и торговли проекты нормативных правовых актов по вопросам защиты прав потребителей;

- предоставлять в пределах своей компетенции в Министерство антимонопольного регулирования и торговли по его запросам информацию о поступивших обращениях потребителей и иную информацию;

- иные полномочия. (статья 41 Закона) [29].

К обязанностям местных исполнительных и распорядительных органов в области защиты прав потребителей относятся:

- рассмотрение обращений потребителей;

- консультирование по вопросам защиты прав потребителей;

- оповещение государственных органов в случае выявлении товаров (работ, услуг) ненадлежащего качества, а также опасных для жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среды;

- направление предписаний изготовителям (продавцам, поставщикам и др.) о прекращении нарушений прав потребителей, в том числе, о приостановлении производства и (или) реализации потребителям товаров (работ, услуг), в случае выявления реализации потребителям товаров (работ, услуг) без предоставления необходимой и достоверной информации, или с истекшими сроками годности и т.п.;

- обращаться в суд с иском о защите прав потребителя;

- иные обязанности.

По требованию местных исполнительных и распорядительных органов юридические лица и ИП обязаны предоставить в их распоряжение информацию, необходимую им для принятия решения по обращению граждан (Статья 45 Закона) [29].

В 2023 году Министерством антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь и исполкомами рассмотрено 10108 обращений граждан, связанных с нарушением прав потребителей, что на 2,3 % больше, чем в 2022 году (9 878 обращений).

В 2023 году в структуре обращений потребителей преобладали вопросы, связанные с товарами, в том числе приобретенными в сети Интернет, – 68 % от общего количества обращений и оказанием жилищно-коммунальных услуг – 23 %. Кроме того, потребителями поднимались вопросы, относящиеся к сферам: бытового обслуживания населения и услуг сервисных центров – 5 % от общего количества обращений; услуг перевозчиков автомобильным транспортом, медицинских, туристических, услуг связи и других – 2 %; услуг общественного питания –1 %, иных вопросов – 1 %.

Анализ обращений граждан по защите прав потребителей свидетельствует о том, что в 2023 году граждане Республики Беларусь чаще всего обращались по вопросам, связанным с:

- приобретением непродовольственных товаров ненадлежащего качества и (или) невозможностью их возврата;

- нарушением продавцами интернет-магазинов установленных законодательством сроков возврата денежных средств за товар надлежащего или ненадлежащего качества;

- нарушением сроков передачи предварительно оплаченного товара;

- предоставлением недостоверной информации о товарах, работах, услугах, в том числе на сайтах интернет-магазинов;

- приобретением товаров в социальных сетях и в мессенджерах [40].

Также важным элементом защиты прав потребителей является общественная защита, которую осуществляют общественные объединения потребителей.

К общественным объединениям потребителей в Республике Беларусь относятся более 30 организаций среди них «Белорусское общество защиты потребителей», «Региональное общество защиты потребителей», в каждой области действуют местные объединения, например, в Брестской области это Брестское областное общественное объединение «Защита прав потребителей», Брестская областное общественное объединение правовой помощи потребителям, Барановичская городская организация общественного объединения «Белорусское общество защиты потребителей» и т.д.

Основная деятельность общественных объединений направлена на консультационно-правовую и экспертную помощь потребителям, совершенствование законодательства по защите прав потребителей, обеспечение информацией потребителей о качестве товаров и услуг, защиту правовых гарантий при возникновении конфликтных отношений с организациями торговли, сферой различных видов услуг.

Общественные объединения потребителей выполняют важную социальную функцию, так как позволяют гражданам безвозмездно получить квалифицированную помощь в случае нарушения их прав.

Одним из механизмов обеспечения защиты прав потребителей является организация просвещения в области защиты прав потребителя, регламентированная ст.6 Закона. Просвещение в данной сфере реализуется посредством информирования государственными органами, общественными объединениями потребителей, продавцами, исполнителями, изготовителями потребителя о его правах и необходимых действиях по защите этих прав, в том числе посредством привлечения средств массовой информации к пропаганде и систематическому освещению вопросов защиты прав потребителей, а также включению данных вопросов в образовательные программы общего среднего и специального образования.

Также к механизмам обеспечения защиты прав потребителей относится обязанность продавца/изготовителя информировать компетентные органы Республики Беларусь, ответственные за осуществление государственного контроля (надзора) за соблюдением требований ТР ТС, ТР ЕАЭС, а также потребителя через средства массовой информации в случаях, когда товар при соблюдении установленных правил использования причиняет или может причинить вред жизни, здоровью, имуществу потребителя, окружающей среде. Изготовитель обязан остановить производство такого товара до устранения причин вреда, а продавец остановить продажу данного товара. (ст.12 Закона) [29].

Помимо закона о Защите прав потребителей, механизмы обеспечения защиты прав потребителей рассматриваются в следующих нормативно-законодательных актах - Постановление Совета Министров Республики Беларусь 14.01.2009 №26 «Положение о порядке проведения экспертизы товаров (результатов выполненных работ, оказанных услуг), достоверности информации о товарах (работах, услугах)» и Законе Республики Беларусь от 18 июля 2011 г. № 300-З «Об обращениях граждан и юридических лиц» [41, 42].

Согласно данным второго социологического исследования, у опрошенных представителей Республики Беларусь высокий уровень доверия к государственным органам и общественным объединениям по вопросам защиты прав потребителей. На вопрос «Если ваши права будут нарушены, куда вы обратитесь?» 59% респондентов Республики Беларусь выбрали ответ – в уполномоченный государственный орган по защите прав потребителей, что является наибольшей долей среди всех стран-членов ЕАЭС. 29% респондентов заявили, что обратятся в общественные объединения потребителей, что также является наивысшем значение в данном варианте ответа.

На вопрос «В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их перед изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг)?» большой процент опрошенных ответил, что будет отстаивать свои права, доля колеблется от 20 до 47% в зависимости от вида вреда и стоимости товара/услуги. Данные цифры говорят о достаточной эффективности механизмов обеспечения прав потребителей и о понимании гражданами структуры работы данных механизмов.

### 7.3 Анализ общности и различий законодательства и применяемых механизмов обеспечения защиты прав потребителей в Республике Казахстан

В настоящее время права потребителей в Республике Казахстан регулируются Законом Республики Казахстан от 4 мая 2010 года № 274-IV «О защите прав потребителей» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.07.2023 г [1]. Учитывая, что с момента принятия Закона законодательство претерпевало изменения, является необходимым рассмотреть динамику и характер изменений, которые вносились в статьи и пункты Закона. В таблице 7.9 приведены основные изменения, которые произошли после принятия Закона в действие.

Таблица 7.9 - Изменения, внесенные в Закон Республики Казахстан «О правах потребителей»

| № п/п | Глава и статья | Дата внесения изменений | Краткая характеристика изменений | Статус изменения (действует/ отменено) |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Глава 1 Ст.1 п.4 | 05.10.18 | Произведена корректировка определения термина «недостаток». Удалено слово «нормативных» из словосочетания «нормативных документов» | Действует |
| 2 | Глава 1 Ст.1 п.5 | 21.04.16 | Произведена существенная корректировка определения термина «гарантийный срок». В определение была добавлена информация об установителе гарантийного срока, единицы измерения гарантийного срока (дни, месяцы, годы, наработка, установленная в часах, циклах срабатываний, километрах пробега или иных аналогичных показателях, которые исчисляются со дня изготовления, приобретения товара (работы, услуги)). | Действует |
| 3 | Глава 1 Ст.1 п.7 | 21.04.16 | Произведена существенная корректировка определения термина «срок службы». В определение была добавлена информация о единицах измерения срока службы (дни, месяцы, годы, или наработка, установленная в часах, циклах срабатываний, километрах пробега или иных аналогичных показателях, предусмотренных законодательством или договором, исходя из функционального назначения товара (результата работы), в течение которых товар (результат работы) возможно использовать по назначению). | Действует |
| 4 | Глава 1 Ст.1 п.9 | 21.04.16 | Произведена существенная корректировка определения термина «срок хранения». Определение было дополнено информацией о документации, регламентирующей срок хранения (нормативные документы, устанавливающие требования к качеству товара (работы, услуги), и (или) договор) | Действует |
| 5 | Глава 1 Ст.1 п.11 | 21.04.16 | Произведено дополнение определения термина «товар». Определение дополнено информацией о предназначении товара (для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью) | Действует |
| 6 | Глава 1 Ст.1 п.14 | 30.12.20 | Внесены изменения в определение термина «документ, подтверждающий факт приобретения товара». Определение дополнено данными о форме выдачи (бумажная или электронная) контрольного (товарного) чека либо квитанции к отрывному талону …> | Действует |
| 7 | Глава 1 Ст.1 п.14-1 | 27.12.21 | Введено определение термина «технически сложный товар». | Действует |
| 8 | Глава 1 Ст.1 п.14-2 | 27.12.21 | Введено определение термина «существенный недостаток технически сложного товара». | Действует |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 9 | Глава 1 Ст.1 п.15 | 21.04.16 | Произведено дополнение определения термина «потребитель». Определение дополнено информацией о целях использования товара (работы, услуги) (исключительно для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью) | Действует |
| 10 | Глава 1 Ст.1 п.16 | 21.04.16 | Введено понятие «общественное объединение потребителей» | Действует |
| 11 | Глава 1 Ст.1 п.16-1 | 25.06.20 | Введено определение термина «межведомственный совет по защите прав потребителей». | Не действует |
| | | 19.04.23 | Внесены изменения в определение термина «Межведомственный совет по защите прав потребителей», где указывается, что Межведомственный совет по защите прав потребителей создается уполномоченным органом в сфере защиты прав потребителей. | Действует |
| 12 | Глава 1 Ст.1 п.16-2 | 25.06.20 | Введено определение термина «ассоциация (союз) общественных объединений потребителей». | Действует |
| 13 | Глава 1 Ст.1 п.17 | 21.04.16 | В связи с дополнениями, внесенными в закон 21.04.2016, статья дополнена пунктом 17. В определение термина «уполномоченный орган в сфере защиты прав потребителей» внесено дополнение о том, что уполномоченный орган, помимо функции руководства, также осуществляет межотраслевую координацию в сфере защиты прав потребителей. | Действует |
| 14 | Глава 1 Ст. 2-1 | 21.04.16 | Внесены дополнения следующего содержания:<br>«Статья 2-1. Основные принципы защиты прав потребителей<br>Защита прав потребителей осуществляется на основе принципов:<br>1) содействия экономическим интересам потребителей и защиты этих интересов;<br>2) доступности и достоверности информации о предлагаемых продавцом (изготовителем, исполнителем) товарах (работах, услугах);<br>3) просвещения потребителей;<br>4) обеспечения защиты законных интересов потребителей;<br>5) участия общественных объединений потребителей в обеспечении защиты прав потребителей;<br>6) обеспечения потребителей безопасными и качественными товарами (работами, услугами).» | Действует |
| 15 | Глава 1 Ст. 2-1 п. 3 | 25.06.20 | Пункт был дополнен принципом повышения правовой грамотности потребителя в вопросах защиты своих прав и законных интересов. | Действует |
| 16 | Глава 1 Ст. 2-1 п. 4 | 25.06.20 | Формулировка принципа «обеспечения защиты законных интересов потребителей» была расширена до «обеспечения эффективной системы защиты прав и законных интересов потребителей, основанной на последовательности мероприятий, обеспечивающих их защиту». | Действует |

Продолжение таблицы 7.9

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 17 | Глава 1<br>Ст. 2-1<br>п. 4-1 | 02.04.19 | Внесен подпункт в части обеспечения защиты законных интересов потребителей в электронной коммерции не менее уровня защиты, предоставляемого в других формах торговли. | Действует |
| 18 | Глава 1<br>Ст. 2-1<br>п. 5 | 25.06.20 | В подпункт были внесены ассоциации (союзы) в качестве участников в обеспечении защиты прав и законных интересов потребителей. | Действует |
| 19 | Глава 2<br>Заголовок | 25.06.20 | В заголовок Главы 2 было внесено дополнение «государственный контроль<br>за соблюдением законодательства Республики Казахстан о защите прав потребителей» | Действует |
| 20 | Глава 2<br>Ст. 3 | 05.07.2011 | В статью были внесены корректировки, указывающие, что Государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей осуществляется в соответствии с настоящим Законом, иными законами Республики Казахстан, актами Президента Республики Казахстан и постановлениями Правительства Республики Казахстан | Действует |
| 21 | Глава 2<br>Ст.4 | 19.04.2023 | Из статьи были удалены все подпункты и изложены компетенции Правительства Республики Казахстан в сфере защиты прав потребителей, заключающихся в разработке основных направлений государственной политики в сфере защиты прав потребителей | Действует |
| 22 | Глава 2<br>Ст.5 | 21.04.2016 | В статью были внесены подпункты 1-14 | Не действует |
| | | 25.06.2020 | Выли внесены изменения в подпункты 1,5,10,12 | Действует |
| 23 | Глава 2<br>Ст.5<br>П.п. 1 | 01.05.2023 | Было уточнено значение словосочетания «Обеспечивает реализацию государственной политики в сфере защиты прав потребителей» путем его замены на формулировку «формирует и реализует государственную политику в сфере защиты прав потребителей» | Действует |
| 24 | Глава 2<br>Ст.5<br>П.п. 5 | 25.06.2020 | Формулировка «полугодовой, годовой анализ жалоб» была изменена на «проводит анализ жалоб», указано, что данный анализ проводится посредством Единой информационной системы защиты прав потребителей | Действует |
| 25 | Глава 2<br>Ст.5<br>П.п. 10 | 04.07.2022 | Из пункта было убрано слово «реализацию», которое означало, что уполномоченный орган реализует государственный социальный заказ по проведению исследований, информационно-просветительской работы, оказанию консультационной помощи населению по вопросам защиты прав потребителей и представительских услуг потребителям в восстановлении их нарушенных прав и законных интересов | Действует |
| 26 | Глава 2<br>Ст.5<br>П.п. 12 | 25.06.2020 | Был добавлен подпункт, указывающий, что уполномоченный орган разрабатывает и утверждает правила по формированию, ведению и использованию Единой информационной системы защиты прав потребителей | Действует |

Продолжение таблицы 7.9

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 27 | Глава 2<br>Ст. 6 | 21.04.2016 | Статья 6 была существенно изменена и дополнена пунктами, отмечающими компетенции государственных органов. К ним были отнесены функции информирования потребителей о товарах, предоставляющих риск для их здоровья, обращения в суд по вопросам защиты прав неопределенного круга потребителей, ежегодное размещение статистических данных в СМИ, анализ законодательства Республики Казахстан на предмет его совершенствования. | Действует |
| 28 | Глава 2<br>Ст. 6<br>п.3 | 25.06.2020 | Словосочетание «Контроль за соблюдением законодательства» было заменено на «Государственный контроль за соблюдением законодательства» | Действует |
| 29 | Глава 2<br>Ст. 6<br>п.4 | 25.06.2020 | Пункт был дополнен информацией о повышении правовой грамотности потребителей в качестве компетенции государственных органов | Не действует |
| 30 | Глава 2<br>Ст. 6-1 | 24.05.2018 | Статья 6-1 была посвящена организации и порядку осуществления государственного контроля за соблюдением требований, установленных техническими регламентами. Данная статья была исключена, а содержащаяся в ней информация была более подробно раскрыта в статьях 6-2 и 6-3. | Не действует |
| 31 | Глава 2<br>Ст. 6-2 | 25.06.2020 | В статье рассматривается государственный контроль за соблюдением законодательства Республики Казахстан о защите прав потребителей. В статье отмечены уполномоченные органы, отвечающие за государственный контроль за соблюдением законодательства о защите прав потребителей, указаны цели и способы проведения профилактического контроля, действия в случае выявления нарушения, действия в случае несогласия с нарушениями, указанными в рекомендации об устранении нарушений, частота профилактического контроля. | Действует |
| 32 | Глава 2<br>Ст. 6-3 | 25.06.2020 | В статье регламентируется работа и функции Единой информационной системы защиты прав потребителей, указаны виды обращений, направляемых в ЕИС и через информационную систему «Электронные обращения», отмечает обязательность обеспечения общедоступность информации, включая сведения о продавцах (изготовителях, исполнителях), в отношении которых поступили заявления и жалобы потребителей, с учетом требований законодательства Республики Казахстан о персональных данных и их защите. | Действует |
| 33 | Глава 2<br>Ст. 6<br>п.4 | 30.12.2022 | В пункте изложены виды обращений, рассматриваемых через Единую информационную систему защиты прав потребителей.<br>Из пункта были удалены подпункты 4,5,6, относящиеся к обращениям, рассматриваемым через аналитическую систему «Электронные обращения» и отнесены к пункту 4-1 | Действует |

Продолжение таблицы 7.9

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 34 | Глава 2<br>Ст. 6<br>п.4-1 | 30.12.2022 | Статья 6 была дополнена пунктом 1-4, которая уточняет виды обращений, их отправителей и цели обращений (принятие мер в пределах компетенций в отношении продавцов, принятие мер досудебного решения конфликтов, обращения общественных объединений потребителей), которые рассматриваются через информационную аналитическую систему «Электронные обращения». | Действует |
| 35 | Глава 3<br>Ст. 7<br>п.2 | 21.04.2016 | Формулировка пункта «доступ к информации в сфере защиты прав потребителей» была заменена на «просвещение в сфере защиты прав потребителей» | Не действует |
| | | 25.06.2020 | Формулировка «просвещение в сфере защиты прав потребителей» была расширена за счет дополнения ее формулировкой «повышение правовой грамотности потребителя в вопросах защиты своих прав и законных интересов» | Действует |
| 36 | Глава 3<br>Ст. 7<br>п.9 | 25.06.2020 | В пункте был расширен перечень документов, подтверждающих факт приобретения товара в виде договора, заключенного при приобретении товара (выполнении работы, оказании услуги) | Действует |
| 37 | Глава 3<br>Ст. 8-1 | 21.04.2016 | Закон был дополнен статьей, регламентирующей условия, нарушающие права потребителей при заключении договора. В статье указаны последствия для виновного лица от нанесения убытков от договора, нарушающего права потребителей. | Действует |
| 38 | Глава 3<br>Ст. 8-1<br>п.4 | 24.05.2018 | Добавлено уточнение «за исключением договоров на туристское обслуживание и договоров приобретения авиабилетов по невозвратным тарифам» | Действует |
| 39 | Глава 3<br>Ст. 8-1<br>п.4-1 | 25.06.2020 | Пункт 4 был дополнен подпунктом 4-1 «установление цены на товары (работы, услуги) при приеме платежей с использованием платежных карточек, превышающей цену их продажи при оплате наличными деньгами» | Действует |
| 40 | Глава 3<br>Ст. 8-1<br>п.12 | 25.06.2020 | Добавлено уточнение, что условия, нарушающие или ущемляющие права и интересы потребителей определены в гражданском законодательстве Республики Казахстан | Действует |
| 41 | Глава 3<br>Ст. 9 | 21.04.2016 | Название статьи «Право потребителей на доступ к информации в сфере защиты прав потребителей» было заменено на «Право потребителей на просвещение в сфере защиты прав потребителей» | Не действует |
| | | 25.06.2020 | Была обновлена формулировка статьи за счет добавления словосочетания «повышение правовой грамотности потребителей в вопросах защиты своих прав и законных интересов».<br>Также данная формулировка дополнила и текст статьи. | Действует |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 42 | Глава 3<br>Ст. 11 | 29.10.15 | Произведена замена грамматической конструкции «в соответствии с законодательством Республики Казахстан о техническом регулировании» на «в соответствии с законодательством Республики Казахстан в области технического регулирования» | Действует |
| 43 | Глава 3<br>Ст. 14<br>п.1 | 21.04.16 | В пункт было внесено уточнение в виде места покупки товара.<br>В пункт были добавлены данные о возможности обмена товара на другой товар по соглашению сторон, произведя в случае разницы в цене необходимый перерасчет с продавцом. | Действует |
| 44 | Глава 3<br>Ст. 15<br>п.1-1 | 27.12.2021 | Статья была дополнена пунктом, регламентирующим право потребителя в отношении технически сложного товара и его компонента потребовать замены на товар аналогичной марки либо замены на такой же товар другой марки с соответствующим перерасчетом покупной цены, либо расторжения договора и возврата уплаченных за товар денег только в случае существенного недостатка технически сложного товара.<br>В остальных случаях с технически сложным товаром потребитель вправе потребовать безвозмездное устранение недостатков товара либо соразмерное уменьшение покупной цены с соответствующим перерасчетом разницы | Действует |
| 45 | Глава 3<br>Ст. 15<br>п.2 | 27.12.2021 | В формулировку пункта добавлена ссылка на пункт 1-1 | Действует |
| 46 | Глава 3<br>Ст. 15<br>п.3 | 27.12.2021 | В формулировку пункта добавлена ссылка на пункт 1-1 | Действует |
| 47 | Глава 3<br>Ст. 17<br>п.2 | 21.04.2016 | В пункт 2 были внесены дополнения, касающиеся особенностей расчета гарантийного срока для комплектующих изделия. Гарантийный срок на комплектующее изделие считается равным гарантийному сроку на основное изделие и начинает истекать одновременно с гарантийным сроком на основное изделие. При замене товара (комплектующего изделия) гарантийный срок исчисляется заново, если иное не предусмотрено договором.<br>Добавлено уточнение в случае, если день передачи установить невозможно, эти сроки исчисляются со дня изготовления товара. Если в дате изготовления товара указаны только месяц и год или год изготовления товара, днем его изготовления считается соответственно последний день месяца или года.<br>Статья была дополнена пунктом 3, отмечающем, что сроки, указанные в настоящей статье, доводятся до сведения потребителя в информации о товаре | Действует |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 48 | Глава 3<br>Ст. 18 | 21.04.2016 | В статье перечень вариантов подтверждения факта приобретения товара был дополнен документами и другими средствами доказывания, в том числе фото- и видеофиксацией | Не действует |
| | | 25.06.2020 | Пункт 1 и 2 дополнены информацией о предоставлении договора, заключенного при приобретении товара в качестве альтернативы документу, подтверждающему факт приобретения товара | Действует |
| 49 | Глава 3<br>Ст. 21 | 25.06.2020 | В статье рассмотрено право потребителя на возмещение морального вреда в части осуществления компенсации морального вреда, ее размер и его определение. | Действует |
| 50 | Глава 4<br>Ст. 23 | 21.04.2016 | В статью были внесены существенные изменения:<br>Абзацы 1 и 2 были указаны как пункты 1 и 2, а также добавлены пункты 3-5.<br>Указано право продавца принять обязательства в отношении недостатков товара, обнаруженных по истечении гарантийного срока.<br>Отмечена обязанность продавца установить на товар гарантийный срок, если изготовитель не выполнил предусмотренную законодательством Республики Казахстан обязанность по его установке или выполнил ее ненадлежащим образом. | Действует |
| 51 | Глава 4<br>Ст. 24<br>п.1 | 29.12.2021 | В пункт была добавлена ссылка на закон Республики Казахстан «О языках в Республике Казахстан» | Действует |
| 52 | Глава 4<br>Ст. 24<br>п.8 | 07.11.2014 | Термин «Налоговый орган» заменен на «орган государственных доходов» | Не действует |
| | | 29.12.2021 | В пункт была добавлена ссылка на закон Республики Казахстан «О языках в Республике Казахстан» | Действует |
| 53 | Глава 4<br>Ст. 24<br>п.10 | 25.06.2020 | Пункт дополнен информацией о предоставлении договора, заключенного при приобретении товара в качестве альтернативы документу, подтверждающему факт приобретения товара | Действует |
| 54 | Глава 4<br>Ст. 25<br>П.п.3 | 05.10.2018 | Термин «стандарты» был заменен на «документы по стандартизации» | Действует |
| 55 | Глава 4<br>Ст. 25<br>П.п.4-1 | 27.11.2015 | Пункт дополнен подпунктом о необходимости внесения в информацию о товаре сведений об отнесении продукции к органической, если она является таковой | Действует |
| 56 | Глава 4<br>Ст. 25<br>П.п.9 | 08.01.2019 | Внесено уточнение в части единицы стоимости товара – тенге | Действует |
| 57 | Глава 4<br>Ст. 25<br>п.2 | 21.04.2016 | Было внесено уточнение термина «товар» - «непродовольственный товар».<br>Пункт был дополнен информацией об отсутствии функции возврата непродовольственного товара ненадлежащего качества (с дополнением ссылкой на пункт 1 статьи 30 Закона) | Действует |

Продолжение таблицы 7.9

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 58 | Глава 4 Ст. 25 П.3 | 21.04.2016 | Первая редакция Закона, пункт 3 содержит информацию о необходимости предоставлять данные о товаре на русском и казахском языках | Не действует |
| | | 02.04.2019 | Пункт был дополнен информацией о том, что информация о товаре, реализуемом путем электронной торговли, доводится до потребителя посредством информационных технологий | Не действует |
| | | 29.12.2021 | В пункт была добавлена ссылка на закон Республики Казахстан «О языках в Республике Казахстан». Уточнения, касающиеся электронной торговли, были перенесены в п.3-1 | Действует |
| 59 | Глава 4 Ст. 25 п.3-1 | 02.04.2019 | Статья дополнена пунктом 3-1, регламентирующим при реализации товара путем электронной торговли предоставление полной информации о товаре потребителю на казахском и (или) русском языках посредством ИКТ. Допускается предоставление данной информации на Интернет-ресурсе, который используется продавцом в целях электронной торговли | Не действует |
| | | 29.12.2021 | В пункт была добавлена ссылка на закон Республики Казахстан «О языках в Республике Казахстан» | Действует |
| 60 | Глава 4 Ст. 25 п.5 | 21.04.2016 | Статья дополнена пунктом о невозможности освобождения от ответственности продавца в случае неполучения им от изготовителя соответствующей информации о товаре | Не действует |
| | | 02.04.2019 | В пункт внесены существенные изменения. Пункт регламентирует обязанности продавца (в том числе в электронной торговле) при продаже товара по образцу или описанию, продавец обязан передать потребителю товар, который соответствует образцу или описанию. | Действует |
| 61 | Глава 4 Ст. 25 п.6 | 21.04.2016 | Статья была дополнена пунктом о необходимости предоставления потребителю сертификаты соответствия или декларация о соответствии, в том числе импортного товара, подлежащего обязательному соответствию | Действует |
| 62 | Глава 4 Ст. 25 п.7 | 21.04.2016 | Статья дополнена пунктом, указывающем на то, что информация, предоставленная на одном языке либо на иностранном языке, считается не предоставленной | Действует |
| 63 | Глава 4 Ст. 26 п.1 | 25.06.2020 | Внесены уточнения в части размещения информации «в месте реализации товара» ранее – «на вывеске» | Не действует |
| | | 29.12.2021 | В пункт была добавлена ссылка на закон Республики Казахстан «О языках в Республике Казахстан» | Действует |
| 64 | Глава 4 Ст. 26 п.2 | 29.12.2021 | В пункт была добавлена ссылка на закон Республики Казахстан «О языках в Республике Казахстан» | Действует |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 65 | Глава 4<br>Ст. 26<br>п.4 | 21.04.2016 | Статья дополнена пунктом, регламентирующим обязанность продавца донести до потребителя сведения об адресе, номере телефона уполномоченного органа, условия реализации товаров и выдать документ, подтверждающий покупку товара | Не действует |
| | | 25.06.2020 | Пункт дополнен информацией о необходимости предоставления информации о товаре в месте реализации товара.<br>Был добавлен абзац, регламентирующий распространения пункта 1 и первой части пункта на продавцов в электронной коммерции. | Не действует |
| | | 03.07.2020 | Существенные изменения внесены не были, в статье в первом абзаце указали сначала языки для предоставления информации, а затем место «разместив указанную информацию на казахском и русском языках в месте реализации товара (выполнения работы, оказания услуги)» | Не действует |
| | | 29.12.2021 | В пункт была добавлена ссылка на закон Республики Казахстан «О языках в Республике Казахстан» | Действует |
| 66 | Глава 4<br>Ст. 27<br>п.1 | 25.06.2020 | Произошла корректировка формулировки пункта с «Продавец (изготовитель) обязан отвечать за безопасность товара в течение установленного срока хранения или срока годности товара» на «Продавец (изготовитель, исполнитель) обязан отвечать за безопасность товара (работы, услуги) в течение установленного гарантийного срока, срока хранения или срока годности.» | Действует |
| 67 | Глава 4<br>Ст. 28<br>п.1 | 21.04.2016 | Из формулировки «Запрещается принуждать потребителя приобретать товар (работу, услугу) ненадлежащего качества, в ненужном ему количестве и (или) ассортименте» удалено словосочетание «ненадлежащего качества» | Действует |
| 68 | Глава 4<br>Ст. 28<br>п.1-1 | 25.06.2020 | Статья дополнена пунктом, указывающим на запрет обуславливать приобретение одних товаров другими, на запрет обусловливать удовлетворение требований потребителей, предъявляемых в течение гарантийного срока, условиями, не связанными с недостатками товаров, и навязывать приобретение товаров в качестве условия исполнения гарантийного обязательства, за исключением товаров, предусмотренных требованиями изготовителя.<br>Отмечается информация о возмещении убытков в случае нарушения права потребителя на свободный выбор и возмещающее их лицо. | Действует |
| 69 | Глава 4<br>Ст. 28<br>п.5 | 02.04.2019 | Статья дополнена пунктом, содержащим информацию о необходимости при реализации продавцом товара в электронной торговле в случае технической реализации предоставления возможности оценки или комментирования (оставление отзыва о товаре и продавце) товара и продавца | Действует |

Продолжение таблицы 7.9

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 70 | Глава 4<br>Ст. 29<br>п.1-1 | 25.06.2020 | Статья дополнена пунктом, указывающим на обязанность производителя отвечать за качество товара в течение гарантийного срока, срока хранения и срока годности. | Действует |
| 71 | Глава 4<br>Ст. 30<br>п.1 | 29.12.2014 | Перечисления были оформлены в качестве подпунктов и добавлен подпункт 5, включающий метражные товары (ткани из волокон всех видов, трикотажного и гардинного полотна, мех искусственный, ковровые изделия, нетканые материалы, ленты, кружева, тесьмы, провода, шнуры, кабели, линолеумы, багеты, пленки, клеенки) | Действует |
| 72 | Глава 4<br>Ст. 30<br>П.1<br>п.п.1 | 28.12.2018 | В подпункте заменен термин «изделия медицинского назначения» на «медицинские изделия» | Действует |
| 73 | Глава 4<br>Ст. 30<br>П.1<br>п.п.6 | 02.04.2019 | Пункт дополнен подпунктом «абонентского устройства сотовой связи» | Действует |
| 74 | Глава 4<br>Ст. 30<br>п.1.1 | 02.04.2019 | Произведена замена словосочетания «нормативные документы по продукции» на «документы по стандартизации» и ссылку на соответствующий закон | Действует |
| 75 | Глава 4<br>Ст. 30<br>п.2 | 21.04.2016 | Пункт был дополнен информацией о необходимости замены товара ненадлежащего качества на новый аналогичный товар, не бывший в употреблении.<br>Сроки замены товара в случае отсутствия его аналога у продавца (10 календарных дней).<br>Добавлена информация об оплате дополнительной проверки и компенсации оплаты данной проверки в случае не выявления недостатков у товара.<br>Отмечено право потребителя принять участие в проверке товара лично или через своего представителя, или провести проверку за свой счет. | Действует |
| 76 | Глава 4<br>Ст. 30<br>п.2-1 | 27.12.2021 | Статья дополнена пунктом 2-1, регулирующим действия продавца в случае обнаружения потребителем существенного недостатка технически сложного товара и его компонента.<br>В пункте представлены сроки для устранения существенного недостатка технически сложного товара (три рабочих дня).<br>Указано, что в случае направления продавцом на дополнительную проверку безопасности или качества технически сложного товара органам по подтверждению соответствия либо испытательным лабораториям при несогласии с предъявленными требованиями потребителя срок по возврату или обмену технически сложного товара приостанавливается на время производства проверки | Действует |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 77 | Глава 4<br>Ст. 30<br>п.3 | 21.04.2016 | Пункт был дополнен данными о сроке устранения недостатков товара (не более 20 календарных дней). Случаях продления срока на устранение недостатков<br>Отмечена обязанность продавца предоставить в письменной форме потребителю информацию о продлении гарантийного срока при выдаче товара.<br>Указано, что отсутствие необходимых для устранения недостатков товара запасных частей, оборудования, специалиста и другого не является основанием для освобождения от ответственности изготовителя за нарушение срока устранения недостатков товара | Действует |
| 78 | Глава 4<br>Ст. 30<br>п.6 | 25.06.2020 | Уточнена сумма неустойки – не менее 1 процента.<br>Установлены сроки уплаты неустойки (за каждый день просрочки со дня предъявления претензии до дня удовлетворения требований, если иное не установлено договором, законами Республики Казахстан).<br>Требования потребителя об уплате неустойки, предусмотренной договором, законами Республики Казахстан, подлежат удовлетворению продавцом в добровольном порядке в срок с момента предъявления претензии до момента удовлетворения требований.<br>В случае отказа от уплаты неустойки, вопрос может быть передан на рассмотрение субъектам досудебного урегулирования, а в случае невозможности урегулирования – в суд. | Действует |
| 79 | Глава 4<br>Ст. 30<br>п.7 | 02.04.2019 | В пункте была произведена замена термина «денежная сумма» на термин «денег».<br>Также в третьем абзаце было указано, что при расторжении договора расчеты с потребителем производятся исходя из цены товара на момент покупки | Действует |
| 80 | Глава 4<br>Ст. 30<br>п.8-1 | 02.04.2019 | Статья дополнена пунктом о необходимости в процессе реализации товара при осуществлении электронной торговли предоставления потребителю информации о возможности доставки товара и ее стоимости до заключения договора купли-продажи | Действует |
| 81 | Глава 4<br>Ст. 30<br>п.10 | 02.04.2019 | Статья дополнена пунктом о необходимости в процессе электронной торговли предоставления потребителю информации о других условиях поставки или выполнения договора перед заключением договора купли-продажи | Не действует |
| | | 25.06.2020 | Пункт дополнен термином «доставка» в качестве дополнения к термину «доставка» | Действует |

Продолжение таблицы 7.9

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 82 | Глава 4<br>Ст. 31<br>п.4 | 21.04.2016 | Пункт 4 указывает на обязанность возмещения вреда, причиненного вследствие недостатков товара в связи с использованием материалов, оборудования, инструментов и иных средств при производстве товаров (выполнении работ, оказании услуг) независимо от того, позволял уровень научных и технических знаний изготовителя (исполнителя) выявить их особые свойства и характеристики | Действует |
| 83 | Глава 4<br>Ст. 31<br>п.5 | 21.04.2016 | Статья дополнена пунктом 5, отмечающем, что продавец несет ответственность за вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя, также если товар предоставлен, продан, а услуга оказана безвозмездно или по сниженной цене. | Действует |
| 84 | Глава 4<br>Ст. 31<br>п.6 | 21.04.2016 | Статья дополнена пунктом 6 (бывший пункт 4), указывающем на возможность освобождения от ответственности продавца в случае доказательства причинения вреда третьими лицами или в результате непреодолимых обстоятельств или нарушения установленных правил хранения и использования товара | Действует |
| 85 | Глава 4<br>Ст. 32<br>п.1 | 29.10.2015 | Уточнена формулировка пункта и произведена замена «законодательством о техническом регулировании» на формулировку «законодательством в области технического регулирования» | Действует |
| 86 | Глава 4<br>Ст. 32<br>п.5 | 21.04.2016 | Статья дополнена пунктом 5, указывающем на необходимость предупреждения изготовителем потребителя об установленном сроке использования (сроке годности, службы) товара, обязательных условиях его использования и возможных последствиях в случае их невыполнения, а также о необходимых действиях по окончании этого срока | Действует |
| 87 | Глава 4<br>Ст. 33<br>п.1 | 07.11.2014 | В пункте была произведена замена термина «местонахождение» на «место нахождения» | Не действует |
| | | 29.12.2021 | В пункт 1 внесено дополнение текста пункта ссылкой на Закон Республики Казахстан «О языках в Республике Казахстан», связанным с необходимостью размещения в месте нахождения контрольно-кассовых машин размещения информации на казахском и русском языках | Действует |

Продолжение таблицы 7.9

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 88 | Глава 4 Ст.33-1 | 02.04.2019 | Закон дополнен статьей 33-1, регламентирующей обязанности электронной площадки.<br>Отмечается, что «В целях защиты прав и законных интересов потребителей электронная торговая площадка обязана обеспечить наличие внутренних процедур по недопущению некорректных действий продавцов и предоставление ими недостоверной информации для предотвращения незаконной торговли»<br>Также указывается, что «Используемые электронной торговой площадкой программное обеспечение, технические комплексы, обеспечивающие и сопровождающие электронную торговлю и работу электронной торговой площадки, должны осуществляться через защищенные каналы связи» | Действует |
| 89 | Глава 4 Ст.33-2 | 25.06.2020 | Закон дополнен статьей, регламентирующей обязанности продавца (изготовителя, исполнителя) по размещению информации об уполномоченном органе и субъектах досудебного урегулирования потребительских споров, в которой указывается обязанность продавца в месте реализации товара (выполнения работы, оказания услуги) размещать контактные данные (адрес и номер телефона) уполномоченного органа и субъектов досудебного урегулирования потребительских споров.<br>Также отмечается, что необходимо указывать информацию о контактных данных (адреса и номера телефона) уполномоченного органа и субъектов досудебного урегулирования потребительских споров путем ссылки на официальный интернет-ресурс уполномоченного органа при осуществлении электронной торговли | Действует |
| 90 | Глава 5 Ст. 35 п.6 | 21.04.2016 | Статья была дополнена пунктом 6, отмечающим, что в случаях, когда предусмотренный договором гарантийный срок составляет менее двух лет (пяти лет на недвижимое имущество) и недостатки работы (услуги) обнаружены потребителем по истечении гарантийного срока, но в пределах двух лет (пяти лет на недвижимое имущество), потребитель вправе предъявить требования безвозмездного устранения недостатков, возмещения расходов на устранение недостатков, уменьшения вознаграждения, безвозмездного изготовления другой вещи из однородного материала | Действует |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 91 | Глава 5<br>Ст. 35<br>п.7 | 21.04.2016 | Статья дополнена пунктом 7, указывающим на право потребителя предъявить требования исполнителю о безвозмездном устранении недостатков в случае выявления существенных недостатков работы (услуги), если докажет, что недостатки возникли до принятия им результата работы (услуги) или по причинам, возникшим до этого момента. Также данное требование может быть предъявлено в течение 2-х лет со дня приемки работ, но в пределах установленного гарантийного срока | Действует |
| 92 | Глава 5<br>Ст. 36<br>п.3 | 21.04.2016 | Статья дополнена пунктом 3, указывающим на право исполнителя требовать увеличения сметы при существенном возрастании после заключения договора стоимости материалов и оборудования, которые должны быть предоставлены исполнителем, а также оказываемых ему третьими лицами услуг, а при отказе потребителя выполнить требование – расторгнуть договор | Действует |
| 93 | Глава 5<br>Ст. 38<br>п.1 | 21.04.2016 | Пункт был дополнен информацией о необходимости указания точного наименования и описания материала потребителя в договоре о выполнении работы (оказании услуги) или ином документе | Действует |
| 94 | Глава 6<br>Ст. 40<br>п.3 | 21.04.2016 | Статья дополнена пунктом 3, указывающим на запрет на финансирование общественных объединений потребителей, а также их ассоциаций (союзов) субъектами частного предпринимательства | Действует |
| 95 | Глава 6<br>Ст. 41 | 21.04.2016 | В статье был сформирован пункт 1, который был дополнен подпунктами 10-21, относящимися к правам, предоставляемым общественным объединения потребителей, ассоциаций (союзов). К дополнениям относятся: участие в разработке документов по стандартизации, изучение и направление в соответствующие органы информации по соблюдению прав потребителей, обращения с целью принятия мер, предъявление исков, распространение результатов исследований качества товаров, внесение предложений о принятии мер по повышению качества, участие в формировании открытых и общедоступных государственных информационных ресурсов в области защиты прав потребителей, оказание юридической и консультационной помощи потребителям, участие в работе общественных советов, рассмотрение потребительских споров.<br>Статья была дополнена пунктами 1-1 и 2 (характер предоставляемой информации общественными объединения потребителей и союзами) | Действует |

Продолжение таблицы 7.9

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 96 | Глава 6<br>Ст. 41<br>П.1<br>п.п.10 | 05.10.2018 | В подпункт были внесены изменения в части уточнения термина «стандарты» на «документы по стандартизации» и приведена ссылка на Закон Республики Казахстан «О стандартизации» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.05.2023 г.), где представлены виды документов по стандартизации | Действует |
| 97 | Глава 6<br>Ст. 41<br>П.1<br>п.п.20 | 25.06.2020 | Пункт 1 был дополнен подпунктом 20, отмечающим необходимость инициирования проведения экспертизы качества и безопасности товаров при проведении общественного контроля | Действует |
| 98 | Глава 6<br>Ст. 41<br>П.1<br>п.п.21 | 25.06.2020 | Пункт 1 был дополнен подпунктом 21, отмечающим необходимость рассмотрения потребительского спора в досудебном порядке за исключением случаев, когда при рассмотрении одного спора общественные объединения потребителей, ассоциации (союзы) выступают в качестве субъектов досудебного урегулирования потребительских споров и представителей законных интересов потребителя, и когда общественные объединения потребителей являются участниками ассоциации (союза), которая (который) выступает в качестве представителя законных интересов потребителя | Действует |
| 99 | Глава 6<br>Ст. 41<br>п.1-1 | 25.06.2020 | Статья 21 была дополнена пунктом 1-1, регламентирующем способы и пути общественного контроля ассоциациями (союзами) в целях предупреждения нарушений прав и законных интересов потребителей и информирования об этом населения общественные объединения потребителей. Отмечаются периодичность, сроки проведения контроля, размещение результатов и действия при выявлении нарушений. | Действует |
| 100 | Глава 6-1 | 25.06.2020 | Закон был дополнен главой 6-1, посвященной мерам по защите прав и законных интересов потребителей. В главе рассматриваются институциональная система защиты прав и законных интересов потребителей, право потребителя на защиту прав и законных интересов, представители законных интересов потребителей, обращение потребителя к продавцу (изготовителю, исполнителю), обращение в государственные органы, осуществляющие функции в сфере защиты прав потребителей, отказ в рассмотрении обращения потребителя государственными органами, осуществляющими функции в сфере защиты прав потребителей, рассмотрение обращения потребителя государственными органами, осуществляющими функции в сфере защиты прав потребителей, Досудебное урегулирование потребительского спора | Действует |

Окончание таблицы 7.9

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 101 | Глава 6-1<br>Ст.42-3<br>П.8<br>п.п.1 | 20.04.2023 | Подпункт переформулирован с «Консультационная помощь предоставляется <…> лицам, находящимся в трудной жизненной ситуации, в соответствии с Законом Республики Казахстан «О специальных социальных услугах» на «Консультационная помощь предоставляется <…> лицам, получающим специальные социальные услуги в соответствии с законодательством Республики Казахстан о социальной защите» | Действует |
| 102 | Глава 6-1<br>Ст.42-3<br>П.8<br>п.п.2 | 20.04.2023 | Была уточнена формулировка подпункта с «лица, имеющим право на адресную социальную помощь» на «лица, получающим адресную социальную помощь» | Действует |
| 103 | Глава 6-1<br>Ст.42-3<br>П.8<br>п.п.5 | 27.06.2022 | Была уточнена формулировка подпункта с «инвалиды первой и второй групп» на «лица с инвалидностью первой и второй групп» | Действует |
| 104 | Глава 6-1<br>Ст.42-3<br>П.8<br>п.п.6 | 27.06.2022 | Термин «инвалиды общего типа» был заменен на «лица с инвалидностью» | Не действует |
| | | 20.04.2023 | Термин «медико-социальные учреждения (организации) для престарелых и лиц с инвалидностью» был заменен на формулировку «центры оказания специальных социальных услуг» | Действует |
| 105 | Глава 6-1<br>Ст.42-5<br>п.1 | 25.06.2020 | Пункт указывает на право потребителя обратиться с заявлением или жалобой в государственные органы, осуществляющие функции в сфере защиты прав потребителей, путем подачи обращения в письменной форме либо посредством Единой информационной системы защиты прав потребителей. Во втором абзаце отмечаются действия уполномоченного органа в случае получения письменного заявления или жалобы | Действует |

К наиболее значимым изменениям, внесенным в Закон, стали дополнения в части осуществления электронной торговли. Было отмечено, что при электронной торговле все участники электронной торговли должны обладать правами не в меньшей мере как при традиционной торговле. Также в дополнениях отмечается, что при используемым торговой площадкой программным обеспечением, применение таких программных обеспечений должно осуществляться по защищенным каналам связи. Кроме того, была указана необходимость предоставления потребителю информации о возможности доставки товара и ее стоимости, информации о других условиях поставки или выполнения договора до заключения договора купли-продажи в процессе реализации товара при осуществлении электронной торговли. В дополнениях указывается, что при реализации товара путем электронной торговли предоставление полной информации о товаре предоставляется потребителю на казахском и русском языках путем информационных технологий, в том

числе допустимо предоставление данной информации на Интернет-ресурсе, который используется продавцом в целях электронной торговли.

Также в дополненных статьях было регламентировано использование Единой информационной системы и Единой аналитической системы, указаны случаи подачи обращений по каждой из них, установлены термины и порядок подачи обращений. Информационные системы предназначены для информирования потребителей об их правах и возможностях при участии в электронной и традиционной торговле, для возможности подачи жалоб и обращений, а также для образовательных целей.

Статьи Закона были дополнены пунктами, относящимися к правам, которые предоставляются общественным объединениям потребителей и ассоциаций потребителей. Отмечено право объединений и ассоциаций на участие в разработке документов по стандартизации, изучение и направление информации по соблюдению прав потребителей, обращения с целью принятия мер, предъявление исков, распространение результатов исследований качества товаров, внесение предложений о принятии мер по повышению качества, участие в формировании открытых и общедоступных государственных информационных ресурсов в области защиты прав потребителей, оказание юридической и консультационной помощи потребителям, участие в работе общественных советов, рассмотрение потребительских споров.

В качестве значимых дополнений была внесена информация, касающаяся реализации технически сложных товаров. Так, статьи Закона были дополнены пунктами, регулирующим действия продавца в случае обнаружения потребителем существенного недостатка технически сложного товара и его компонента. Нормированы сроки устранения существенного недостатка технически сложного товара (три рабочих дня). Также было указано, что в случае направления продавцом на дополнительную проверку безопасности или качества технически сложного товара при несогласии с предъявленными требованиями потребителя срок по возврату или обмену технически сложного товара приостанавливается на время производства проверки. В дополнениях отмечается, что отсутствие необходимых для устранения недостатков товара запасных частей, оборудования, специалиста и другого не является основанием для освобождения от ответственности изготовителя за нарушение срока устранения недостатков товара.

Также в 2021 году в Закон в ряд статей были внесены уточнения о необходимости использования русского и казахского языков для информирования потребителей о товаре или услуге.

**Права потребителей установлены** Законом Республики Казахстан «О защите прав потребителей» (в Главе 3 «Права потребителей и их защита» в статьях 7-21, Главе 6-1

«Меры по защите прав и законных интересов потребителей» в статьях 42-2 и 42-4), а также в Законе Республики Казахстан от 12 апреля 2004 года № 544-II «О регулировании торговой деятельности» в Главе 5, статьях 29 и 29-1 (таблица 7.10).

Таблица 7.10 – Краткая характеристика содержания статей, регламентирующих установленные законами Республики Казахстан права потребителей [437, 44]

| Закон Республики Казахстан от 4 мая 2010 года № 274-IV «О защите прав потребителей»<br>Глава 3 Права потребителей и их защита | | |
|---|---|---|
| Статья | Название | Описание/содержание |
| Статья 7 | Права потребителей | В статье приводятся все права потребителей, рассматриваемые в статьях 8-21 |
| Статья 8 | Право на свободное заключение договоров на приобретение товаров (выполнение работ и оказание услуг) | Потребитель имеет право на свободное заключение договоров на приобретение товаров (выполнение работ и оказание услуг).<br>Не допускается принуждение потребителя на заключение договоров на приобретение товаров (выполнение работ и оказание услуг). |
| Статья 8-1 | Условия, нарушающие права потребителей при заключении договора | Продавец (исполнитель, изготовитель) не должен включать в договор с потребителем условия, которые нарушают и (или) ущемляют права потребителя.<br>Условия, нарушающие и (или) ущемляющие права потребителей при заключении договора<br>Если в результате применения условий договора, нарушающих и (или) ущемляющих права потребителя, потребителю нанесены убытки, они должны возмещаться виновным лицом в полном объеме.<br>Потребитель имеет право на возмещение убытков, нанесенных ему продавцом (исполнителем, изготовителем) в связи с использованием последним преимуществ своего положения.<br>Любой заключенный между продавцом (исполнителем, изготовителем) и потребителем договор о продаже товаров, выполнении работ, оказании услуг должен содержать четко сформулированные и исключающие двоякое толкование условия, не требующие для их понимания специальных знаний. |
| Статья 9 | Право потребителей на просвещение в сфере защиты прав потребителей и повышение правовой грамотности потребителей в вопросах защиты своих прав и законных интересов | Право потребителей на просвещение в сфере защиты прав потребителей и повышение правовой грамотности потребителей в вопросах защиты своих прав и законных интересов обеспечивается посредством включения соответствующих требований в государственные общеобязательные стандарты образования и образовательные программы, а также посредством организации системы информирования потребителей об их правах и о необходимых действиях по защите этих прав. |

Продолжение таблицы 7.10

| | | |
|---|---|---|
| Статья 10 | Право потребителей на получение информации о товаре (работе, услуге), а также о продавце (изготовителе, исполнителе) | Потребитель имеет право на получение полной, достоверной и своевременной информации о товаре (работе, услуге), а также о продавце (изготовителе, исполнителе) в соответствии со статьей 25 настоящего Закона.<br>Если предоставление неполной, недостоверной и несвоевременной информации о товаре (работе, услуге), а также о продавце (изготовителе, исполнителе) повлекло:<br>• приобретение товара (работы, услуги), не обладающего необходимыми потребителю свойствами, он вправе расторгнуть договор и потребовать возмещения причиненных ему убытков;<br>• невозможность использования приобретенного товара (работы, услуги) по назначению, потребитель вправе потребовать предоставления в течение трех календарных дней со дня приобретения товара (выполнения работы, оказания услуги) надлежащей информации. Если информация в указанный срок не будет предоставлена, потребитель вправе расторгнуть договор и потребовать возмещения причиненных ему убытков;<br>• причинение вреда жизни, здоровью и (или) имуществу потребителя, он вправе предъявить продавцу (изготовителю, исполнителю) требования, предусмотренные статьями 16 и 31 настоящего Закона. |
| Статья 11 | Право потребителей на приобретение безопасного товара (работы, услуги) | Потребитель имеет право на то, чтобы товар (работа, услуга) при установленных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации был безопасен для жизни, здоровья и (или) имущества потребителя, окружающей среды. Требования, которые должны обеспечивать безопасность товара (работы, услуги), являются обязательными и устанавливаются в соответствии с законодательством Республики Казахстан в области технического регулирования. |
| Статья 12 | Право потребителей на свободный выбор товара (работы, услуги) | Потребитель имеет право на свободный выбор товара (работы, услуги), не изъятого из гражданского оборота или не ограниченного в обороте, в удобное для него время с учетом режима работы продавца (изготовителя, исполнителя). |

Продолжение таблицы 7.10

| | | |
|---|---|---|
| Статья 13 | Право потребителей на надлежащее качество товара (работы, услуги) | 1. Если в установленном законодательством Республики Казахстан порядке предусмотрены обязательные требования к качеству товара (работы, услуги), потребитель имеет право на получение товара (работы, услуги), соответствующего этим требованиям.<br>2. Потребитель имеет право на проверку качества, комплектности, веса, объема, количества, размеров приобретаемого товара (работы, услуги), на проведение в его присутствии проверки свойств или демонстрации правильного и безопасного использования товара, если это не исключено ввиду характера товара.<br>3. Если потребитель при заключении договора поставил в известность продавца (исполнителя) о конкретных целях приобретения товара (выполнения работы, оказания услуги), он имеет право на получение товара (работы, услуги) надлежащего качества, пригодного для использования в соответствии с этими целями.<br>4. При продаже товара по образцу и (или) описанию потребитель имеет право на получение товара, который соответствует образцу и (или) описанию. |
| Статья 14 | Право потребителей на обмен или возврат товара надлежащего качества | 1. Покупатель вправе в течение четырнадцати дней с момента передачи ему непродовольственного товара, если более длительный срок не объявлен продавцом (изготовителем), обменять купленный товар в месте покупки или иных местах, объявленных продавцом (изготовителем), на аналогичный товар другого размера, формы, габарита, фасона, расцветки, комплектации и тому подобное либо на другой товар по соглашению сторон, произведя в случае разницы в цене необходимый перерасчет с продавцом.<br>2. При отсутствии необходимого для обмена товара у продавца (изготовителя) покупатель вправе возвратить приобретенный товар продавцу (изготовителю) и получить уплаченную за него денежную сумму.<br>3. Местом обмена или возврата товара является место покупки товара, если иное не предусмотрено договором. |

Продолжение таблицы 7.10

| | | |
|---|---|---|
| Статья 15 | Право потребителей в случае продажи товара ненадлежащего качества | Потребитель, которому продан товар ненадлежащего качества, если его недостатки не были оговорены продавцом, вправе по своему выбору потребовать:<br>1) соразмерного уменьшения покупной цены;<br>2) безвозмездного устранения недостатков товара.<br>В случае, когда продавец товара ненадлежащего качества не является его изготовителем, требования, указанные в подпунктах 2), 4) и 5) настоящего пункта, могут быть предъявлены по выбору покупателя к продавцу либо к изготовителю;<br>3) возмещения своих расходов на устранение недостатков товара;<br>4) замены на товар аналогичной марки (модели, артикула);<br>5) замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены;<br>6) расторжения договора и возврата уплаченной за товар денежной суммы. |
| Статья 16 | Право потребителей на возмещение в полном объеме убытков (вреда), причиненных их жизни, здоровью и (или) имуществу вследствие недостатков товара (работы, услуги) | Потребитель имеет право на возмещение убытков (вреда), причиненных его жизни, здоровью и (или) имуществу вследствие конструктивных, рецептурных или иных недостатков товара (работы, услуги), в полном объеме.<br>Право требовать возмещения убытков (вреда), причиненных вследствие недостатков товара (работы, услуги), признается за любым потребителем независимо от вины продавца (изготовителя, исполнителя) и от того, состоял ли он с ним в договорных отношениях или нет. |
| Статья 18 | Право потребителя на получение у продавца (изготовителя, исполнителя) документа, подтверждающего факт приобретения товара (выполнения работы, оказания услуги), или договора, заключенного при приобретении товара (выполнении работы, оказании услуги) | Потребитель имеет право на получение у продавца (изготовителя, исполнителя) документа, подтверждающего факт приобретения товара (выполнения работы, оказания услуги), или договора, заключенного при приобретении товара (выполнении работы, оказании услуги).<br>Отсутствие у потребителя документа, подтверждающего факт приобретения товара (выполнения работы, оказания услуги), или договора, заключенного при приобретении товара (выполнении работы, оказании услуги), не лишает его права ссылаться на свидетельские показания, а также документы и другие средства доказывания, в том числе фото- и (или) видеофиксацию, в подтверждение факта приобретения товара. |

Продолжение таблицы 7.10

| | | |
|---|---|---|
| Статья 19 | Право потребителя на предъявление претензии к инициатору (организатору) игр по качеству товара (работы, услуги), переданного (выполненной, оказанной) в виде выигрыша | Инициатор (организатор) игр в течение двадцати календарных дней должен удовлетворить требования потребителя путем обращения к продавцу (изготовителю, исполнителю) по устранению недостатков товара (работы, услуги), если не докажет, что недостатки в товаре (работе, услуге) возникли после их передачи (выполнения, оказания) потребителю вследствие нарушения потребителем правил пользования товаром или его хранения либо действий третьих лиц или непреодолимой силы. |
| Статья 20 | Право потребителей на создание общественных объединений потребителей | Потребители вправе объединяться на добровольной основе в общественные объединения потребителей. |
| Статья 21 | Право на возмещение морального вреда | Компенсация морального вреда, причиненного потребителю вследствие нарушения продавцом (изготовителем, исполнителем) его прав и законных интересов, предусмотренных законодательством Республики Казахстан о защите прав потребителей, может осуществляться судом или субъектами досудебного урегулирования потребительских споров, если иное не предусмотрено законами Республики Казахстан.<br>Компенсация морального вреда осуществляется независимо от возмещения убытков (ущерба), причиненных вследствие недостатков товара (работы, услуги).<br>Размер компенсации морального вреда, причиненного потребителю, определяется сторонами потребительского спора в зависимости от характера причиненных потребителю физических и нравственных страданий с учетом фактических обстоятельств, при которых был причинен моральный вред, и индивидуальных особенностей потребителя.<br>Компенсация морального вреда, причиненного потребителю вследствие нарушения продавцом (изготовителем, исполнителем) его прав и законных интересов, предусмотренных законодательством Республики Казахстан о защите прав потребителей, может осуществляться субъектами досудебного урегулирования потребительских споров только при наличии согласия сторон |

Окончание таблицы 7.10

| | | |
|---|---|---|
| Глава 6-1 «Меры по защите прав и законных интересов потребителей» Статья 42-2 | Право потребителя на защиту прав и законных интересов | Потребитель, права и законные интересы которого нарушены, вправе обратиться к продавцу (изготовителю, исполнителю), в государственные органы, осуществляющие функции в сфере защиты прав потребителей, или к субъекту досудебного урегулирования потребительского спора, а также в суд для защиты его нарушенных прав и законных интересов в порядке, установленном настоящим Законом.<br>Положение настоящей статьи применяется также в тех случаях, когда к продавцу (изготовителю, исполнителю), в государственные органы, осуществляющие функции в сфере защиты прав потребителей, или к субъекту досудебного урегулирования потребительского спора, а также в суд от имени потребителя обращаются его представители |
| 42-4 | Обращение потребителя к продавцу (изготовителю, исполнителю) | Потребитель, права и законные интересы которого нарушены, вправе обратиться к продавцу (изготовителю, исполнителю) с претензией об устранении нарушений прав и законных интересов и возмещении потребителю причиненного этими нарушениями убытка (вреда) вследствие недостатков товара (работы, услуги) в добровольном порядке.<br><br>Претензия потребителя к продавцу (изготовителю, исполнителю) вручается нарочно либо направляется в форме заказного почтового отправления с уведомлением о вручении, либо по адресу электронной почты продавца (изготовителя, исполнителя), если такой адрес ранее был указан продавцом (изготовителем, исполнителем). |
| Закон Республики Казахстан от 12 апреля 2004 года № 544-II «О регулировании торговой деятельности» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 25.03.2024 г.)<br>Глава 5 Иные виды торговли | | |
| Статья 29 | Электронная торговля | Защита прав и законных интересов участников электронной торговли осуществляется в соответствии с законами Республики Казахстан. |
| Статья 29-1 П.1-1 | Осуществление электронной торговли | Продавец, равно как и покупатель, при осуществлении электронной торговли имеет право требовать исполнения от другой стороны обязательств по заключенным на электронной торговой площадке сделкам. |

В указанных статьях отмечается, что потребитель в процессе традиционной и электронной торговли имеет право свободно заключать договор на приобретение товаров или выполнение услуг, получать информацию и просвещение в сфере защиты прав, получать полную и доступную информацию о товаре, свободно выбирать товар, приобретать безопасный товар надлежащего качества, получать возмещение убытков, нанесенных товаром или услугой, получение у продавца документа, который подтверждает

факт приобретения товара, предъявление претензий, создание общественных объединений потребителей, получать возмещение морального вреда, получать всеобъемлющую защиту своих прав и законных интересов.

**Порядок и сроки предъявления и удовлетворения претензий потребителей и мерах ответственности за правонарушения в сфере обеспечения прав потребителей.** Законом Республики Казахстан «О защите прав потребителей» предусмотрено, что потребитель, права которого нарушены, вправе обратиться к продавцу (изготовителю, исполнителю) с претензией об устранении нарушений прав и возмещении причиненного этими нарушениями убытка (вреда) вследствие недостатков товара (работы, услуг) в добровольном порядке. Данное право потребителя указано в статье 19 Главы 3 «Права потребителей» и статьей 42–4 Главы 6 «Меры по защите прав и законных интересов потребителей» [43].

Продавец обязан рассмотреть претензию потребителя и в случае несогласия с требованиями потребителя в течение десяти календарных дней со дня получения претензии потребителя представить мотивированный письменный ответ, обоснованный документально. Копии этих документов должны прилагаться к ответу продавца потребителю. Если в течение десяти календарных дней продавец письменно не ответит на претензию или откажется устранить нарушения и возместить в добровольном порядке причиненный убыток вследствие недостатков товара (работы, услуги), а также откажется принять участие в рассмотрении потребительского спора в досудебном порядке, потребитель вправе обратиться в уполномоченный орган, государственные органы, осуществляющие функции в сфере защиты прав потребителей [43].

За неисполнение продавцом обязанностей по представлению письменного ответа на претензию потребителя в срок, установленный законодательством РК о защите прав потребителей, в соответствии с пп.3) части 5, части 6 статьи 190 Кодекса «Об административных правонарушениях» предусмотрена административная ответственность от предупреждения до штрафа в размере от 10 до 50 МРП в зависимости от категории субъекта [45]. Ответственность продавца за просрочку регламентируется Законом Республики Казахстан «О правах потребителей». За просрочку выполнения требований потребителя об обмене, возврате товаров надлежащего качества, а также требований потребителя в случае продажи товара ненадлежащего качества продавец, допустивший неисполнение требования потребителя, выплачивает потребителю неустойку (штраф, пеню) в размере не менее одного процента от стоимости товара за каждый день просрочки со дня предъявления претензии до дня удовлетворения требований, если иное не установлено договором, законами Республики Казахстан.

Требования потребителя об уплате неустойки (штрафа, пени), предусмотренной договором, законами Республики Казахстан, подлежат удовлетворению продавцом (изготовителем) в добровольном порядке в срок с момента предъявления претензии до момента удовлетворения требований. В случае отказа от удовлетворения таких требований в добровольном порядке вопрос об уплате неустойки (штрафа, пени) может быть передан на рассмотрение субъектов досудебного урегулирования потребительских споров при наличии согласия сторон.

В случае невозможности урегулировать потребительский спор об уплате потребителю неустойки (штрафа, пени) в досудебном урегулировании потребительского спора взыскание неустойки (штрафа, пени) осуществляется судом [43].

**Права потребителей при дистанционной продаже товаров.** В настоящее время отдельного документа, регламентирующего права потребителей при электронной торговле, в Республике Казахстан не существует. В Республике Казахстан электронная торговля регулируется Законом Республики Казахстан от 12 апреля 2004 года № 544-II «О регулировании торговой деятельности» (статья 29 «Электронная торговля», статья 29-1 «Осуществление электронной торговли», а также дополнениями и изменениями, внесенными в текст других статей Закона).

В 2015-2019 годах в Закон «О регулировании торговой деятельности» вносились изменения и дополнения, связанные с электронной торговлей. В первую очередь данные изменения касались используемой терминологии. Так, в статье 1 закона «О регулировании торговой деятельности», пунктах 16, 47, 56-59 приведены основные понятия, связанные с электронной торговлей. К таким понятиям относятся:

- *электронная коммерция* - предпринимательская деятельность в электронной торговле, а также продаже услуг, осуществляемая посредством информационно-коммуникационных технологий [44];

- *специализированная электронная торговая площадка* - электронная торговая площадка, на которой реализуются товары одного класса, работ и услуг одного вида экономической деятельности [44];

- *фулфилмент центр* - логистический центр, выполняющий весь комплекс операций с момента оформления заказа на товар покупателем и до момента доставки этого заказа покупателю, в том числе выполняющий такие функции как складское хранение товаров, прием и обработку заказов, комплектацию и упаковку заказов, получение оплаты от покупателей, доставка заказов, прием возвратов заказов в сфере электронной торговли [44];

- *электронная торговля* - предпринимательская деятельность по реализации товаров, осуществляемая посредством информационно-коммуникационных технологий [44];

- *электронная торговая площадка* - интернет-ресурс, обеспечивающий инфраструктуру участникам электронной торговли, в том числе заключение договоров между ними на оказание работ и услуг с использованием информационно-коммуникационных технологий [44];

- *участники электронной торговли* - физические и юридические лица, участвующие в качестве покупателя, продавца и (или) электронной торговой площадки [44].

Данные определения приводятся с целью уточнения используемой терминологии с ее последующим применением в Законах Республики Казахстан.

В 2019 году изменения в части прав потребителей при электронной торговле произошли с некоторыми статьями Закона Республики Казахстан «О защите прав потребителей». Так, статья 2-1 «Основные принципы защиты прав потребителей» Закона «О защите прав потребителей» была дополнена подпунктом 4-1, отмечающим необходимость обеспечения защиты законных интересов потребителей в электронной коммерции не менее уровня защиты, предоставляемого в других формах торговли.

Кроме того, в Статье 28, пункте 5, который дополнил Закон в 2019 году, указывается, что потребителю при реализации продавцом товара в электронной торговле в случае технической реализации должна быть предоставлена возможность оценки или комментирования (оставление отзыва о товаре и продавце) товара и продавца.

Также в 2019 году были внесены дополнения в Статью 30, в качестве пункта 8-1, в котором указывается, что при реализации товара в электронной торговле информация о возможности доставки товара и ее стоимости предоставляется потребителю до заключения договора купли-продажи. В пункте 10 той же статьи отмечается, что потребителю в электронной торговле перед заключением договора купли-продажи должна быть доступна информация о других условиях поставки (доставки) товара или выполнения договора.

Наибольшая часть изменений затронула обязанности и функции продавца (изготовителя) при ведении электронной торговли. В статье 17, пункте 2 Закона Республики Казахстан «О правах потребителей», посвященному гарантийному сроку, указывается, что при продаже товаров путем электронной торговли, гарантийный срок либо срок для выявления недостатков товара исчисляется со дня передачи товара потребителю, а если товар нуждается в специальной установке или сборке, - со дня его установки или сборки. Если потребитель лишен возможности использовать товар по обстоятельствам, зависящим от продавца, гарантийный срок либо срок для выявления недостатков товара не исчисляется

до устранения продавцом таких обстоятельств. Если день передачи, установки или сборки товара, устранения зависящих от продавца обстоятельств, вследствие которых потребитель не может использовать товар по назначению, определить невозможно, этот срок исчисляется со дня заключения договора купли-продажи [43].

Статья 24 «Обязанности продавца», пункт 12, отмечает, что продавец в электронной торговле перед заключением договора купли-продажи обязан предоставить потребителю информацию о процедуре оплаты товара и его стоимости.

В статье 25, пункте 3-1, внесенном в Закон в 2019 году, отмечено, что при реализации товара путем электронной торговли информация о наименовании товара, стоимости и условия приобретения товара, а также сведения об основных потребительских свойствах товара, о пищевой, биологической и энергетической ценности продукта, а также сведения о противопоказаниях для их применения при отдельных заболеваниях в случаях и порядке, которые предусмотрены законодательством Республики Казахстан, доводятся до потребителя на казахском и русском языках посредством информационно-коммуникационных технологий [43].

Также в 2019 году Закон Республики Казахстан «О правах потребителей» был дополнен статьей 33-1, регламентирующей обязанности электронной торговой площадки. В статью были внесены два пункта.

В первом пункте отмечается, что в целях защиты прав и законных интересов потребителей электронная торговая площадка обязана обеспечить наличие внутренних процедур по недопущению некорректных действий продавцов и предоставление ими недостоверной информации для предотвращения незаконной торговли.

Второй пункт указывает на то, что используемые электронной торговой площадкой программное обеспечение, технические комплексы, обеспечивающие и сопровождающие электронную торговлю, и работу электронной торговой площадки, должны осуществляться через защищенные каналы связи.

Согласно данным, полученным в результате двух социологических исследований, проведенных на основании разработанной методики в государствах-членах ЕАЭС, было выявлено, что 38% респондентов, являющихся гражданами Республики Казахстан, отметили, что наибольший интерес для них с в сфере защиты прав потребителей представляют права и обязанности потребителей и продавцов в электронной торговле. Это указывает на интерес граждан к изучению правовых основ электронной торговли и формированию навыков для защиты собственных интересов в электронной торговле. Обеспечение граждан информацией об изменениях в законодательстве, детализация прав и обязанностей потребителей и продавцов в электронной торговле, а также консультативная

помощь при решении вопросов, поспособствует росту осведомленности населения о правах при участии в электронной торговле.

Также по результатам опроса, указывающем на степень удовлетворенности потребителей Республики Казахстан качеством услуг онлайн магазинов и маркетплейсов, 24% полностью удовлетворены, 56% скорее удовлетворены, 15% скорее неудовлетворены 2% полностью неудовлетворены. Данные результаты указывают на то, что большая часть потребителей положительно отзывается о качестве услуг, предоставляемых в онлайн магазинах и на маркетплейсах, однако, существует ряд проблем, не способствующих удовлетворенности потребителей при электронной торговле.

**Права потребителей при приобретении технически сложных товаров.** В декабре 2021 года внесены дополнения в закон Республики Казахстан «О защите прав потребителей» относительно возврата технически сложных товаров ненадлежащего качества. В действующее законодательство введены новые понятия: «технически сложный товар» и «существенный недостаток технически сложного товара» (Глава 1, Статья 1, подпункты 14-1, 14-2):

- технически сложный товар - непродовольственный товар с технически сложным внутренним устройством, который включает в себя множество конструктивных и (или) разнородных элементов, образующих одно целое, позволяющее использовать его по назначению, определяемому существом соединения, к которому относятся исключительно транспортные средства, сельскохозяйственная техника, водные и воздушные суда [43].

- существенный недостаток технически сложного товара - неустранимый недостаток или недостаток технически сложного товара, который не может быть устранен без несоразмерных расходов или затрат времени, включая время ожидания поставки запасной части, превышающего установленный законом срок или настолько затягивающегося, что для потребителя уже теряется актуальность такого устранения или делает невозможным использование товара по целевому назначению, либо недостаток, который может привести к причинению вреда жизни, здоровью и (или) имуществу потребителя, окружающей среде [43].

В 2021 году в Законе «О защите прав потребителей» Статья 15 была дополнена подпунктом 1-1, в котором указано, что в отношении технически сложного товара и его компонента потребитель вправе потребовать замены на товар аналогичной марки либо замены на такой же товар другой марки с соответствующим перерасчетом покупной цены, либо расторжения договора и возврата уплаченных за товар денег только в случае существенного недостатка технически сложного товара. В остальных случаях с технически сложным товаром потребитель вправе потребовать безвозмездное устранение недостатков

товара либо соразмерное уменьшение покупной цены с соответствующим перерасчетом разницы [43]. Пункты 2 и 3 были изменены и дополнены информацией о праве потребителя предъявить требования по месту покупки товара при условии, что они обнаружены в установленный сток.

Статья 30 «Обязанности продавца при продаже товара как надлежащего, так и ненадлежащего качества», в 2021 году была дополнена пунктом 2-1, указывающим, что в случае обнаружения потребителем существенного недостатка технически сложного товара и предъявления им требования о расторжении договора и возврате уплаченных за товар денег продавец технически сложного товара и его компонента обязан удовлетворить данное требование в течение трех рабочих дней. В случае обнаружения потребителем существенного недостатка технически сложного товара и предъявления им требования о его замене продавец технически сложного товара и его компонента обязан удовлетворить данное требование в течение тридцати рабочих дней. При этом в случае направления продавцом на дополнительную проверку безопасности или качества технически сложного товара органам по подтверждению соответствия либо испытательным лабораториям при несогласии с предъявленными требованиями потребителя срок по возврату или обмену технически сложного товара приостанавливается на время производства проверки (экспертизы) [43].

**Механизмы обеспечения защиты прав потребителей.** Государственный контроль за соблюдением законодательства Республики Казахстан о защите прав потребителей осуществляется уполномоченным органом или его территориальными подразделениями в форме внеплановой проверки в соответствии с Предпринимательским кодексом Республики Казахстан и профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля.

Уполномоченным органом в сфере защиты прав потребителей в Республике Казахстан является Министерство торговли и интеграции Республики Казахстан, в его структуре данные функции выполняет Комитет по защите прав потребителей [48].

Основной миссией Комитета является формирование целостной и эффективной политики в сфере защиты прав потребителей. Перед Комитетом определены две основные задачи:

1) осуществление межотраслевой координации деятельности государственных органов по обеспечению реализации государственной политики в сфере защиты прав потребителей;

2) обеспечение реализации государственной политики в сфере защиты прав потребителей.

Комитет имеет 20 территориальных департаментов в регионах, со штатной численностью 50 единиц (12 - в Комитете по защите прав потребитилей, 38 - в территориальных департаментах).

Комитет по защите прав потребителей Министерства торговли и интеграции Республики Казахстан в рамках своей деятельности формирует и способствует работе Межведомственного совета по защите прав потребителей, который является консультативно-совещательным органом, создаваемым уполномоченным органом в сфере защиты прав потребителей в целях выработки предложений и рекомендаций по вопросам защиты прав потребителей [43].

25 июня 2020 года Главой Республики Казахстан подписан Закон Республики Казахстан №346-VI «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам защиты прав потребителей» [49]. В частности, Законом было предусмотрено введение новых положений и форматов:

1) введена 3-ступенчатая система рассмотрения жалоб (I уровень – продавец и/или институты досудебного рассмотрения споров; II уровень – уполномоченный орган; III уровень – судебные органы);

2) создана Единая информационная система приема жалоб в сфере защиты прав потребителей, которая максимально упростила подачу жалобы потребителями через мобильное приложение, в котором ведется круглосуточная техническая поддержка потребителей и другие.

Сообщить о нарушении потребительских прав можно через телеграмм-бот (kzpp_bot), портал электронного правительства (https://egov.kz/cms/ru/services/citizen_and_the_government/e_app), «горячую» телефонную линию+7 (7172) 75-06-42, 75-16-32, 74-98-32, 74-98-36 или написать письменное обращение.

Кроме того, с 1 января 2021 года у населения появилась возможность подать обращение через Единую информационную систему защиты прав потребителей. До того, как обратиться в уполномоченный орган, потребителю нужно в обязательном порядке попытаться урегулировать проблему непосредственно с продавцом. Однако, если в течение 10 дней продавец не отреагировал на жалобу, она поступает в Комитет по защите прав потребителей [46].

С целью обеспечения защиты прав потребителей и оперативного сбора и анализа информации, полученной из обращений в сфере защиты прав потребителей, были разработаны две системы по сбору обращений «Единая информационная система защиты потребителей» и информационная аналитическая система «Электронные обращения».

Основные сведения о видах обращений, направляемых в данные электронные системы представлены в таблице 7.11.

Таблица 7.11 - Виды обращений, направляемых в «Единую информационную систему защиты прав потребителей» и в Информационную аналитическую систему «Электронные обращения» в Республике Казахстан

| Единая информационная система защиты потребителей | Информационная аналитическая система «Электронные обращения» |
|---|---|
| 1) обращения потребителей к продавцам (изготовителям, исполнителям) товаров (работ, услуг) с претензией об устранении нарушений их прав и законных интересов, а также возмещении причиненного этими нарушениями убытка (вреда) вследствие недостатков товара (работы, услуги);<br>2) обращения потребителей к инициаторам (организаторам) игр с претензией по качеству товаров (работ, услуг), переданных (выполненных, оказанных) в виде выигрыша;<br>3) обращения потребителей к субъектам досудебного урегулирования потребительских споров за защитой и восстановлением их нарушенных прав и законных интересов, возмещением причиненного убытка (вреда) вследствие недостатков товара (работы, услуги), компенсацией морального вреда.<br><br>Обращения в суд по вопросам защиты прав потребителей не подлежат направлению через Единую информационную систему защиты прав потребителей.<br><br>Единая информационная система защиты прав потребителей обеспечивает общедоступность информации, включая сведения о продавцах (изготовителях, исполнителях), в отношении которых поступили заявления и жалобы потребителей, с учетом требований законодательства Республики Казахстан о персональных данных и их защите [46]. | 1) обращения потребителей в уполномоченный орган и соответствующие государственные органы с целью принятия мер в пределах их компетенции в отношении продавцов (изготовителей, исполнителей), инициаторов (организаторов) игр, нарушивших их права и законные интересы в сфере защиты прав потребителей;<br>2) обращения потребителей в уполномоченный орган и соответствующие государственные органы с целью принятия мер в пределах их компетенции в отношении субъектов досудебного урегулирования потребительских споров и (или) представителей законных интересов потребителей ввиду осуществления ими неэффективной деятельности по рассмотрению потребительских споров и (или) защите их прав и законных интересов;<br>3) обращения общественных объединений потребителей, ассоциаций (союзов) в уполномоченный орган и соответствующие государственные органы, в том числе по результатам общественного контроля, с целью принятия мер в пределах их компетенции в отношении лиц, выпустивших и реализовавших товары (выполнивших работы и оказавших услуги), не соответствующие установленным требованиям по безопасности и качеству; с целью оценки качества товаров (работ, услуг) в случае поступления заявлений, жалоб потребителей; с целью содействия в рассмотрении факта нарушения прав и законных интересов потребителей [47]. |

Таким образом, можно сделать вывод, что «Единая информационная система защиты прав потребителей», в первую очередь, предназначена для направления претензий потребителей и с целью досудебного урегулирования потребительских споров. Единая информационная система – это платформа для потребителей, услугодателей, неправительственных организаций и государственных органов. Единая информационная система функционирует как единое окно подачи обращений и контроля за их рассмотрением. Она обеспечивает максимальный охват потребителей в сфере защиты их прав, способствует информированию и просвещению потребителей об их правах, быстрому

реагированию уполномоченных органов на жалобы и существенно упрощает процедуру общения с государственными органами и бизнесом.

В Информационную аналитическую систему «Электронные обращения» поступают обращения потребителей и общественных объединений по вопросам защиты прав потребителей, решения потребительских споров и неэффективности действий по защите прав потребителей.

Несмотря на существование и активное функционирование систем информирования о правах и возможностях потребителей, при оценке понятности информации о правилах обращения в надзорные, правозащитные органы для отстаивания прав в случае их нарушения, мнения респондентов Республики Казахстан разделились: 41% респондентов (при первом социологическом исследовании) и 54% (при втором социологическом исследовании) оценивают понятность данной информации как «удовлетворительно» и «скорее удовлетворительно», а 45% респондентов (при первом социологическом исследовании) и 31% (при втором социологическом исследовании) оценивают ее как «скорее неудовлетворительно» и «неудовлетворительно». 14% респондентов (при первом социологическом исследовании) и 16% (при втором социологическом исследовании) затруднились ответить на данный вопрос. Полученные результаты свидетельствуют о необходимости проведения дополнительных мероприятий по консультированию и информированию потребителей.

Консультирование и информирование, а также реагирование на жалобы, производится Комитетом по защите прав потребителей, через официальные государственные сайты, Единую информационную систему и прочими методами, такими как:

- изготовление на государственном и русском языках информационно-разъяснительных имиджевых видеоматериалов;
- показ телевизионной программы «Имеем право» на Республиканских телеканалах Алматы тв, Он тв, Асыл арна в прайм-тайм;
- выпуск аудиоматериалов о защите прав потребителей по разъяснению норм Закона Республики Казахстан №346-VI «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам защиты прав потребителей» на республиканской радиостанции «Қазақ радиосы», «Жулдыз FM», «Восток FM»;
- разработку и распространение во всех регионах полиграфической продукции, включающей основные выдержки из упомянутого выше закона, краткий инструктаж по действиям в случае нарушения прав потребителей и необходимые контакты;

- проведение обучающих мероприятий, семинаров и вебинаров руководством территориальных департаментов Комитета совместно с общественными объединениями по защите прав потребителей и др.

Согласно данным, полученным в результате двух социологических исследований, проведенных на основании разработанной методики в государствах-членах ЕАЭС, было выявлено, что около 30% респондентов, проживающих в Республике Казахстан, при возникновении вопросов в сфере защиты прав потребителей, обращаются к законодательству или информации, размещенной на официальных сайтах. Более 15% доверяют сайтам общественных организаций, более 10% доверяют публикациям в печатных и электронных СМИ, около 14% читают специальные блоги и форумы, посвященные вопросам защиты прав потребителей, 5% пользуются платными юридическими консультациями и уголками потребителей, менее 5% учитывают информацию, полученную из телепередач.

По итогам социологического опроса можно увидеть, что разнообразие способов информирования граждан о правах потребителей в Республике Казахстан способствует просвещению населения и обеспечивает более чем 80% опрошенных ресурсами, предоставляющими информацию о правах потребителей.

Однако, по результатам оценки качества и доступности информации о защите прав потребителей в Республике Казахстан, размещаемой в открытом доступе, 8% респондентов поставили оценку «неудовлетворительно», 22% - «скорее неудовлетворительно», 32% - «скорее удовлетворительно» и лишь 26% удовлетворены качеством и доступностью предоставляемой информации. Также в опросе, посвященном оценки доступности информации о подробном перечне прав потребителей с пояснениями в Республике Казахстан, 10% респондентов поставили оценку «неудовлетворительно», 29% - «скорее неудовлетворительно», 31% - «скорее удовлетворительно», только 17% удовлетворены качеством и доступностью предоставляемой информации, а 13% ни разу не слышали о такой информации.

Результаты опросов свидетельствуют о необходимости доработки и корректировки доступности системы донесения до населения Республики Казахстан качественной и полной информации в части защиты прав потребителей и о подробном перечне прав потребителей с пояснениями.

Комитетом по защите прав потребителей Министерства торговли и интеграции Республики Казахстан заключены меморандумы о взаимодействии и сотрудничестве в сфере защиты прав потребителей с общественными объединениями в сфере защиты прав потребителей - Обществом защиты прав потребителей, Объединением юридических лиц

«Республиканская ассоциация потребителей Казахстана», РОО «Национальная лига потребителей» (Ассоциация Лига Потребителей Казахстана, АЛПК), которая в настоящее время является наиболее значимым общественным объединением и единственным, имеющим статус республиканского. АЛПК сегодня объединяет 107 организаций, защищающих права потребителей в Казахстане, Таджикистане, Узбекистане и Киргизии. На данный момент АЛПК имеют 98% выигранных дел, 74% дел в процессе принятия решений и более 135 специалистов в команде [50].

### 7.4 Анализ общности и различий законодательства и применяемых механизмов обеспечения защиты прав потребителей в Кыргызской Республике

Основу законодательства в сфере защиты прав потребителей составляет Закон Кыргызской Республики «О защите прав потребителей» от 10 декабря 1997 года № 90. Закон включает 5 глав: Общие положения (статьи 1 - 16), Защита прав потребителей при продаже товаров потребителям (статьи 17 - 25), Защита прав потребителей от противоправной торговой деятельности (статьи 26 - 35), Защита прав потребителей при выполнении работ (оказании услуг) (статьи 36 - 48), Государственная и общественная защита прав потребителей (статьи 48.1 - 56) [51].

Наряду с основным Законом, отражение интересов потребителей присутствует и в других законах Кыргызской Республики:

- Закон Кыргызской Республики от 3 апреля 2008 года №38 «О правах и гарантиях лиц с ограниченными возможностями» – в нем учтены вопросы физической безопасности, защиты уязвимых и обездоленных потребителей - права и гарантии лиц с ограниченными возможностями, положения устойчивого потребления, вопросы распределения продуктов питания [52];
- Закон Кыргызской Республики от 24 декабря 1998 года №155 «О рекламе» - в него включены положения, относящиеся к методам рекламного маркетинга и продаж, реклама вводящие в заблуждение потребителя [53];
- Добровольные кодексы для бизнеса [54];
- Закон Кыргызской Республики от 22 июля 2011 года №116 «О конкуренции» [55] и других.

За период существования Закона, в содержание вносились изменения: 20 марта 2002 года № 42, 17 февраля 2003 года № 37, 18 июля 2008 года № 158, 8 декабря 2009 года № 307, 13 февраля 2013 года № 15, 30 июля 2013 года № 178, 3 августа 2013 года № 185, 21 января 2015 года № 22, 31 января 2015 года № 29, 21 февраля 2015 года № 38, 2 июля 2015 года № 142, 24 июля 2015 года № 188, 22 июля 2020 года № 84,18 января 2022 года

№4, 3 апреля 2023 года № 78, 22 июня 2023 года № 125. Характеристика основных изменений, внесенных в Закон о защите прав потребителей и наиболее важные подзаконные акты, представлена в таблице 7.12.

Таблица 7.12 - Характеристика изменений в законодательстве Кыргызской Республики о защите прав потребителей [51]

| Дата внесения изменений | Краткая характеристика изменений | Статус изменения |
|---|---|---|
| 20.03.2002, 18.07.2008, 08.12.2009, 21.01.2015, 21.02.2015, 22.07.2020, 22.06.2023 | Глава I. Общие понятия переименована в Общие положения, а в Статью 11 внесены изменения и уточнены понятия: потребитель, изготовитель, исполнитель, продавец, сертификат соответствия, стандарт, недостаток товара, безопасность товара, предмет торговли, договор – купли продажи, уполномоченный орган, государственный антимонопольный орган, реализация виртуального актива, мониторинг | действует |
| | Внесена Статья 3. Право потребителей на просвещение в области защиты прав потребителей, в которой определено, что это право может быть реализовано информационными системами и образованием | действует |
| | Внесена Статья 4. Качество и количество товара (работы, услуги), в которой установлено, что качество должно соответствовать оговариваемому заранее (например, в договоре, представленному образу), если этого не было то быть пригодным для применения по назначению покупателем, кроме того соответствовать обязательным требованиям, соответствие должно быть и по количеству. | действует |
| | Включена Статья 5. Права и обязанности изготовителя (исполнителя, продавца) в области установления срока службы, срока годности товара (работы), а также гарантийного срока на товар (работу), где определено понятие «срок службы» – определено, что в рамках этих сроков за ненадлежащее качество изготовления отвечает изготовителя (исполнителя, продавца) ответственность изготовителя за существенные недостатки товара, возникающие по его вине в этот период. Из совокупности товаров выделены товары длительного пользования, в отношении которых действуют особые условия, оговариваются единицы измерения срока службы. Для продуктов питания и парфюмерно-косметических товаров, медикаментов, товаров бытовой химии и иных подобных товаров введен норматив – срок годности. Отмечен перечень таких товаров. Отмечены запреты на товары сроков службы и сроков годности. Внесено понятие гарантийного срока, в рамках которого изготовители, продавец, исполнитель обязаны осуществить обслуживание на особых условиях, оговариваемых статьями 17 и 38. | действует |
| | Внесена Статья 6, в которой определено право на безопасность товара (работы, услуги), возмещение ущерба и убытков, вызванных небезопасными негативными свойствами товара или услуги. | действует |
| | Включены Статья 7,8,9, в которых отражено право потребителя на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце) и о товарах (работах, услугах), а также перечислены, обязательные сведения, которые должны сопровождать товар, услугу. Статья 9 редактировалась | действует |

Продолжение таблицы 7.12

| | | |
|---|---|---|
| 20.03.2002, 22.06.2023 | В Статью 12. Ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за нарушение прав потребителей внесены редакционные изменения. Так, убытки потребителя должны быть, возмещены в полной сумме сверх неустойки (пени), а уплата неустойки (пени) и возмещение убытков не освобождают продавца (изготовителя, исполнителя) от исполнения возложенных на него обязательств перед потребителем. | действует |
| 03.08.2013 | Внесена Статья 13. Имущественная ответственность за вред, причиненный вследствие недостатков товара (работы, услуги), установлено, что вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя, подлежит возмещению, если вред причинен в течение установленного срока службы или срока годности товара (работы).<br>Внесена Статья 14. Компенсация морального вреда, в которой предусмотрено, что вред подлежит компенсации причинителем вреда при наличии его вины, а размер компенсации морального вреда определяется судом.<br>Также внесена Статья 15, в которой оговариваются случаи недействительности условий договора, ущемляющих права потребителя. Например, если в результате исполнения договора, ущемляющего права потребителя, у него возникли убытки, они подлежат возмещению изготовителем (исполнителем, продавцом) в полном объеме, а также нельзя обусловливать приобретение одних товаров (работ, услуг) обязательным приобретением иных товаров (работ, услуг). | Действует |
| 31.01.2015, 22.07.2020, 22.06.2023 | Внесена Статья 16, регламентирующая судебную, административную и общественную защиту прав потребителей. Указано, что защиту осуществляет суд, а Государственный антимонопольный орган, уполномоченный государственный орган, осуществляющие государственный контроль (надзор), органы местного самоуправления, общественные объединения потребителей (их союзы, ассоциации) осуществляют досудебную защиту в пределах своих полномочий, а также вправе предъявлять иски в суд в защиту интересов потребителя. | действует |
| 20.03.2002, 31.01.2015, 24.07.2015, 22.06.2023 | Внесена, дополнена и изменена Статья 17. Последствия продажи товара ненадлежащего качества, в которой отражены права по замене такого товара, устранению недостатков, возврате денежных средств | действует |
| 21.02.2015, 22.06.2023 | В статье 18. Сроки предъявления потребителем требований в отношении недостатков товара, отмечены сроки предъявления требований в отношении недостатков товара, в случае срока службы, гарантийного срока, срока годности | действует |
| 22.06.2023 | В статье 19 Устранение недостатков товара изготовителем (продавцом) регламентированы сроки устранения недостатков товаров. Оговариваются условия для товаров длительного пользования. Учтен порядок продления гарантийного срока товара, а также на заменяемые части. | действует |

Продолжение таблицы 7.12

| | | |
|---|---|---|
| 22.07.2020, 22.06.2023 | В статье 20. Замена товара ненадлежащего качества оговариваются случаи, сроки и права потребителя по замене на новый товар, а также на исчисление гарантийного срока.<br>В статье 21. Сроки удовлетворения отдельных требований потребителя, которые связаны со снижением цены за недостатки.<br>В статье 22. Ответственность продавца (изготовителя) за просрочку выполнения требований потребителя оговариваются временные интервалы и особенности выплаты пени за просрочку.<br>В статье 23. Расчеты с потребителем в случае приобретения им товара ненадлежащего качества отмечены особенности перерасчета при замене, при покупке в кредит.<br>В статье 24. Право потребителя на обмен товара надлежащего качества, регламентирует особенности обмена товаров, не подошедших по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру или по иным причинам не может быть использован потребителем по назначению, а так же сроки, в которые можно воспользоваться правом, сроки выплаты денег в случае возврата. | действует |
| 31.01.2015, 22.07.2020, 18.01.2022 | В статье 24.1. Дистанционный способ продажи товаров, регламентированы порядок заключения договора, информация для потребителя, сроки действия права отказа от товара, лица, несущие расходы, вязанные с возвратом товара. | действует |
| 22.06.2023 | Статья 25. Правила отдельных видов договоров купли-продажи | утратила силу |
| 22.07.2020 | Статья 26. Незаконное ограничение торговли | утратила силу |
| 21.02.2015, 24.07.2015, 22.07.2020, 22.06.2023 | В статье 27. Запрещенные действия в торговле, указано, что продавец не может осуществлять продажу товаров не соответствующую требованиям действующих технических регламентов на территории Кыргызской Республики, кроме того оговариваются отдельные случаи недобросовестных практик, а также наносить на продукцию (оказываемую услугу) маркировку добровольной сертификации (органической и/или халал-продукции и услуг), не имея соответствующего добровольного сертификата. | действует |
| 22.07.2020 | Статья 28. Противоправная конкуренция при продаже, Статья 29. Противоправная конкуренция при закупке, Статья 30. Вынужденная продажа по цене, не основанной на затратах, Статья 31. Исключения при некоторых продажах, Статья 32. Противоправное уничтожение пищевых продуктов, Статья 33. Противоправное изменение счета-фактуры, Статья 34. Лица, несущие ответственность, Статья 35. Доказательство противоправного действия | утратили силу |
| 22.07.2020 | Статья 33. Противоправное изменение счета-фактуры<br>Статья 34. Лица, несущие ответственность<br>Статья 35. Доказательство противоправного действия | утратила силу |

| | | |
|---|---|---|
| 20.03.2002 | Статья 36. Сроки выполнения работ (услуг), регламентирует обязанности исполнителя, срок выполнения работ.<br>Статья 37. Последствия нарушения исполнителем сроков выполнения работ (оказания услуг), регламентирует права при невыполнении, право возмещение ущерба, изменение цены, возмещение расходов, размер неустойки за нарушения.<br>Статья 38. Права потребителя при обнаружении недостатков выполненной работы (оказанной услуги), регламентированы права потребителя на устранение недостатков, возмещение ущерба, уменьшения цены за выполненную работу (оказанную услугу); возмещения понесенных им расходов по устранению недостатков выполненной работы (оказанной услуги) своими силами или третьими лицами; расторжения договора о выполнении работы (оказании услуги) и возмещения убытков. | действуют |
| 22.07.2020 | Статья 39. Сроки устранения недостатков выполненной работы (оказанной услуги) | изменена часть, действует |
| 22.07.2020 | Статьи 40. Сроки удовлетворения отдельных требований потребителя<br>Статья 41. Право потребителя на расторжение договора о выполнении работы (оказании услуги)<br>Статья 42. Смета на выполнение работы (оказание услуги)<br>Статья 43. Выполнение работы из материала исполнителя<br>Статья 44. Выполнение работы из материала (с вещью) потребителя<br>Статья 45. Обязанность исполнителя информировать потребителя об обстоятельствах, которые могут повлиять на качество выполняемой работы (оказываемой услуги)<br>Статья 46. Порядок расчетов за выполненную работу (оказанную услугу) | действует |
| 22.06.2023 | В статью 47. Правила бытового и иных видов обслуживания потребителей, внесены изменения. Указано, что Правила бытового и иных видов обслуживания потребителей (правила выполнения отдельных видов работ и правила оказания отдельных видов услуг) утверждаются Кабинетом Министров Кыргызской Республики. | действует |
| 22.06.2023 | Статья 48. Регулирование оказания отдельных видов услуг, указано, что последствия нарушения условий договоров об оказании отдельных видов услуг, если такие договоры по своему характеру не подпадают под действие настоящей главы, определяются гражданским законодательством ( | действует |
| 22.07.2020, 22.06.2023 | Статья 48 1. Полномочия уполномоченного органа, содержит права и обязанности органа, уполномоченного по защите прав потребителей | действует |
| 22.07.2020, 22.06.2023 | Статья 49. Полномочия государственного антимонопольного органа, содержит обязанности вышеуказанного органа | действует |
| 22.06.2023 | Статья 50. Обязанность изготовителя (исполнителя, продавца) по предоставлению информации государственным органам предписывает информацию и ее формы, которые предоставляются контрольным органам. | действует |
| 22.06.2023 | Статья 51. Полномочия уполномоченных государственных органов, осуществляющих государственный контроль (надзор), перечислены функции органа. | действует |

| | | |
|---|---|---|
| 22.07.2020,<br>22.06.2023 | Статья 52. Ответственность за нарушение прав потребителей, установленных настоящим Законом и другими нормативными правовыми актами Кыргызской Республики изменена,<br><br>п.2 - утратил силу в соответствии с Законом Кыргызской Республики от 22 июня 2023 года № 125, отражены права на обжалование контрольно-надзорных органов и штрафы | действует<br><br>утратил силу |
| 20.03.2002,<br>2.07.2015,<br>22.07.2020,<br>22.06.2023 | Статья 53. Осуществление защиты прав потребителей органами местного самоуправления регламентирует порядок действий и функции местных органов самоуправления в части защиты прав потребителей. | действует |
| 20.03.2002,<br>31.01.2015,<br>21.02.2015,<br>22.07.2020 | Статья 54. Права общественных объединений потребителей (их ассоциаций, союзов), регламентированы права общественных объединений, в части функций по защите прав потребителей и участия в законотворческой деятельности | действует |
| 21.02.2015 | Статья 55. Защита интересов неопределенного круга потребителей, регулирует права организаций, защищающих права потребителей в отношении неопределенного круга лиц и возмещение общественным объединениям потребителей (их ассоциациям, союзам) судебных расходов, связанных с рассмотрением дела, в том числе расходов по привлечению к участию в деле экспертов | действует |
| 22.07.2020 | Статья 55 1. Партнерство в области защиты прав потребителей | утратила силу |
| 22.06.2023 | Статья 55 2. Ответственность должностных лиц уполномоченного органа за нарушение настоящего Закона, осуществляется в соответствии с Уголовным кодексом Кыргызской Республики и Кодексом Кыргызской Республики о правонарушениях. | действует |
| Правовые акты, принятые в Кыргызской Республике в целях исполнения Закона Кыргызской Республики «О защите прав потребителей» | | |
| 02.02.1994,<br>05.03.1997,<br>01.04.1998 | Правила комиссионной торговли на территории Кыргызской Республики | действует |
| 17.04.1996,<br>31.12.2001 | Правила розничной торговли молочными продуктами, маргарином и яйцами | действует |
| 17.04.1996,<br>31.12.2001 | Правила розничной торговли хлебом и хлебобулочными изделиями | действует |
| 17.04.1996<br>31.12.2001 | Правила розничной торговли мясом и мясными продуктами | действует |
| 08.02.2018 | Постановление Правительства Кыргызской Республики «О Координационном совете по защите прав потребителей при Правительстве Кыргызской Республики», утвержденное Правительством Кыргызской Республики от 22 июля 2003 года № 451. | утратило силу |
| 8.02.2018 | Постановление от 8 февраля 2018 года № 82 О признании утратившим силу постановления Правительства Кыргызской Республики "О Координационном совете по защите прав потребителей при Правительстве Кыргызской Республики" от 22 июля 2003 года № 451 | действует |

Окончание таблицы 7.12

| | | |
|---|---|---|
| 18.03.2016<br>25.09.2017<br>27.06.2018<br>24.01.2020<br>26.05.2020 | Постановление Правительства Кыргызской Республики от 30 сентября 2014 года №560 Об упорядочении торговой деятельности на территории Кыргызской Республики:<br>- Правила торговли отдельными видами товаров на территории Кыргызской Республики согласно приложению №1;<br>- абзац третий утратил силу;<br>- Правила работы пунктов скупки у населения драгоценных металлов, камней и изделий из них согласно приложению №3;<br>- Положение о защите и развитии конкуренции в торговой деятельности на территории Кыргызской Республики согласно приложению №4. | действует |
| 17.02.2014<br>15.01.2018 | Правила оказания услуг подвижной радиотелефонной связи | действует |
| 23.12.2015 | Постановление Правительства КР от 23 декабря 2015 года № 869 О мерах по защите прав потребителей. Перечень отдельных видов деятельности, при осуществлении которых индивидуальные предприниматели и юридические лица обязаны обеспечить установку и применение в местах осуществления своей деятельности оборудования (устройства), предназначенного для приема платежей с использованием банковских платежных карт | действует |
| 10.12.2021 | Постановление Кабинета министров в редакции от 10 декабря 2021 года № 300 «О государственном агентстве Антимонопольного регулирования при Правительстве Кыргызской Республики в Министерство Экономики и финансов». | действует |
| 12.20.1998<br>21.04.2014 | Перечень технически сложных товаров, в отношении которых требования потребителя об их замене подлежат удовлетворению в случае обнаружения в товарах существенных недостатков | действует |
| 20.05.2022<br>17.02.2023 | Постановление Кабинета Министров Кыргызской Республики от 20 мая 2022 года № 267 «О некоторых вопросах в сфере оценки соответствия» | действует |
| 27.09.1996<br>31.12.2001 | Правила обмена непродовольственных товаров, приобретенных в розничной торговой сети на территории Кыргызской Республики | действует |
| Работы, проведенные в целях подготовки закона, регулирующего правовые отношения в области электронной торговли | | |
| 4.03.2021 | Постановление Жогорку Кенеша КР от 4 марта 2021 года № 4450-VI "О принятии Закона Кыргызской Республики «Об электронной коммерции» | действует |
| 16.12.2022 | Программа по поддержке и развитию электронной коммерции в Кыргызской Республике на 2023-2026 годы (к постановлению Кабинета Министров КР от 16 декабря 2022 года № 707) | действует |
| 10.05.2023 | Постановление Жогорку Кенеша Кыргызской Республики от 10 мая 2023 года № 1159-VII «О принятии во втором чтении проекта Закона Кыргызской Республики «О внесении изменений в Закон Кыргызской Республики «Об электронной торговле» с 2012 года | действует |

Анализ динамики изменений в законодательства в области защиты прав потребителей показал, что непосредственно закон с момента принятия актуализировался многократно, в частности редактировались:

- основные понятия;

- внесена статья 3, которая гарантирует право потребителя на просвещение в области защиты прав потребителей;

- включены права и обязанности изготовителя (исполнителя, продавца) в области установления срока службы, срока годности товара (работы), а также гарантийного срока на товар (работу);

- включено право потребителя на безопасность товара (работы, услуги);

- включено право потребителя на информацию о товаре (работе, услуге) и изготовителе. (статьи 7,8,9) и содержание информации. Предусмотрена ответственность изготовителя и продавца за недостоверную и неполную информацию о товарах и изготовителях, а также случаи возмещения убытков (статья 12);

- включены виды ответственности изготовителя и продавца за нарушения прав потребителей и имущественная ответственность за вред, причиненный вследствие недостатков товаров (работ, услуг), а также компенсация морального вреда (статьи 13,14);

- включена статья, разъясняющая критерии и условия недействительности договора, ущемляющего права потребителя;

- внесены изменения и дополнения в статью, определяющую общие положения судебной, административной и общественной защиты прав потребителей (статья 16);

- в статье «Последствия продажи товара ненадлежащего качества» вносились изменения и дополнения (4 редакции), в которых отражены законные требования потребителей, особенности удовлетворения требований в отношении технически сложных товаров, товаров, купленных по договору комиссии, условия доставки крупногабаритных товаров.

- внесены изменения в статью 18 (2 редакции), относящиеся к срокам предъявления потребителями требований в отношении недостатков товара, исчисление гарантийных сроков;

- редакционные изменения внесены в статью об устранении недостатков товаров, статью о замене товаров ненадлежащего качества, в том числе сезонных товаров (статьи 19,20), сроки удовлетворения отдельных требований потребителей (статья 21) и ответственность продавца (изготовителя) за просрочку требований (статья 22).

- внесены изменения в статью «Расчеты с потребителем в случае приобретения им товара ненадлежащего качества» (статья 23) и «Право потребителя на обмен товара надлежащего качества» (статья 24), важным положением является то, что при возврате потребителем товара надлежащего качества его требование о возврате уплаченной за товар денежной суммы подлежит удовлетворению продавцом незамедлительно;

- внесена глава 24.1, регулирующая дистанционную продажу товаров, в которую вносились изменения в редакциях от 31 января 2015 года № 29, от 22 июля 2020 года № 84, от 18 января 2022 года №4, важными положениями являются - право потребителя отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара - в течение четырнадцати дней; права отказа от товара в течение трех месяцев с момента передачи товара при непредоставлении информации о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества в письменной форме в момент доставки; а так же последствия продажи товаров ненадлежащего качества и носитель расходов на транспортирование при возврате товаров;

- другие изменения и дополнения, часть статей и пунктов утратили силу.

На территории Кыргызской Республики действуют помимо законов, более 20 правовых актов (Постановлений, Правил, Перечней), направленных на регулирование защиты прав потребителей при оказании им услуг торговли, а также иных видов материальных и социально-культурных услуг (работ). Значительная часть правовых актов прошла актуализацию от 2 до 3 раз. Документы постоянно обновляются с учетом международной и региональной политики в области защиты прав потребителей.

Особая работа проведена в области правового регулирования электронной торговли, так в целях разработки законопроекта, согласования и внесения изменений было принято более 10 правовых актов.

**Свод основных прав потребителей**, согласно законодательству Кыргызской Республики, представлен в таблице 7.13.

Таблица 7.13 – Краткая характеристика основных прав потребителей в Кыргызской Республике в соответствии с Законом «О защите прав потребителей»

| Права потребителей | Краткая характеристика | Статья Закона |
|---|---|---|
| Право на просвещение в области защиты прав потребителей | Обеспечивается посредством включения соответствующих требований в государственные образовательные стандарты, общеобразовательные и профессиональные программы, а также посредством организации системы информации потребителей об их правах и о необходимых действиях по защите этих прав. | Статья 3 |
| Право на качество товара | Продавец (исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), качество и количество которого соответствуют договору, соответствовать назначению, соответствовать нормативным правовым актам в области технического регулирования, стандартами, сводами правил и др. | Статья 4 |

Продолжение таблицы 7.13

| | | |
|---|---|---|
| Право потребителей на безопасность товаров | Потребитель имеет право на то, чтобы товар был безопасен для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды, а также не причинял вред имуществу потребителя. | Статья 6 |
| | Изготовитель (исполнитель) обязан обеспечивать безопасность товара (работы, услуги) в течение установленного срока службы или срока годности товара (работы).<br>Товар (работа, услуга), на который техническими регламентами установлены требования, обеспечивающие безопасность жизни, здоровья потребителя, охрану окружающей среды и предотвращение причинения вреда имуществу потребителя, а также средства, обеспечивающие безопасность жизни и здоровья потребителя, подлежат обязательному подтверждению соответствия в установленном порядке. Перечни товаров (работ, услуг), подлежащих обязательной сертификации, утверждаются Кабинетом Министров Кыргызской Республики. | |
| Право на информацию о товарах | Потребитель вправе потребовать предоставления необходимой и достоверной информации об изготовителе (исполнителе, продавце), режиме его работы и реализуемых им товарах (работах, услугах).<br>Указанная в пункте 1 настоящей статьи информация в наглядной и доступной форме доводится до сведения потребителей при заключении договоров купли-продажи и договоров о выполнении работ (оказании услуг) способами, принятыми в отдельных сферах обслуживания потребителей, на государственном и официальном языках с использованием слов обычного и повседневного знания, шрифта приемлемого размера или чернил, четко выделяющихся на бумаге. | Статья 7; Статья 8, Статья 9 |
| Право на возмещение ущерба | Вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя вследствие конструктивных, производственных, рецептурных или иных недостатков товара (работы, услуги), подлежит возмещению в полном объеме.<br>Право требовать возмещения вреда, причиненного вследствие недостатков товара (работы, услуги), признается за любым потерпевшим независимо от того, состоял он в договорных отношениях с продавцом (исполнителем) или нет. | Статья 13 |
| Право на судебную защиту. Право на государственную и общественную защиту. | Защита прав потребителей осуществляется судом.<br>Иски о защите прав потребителей предъявляются в суд в соответствии с правилами, установленными Гражданским процессуальным кодексом Кыргызской Республики.<br>Государственный антимонопольный орган, уполномоченный государственный орган, осуществляющие государственный контроль (надзор), органы местного самоуправления, общественные объединения потребителей (их союзы, ассоциации) осуществляют досудебную защиту в пределах своих полномочий, а также вправе предъявлять иски в суд в защиту интересов потребителя. | Статья 16 |

Продолжение таблицы 7.13

| | | |
|---|---|---|
| Право в отношении товаров | | |
| Право на возмещение ущерба. (Право на предъявление требований при получении товаров с недостатками). | Потребитель вправе предъявить установленные статьей 17 настоящего Закона требования в отношении недостатков товара, если они обнаружены в течение гарантийного срока или срока годности, установленных изготовителем в соответствии со статьей 5 настоящего Закона.<br>В отношении товаров, на который гарантийные сроки или сроки годности не установлены, потребитель вправе предъявить указанные требования, если недостатки товаров обнаружены в течение шести месяцев со дня передачи их потребителю, а в отношении недвижимого имущества - в течение не более двух лет со дня передачи его потребителю, если более длительные сроки не установлены законом или договором. | Статья 18 |
| Право в отношении услуг | | |
| Право на возмещение ущерба | Потребитель при обнаружении недостатков выполненной работы (оказанной услуги) вправе по своему выбору потребовать:<br>безвозмездного устранения недостатков выполненной работы (оказанной услуги);<br>соответствующего уменьшения цены выполненной работы (оказанной услуги);<br>безвозмездного изготовления другой вещи из однородного материала такого же качества или повторного выполнения работы. При этом потребитель обязан возвратить ранее переданную ему исполнителем вещь;<br>возмещения понесенных им расходов по устранению недостатков выполненной работы (оказанной услуги) своими силами или третьими лицами.<br>Требования потребителя о безвозмездном устранении недостатков, об изготовлении другой вещи или повторном выполнении работы (оказании услуги) могут сопровождаться требованием об уменьшении цены выполненной работы (оказанной услуги).<br>Потребитель вправе расторгнуть договор о выполнении работы (оказании услуги) и потребовать полного возмещения убытков, если в установленный указанным договором срок недостатки выполненной работы (оказанной услуги) не устранены исполнителем. Потребитель также вправе расторгнуть договор о выполнении работы (оказании услуги), если им обнаружены существенные недостатки выполненной работы (оказанной услуги) или иные существенные отступления от условий договора.<br>Потребитель вправе потребовать также полного возмещения убытков, причиненных ему в связи с недостатками выполненной работы (оказанной услуги). Убытки возмещаются в сроки, установленные для удовлетворения соответствующих требований потребителя. | Статья 38 |

Окончание таблицы 7.13

| | | |
|---|---|---|
| Право на возмещение ущерба | Назначенный потребителем или согласованный сторонами срок устранения недостатков указывается в договоре или ином документе, подписываемом сторонами.<br>За нарушение предусмотренных настоящей статьей сроков устранения недостатков выполненной работы (оказанной услуги) исполнитель уплачивает потребителю за каждый день просрочки неустойку (пеню), размер и порядок исчисления которой определяются в соответствии с пунктом 5 статьи 37 настоящего Закона.<br>В случае нарушения указанных сроков потребитель вправе предъявить исполнителю иные требования | Статья 39 |
| Право на расторжение договора оказания услуг (работ) | Потребитель вправе расторгнуть договор о выполнении работы (оказании услуги) в любое время, уплатив исполнителю часть цены пропорционально части выполненной работы (оказанной услуги) до получения извещения о расторжении указанного договора. | Статья 41 |

**Порядок и сроки предъявления и удовлетворения претензий потребителей и мерах ответственности за правонарушения в сфере обеспечения прав потребителей.** В соответствии с Законом Кыргызской Республики «О защите прав потребителей» [51] потребители течение четырнадцати дней (не считая дня покупки) могут осуществить обмен товаров надлежащего качества, если товар не подошел по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру или по иным причинам не может быть использован потребителем по назначению. При этом товар не должен был быть в употреблении, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, фабричные ярлыки, а также товарный чек или кассовый чек, выданный потребителю вместе с проданным указанным товаром. [51, 56].

Это право распространяется на все товары, кроме товаров, которые входят в «Перечень непродовольственных товаров, надлежащего качества, не подлежащих обмену на аналогичный товар» (утвержден постановлением Правительства Кыргызской Республики от 12 октября 1998 года N 667 [57]): изделия из драгоценных металлов, драгоценных и полудрагоценных камней; сложно-технические товары, имеющие гарантийный срок; чулочно-носочные изделия, перчатки; постельное белье, белье для новорожденных; мерный товар: ткани, тюль, ковровые изделия и т.д.; парфюмерно-косметические товары; синтетические моющие средства (жидкие); товары бытовой химии в стеклянной, пластмассовой и аэрозольной упаковке; канцелярские товары: тушь, чернила, краски, лаки, масла, разбавители для художественной живописи; фотопленка, фотобумага, фотореактивы; предметы личной гигиены; мебель; изделия из натурального меха [56].

При возврате потребителем товара надлежащего качества его требование о возврате уплаченной за товар денежной суммы подлежит удовлетворению продавцом незамедлительно. В случае если удовлетворить требование потребителя незамедлительно

не представляется возможным, максимальный срок для удовлетворения требования не может превышать семи дней

При покупке товаров дистанционным способом потребитель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара - в течение четырнадцати дней. В случае если информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества не была предоставлена в письменной форме в момент доставки товара, потребитель вправе отказаться от товара в течение трех месяцев с момента передачи товара.

При наличии у товара недостатков сроки предъявления и удовлетворения претензий приведены в таблице 7.14.

Таблица 7.14 - Сроки предъявления и удовлетворения претензий при наличии у товара недостатков [51]

| № | Срок предъявления претензий | Статья Закона |
|---|---|---|
| Гарантийные сроки, сроки годности | | |
| 1 | В отношении недостатков товара претензии в соответствии могут быть предъявлены в течение гарантийного срока или срока годности; если гарантийные сроки или сроки годности не установлены, потребитель вправе предъявить указанные требования, в течение шести месяцев со дня передачи их потребителю<br>Для сезонных товаров (обуви, одежды и прочих) сроки претензий исчисляются с момента наступления соответствующего сезона.<br>Гарантийные сроки могут устанавливаться на комплектующие изделия и составные части основного товара. | Статья 17. |
| | В случае выявления существенных недостатков товара, допущенных по вине изготовителя, потребитель вправе предъявить изготовителю требование о безвозмездном устранении недостатков товара по истечении сроков (авт. - после окончания гарантийного срока). Указанное требование может быть предъявлено в течение установленного срока службы товара или в течение десяти лет со дня передачи товара, если срок службы товара не установлен. | Статья 18. |
| Сроки замены товара | | |
| 2 | Замена товара при обнаружении недостатков должна быть выполнена в семидневный срок, а при необходимости экспертизы в течение двадцати дней со дня предъявления указанного требования. При отсутствии товара на замену должны заменить такой товар в течение месяца со дня предъявления указанного требования. При замене товара гарантийный срок исчисляется заново со дня передачи товара потребителю. | Статья 20. |
| Имущественная ответственность за вред, причиненный недостатками товара, сроки возмещения | | |
| 3 | Вред, причиненный потребителю, подлежит возмещению в течение установленного срока службы или срока годности товара (работы). Если сроки годности или службы не установлены, то вред подлежит возмещению в случае его причинения в течение десяти лет со дня передачи товара (работы) потребителю, а если день передачи установить невозможно, с даты изготовления товара (окончания выполнения работы). | Статья 13. |

При нарушении сроков выполнения услуг (работ) исполнителем потребитель может назначить новый срок и потребовать уменьшение цены, а также поручить работы третьим лицам за разумную цену или выполнить ее своими силами и потребовать от исполнителя возмещения понесенных расходов. При нарушении установленных сроков начала и

окончания выполнения работы исполнитель уплачивает потребителю за каждый день (час, если срок определен в часах) просрочки неустойку (пеню) в размере трех процентов цены выполнения работы (оказания услуги), а если цена выполнения работы (оказания услуги) договором о выполнении работ (оказании услуг) не определена - общей цены заказа.

За нарушение сроков устранение недостатков товара изготовителем (продавцом), замены товара ненадлежащего качества, удовлетворения отдельных требований потребителей сроков, а также за невыполнение (задержку выполнения) требования потребителя о предоставлении ему на период ремонта (замены) аналогичного товара продавец (изготовитель) или организация, выполняющая функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним, допустившие такие нарушения, уплачивают потребителю за каждый день просрочки неустойку (пеню) в размере одного процента цены товара.

**Права потребителей при дистанционной продаже товаров** регулируются статьей 24.1 «Дистанционный способ продажи товаров» Закона Кыргызской Республики «О защите прав потребителей». К дистанционным способам продажи товаров относится продажа товаров в рамках электронной торговли. В целях регулирования правовых отношений в рамках электронной торговли в Кыргызской Республике принят Закон Кыргызской Республики от 22 декабря 2021 года № 154 «Об электронной торговле» (в ред. от 26 июня 2023 года № 128) [58].

Отдельные аспекты, связанные с электронной торговлей, регулируются Законом Кыргызской Республики от 14 апреля 2008 года № 58 «Об информации персонального характера», Законом Кыргызской Республики от 19 июля 2017 года № 127 «Об электронном управлении», постановлением Правительства Кыргызской Республики от 21 ноября 2017 года № 759 «Об утверждении Порядка получения согласия субъекта персональных данных на сбор и обработку его персональных данных, порядка и формы уведомления субъектов персональных данных о передаче их персональных данных третьей стороне», постановлением Правительства Кыргызской Республики от 21 ноября 2017 года № 760 «Об утверждении Требований к обеспечению безопасности и защите персональных данных при их обработке в информационных системах персональных данных, исполнение которых обеспечивает установленные уровни защищенности персональных данных» и др. [59].

Основная задача для дальнейшего развития электронной торговли – обеспечение доверия клиентов к интернет-сервисам и магазинам, а также создание доступных средств платежей и способов доставки (логистика). Увеличение объема дистанционной торговли, который отмечается в Кыргызской Республике, в основном, достигнут за счет покупок, которые граждане совершают в интернет-магазинах, зарегистрированных в Российской Федерации и Республике Казахстан, в связи с чем, возникает необходимость совместного

решения вопросов, касающихся защиты прав потребителей от недобросовестных поставщиков товаров (работ, услуг) осуществляющих деятельность в других государствах. В настоящее время в Кыргызской Республике проводится изучение вопросов, касающихся урегулирования споров, возникающих при трансграничных потребительских сделках [59].

В действующей редакции Закона «О защите прав потребителей» Статье 24 1. «Дистанционный способ продажи товаров» изложены правовые основы регулирования дистанционной продажи товаров, в том числе посредством интернета.

В Законе Кыргызской Республики от 22 декабря 2021 года № 154 Об электронной торговле (В редакции Закона Кыргызской Республики от 26 июня 2023 года № 128) предусмотрены принципы электронной торговли, а также права потребителя в электронной сделке:

1) получение полной и достоверной информации о предлагаемых для приобретения товарах и/или услугах и на их свободный выбор;

2) защиту своих прав в соответствии с законодательством Кыргызской Республики в сфере защиты прав потребителей;

3) возврат/отказ от товара.

Кроме того, перечислены обязанности оператора, например, 1. Оператор торговой платформы обязан:

- принять меры в случае поступления запроса от уполномоченного органа или покупателя, содержащего факты недобросовестного поведения продавца на торговой платформе;

- разработать и разместить на электронной странице политику предоставления услуг на торговой платформе, включая обеспечение качества товара и обслуживания; защиту интересов потребителей и информации персонального и коммерческого характера и др.;

- извещать об изменениях в политике предоставления услуг торговой платформы в срок не менее чем за 30 календарных дней;

- разграничивать свою торговую деятельность от деятельности продавцов на торговой платформе и тем самым не вводить в заблуждение покупателей;

- предоставлять возможность поиска товаров или услуг, сортированных по цене, объему продаж, рейтингу товара или продавца на торговой платформе или в соответствии с другими критериями;

- отмечать товары или услуги, занимающие определенное место в результате оплаты услуги по продвижению, пометкой "реклама";

- оказывать содействие участникам электронной сделки в защите их прав и интересов;

- предоставлять договоры и историю операций по требованию участников электронной сделки;

- размещать информацию о порядке подачи и рассмотрения жалобы заявителя;

- обеспечивать возможность подачи жалобы в электронной форме и получения заявителем информации о результатах рассмотрения жалобы и другие.

**Права потребителей при приобретении технически сложных товаров** определены статьей 17 Закона «О защите прав потребителей». Покупатель вправе по своему выбору потребовать замены на товар аналогичной марки (модели, артикула), расторжения договора купли-продажи, возврата уплаченной за товар денежной суммы, возвратив продавцу товар ненадлежащего качества, а также полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества. Требования потребителя рассматриваются при предъявлении потребителем товарного или кассового чека или документа, подтверждающего уплату товара в безналичной форме, а в отношении товаров, на которые установлены гарантийные сроки, - технического паспорта или иного заменяющего его документа.

Продавец (изготовитель) или организация, выполняющая функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним, обязаны принять товар ненадлежащего качества у потребителя, а в случае необходимости - провести проверку качества товара.

При возникновении спора о причинах возникновения недостатков товара продавец (изготовитель) или организация, выполняющая функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним, обязаны провести экспертизу товара за свой счет. Экспертиза товаров (работ, услуг) проводится для технически сложных товаров (работ, услуг) - в течение одного месяца со дня поступления дела на экспертизу. Потребитель вправе присутствовать при проведении экспертизы товара, оспорить заключение такой экспертизы в судебном порядке.

Доставка крупногабаритного товара и товара весом более пяти килограммов для ремонта, уценки, замены и возврат их потребителю осуществляются силами и за счет продавца (изготовителя) или организации, выполняющей функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним. В случае неисполнения данной обязанности, а также при отсутствии продавца (изготовителя) или организации, выполняющей функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним, в месте нахождения потребителя доставка и возврат указанных товаров могут осуществляться потребителем. При этом продавец (изготовитель) или организация, выполняющая функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним, обязаны возместить расходы потребителю, связанные с доставкой и возвратом указанных товаров» [51].

**Механизмы обеспечения защиты прав потребителей.** Уполномоченным органом в сфере обеспечения прав потребителей в Кыргызской Республике является Служба антимонопольного регулирования при Министерстве экономики и коммерции Кыргызской Республики. Согласно п.2 Положения «О Службе антимонопольного регулирования при Министерстве экономики и коммерции Кыргызской Республики» (утв. постановлением Кабинета Министров Кыргызской Республики от 10 декабря 2021 года № 300), «Служба является правопреемником Государственного агентства антимонопольного регулирования при Министерстве экономики и финансов Кыргызской Республики». Служба антимонопольного регулирования выполняет функции по реализации отраслевой политики, функции регулирования, координации и контроля, а также функции поддержки, в частности проводит информационно-разъяснительную работу в средствах массовой информации по принятым решениям, нормативным правовым актам, по вопросам, отнесенным к компетенции Службы, оказывает консультации, проводит практические курсы и семинары по вопросам применения норм законодательства Кыргызской Республики о защите прав потребителей, осуществляет взаимодействие с общественными организациями (ассоциациями), в том числе по вопросам защиты прав потребителей и др. В структуру Службы входят центральный аппарат и территориальные подразделения.

Уполномоченный орган вносит предложения в Кабинет Министров Кыргызской Республики по основным направлениям государственной политики в сфере защиты прав потребителей; осуществляет межотраслевую координацию деятельности; проводит полугодовой, годовой анализ жалоб потребителей и ежегодный анализ деятельности; формирует, ведет и использует единый реестр общественных объединений потребителей и др. Служба антимонопольного регулирования имеет право обращаться в суды с исками и заявлениями, а также участвовать в судебных заседаниях при рассмотрении дел, связанных с нарушением законодательства о защите прав потребителей.

Органы местного самоуправления рассматривают жалобы потребителей, консультируют их по вопросам защиты прав потребителей; анализируют договоры и выявляют условия, ущемляющие права потребителей; при выявлении товаров (работ, услуг) ненадлежащего качества, а также опасных для жизни, здоровья, имущества потребителей передают материалы в контрольные органы; при продаже товаров (выполнения работ, оказания услуг), не сопровождающихся достоверной и достаточной информацией, или с просроченными сроками годности, или без сроков годности, если установление этих сроков обязательно, приостанавливают продажу товаров (выполнение работ, оказание услуг) до предоставления информации или прекращать продажу товаров

(выполнение работ, оказание услуг); обращаются в суды в защиту прав потребителей (неопределенного круга потребителей).

Общественные объединения потребителей вправе: участвовать в разработке проектов технических регламентов, устанавливающих обязательные требования к безопасности товаров (работ, услуг), иных нормативных правовых актов, регулирующих отношения в области защиты прав потребителей; проводить независимую экспертизу качества и безопасности товаров (работ, услуг) (по заказам в соответствующие организации или при наличии собственных лабораторий при условии их аккредитации на техническую компетентность соответствующими органами государственного управления); проверять соблюдение прав потребителей и правил торгового, бытового и иных видов обслуживания потребителей, участвовать по поручению потребителей при проведении экспертиз по фактам нарушения прав потребителей; вносить в органы государственного управления, организации предложения по повышению качества товаров (работ, услуг), снятию с производства, изъятию из оборота товаров (работ, услуг), опасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды; участвовать совместно с органами государственного управления в осуществлении контроля за применением регулируемых цен, проводить независимую экспертизу тарифов, устанавливаемых государственными органами на услуги, оказываемые населению (потребителям); вносить в органы прокуратуры и органы государственного управления материалы о привлечении к ответственности лиц, виновных в выпуске и реализации товаров (выполнении работ, оказании услуг), не соответствующих установленным требованиям к безопасности и качеству товаров (работ, услуг), а также в нарушении прав потребителей, установленных законами или иными нормативными правовыми актами Кыргызской Республики; обращаться в органы прокуратуры с просьбами о внесении протестов о признании недействительными актов органов государственного управления и актов органов местного самоуправления, противоречащих законам, регулирующим отношения в области защиты прав потребителей; обращаться в суды в защиту прав потребителей (неопределенного круга потребителей).

В Кыргызской Республике функционируют следующие общественные объединения потребителей: ОО «Кыргызтрансконтроль»; Ассоциация по защите прав потребителей «Айкын»; Общественное объединение «Гуманитарный центр «Ньюмен»; Общественное объединение защиты прав потребителей «Юстин» [60].

Результаты двух социологических исследований показали, что 18% опрошенных респондентов (при первом исследовании) и 24% (при втором исследовании) считают, что законодательство в области защиты прав потребителей вполне отвечает всем ожиданиям,

47 % (при первом исследовании) и 56% (при втором исследовании) ответили, что законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки.

Несмотря на большое количество внесенных изменений в Закон Кыргызской Республики о защите прав потребителей и принятых правовых актов, направленных на реализацию закона, 51 % опрошенных респондентов (при первом исследовании) и 54 % (при втором исследовании) отметили, что ситуация в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет осталась на прежнем уровне, не изменилась.

### 7.5 Анализ общности и различий законодательства и применяемых механизмов обеспечения защиты прав потребителей в Российской Федерации

Реализация государственной политики по защите прав потребителей в Российской Федерации осуществляется в соответствии с национальным законодательством, включающим такие документы как:

- Конституция РФ от 12.12.1993;
- Гражданский кодекс №14-ФЗ (часть вторая) от 26.01.1996;
- Закон Российской Федерации от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей»;
- Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ;
- Федеральный закон от 28.12.2009 «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» №381-ФЗ;
- Федеральный закон от 26.07.2006 «О защите конкуренции» №135-ФЗ;
- Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 №463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену…»;
- Постановление Правительства РФ от 10.11.2011 №924 «Об утверждении перечня технически сложных товаров»;

- иные нормативные правовые акты в зависимости от сферы регулирования и применения (торговля, общественное питание, транспортные услуги, услуги связи, коммунальные услуги, медицинские услуги и др.).

Анализ динамики внесения изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» представлен в таблице 7.15.

Таблица 7.14 – Характеристика изменений в Законе Российской Федерации от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей» [61]

| № | Дата внесения изменений | Краткая характеристика изменений | Статус изменения |
|---|---|---|---|
| 1 | 04.08.2023 | **Статья 40. Федеральный государственный контроль (надзор) в области защиты прав потребителей**<br>Законодатель обязал продавцов и владельцев агрегаторов соблюдать требования к маркировке товаров средствами идентификации, к передаче информации в государственную информационную систему мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации | действует |
| 2 | 05.12.2022 | **Статья 7. Право потребителя на безопасность товара (работы, услуги)**<br>Не допускается продажа товара, в том числе импортного товара, содержащего информацию, за распространение которой предусмотрена административная или уголовная ответственность. | действует |
| 3 | 14.07.2022 | **Статья 4. Качество товара (работы, услуги)**<br>Пункт 4.1 статьи дополнен необходимостью обеспечить включение в предварительно установленные программы для ЭВМ (на отдельных видах технически сложных товаров) единого магазина приложений (для поиска, просмотра и приобретения программ). Принципы функционирования единого магазина приложений и перечень программ, размещаемых в магазине, утверждает федеральный орган исполнительной власти.<br>**Статья 16. Недопустимые условия договора, ущемляющие права потребителя, запреты и обязанности, налагаемые на продавца (исполнителя, владельца агрегатора)**<br>Введено понятие "недопустимого условия договора". Списком перечислены недопустимые условия договора, нарушающие права потребителей. Если включение в договор условий, ущемляющих права потребителя, повлекло причинение убытков потребителю, то они подлежат возмещению в полном объеме. Организация не может отказаться от заключения или исполнения договора, если потребитель не предоставляет свои персональные данные. Если потребителю отказали в продаже товара/услуги из-за отказа подавать избыточную инфо о ПД, то он вправе потребовать обоснований письменно - ответ в течение 10 дней, устно - ответ незамедлительно. | действует |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 4 | 11.06.2021 | **Статья 3. Право потребителей на просвещение в области защиты прав потребителей**<br>Уточняются права потребителя на просвещение путем формирования и ведения открытого и общедоступного государственного информационного ресурса в области защиты прав потребителей, качества и безопасности товаров (работ, услуг).<br>**Статья 16.1. Формы и порядок оплаты при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг)**<br>Обязательство обеспечить возможность оплаты товаров с использованием национальных платежных инструментов распространяется на продавца (исполнителя, владельца агрегатора), у которого выручка от реализации товаров за предшествующий календарный год превышает 20 миллионов рублей.<br>**Статья 40. Федеральный государственный контроль (надзор) в области защиты прав потребителей**<br>Детализирован предмет надзора (в т.ч. соблюдение требований ЕАС). Организация надзора. Положение о надзоре. Орган надзора.<br>**Статья 42.1. Полномочия высших исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации в области защиты прав потребителей**<br>Орган государственного надзора утверждает методические рекомендации по разработке и реализации региональных и муниципальных программ по защите прав потребителей. | действует |
| 5 | 22.12.2020 | **Статья 4. Качество товара (работы, услуги)**<br>Пункт 4.1 обязывает продавца передать потребителю отдельные виды технически сложных товаров, оснащенные предустановленными программами (в т.ч. поисковыми системами по умолчанию), страной происхождения которых является РФ или другие государства-члены ЕЭС. Перечень технически сложных товаров, перечень программ и принципы их функционирования определяет Правительство РФ. | действует |
| 6 | 08.12.2020 | **Статья 2. Международные договоры Российской Федерации.**<br>Решения межгосударственных органов, принятые на основании положений международных договоров РФ в их истолковании, противоречащем Конституции РФ, не подлежат исполнению в РФ. Такое противоречие может быть установлено в порядке, определенном федеральным конституционным законом." | действует |
| 7 | 31.07.2020 | **Статья 16.1. Формы и порядок оплаты при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг)**<br>К продавцу (исполнителю) добавлен владелец агрегатора в случае использования в своей деятельности наличных расчетов с потребителем | действует |
| 8 | 24.04.2020 | **Статья 1. Правовое регулирование отношений в области защиты прав потребителей**<br>Статья распространяет право Правительства РФ издавать правила, обязательные при заключении и исполнении публичных договоров, на "владельца агрегатора". | действует |
| 9 | 18.07.2019 | **Статья 40. Федеральный государственный надзор в области защиты прав потребителей**<br>"Неопределенный круг потребителей" заменен на "отдельных потребителей (группы потребителей, неопределенного круга потребителей)" | действует |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 10 | 18.03.2019 | **Статья 40. Федеральный государственный надзор в области защиты прав потребителей**<br>Орган государственного надзора утверждает методические рекомендации по разработке и реализации региональных и муниципальных программ по защите прав потребителей.<br>**Статья 42.1. Полномочия высших исполнительных органов государственной власти субъектов РФ в области защиты прав потребителей**<br>В целях содействия защите прав потребителей органы исполнительной власти субъектов РФ разрабатывают региональные программы по защите прав потребителей и оказывают содействие органам местного самоуправления и общественным объединениям потребителей (их ассоциациям, союзам) в осуществлении ими защиты прав потребителей.<br>**Статья 42.3. Подача и рассмотрение обращений потребителей**<br>Обращение потребителя может быть направлено в письменной форме на бумажном носителе или в электронной форме. Перечислены способы подачи обращения: по почте, через Интернет (сайт, единый портал государственных или муниципальных услуг) или при личном приеме.<br>**Статья 44. Осуществление защиты прав потребителей органами местного самоуправления**<br>Введено понятие "обращения" вместо "жалоб". Органы местного самоуправления вправе разрабатывать муниципальные программы по защите прав потребителей. | действует |
| 11 | 29.07.2018 | **Статья 8. Право потребителя на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце) и о товарах (работах, услугах)**<br>Уполномоченная организация или ИП по требованию потребителя обязаны предоставить подтверждение своих полномочий, вытекающих из заключенного ими договора с изготовителем (продавцом).<br>**Статья 9. Информация об изготовителе (исполнителе, продавце, владельце агрегатора)**<br>Статья вводит в обязанность исполнителя (продавца), владельца агрегатора доводить до сведения потребителя информацию об уполномоченной организации или ИП, о себе и продавце (исполнителе), а также об изменениях в информации. Приведена информация, подлежащая доведению и способ доведения: владелец агрегатора размещает ее на своих сайтах или в виде ссылок на сайт продавца (исполнителя) в сети Интернет. Продавец уведомляет владельца агрегатора об изменениях в информации в течение 1 дня после изменения на сайте, агрегатор обязан изменить информацию в течение 1 рабочего дня.<br>**Статья 12. Ответственность изготовителя (исполнителя, продавца, владельца агрегатора) за ненадлежащую информацию о товаре (работе, услуге)**<br>Введена ответственность владельца агрегатора за убытки потребителя, возникшие из-за недостоверной/неполной информации о товаре/услуге. Закрепляется право потребителя запросить возврат предоплаты. Перечислены условия удовлетворения такого требования и условия отказа. | действует |

Окончание таблицы 7.14

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | **Статья 40. Федеральный государственный надзор в области защиты прав потребителей**<br>Пункт, перечисляющий подлежащих федеральному государственному надзору в области защиты прав потребителей, был дополнен понятием "владельцами агрегаторов".<br>**Статья 41. Обязанность изготовителя (исполнителя, продавца, уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера, владельца агрегатора) по предоставлению информации органу государственного надзора**<br>Круг обязанных предоставить информацию по требованию представителя органа государственного надзора был расширен путем добавления понятием "владельца агрегатора". | |
| 12 | 04.06.2018 | **Статья 17. Судебная защита прав потребителей**<br>Защита прав потребителей услуг, оказываемых финансовыми организациями, организующими взаимодействие с уполномоченным по правам потребителей финансовых услуг в соответствии с ФЗ "Об уполномоченном по правам потребителей финансовых услуг", осуществляется с особенностями, установленными указанным ФЗ. | действует |
| 13 | 18.04.2018 | **Статья 40. Федеральный государственный надзор в области защиты прав потребителей**<br>Статья дополнена п.3.1 о возможности проведении контрольных закупок органами государственного надзора. | действует |
| 14 | 01.05.2017 | **Статья 16.1 Формы и порядок оплаты при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг)**<br>Указаны условия, при которых продавец освобождается от обязанности обеспечить возможность оплаты товаров (работ, услуг): выручка менее 5 млн за предыдущий год или размещение в месте без доступа к сети Интернет. | действует |
| 15 | 13.07.2015 | **Статья 42.2. Передача осуществления полномочий органа государственного надзора органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации**<br>Введено право передачи полномочий органа государственного надзора по осуществлению федерального государственного надзора в области защиты прав потребителей для осуществления органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации. | действует |

Анализ динамики изменений в Закон РФ «О защите прав потребителей» показал, что наибольшие преобразования внесены в статьи 4, 16, 16.1, 40 и 42. Таким образом, актуализированы права потребителей на:

- получение качественных товаров (работ, услуг), в т.ч. цифровых;

- выбор формы оплаты товаров (работ, услуг);

- достоверную информацию об изготовителе (исполнителе, продавце) и о товарах (работах, услугах);

- доступность информации об изготовителе (исполнителе, продавце);

- выбор вида требований при приобретении товара (услуги) ненадлежащего качества.

- подачу обращений в органы государственного надзора посредством сети Интернет, через МФЦ;

- на просвещение (консультирование);

- на защиту прав потребителей разными уровнями органов власти в случае нарушения их прав.

Учитывая бурный рост пользователей и спрос на различные виды электронных устройств, статья 4 «Качество товара (работы, услуги)» Закона РФ «О защите прав потребителей» дополнена требованием для технически сложных товаров о наличии предустановленных программ (в т.ч. для доступа и поиска в Интернете), страной происхождения которых является РФ или другие страны ЕЭС. С 2022 статья 4 дополнена требование о наличии единого магазина приложений в качестве предустановленной программы. Предварительная установка программ, приложений и поисковых систем, произведенных в РФ или других странах ЕЭС, позволяет решать задачу импортозамещения и развития цифровых продуктов и услуг, повышения их конкурентоспособности.

Существенные изменения претерпела статья 16 «Недопустимые условия договора, ущемляющие права потребителя, запреты и обязанности, налагаемые на продавца (исполнителя, владельца агрегатора)», в которой детально перечислены недопустимые условия договора:

1) условия, которые предоставляют продавцу (изготовителю, исполнителю, уполномоченной организации или уполномоченному индивидуальному предпринимателю, импортеру, владельцу агрегатора) право на односторонний отказ от исполнения обязательства или одностороннее изменение условий обязательства (предмета, цены, срока и иных согласованных с потребителем условий если иное не предусмотрено законом;

2) условия, которые ограничивают право потребителя на свободный выбор территориальной подсудности споров;

3) условия, которые устанавливают для потребителя штрафные санкции или иные обязанности, препятствующие свободной реализации права на отказ от исполнения договора;

4) условия, которые исключают или ограничивают ответственность продавца (изготовителя, исполнителя, уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера, владельца агрегатора) за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по основаниям, не предусмотренным законом;

5) условия, которые обусловливают приобретение одних товаров (работ, услуг) обязательным приобретением иных товаров (работ, услуг), в том числе предусматривают обязательное заключение иных договоров, если иное не предусмотрено законом;

6) условия, которые предусматривают выполнение дополнительных работ (оказание дополнительных услуг) за плату без получения согласия потребителя;

7) условия, которые ограничивают право потребителя на выбор способа и формы оплаты товаров (работ, услуг);

8) условия, которые содержат основания досрочного расторжения договора по требованию продавца (исполнителя, владельца агрегатора), не предусмотренные законом;

9) условия, которые уменьшают размер законной неустойки;

10) условия, которые ограничивают право выбора вида требований, при обнаружении недостатков в товаре или услуге, которые могут быть предъявлены продавцу (изготовителю, исполнителю, уполномоченной организации или уполномоченному индивидуальному предпринимателю, импортеру);

11) условия, которые устанавливают обязательный досудебный порядок рассмотрения споров, если такой порядок не предусмотрен законом;

12) условия, которые устанавливают для потребителя обязанность по доказыванию определенных обстоятельств, бремя доказывания которых законом не возложено на потребителя;

13) условия, которые ограничивают потребителя в средствах и способах защиты нарушенных прав;

14) условия, которые ставят удовлетворение требований потребителей в отношении товаров (работ, услуг) с недостатками в зависимость от условий, не связанных с недостатками товаров (работ, услуг);

15) иные условия, нарушающие правила, установленные международными договорами Российской Федерации, законами и иными нормативными правовыми актами РФ [61].

Также обновления в статье 16 предусматривает возмещение в полном объеме убытков потребителю, если к ним привело включение в договор условий, ущемляющих права потребителя. Организация не может отказаться от заключения или исполнения договора, если потребитель не предоставляет свои персональные данные. Если потребителю отказали в продаже товара/услуги из-за отказа подавать избыточную инфо о персональных данных, то он вправе потребовать обоснований письменно - ответ в течение 10 дней, если устно - ответ незамедлительно.

Обновление статьи 16 в Законе РФ «О защите прав потребителей» соответствует Рекомендациям коллегии ЕЭК № 42 от 8 ноября 2022 года (пункт 4 приложения), которая указывает на необходимость нормативного закрепления перечня недопустимых

(ущемляющих права потребителей) условий договора в целях усиления гарантий защиты прав потребителей.

В 2023 году в Закон о защите прав потребителей РФ введено требование, обязывающее продавцов и владельцев агрегаторов выполнять требований маркировки средствами обязательной идентификации и передавать информацию в государственную информационную систему мониторинга товаров (ГИС МТ), подлежащих обязательной маркировке. Эта мера позволяет обеспечить идентификацию, прослеживаемость товаров, а значит направлена на реализацию право потребителей на безопасность товаров.

Часть вопросов, касающихся защиты прав потребителей, рассмотрены во второй части Гражданского кодекса Российской Федерации (ГК РФ) от 26 января 1996 года №14-ФЗ. В изменениях Гражданского кодекса РФ от 18.03.2019 нашли отражение и закрепление в качестве правовой нормы распространение практики предоставления электронных чеков о продаже товаров, оказании работ или услуг. К критериям публичной оферты добавлены условия демонстрации товаров, их образцов или предоставления информации через сеть Интернет.

По итогам 2020 года сокращено на 33% количество обязательных требований и принято новое нормативное регулирование во всех сферах общественных отношений. В рамках «регуляторной гильотины» было отменено 20 постановлений Правительства в сфере защиты прав потребителей (постановление Правительства РФ от 11 июля 2020 г. № 1036 «О признании утратившими силу нормативных правовых актов и отдельных положений нормативных правовых актов Правительства Российской Федерации, об отмене нормативных правовых актов федеральных органов исполнительной власти, содержащих обязательные требования, соблюдение которых оценивается при проведении мероприятий по контролю при осуществлении федерального государственного надзора в области защиты прав потребителей») [62].

Постановление Правительства РФ №2463 от 31.12.2020 утвердило новые Правила продажи товаров, распространяющиеся на основные сферы розничной торговли, а именно продажу отдельных видов товаров, продажу товаров дистанционным способом, комиссионную продажу и продажу товаров по образцам. Этот документ заменил ряд ранее действовавших документов, в части торговли товарами и услугами.

Новые Правила не допускают ограничение прав потребителей на поиск и получение любой информации в любых формах из любых источников, в том числе путем фотографирования товара, таким образом законодательно закрепляется право потребителя фотографировать товары и ценники. И внутренние запреты торговых объектов на фотосъемку не являются более легитимными. В документе установлены следующие

обязанности продавца: направлять ответ клиенту в отношении заявленных требований, предоставлять по просьбе покупателя товарный чек в дополнение к кассовому, если в нем не отражены индивидуализирующие признаки товаров (название, артикул, модель), при осуществлении торговли с помощью вендинговых автоматов продавец обязан довести до покупателя помимо данных о продавце, также правила пользования вендинговым аппаратом и порядок возврата денежных средств, уплаченных за товар, если аппарат не выдал его потребителю. При покупке товаров в интернет-магазинах теперь предусмотрено новое правило (п. 14 Правил продажи), согласно которому продавец предоставляет потребителю подтверждение заключения договора розничной купли-продажи после получения сообщения потребителя о намерении заключить договор розничной купли-продажи. Подтверждение должно содержать номер заказа, который позволяет потребителю получить информацию о заключенном договоре розничной купли-продажи и его условиях. При доставке товара, приобретенного дистанционно, он передается потребителю по указанному им адресу, а при отсутствии потребителя – любому лицу, предъявившему информацию о номере заказа. Таким образом, родственникам или совместно проживающим с потребителем лицам не требуется предъявление доверенности, паспорта или иных документов. Однако договором могут быть предусмотрены более строгие правила (например, при доставке дорогостоящих товаров).

При этом указаны и новые права продавца: при продаже ювелирных изделий из драгоценных металлов или драгоценных камней можно ограничиться только выдачей кассового чека, прописана возможность не предоставлять по требованию потребителя книгу жалоб и предложений, товарно-сопроводительную документацию. Новые Правила продажи допускают, что расходы на возврат товара надлежащего качества не всегда несет потребитель, так как договором могут быть установлены ситуации, когда потребитель освобожден от оплаты доставки товара продавцу. При этом возврат некачественного товара всегда производится за счет продавца.

Также в рамках «регуляторной гильотины» были приняты новые «Правила оказания услуг общественного питания», утвержденные Постановлением Правительства РФ от 21 сентября 2020 г. № 1515, направленные на защиту прав потребителей услуг общественного питания. Новые Правила включают требования относительно установления цен на услуги общественного питания: цена на услуги общественного питания должна определяться стоимостью продукции, указанной в меню (прейскуранте). Потребитель должен выбирать дополнительные услуги сознательно. При этом услуги, без которых невозможно осуществить услугу общественного питания (сервировка столика, подача блюд и напитков и т.д.) уже входят в стоимость блюд и напитков по прейскуранту. Дополнительные услуги

потребитель выбирает сам на основании полной и достоверной информации и вправе от них отказаться по своему выбору. Чаевые являются добровольными и не ограничены в размере, по согласованию с потребителем они могут быть включены в счет.

Отметим, что в 2023 обновлен ГОСТ Р 51303–2023 «Торговля. Термины и определения», введенный взамен версии 2013 года. В документе уточнены понятия рынок, оптовый продовольственный рынок и организатор оптового продовольственного рынка.

Для защиты прав потребителей в сфере предоставления кредитно-финансовых услуг был принят Федеральный закон №123-ФЗ от 04.06.2018 «Об уполномоченном по правам потребителей финансовых услуг». Закон устанавливает должность уполномоченного по правам потребителей финансовых услуг, определяет его правовой статус, порядок досудебного урегулирования споров между потребителями и финансовыми организациями с помощью уполномоченного и процедуру взаимодействия финансовых уполномоченных и финансовых организаций. Контроль и надзор за деятельностью финансового уполномоченного осуществляется Банком России. Результаты работы финансовых уполномоченных попадают под мониторинг Роспотребнадзора и находят свое отражение в ежегодном Государственном докладе «О защите прав потребителей», подготовка которого осуществляется в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 5 апреля 2012 г. №283 «О государственном докладе о защите прав потребителей в Российской Федерации» [63].

Таким образом, изменения в правовые акты Российской Федерации учитывают динамику развития рынка, акцент на цифровизацию экономики, а также предпочтения потребителей, они направлены на гармонизацию и сближение национального законодательства о защите прав потребителей с нормами международного права ЕАЭС, что является ключевым фактором для создания общего рынка товаров (работ, услуг) и гарантией соблюдения прав потребителей государств-членов Союза.

**Права потребителей, установленные Законом РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей».** Реестр прав потребителей Российской Федерации представлен в таблице 7.16.

Таблица 7.16 – Реестр прав потребителей, установленных Законом РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей [61]

| № п/п | Права потребителей | Краткая характеристика | Ссылка на статью Закона |
|---|---|---|---|
| 1. | Право на просвещение в области защиты прав потребителей | Обеспечивается посредством включения соответствующих требований в федеральные государственные образовательные стандарты и образовательные программы, а также посредством организации системы информации потребителей об их правах и о необходимых действиях по защите этих прав. | Статья 3 |
| 2. | Право потребителя на возмещение вреда, полученного вследствие непредоставления полной и достоверной информации | При причинении вреда жизни, здоровью и имуществу потребителя вследствие непредоставления ему полной и достоверной информации о товаре (работе, услуге) потребитель вправе потребовать возмещения такого вреда в порядке, предусмотренном Законом РФ, в том числе полного возмещения убытков, причиненных природным объектам, находящимся в собственности (владении) потребителя. При рассмотрении требований потребителя о возмещении убытков, причиненных недостоверной или недостаточно полной информацией о товаре (работе, услуге), необходимо исходить из предположения об отсутствии у потребителя специальных познаний о свойствах и характеристиках товара (работы, услуги). | Статья 13 |
| 3. | Право потребителя потребовать возмещения вреда, причиненного жизни, здоровью или имуществу вследствие недостатков товара (работы, услуги) | Вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя вследствие конструктивных, производственных, рецептурных или иных недостатков товара (работы, услуги), подлежит возмещению в полном объеме.<br>Право требовать возмещения вреда, причиненного вследствие недостатков товара (работы, услуги), признается за любым потерпевшим независимо от того, состоял он в договорных отношениях с продавцом (исполнителем) или нет.<br>Вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя, подлежит возмещению, если вред причинен в течение установленного срока службы или срока годности товара (работы). | Статья 14 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 4. | Право потребителей на судебную защиту | Защита прав потребителей органами местного самоуправления осуществляется в соответствии с Законом Республики Армения «О местном самоуправлении». Иски в суды о признании действий изготовителей (продавцов, исполнителей) противоправными в отношении неопределенного круга потребителей и о прекращении этих действий могут предъявлять лица, установленные законодательством Республики Армения.<br>Защита прав потребителей осуществляется судом. Защита прав потребителей услуг, оказываемых финансовыми организациями, организующими взаимодействие с уполномоченным по правам потребителей финансовых услуг в соответствии с Федеральным законом "Об уполномоченном по правам потребителей финансовых услуг", осуществляется с особенностями, установленными указанным Федеральным законом.<br>Орган государственного надзора, органы местного самоуправления, общественные объединения потребителей (их ассоциации, союзы) вправе предъявлять иски в суды о прекращении противоправных действий изготовителя (исполнителя, продавца, уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера) в отношении неопределенного круга потребителей. | Статья 17<br>Статья 45<br>Статья 46 |
| 5. | Право на государственную защиту | Организация и осуществление федерального государственного контроля (надзора) в области защиты прав потребителей регулируются Федеральным законом от 31 июля 2020 года N 248-ФЗ "О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации".<br>Орган государственного надзора вправе обращаться в суд с заявлениями в защиту прав потребителей и законных интересов отдельных потребителей (группы потребителей, неопределенного круга потребителей).<br>Высший исполнительный орган государственной власти соответствующего субъекта Российской Федерации осуществляет мероприятия по реализации, обеспечению и защите прав потребителей и в пределах своих полномочий принимает определенные меры.<br>В целях защиты прав потребителей на территории муниципального образования органы местного самоуправления вправе:<br>рассматривать обращения потребителей, консультировать их по вопросам защиты прав потребителей, обращаться в суды в защиту прав потребителей (неопределенного круга потребителей), разрабатывать муниципальные программы по защите прав потребителей. | Статья 40<br>Статья 42.1<br>Статья 44 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 6. | Право потребителей на общественные объединения | Граждане вправе объединяться на добровольной основе в общественные объединения потребителей (их ассоциации, союзы), которые осуществляют свою деятельность в соответствии с уставами указанных объединений (их ассоциаций, союзов) и законодательством Российской Федерации. | Статья 45 |
| Права в отношении товаров | | | |
| 7. | Право на надлежащее качество товара | Продавец (исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), качество которого соответствует договору. | Статья 4 |
| 8. | Права потребителя при обнаружении в товаре недостатков | Потребитель в случае обнаружения в товаре недостатков, если они не были оговорены продавцом, по своему выбору вправе: потребовать замены на товар этой же марки (этих же модели и (или) артикула); потребовать замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены; потребовать соразмерного уменьшения покупной цены; потребовать незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление потребителем или третьим лицом; отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за товар суммы. По требованию продавца и за его счет потребитель должен возвратить товар с недостатками.<br>Требования потребителя о соразмерном уменьшении покупной цены товара, возмещении расходов на исправление недостатков товара потребителем или третьим лицом, возврате уплаченной за товар денежной суммы, а также требование о возмещении убытков, причиненных потребителю вследствие продажи товара ненадлежащего качества либо предоставления ненадлежащей информации о товаре, подлежат удовлетворению продавцом (изготовителем, уполномоченной организацией или уполномоченным индивидуальным предпринимателем, импортером) в течение десяти дней со дня предъявления соответствующего требования. | Статья 18 |
| 9. | Право потребителя на возмещение убытков, причиненных ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества (ремонт и техническое обслуживание) | Потребитель вправе потребовать полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества. Убытки возмещаются в сроки, установленные настоящим Законом для удовлетворения соответствующих требований потребителя. В отношении технически сложного товара потребитель в случае обнаружения в нем недостатков вправе отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за такой товар суммы либо предъявить требование о его замене на товар этой же марки (модели, артикула) или на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены в течение пятнадцати дней со дня передачи потребителю такого товара. | Статья 18<br><br>Статья 6 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 10. | | Изготовитель обязан обеспечить возможность использования товара в течение его срока службы. Для этой цели изготовитель обеспечивает ремонт и техническое обслуживание товара, а также выпуск и поставку в торговые и ремонтные организации в необходимых для ремонта и технического обслуживания объеме и ассортименте запасных частей в течение срока производства товара и после снятия его с производства в течение срока службы товара, а при отсутствии такого срока в течение десяти лет со дня передачи товара потребителю. | |
| 11. | Право потребителя на безопасность товара | Товар при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации был безопасен для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды, а также не причинял вред имуществу потребителя. | Статья 7 |
| 12. | Право потребителя на информацию об изготовителе (продавце) и о товарах | Потребитель вправе потребовать предоставления необходимой и достоверной информации об изготовителе (продавце), режиме его работы и реализуемых им товарах.<br>Информация в наглядной и доступной форме доводится до сведения потребителей при заключении договоров купли-продажи способами, принятыми в отдельных сферах обслуживания потребителей, на русском языке, а дополнительно, по усмотрению изготовителя (продавца), на государственных языках субъектов Российской Федерации и родных языках народов Российской Федерации. | Статья 8<br>Статья 9<br>Статья 10<br>Статья 11 |
| 13. | Право потребителя на обмен товара надлежащего качества | Потребитель вправе обменять непродовольственный товар надлежащего качества на аналогичный товар у продавца, у которого этот товар был приобретен, если указанный товар не подошел по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру или комплектации.<br>Потребитель имеет право на обмен непродовольственного товара надлежащего качества в течение четырнадцати дней, не считая дня его покупки.<br>Обмен непродовольственного товара надлежащего качества проводится, если указанный товар не был в употреблении, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, фабричные ярлыки, а также имеется товарный чек или кассовый чек либо иной подтверждающий оплату указанного товара документ.<br>Перечень товаров, не подлежащих обмену по основаниям, указанным в настоящей статье, утверждается Правительством Российской Федерации. | Статья 25 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 14. | Право потребителя отказаться от товара при дистанционном способе продажи товара | Потребитель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара - в течение семи дней.<br>В случае, если информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества не была предоставлена в письменной форме в момент доставки товара, потребитель вправе отказаться от товара в течение трех месяцев с момента передачи товара.<br>Возврат товара надлежащего качества возможен в случае, если сохранены его товарный вид, потребительские свойства, а также документ, подтверждающий факт и условия покупки указанного товара. | Статья 26.1 |
| Права в отношении услуг (работ) | | | |
| 14. | Право на надлежащее качество услуги (работы) | Продавец (исполнитель) обязан выполнить работу, оказать услугу, качество которого соответствует договору. | Статья 4 |
| 15. | Права потребителя при обнаружении недостатков выполненной работы (оказанной услуги) | Потребитель при обнаружении недостатков выполненной работы (оказанной услуги) вправе по своему выбору потребовать: безвозмездного устранения недостатков выполненной работы (оказанной услуги); соответствующего уменьшения цены выполненной работы (оказанной услуги); безвозмездного изготовления другой вещи из однородного материала такого же качества или повторного выполнения работы. При этом потребитель обязан возвратить ранее переданную ему исполнителем вещь; возмещения понесенных им расходов по устранению недостатков выполненной работы (оказанной услуги) своими силами или третьими лицами.<br>Потребитель вправе предъявлять требования, связанные с недостатками выполненной работы (оказанной услуги), если они обнаружены в течение гарантийного срока, а при его отсутствии в разумный срок, в пределах двух лет со дня принятия выполненной работы (оказанной услуги) или пяти лет в отношении недостатков в строении и ином недвижимом имуществе. | Статья 29 |
| 16. | Право потребителя на безопасность услуги (работы) | Работа, услуга при обычных условиях ее использования, хранения, транспортировки и утилизации была безопасна для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды, а также не причиняла вред имуществу потребителя. | Статья 7 |

Окончание таблицы 7.16

| | | | |
|---|---|---|---|
| 17. | Право потребителя на информацию об исполнителе (продавце) и о работах, услугах | Потребитель вправе потребовать предоставления необходимой и достоверной информации об исполнителе (продавце), режиме его работы и реализуемых им работах, услугах. Информация в наглядной и доступной форме доводится до сведения потребителей при заключении договоров о выполнении работ (оказании услуг) способами, принятыми в отдельных сферах обслуживания потребителей, на русском языке, а дополнительно, по усмотрению исполнителя (продавца) на государственных языках субъектов Российской Федерации и родных языках народов Российской Федерации. | Статья 8<br>Статья 9<br>Статья 10<br>Статья 11 |
| 18. | Право потребителя на отказ от исполнения договора о выполнении работ (оказании услуг) | Потребитель вправе отказаться от исполнения договора о выполнении работ (оказании услуг) в любое время при условии оплаты исполнителю фактически понесенных им расходов, связанных с исполнением обязательств по данному договору.<br>Потребитель вправе отказаться от исполнения договора о выполнении работы (оказании услуги) и потребовать полного возмещения убытков, если в установленный указанным договором срок недостатки выполненной работы (оказанной услуги) не устранены исполнителем. Потребитель также вправе отказаться от исполнения договора о выполнении работы (оказании услуги), если им обнаружены существенные недостатки выполненной работы (оказанной услуги) или иные существенные отступления от условий договора. | Статья 29<br>Статья 32 |
| 19. | Право потребителя на возмещение убытков, причиненных ему в связи с недостатками выполненной работы (оказанной услуги) | Потребитель вправе потребовать также полного возмещения убытков, причиненных ему в связи с недостатками выполненной работы (оказанной услуги). Убытки возмещаются в сроки, установленные для удовлетворения соответствующих требований потребителя.<br>Потребитель вправе расторгнуть договор о выполнении работы (оказании услуги) и потребовать полного возмещения убытков, если в установленный указанным договором срок недостатки выполненной работы (оказанной услуги) не устранены исполнителем. Потребитель также вправе расторгнуть договор о выполнении работы (оказании услуги), если им обнаружены существенные недостатки выполненной работы (оказанной услуги) или иные существенные отступления от условий договора. | Статья 27 |

Право потребителей на просвещение в области защиты прав потребителей обеспечивается посредством организации системы информирования потребителей об их правах и о необходимых действиях по их защите. Проведение мероприятий по повышению уровня информированности потребителей, совершенствование инструментов просвещения

является одной из задач национальных уполномоченных органов в сфере защиты прав потребителей. Для повышения уровня информированности потребителей Российской Федерации и своих правах, нормативных документах, мероприятиях, проводимых в сфере защиты прав потребителей создан и введен в действие государственный информационный ресурс в сфере защиты прав потребителей, размещенный в сети Интернет по адресу https://zpp.rospotrebnadzor.ru. Просвещение включено в образовательные программы. Так, например, школьный курс по «Обществознанию» с 6 по 11 классы охватывает общие понятия права, субъективные права (в т.ч. права потребителей и т.д.), способы защиты гражданских прав, финансовую грамотность и другие направления [Концепция преподавания учебного предмета «Обществознание»]. Значимый вклад в просвещение потребителей вносят общественные объединения потребителей в части: проводят разъяснительную и просветительскую работу среди бизнес-сообщества; консультируют и оказывают помощь в составлении исковых заявлений и сопровождении дел в судебном делопроизводстве. Важным направлением является разностороннее информирования граждан о правах потребителей через СМИ и создание медиа-контента, в том числе в социальных сетях.

Право потребителя на качество и безопасность товара (работы, услуги) обеспечивается изготовителем (исполнителем, продавцом), который обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), качество и безопасность которого соответствует договору и требованиям законодательства. В РФ документом стратегического планирования, содержащим цели, задачи и основные направления государственной социально-экономической политики в области обеспечения продовольственной безопасности Российской Федерации является Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации, утвержденная Указом Президента Российской Федерации от 21 января 2020 г. N 20. В Доктрину пунктом 12 введен показатель о соответствии пищевой продукции требованиям законодательства Евразийского экономического союза о техническом регулировании. Этот показатель определяется как «удельный вес всех проб пищевой продукции, не соответствующих обязательным требованиям, в общем объеме исследованных в рамках осуществления государственного контроля (надзора) и мониторинга качества и безопасности пищевой продукции проб пищевой продукции» [64].

31 июля 2020 года Государственной Думой был принят Федеральный закон «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации» №248-ФЗ. Он предусматривает закрепление применения риск-ориентированного подхода, возможности применения альтернативных инструментов регулирования, перечень и

порядок контрольно-надзорных мероприятий, процедуры профилактики и иных мер по предупреждению рисков, порядок привлечения подконтрольных лиц к ответственности и оспаривание действий инспектора. Комплекс мероприятий смещает акцент с надзорного на профилактический риск-ориентированный подход для обеспечения прав потребителей на качество и безопасность пищевой продукции, в соответствии с принятыми требованиями ЕАЭС.

Защита прав потребителей осуществляется различными способами: судом, государственными надзорными органами, органами местного самоуправления и общественными объединениями потребителей (ассоциации, союзы). Иски в суд о защите прав потребителей могут быть предъявлены, в зависимости от выбора истца: по месту нахождения организации, месту жительства или пребывания истца, заключения или исполнения договора. Органы государственного надзора, органы местного самоуправления, общественные объединения потребителей (ассоциации, союзы) вправе предъявлять иски в суды о прекращении противоправных действий изготовителя (исполнителя, продавца) в отношении неопределенного круга потребителей.

Согласно результатам двух социологических исследований, 42% респондентов Российской Федерации (на первом этапе) и 51% респондентов Российской Федерации (на втором этапе) считают, что национальное законодательство в сфере защиты прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки. Наибольшее количество респондентов указали на необходимость совершенствования законодательства в области усиления контроля и наказания за некачественные товары, содействия быстрому урегулированию вопросов, доступности информации о процедуре защиты прав потребителей, а также о процедуре возврата товара (упрощение процедуры, увеличение срока для возврата).

**Порядок и сроки предъявления и удовлетворения претензий потребителей.** Законом РФ «О защите прав потребителей» предусмотрено право потребителя в случае обнаружения недостатков в товаре (ст. 18) или в выполненной работе (оказанной услуге) (ст. 29) обратиться к изготовителю, уполномоченной организации или уполномоченному индивидуальному предпринимателю, импортеру с требованиями об устранение недостатков товара (работы, услуги).

Статья 19 наделяет потребителя правом предъявить требования к продавцу (изготовителю, уполномоченной организации или уполномоченному индивидуальному предпринимателю, импортеру) в отношении недостатков товара, если они обнаружены в течение гарантийного срока или срока годности. В отношении товаров, на которые гарантийные сроки или сроки годности не установлены, потребитель вправе предъявить

указанные требования, если недостатки товаров обнаружены в разумный срок, но в пределах двух лет со дня передачи их потребителю, если более длительные сроки не установлены законом или договором. Если гарантийный срок составляет менее двух лет и недостатки товара обнаружены потребителем по истечении гарантийного срока, но в пределах двух лет, потребитель вправе предъявить продавцу (изготовителю) претензию, если докажет, что недостатки товара возникли до его передачи потребителю или по причинам, возникшим до этого момента.

В тех случаях, когда законом или договором не установлен обязательный досудебный порядок рассмотрения требований потребителя, потребитель может по своему выбору предоставить продавцу товара /исполнителю услуг (работ) возможность добровольно удовлетворить заявленные требования в претензионном порядке.

Важно отметить, что отсутствие у потребителя кассового или товарного чека либо иного документа, удостоверяющих факт и условия покупки товара, не является основанием для отказа в удовлетворении его требований (п. 5 ст. 18).

Несмотря на то что закон не устанавливает требований по форме и содержанию обращения потребителя к продавцу (изготовителю, уполномоченному лицу, владельцу агрегатора и пр.), а также о первичном порядке обращения к продавцу товара (работ, услуг), чтобы обращения граждан, потребительские права которых нарушены, могли стать законным основанием для проведения внеплановой проверки Роспотребнадзора, необходимо подтверждение заявителем факта того, что до обращения в Роспотребнадзор он обращался за защитой (восстановлением) своих нарушенных прав к юридическому лицу, индивидуальному предпринимателю и такое обращение не было рассмотрено, либо требования заявителя не были удовлетворены, т.е. предварительный претензионный порядок обращения потребителя с соответствующими требованиями непосредственно к хозяйствующем субъекту является обязательным основанием для проведения внеплановой проверки. [65]

Статьи 22 и 31 устанавливают сроки удовлетворения требований потребителя.

Пункт 4.1 ст. 14.8 КоАП РФ предусматривает ответственность за необоснованный отказ в рассмотрении требований потребителя, связанных с нарушением его прав, либо уклонение от рассмотрения таких требований в установленном законом порядке. Штраф для должностных лиц (ИП) составляет от 15 000 до 30 000 рублей, для компаний – от 100 000 до 300 000 рублей. Это подкрепляет обязанность предпринимателей своевременно принимать обращения потребителей и мотивированно отвечать на претензии в установленный законом 10-дневный срок.

Ответственность за просрочку предусмотрена Статьей 23 Закона. За нарушение сроков устранения недостатков товара (работы, услуги), замены, уценки, возмещения затрат на устранение недостатков, возврата уплаченной денежной суммы и возмещения убытков, а также за невыполнение или за задержку выполнения требования потребителя о предоставлении ему на период ремонта (замены) аналогичного товара продавец/изготовитель/индивидуальный предприниматель/импортер, допустивший такие нарушения, уплачивает потребителю за каждый день просрочки неустойку (пеню) в размере одного процента цены товара.

В случае отказа в удовлетворении требований потребитель вправе обратиться в муниципальные органы управления с письменным обращением о нарушении своих прав в орган государственного надзора, осуществляющие контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг) или в суд (ст. 40, 42.3, 44).

В таблице 7.17 приведены основные правонарушения в сфере торговли, выявленные в процессе проведения двух социологических исследований, и виды административной ответственности в соответствии с Кодексом об административных правонарушениях Российской Федерации от 30.12.2001 г. № 195-ФЗ.

Таблица 7.17 - Виды административной ответственности за правонарушения в сфере торговли в соответствии с Кодексом об административных правонарушениях Российской Федерации от 30.12.2001 г. № 195-ФЗ [66]

| | Граждане | Должностные лица | ИП (без обр. ЮЛ) | Юридические лица |
|---|---|---|---|---|
| Продажа товара с истекшим сроком годности. КоАП. Статья 14.43 | | | | |
| Нарушение изготовителем, исполнителем (лицом, выполняющим функции иностранного изготовителя), продавцом требований технических регламентов влекут наложение штрафов | 1 - 2 тыс. руб. | 10 - 20 тыс. руб. | 20 - 30 тыс. руб. | 100 - 300 тыс. руб. |
| повлекшие причинение вреда жизни или здоровью граждан, имуществу физических или юридических лиц, государственному или муниципальному имуществу, окружающей среде, жизни или здоровью животных и растений либо создавшие угрозу причинения вреда жизни или здоровью граждан, окружающей среде, жизни или здоровью животных и растений влекут наложение штрафов с конфискацией или без таковой | 2 - 4 тыс. руб. | 20 - 30 тыс. руб. | 30 - 40 тыс. руб. | 300 - 600 тыс. руб. |
| повторное нарушение влечет наложение административного штрафа влечет наложение штрафа с конфискацией | 4 - 5 тыс. руб. | 30 - 40 тыс. руб. | 40 - 50 тыс. руб. | 700 - 1 млн. руб. или приостановка на 90 суток |

Окончание таблицы 7.17

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Отсутствие ценника. КоАП. Статья 14.15. Нарушение правил продажи отдельных видов товаров. | | | | |
| Нарушение установленных правил продажи отдельных видов товаров - влечет предупреждение или наложение административного штрафа | 300 - 1500 руб. | 1 - 3 тыс. руб. | | 10 - 30 тыс. руб. |
| Обвес и обсчет покупателя. Недостоверная информация. | | | | |
| Согласно статье 14.7 ч.1 КоАП РФ обман потребителей выражается в обмеривании, обвешивании или обсчете потребителей при реализации товара (работы, услуги) | 3 -5 тыс. руб. | 10 - 30 тыс. руб. | | 20 - 50 тыс. руб. |
| Статья 14.8 ч. 1 КоАП РФ устанавливает ответственность за нарушение права потребителя на получение необходимой достоверной информации о реализуемом товаре (работе, услуге), об изготовителе, продавце, исполнителе и о режиме их работы | | | 500 - 1000 руб. для ИП | 5 - 10 тыс. руб. |
| Продажа некачественного товара. КоАП РФ. Статья 14.4. Продажа товаров, выполнение работ либо оказание населению услуг ненадлежащего качества или с нарушением установленных законодательством Российской Федерации требований. | | | | |
| Продажа товаров, не соответствующих образцам по качеству, выполнение работ либо оказание населению услуг, не соответствующих требованиям нормативных правовых актов, устанавливающих порядок (правила) выполнения работ либо оказания населению услуг | 1 - 2 тыс. руб. | 3 - 10 тыс. руб. | 10 - 20 тыс. руб. | 20 - 30 тыс. руб. |
| Повторное совершение административного правонарушения | от 2 - 5 тыс. руб. | 7 - 15 тыс. руб. либо дисквалификацию на срок до 1 года | от 15 - 30 тыс. руб. с конфискацией либо без | от 30 - 50 тыс. руб. с конфискацией либо без |

Отметим, что в восприятии потребителя уровни нормативных значений штрафов могут сливаться с практикой их применимости, и недовольство опрошенных может быть связано с личными примерами некорректного применения штрафных санкций.

**Права потребителей при дистанционной продаже товаров.** По данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), в 2012 году в Рунете было продано товаров на 405 млрд руб. За последнее десятилетие рынок вырос на порядок: теперь в АКИТ приводят оценку продаж в 6 трлн руб. по итогам 2023 года. Мощный всплеск интереса граждан к интернет-покупкам начался в пандемию COVID 19 и с тех пор неуклонно активно растет. Ввиду изменения геополитической ситуации доля трансграничной торговли

снижается, тем не менее развитие и доступность цифровых технологий делает возможным заказывать товары онлайн из-за рубежа, не выходя из дома.

Анализ результатов проведенных социологических исследований показал, что существенная доля покупок россиян приходится на онлайн формат торговли: 36% опрошенных приобретают электронику и бытовую технику онлайн, 30% одежду и обувь, 23% косметику, парфюмерию и бытовую химию, 6% продукты питания. Значимая доля респондентов РФ (40%), увеличивших частоту покупок в интернете после снятия «самоизоляции», демонстрирует спрос и потенциал дальнейшего роста онлайн канала продаж.

Растущий спрос на онлайн торговлю диктует необходимость своевременного правового регулирования в этой высокотехнологичной и бурно развивающейся сфере.

В Российской Федерации вопросы защиты прав потребителей в электронной коммерции рассматриваются в рамках законодательства о защите прав потребителей, а также в рамках реализации Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы. В рамках реализации Стратегии распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 года №1632-р утверждена программа «Цифровая экономика Российской Федерации», определены цели, задачи, направления и сроки реализации основных мер государственной политики по созданию необходимых условий для развития цифровой экономики. Программой определены пять базовых направлений развития цифровой экономики в России на период до 2024 года: нормативное регулирование, кадры и образование, формирование исследовательских компетенций и технических заделов, информационная инфраструктура и информационная безопасность [67].

В Российской Федерации дистанционная продажа товара в части защиты прав потребителей регламентируется следующими документами:

- Гражданским кодексом Российской Федерации (Статья 497 ГК РФ. Продажа товара по образцам и дистанционный способ продажи товара);

- Законом РФ от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей» (ст. 26.1 Дистанционный способ продажи товара);

- Федеральным законом «О защите конкуренции» №135-ФЗ от 26.07.2006 (устанавливает антимонопольные ограничения для маркетплейсов);

- "Правилами продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяются требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и

перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации", утвержденные Постановлением Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463.

Законодательство РФ о защите прав потребителей в сфере электронной торговли защищает права потребителей вне зависимости от формы взаимодействия, однако для дистанционной формы продажи товаров предусмотрены более широкие права, позволяющие минимизировать риски введения в заблуждение или ошибки выбора товара без возможности его визуального осмотра до заключения сделки купли-продажи. Особые условия возврата для товаров, приобретенных дистанционным способом, также направлены на реализацию прав потребителей на информированность, на осознанный выбор, на качество и безопасность товаров (работ, услуг). Законодательство РФ в части дистанционной продажи товаров гармонизировано с основными положениями, изложенными в Рекомендациях Коллегии ЕЭК № 27 от 21.11.2017 и № 10 от 11.05.2023 [61,22,23].

Интенсивное развитие и популярность маркетплейсов и других форм продажи товаров и услуг онлайн привело к необходимости регулировать эту сферу торговли. Так с 2018 года в Закон о защите прав потребителей РФ введено понятие «владелец агрегатора информации о товарах (услугах) (владелец агрегатора)». Понятие «владелец агрегатора» используется для обозначения информационного ресурса (платформы), на котором потребитель имеет возможность получить информацию о товаре (услуге), оформить заказ и оплатить его. Примером агрегаторов являются маркетплейсы, сервисы по доставки еды, сервисы такси и т. д. Важной особенностью таких ресурсов является их ответственность за достоверность информации о фактическом продавце (исполнителе). Одновременно с этим закон обязывает продавцов сообщать потребителю и агрегатору достоверную информацию о себе и также размещать ее на своих сайтах.

Ответственность за исполнение договора, заключенного потребителем при посредстве владельца агрегатора, по общему правилу будет нести продавец (исполнитель). Однако в случае неисполнения продавцом (исполнителем) обязанности по передаче товара (оказанию услуги) потребителю закон предоставляет право потребовать от владельца агрегатора возврата суммы предоплаты при условии отказа потребителя от договора.

В 2020 году статью 16.1 о формах и порядке оплаты при продаже товаров (работ, услуг) к продавцу (исполнителю) добавлен владелец агрегатора в случае использования в своей деятельности наличных расчетов с потребителем.

В 2023 статья 40 Закона РФ «О защите прав потребителей» дополнена необходимостью соблюдения продавцами и владельцами агрегаторов требований

маркировки средствами обязательной идентификации и передача информации в государственные системы мониторинга по обороту товаров, что позволяет защитить потребителя при онлайн покупке от фальсификации и контрафакта.

Как видим, законодательство в сфере защиты прав потребителей, в том числе в части онлайн торговли, регулярно обновляется и дополняется актуальными требованиями.

Однако на вопрос об оценке изменения ситуации государственного регулирования в сфере защиты прав потребителей за последние несколько лет (вопрос № 43) 62% опрошенных россиян на первом этапе и 59% - на втором этапе полагают, что государственное регулирование осталось на прежнем уровне, не изменилось, что может свидетельствовать о недостаточной информированности потребителей изменениями в законодательстве (в том числе в популярной, облегченной форме подачи информации) или о недостаточном применении новых требований на практике. Так как помимо установленных законодательных норм важно их исполнение, контроль со стороны государственных органов за исполнением и информирование населения об итогах проведенных мероприятий.

В ответах на вопрос № 42 «Как Вы думаете, законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки, направленные на всестороннюю и эффективную защиту прав потребителей или на сегодняшний день законодательство, вполне отвечает всем потребностям потребителей?» 42% респондентов на первом этапе и 51% на втором этапе считают, что законодательство в сфере защиты прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки. В ответ на открытый вопрос № 46 «Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Вы считаете необходимым расширить, чем дополнить?» ответы-лидеры в РФ распределились следующим образом в порядке убывания веса:

- усиление контроля и наказания за некачественные товары;
- быстрое регулирование вопросов;
- доступность информации (как, куда обратиться, какова процедура);
- упрощение процедуры и сроков возврата товаров.

В РФ 43% опрошенных считают нужным ужесточить требования к качеству товаров и услуг, а 33 % - увеличить размер штрафов к предпринимателям за нарушение ими законодательства о защите прав потребителей.

**Права потребителей при приобретении технически сложных товаров** регламентируются правовыми актами РФ (Гражданский кодекс N 14-ФЗ (часть вторая) от 26.01.1996, Федеральный закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей», Постановление Правительства РФ от 10.11.2011 N 924 «Об утверждении перечня

технически сложных товаров», Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 N 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену…»). Под технически сложными потребительскими товарами понимается продукция длительного пользования, которая характеризуется высоко технологической конструкцией и выполняющая пользовательские функции с использованием различных энергоресурсов.

Согласно результатам проведенного социологического исследования, 56% респондентов РФ приобретают технически сложные товары раз в год. Низкая частота покупок объясняется длительном сроком службы данной категории товаров. Примечательно что места покупок распределились практически поровну: 45% респондентов приобретает электронику и бытовую технику в торговых центрах, 41% - дистанционно через сеть Интернет. Основная часть опрошенных респондентов дала удовлетворительные оценки электротоварам и бытовой технике: 16% полностью удовлетворены, 59% скорее удовлетворены. Не удовлетворены качеством электроники и бытовой техники 19% опрошенных в РФ в первую волну. Таким образом, анализ прав потребителей при покупке технически сложных товаров является актуальной задачей исследования.

Перечень технически сложных товаров утверждается Правительством Российской Федерации и включает 14 товарных категорий.

При приобретении технически сложного товара «очно» потребитель не имеет права вернуть или обменять товар надлежащего качества (без недостатков), поскольку технически сложные товары бытового назначения, на которые установлены гарантийные сроки не менее одного года, включены в Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, утвержденный Постановлением Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2020 г. N 2463 [68].

Если при покупке технически сложного товара продавец или уполномоченное лицо не предоставил информацию о нем потребителю, то потребитель вправе отказаться от исполнения договора и потребовать вернуть уплаченные деньги и возместить иные убытки. Продавец при этом несет ответственность за возникшие недостатки (ст. 12).

При дистанционном способе продажи товара возврат технически сложного товара бытового назначения надлежащего качества возможен в любое время до его передачи, а после передачи – в течение 7 дней в случае, если сохранены его потребительские свойства

и товарный вид, документ, подтверждающий факт и условия покупки указанного товара. Отсутствие у потребителя документа, подтверждающего факт и условия покупки технически сложного товара бытового назначения у продавца, не лишает его возможности ссылаться на другие доказательства приобретения технически сложного товара бытового назначения у этого продавца (в т. ч. свидетельские). Это сделано для дополнительных гарантий защиты прав потребителей, поскольку у потребителя нет возможности ознакомиться с товаром во время выбора и оформления заказа.

Для технически сложного товара Закон РФ «О защите прав потребителей» устанавливает особые условия возврата и замены, определяемые сроком обнаружения недостатков. Для возврата технически сложного товара ненадлежащего качества недостаток должен быть существенным. Существенным недостаток признают, если: он выявляется неоднократно или может проявиться снова после устранения, его невозможно устранить без несоразмерных расходов или затрат времени.

В отношении технически сложного товара потребитель в случае обнаружения в нем недостатков вправе:

- отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за такой товар суммы в 10-дневный срок;

- предъявить требование о его замене на товар этой же марки (модели, артикула);

- предъявить требование о его замене на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены в течение 15 дней со дня передачи потребителю такого товара. Замена на такой же ли аналогичный товар должна быть осуществлена в 7-дневный срок с момента обращения. Такой период может быть продлен до 20 дней, если необходимо проведение дополнительной проверки качества/экспертизы. Если у продавца (изготовителя, уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера) в момент предъявления требования отсутствует необходимый для замены товар, замена должна быть проведена в течение месяца со дня предъявления такого требования.

Если для замены товара требуется более семи дней, по требованию потребителя продавец (изготовитель либо уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель) в течение трех дней со дня предъявления требования о замене товара обязан безвозмездно предоставить потребителю во временное пользование на период замены товар длительного пользования, обладающий этими же основными потребительскими свойствами, обеспечив его доставку за свой счет (за исключением товаров длительного пользования, входящих в Перечень, определяемый Правительством РФ).

Товар ненадлежащего качества должен быть заменен на новый товар, то есть на товар, не бывший в употреблении. При замене товара гарантийный срок исчисляется заново со дня передачи товара потребителю.

По истечении 15 дней указанные требования потребителя подлежат удовлетворению в одном из следующих случаев:

- обнаружение существенного недостатка товара, являющего неустранимым либо подлежит устранению, однако требует несоразмерных расходов или затрат времени/выявляется неоднократно или проявляется снова после ремонта;

- нарушение установленных Законом о защите прав потребителей сроков устранения недостатков товара – 45 дней;

- невозможность использования товара в течение каждого года гарантийного срока в совокупности более чем 30 дней вследствие неоднократного устранения его различных недостатков.

Вернуть технически сложный товар, купленный в магазине можно согласно ст. 19 Закона о защите прав потребителей в период действия гарантийного срока (установленный законом срок — 2 года, если гарантийный срок отсутствует, либо менее 2 лет), в течение срока службы, в случае неустановления срока службы изготовителем— в течение 10 лет со дня его передачи.

При обращении потребителя с товаром ненадлежащего качества продавец (изготовитель) обязаны принять товар ненадлежащего качества у потребителя и в случае необходимости провести проверку качества товара. Потребитель вправе участвовать в проверке качества товара.

В случае спора о причинах возникновения недостатков товара продавец (изготовитель) обязан провести экспертизу товара за свой счет. Потребитель вправе присутствовать при проведении экспертизы товара и в случае несогласия с ее результатами оспорить заключение такой экспертизы в судебном порядке.

Если в результате экспертизы товара установлено, что его недостатки возникли вследствие обстоятельств, за которые не отвечает продавец (изготовитель), потребитель обязан возместить продавцу (изготовителю), расходы на проведение экспертизы, а также связанные с ее проведением расходы на хранение и транспортировку товара.

Продавец (изготовитель) отвечает за недостатки товара, на который не установлен гарантийный срок, если потребитель докажет, что они возникли до передачи товара потребителю или по причинам, возникшим до этого момента. В отношении товара, на который установлен гарантийный срок, продавец (изготовитель) отвечает за недостатки товара, если не докажет, что они возникли после передачи товара потребителю вследствие

нарушения потребителем правил использования, хранения или транспортировки товара, действий третьих лиц или непреодолимой силы.

Изготовитель обязан обеспечить возможность использования товара в течение его срока службы. Для этой цели изготовитель обеспечивает ремонт и техническое обслуживание товара, а также выпуск и поставку в торговые и ремонтные организации в необходимых для ремонта и технического обслуживания объеме и ассортименте запасных частей в течение срока производства товара и после снятия его с производства в течение срока службы товара, а при отсутствии такого срока в течение 10 лет со дня передачи товара потребителю.

**Механизмы обеспечения защиты прав потребителей.** Защита прав потребителей в Российской Федерации осуществляется на федеральном, региональном и муниципальном уровнях. Федеральный уровень в этой системе представляет Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор), которая реализует полномочия, призванные обеспечивать защиту прав потребителей в административном и судебном порядке.

Административный порядок защиты прав потребителей с 1 июля 2021 года осуществляется с учетом Федерального закона от 31 июля 2020 года № 248-ФЗ «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации» и Положения о федеральном государственном контроле (надзоре) в области защиты прав потребителей, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 25 июня 2021 года № 1005.

Для развития национальной системы защиты прав потребителей в РФ принята Стратегия государственной политики в области защиты прав потребителей, утвержденная распоряжением Правительства РФ от 28.08.2017 № 1837-р. В стратегией обозначены цели, задачи и принципы государственной политики в области защиты прав потребителей исходя из тех рисков необычайно бурного изменения контекста во всем мире.

Основными целями Стратегии провозглашены:

- обеспечение соблюдения прав граждан на доступ к безопасным товарам и услугам;
- защита интересов потребителей всех слоев населения при обеспечении им равного доступа к товарам и услугам с акцентом на социально уязвимые группы населения;
- повышение уровня и качества жизни населения РФ.

Согласно результатам второго социологического исследования, количество респондентов в РФ, считающих, что текущая ситуация с соблюдением и защыитой прав потребителей отличная, то есть права потребителей полностью соблюдаются, составляет 15%, 58% расценивают ситуацию как скорее благополучную, то есть по большей части

права потребителей соблюдаются. Таким образом, общее количество респондентов в РФ, удовлетворенных состоянием уровня защиты их прав как потребителей составляет 73%. Данные опроса подтверждают результативность реализации Стратегии государственной политики Российской Федерации в области защиты прав потребителей на период до 2030 года, согласно которой значение целевого показателя «Доля потребителей в общем количестве потребителей, удовлетворенных состоянием уровня защиты их прав как потребителей» должна составлять с 2021 до 2024 не менее 60% ежегодно [69].

В Стратегии отмечается усиление роли общественности в обеспечении защиты прав потребителей, принятие государством на себя функции по нормативному обеспечению такой защиты, а также намерение законодателя увеличить число разрешенных в досудебном порядке споров в этой сфере.

Созданный Роспотребнадзором в 2016 году Государственный информационный ресурс в области защиты прав потребителей (www.zpp.rospotrebnadzor.ru) является потенциально мощным драйвером роста потребительской осведомленности о собственных правах и обязанностях, о недобросовестных практиках, некачественных товарах, о субъектах национальной системы защиты прав потребителей.

На данном портале размещена вся нормативная база по защите прав потребителей, включая международные и региональные правовые акты, находящиеся на обсуждении законопроекты. В открытом доступе опубликована информация по всем органам и организациям Роспотребнадзора, а также общественным объединениям по защите прав потребителей, оказывающим консультативную и информационную поддержку.

Каждый потребитель может ознакомиться с многочисленными памятками, обучающими видеороликами, образцами претензионных и исковых заявлений. Также на портале размещена вся информация о судебной практике Роспотребнадзора в сфере защиты прав потребителей.

В целях реализации дополнительных мер, направленных на просвещение потребителей (информирование о правах и способах их защиты), разработана концепция поэтапного создания и развития новой цифровой платформы для потребителей на базе государственного информационного ресурса в области защиты прав потребителей, качества и безопасности товаров, работ и услуг и мобильного приложения для потребителей. Концепция утверждена приказом Роспотребнадзора от 24 апреля 2019 г. № 227.

На регулярной основе материалы о наиболее значимых случаях защиты интересов потребителей размещаются в социальных медиа (телеграм-канал Роспотребнадзора – 37 тыс. подписчиков, страница в VK – 137 тыс. подписчиков), каждые две недели на интернет

ресурсе IZ.RU («Известия», месячная аудитория – 32 млн человек) публикуются статьи и размещаются материалы по тематике защиты прав потребителей с использованием официальных комментариев Роспотребнадзора.

В соответствии с Федеральным законом от 18 марта 2019 г. № 38-ФЗ «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» прием обращений потребителей и консультирование потребителей по вопросам защиты их прав могут осуществляться многофункциональными центрами предоставления государственных и муниципальных услуг на основании соглашений о взаимодействии между ними и федеральными органами исполнительной власти, органами государственных внебюджетных фондов, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления. Законодательно закреплена возможность для потребителей обращаться в органы власти любым удобным способом: в письменной форме на бумажном носителе или в электронной форме через их официальные сайты, по почте, через МФЦ, единый портал Госуслуг, посредством личного приема заявителя.

Отметим также механизм контрольной закупки, который возвращен в надзорную практику с 1 июля 2017 года, направленный на выявление таких нарушений, как реализация просроченного и небезопасного товара, завышение цен, обсчет, навязывание товаров и услуг. Уже в 2018 году практика применения Роспотребнадзором контрольной закупки показала, что в 88 % случаев подтверждается наличие нарушений. Практика «контрольных закупок» прочно вошла в инструментарий самих торговых сетей (под названием «тайный покупатель»), помогла сформировать атмосферу нетерпимости ко многим нарушениям в сфере торговли (например, неправильно оформленным ценникам).

Важную роль в обеспечении прав потребителей занимают общественные организации. Приоритетными направлениями деятельности общественных объединений потребителей (их ассоциаций, союзов) являются в первую очередь информационно-просветительские функции, призванные способствовать формированию более высокого уровня правовой грамотности граждан и оптимизации выбора ими соответствующих товаров (работ, услуг) в целях минимизации нарушений потребительских прав, которые на региональном уровне обеспечивается через функционирование консультативно-совещательных органов по защите прав потребителей, созданных при территориальных органах Роспотребнадзора в субъектах Российской Федерации, а также посредством заключенных территориальными органами Роспотребнадзора соглашений о взаимодействии с общественными объединениями потребителей, которые в настоящее время действуют в 73 субъектах Российской Федерации. Количество общественных

объединений в 2022 году сократилось до 1262 ввиду недостаточного финансирования и дефицита кадров [63].

### 7.6. Обоснование возможных путей гармонизации законодательства и механизмов обеспечения защиты прав потребителей в государствах-членах ЕАЭС с учётом результатов двух социологических исследований, проведенных на основании разработанной методики в государствах-членах

Проведенный анализ законодательства и применяемых механизмов обеспечения защиты прав потребителей в государствах-членах ЕАЭС позволяет выявить общность и различия правовых норм законов и подзаконных актов, регулирующих сферу защиты прав потребителей, особенности правоприменительной практики, оценить соответствие национальных подходов нормам международного права Союза, а также обосновать возможные пути гармонизации законодательства и механизмов обеспечения защиты прав потребителей в государствах-членах ЕАЭС. При осуществлении анализа использовались результаты двух социологических исследований, проведенных на основе разработанной методики, которые позволили обосновать необходимость дальнейшего совершенствования законодательства в сфере защиты прав потребителей и оценить эффективность мер, принимаемых уполномоченными органами и общественными объединениями потребителей для защиты прав потребителей в государствах-членах.

Необходимо отметить, что во всех государствах-членах законодательство в сфере защиты прав потребителей динамично развивается и отражает текущие тенденции экономического и социального развития как в самих государствах, так и на уровне межгосударственного взаимодействия.

В числе наиболее значимых изменений, внесенных в законодательство государств-членов в последние годы, являются правовые нормы, регулирующие взаимоотношения потребителей с изготовителями (продавцами) при осуществлении электронной торговли, обеспечивающие урегулирование споров в досудебном порядке, уточняющие права потребителей при приобретении технически сложных товаров, ужесточающие требования к порядку и срокам удовлетворения претензий потребителей. При этом полной идентичности этих правовых норм при проведении сопоставительного анализа между государствами-членами не установлено. Сдерживающим фактором проведения данного анализа является отсутствие рекомендаций, устанавливающих общие подходы к обзорам законодательства государств-членов в сфере защиты прав потребителей, в связи с чем их разработка является актуальной.

В таблице 7.18 приведены сводные результаты анализа общности и различий законов о защите прав потребителей государствах-членах ЕАЭС на примере отдельных элементов анализа.

Таблица 7.18 - Результаты анализа общности и различий законов о защите прав потребителей, действующих в государствах-членах ЕАЭС, в разрезе отдельных правовых норм

| № п/п | Элемент анализа | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация | Результат анализа |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Статистика внесения редакционных изменений в законы о ЗПП | 9 редакций, последняя редакция 12.06.2023 | 10 редакций, последняя редакция 06.01.2024 | 38 редакций, последняя редакция 08.06.2024 | 16 редакций, последняя редакция 22.06.2023 | 37 редакций, последняя редакция 04.08.2023 | Обновление закона о ЗПП осуществляется на регулярной основе |
| 2 | Наличие общих основных понятий в законах о ЗПП | Потребитель; изготовитель; исполнитель; продавец; безопасность товара (работы, услуги); гарантийный срок (кроме РФ, КР); срок годности (кроме РФ, КР); срок службы (кроме РФ, КР); недостаток товара (работы, услуги); существенный недостаток товара (работы, услуги) (кроме РА, РК) | | | | | Полная гармонизация по составу и интерпретации основных понятий отсутствует |
| | Наличие основных понятий в законах о ЗПП, отличающихся от общих понятий | Неопределенный круг потребителей; существенное нарушение качества товара (работы, услуги); нормативный документ | Документ, подтверждающий факт приобретения товара (выполнения работы, оказания услуги); дорогостоящий товар; качество товара (работы, услуги); количество товара (результата работы); крупногабаритный товар; объект обслуживания; поставщик; представитель изготовителя, | Товар (работа, услуга); качество товара (работы, услуги); технически сложный товар; документ, подтверждающий факт приобретения товара (выполнения работы, оказания услуги); существенный недостаток технически сложного товара; общественное объединение потребителей; | Сертификат соответствия; стандарт; существенный недостаток товара (работы, услуги); договор купли-продажи; уполномоченные государственные органы, осуществляющие государственный контроль (надзор); уполномоченный орган; государственный антимонопольный | Уполномоченная изготовителем (продавцом) организация или уполномоченный изготовителем (продавцом) индивидуальный предприниматель; импортер; владелец агрегатора информации о товарах (услугах) | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | продавца и т.д.; ремонтная организация; существенный недостаток товара (работы, услуги); нормативные документы, устанавливающие требования к качеству товара (работы, услуги) | Межведомственный совет по защите прав потребителей; ассоциация (союз) общественных объединений потребителей; уполномоченный орган в сфере защиты прав потребителей | орган; реализация виртуального актива; мониторинг | | |
| 3 | Право потребителей на просвещение в области защиты прав | Статья 4 | Статья 6 | Статья 9 | Статья 3 | Статья 3 | Высокая степень гармонизации |
| 4 | Качество товара (работы, услуги) | Статья 5. Качество товара (работы, услуги).<br><br>Предусмотрено соблюдение обязательных требований к качеству товара (работы, услуги) | Статья 11. Право потребителя на надлежащие качество товара (работы, услуги), комплектность, количество товара (результата работы).<br><br>Включает право потребителя на проверку качества товара (работы, услуги), комплектности, | Статья 13. Право потребителей на надлежащее качество товара (работы, услуги).<br><br>Включает право потребителя на проверку качества, комплектности, веса, объема, количества, размеров приобретаемого | Статья 4. Качество и количество товара (работы, услуги).<br><br>Включает право на получение потребителем определенного количества товара (работы, услуги), а также порядок учета количества товара (работы, услуги) и возмещения убытков | Статья 4. Качество товара (работы, услуги).<br><br>Отдельно оговорены требования к обеспечению качества технически сложных товаров с предварительно установленными программами для электронных | Отсутствует гармонизация, в отношении обязательных требований, комплектности и количества товара (работы, услуги) |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | количества товара (результата работы); отдельно выделено право потребителя на безопасность товара (результата работы, услуги) и необходимость соблюдения обязательных требований, обеспечивающих безопасность | товара (работы, услуги) | при передаче меньшего количества, предусмотрена необходимость соблюдения обязательных требований к безопасности товара | вычислительных машин, соблюдение обязательных требований предусмотрено, но отдельно не выделяются обязательные требования к безопасности товара | |
| 5 | Безопасность товара (работы, услуги) | Статья 8. Право потребителя на безопасность товара (работы, услуги)<br><br>Присутствует пункт, касающийся обязательного подтверждения соответствия требований, обеспечивающих безопасность.<br><br>Предусмотрено обеспечение безопасности | Статья 12. Обязанности изготовителя (исполнителя, продавца, поставщика, представителя) по обеспечению безопасности товара (работы, услуги)<br><br>Отсутствует пункт, касающийся обязательного подтверждения соответствия требований, обеспечивающих безопасность | Статья 27. Обязанности продавца (изготовителя, исполнителя) по обеспечению безопасности товара (работы, услуги).<br><br>Присутствует пункт, касающийся обязательного подтверждения соответствия требований, обеспечивающих безопасность.<br><br>Не установлен срок обеспечения | Статья 6. Право потребителя на безопасность товара (работы, услуги)<br><br>Присутствует пункт, касающийся обязательного подтверждения соответствия требований, обеспечивающих безопасность.<br><br>Не установлен срок обеспечения безопасности товара (работы) изготовителем | Статья 7. Право потребителя на безопасность товара (работы, услуги)<br><br>Присутствует пункт, касающийся обязательного подтверждения соответствия требований, обеспечивающих безопасность.<br><br>Предусмотрено обеспечение безопасности товара (работы) | Отсутствует гармонизация в отношении субъектов в названии статей, обязательного подтверждения соответствия требований безопасности, срока обеспечения безопасности при отсутствии срока службы, порядка информирования потребителей при обнаружении |

Продолжение таблицы 7.18

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | товара (работы) изготовителем (исполнителем) в течение десяти лет со дня передачи товара (работы) потребителю в случае, если не установлен срок службы.<br><br>Не определен порядок информирования потребителей в случае обнаружения опасного товара (работы, услуги) | (предусмотрен Статьей 11).<br><br>Предусмотрено обеспечение безопасности товара (результата работы) изготовителем (исполнителем, продавцом, поставщиком, представителем) в течение десяти лет со дня реализации товара (результата работы) потребителю в случае, если не установлен срок службы.<br>Детально прописан порядок действий и информирования потребителей в случае обнаружения опасного товара (работы, услуги) | безопасности товара (работы) изготовителем (исполнителем) в случае, если не установлен срок службы.<br><br>Определен порядок информирования потребителей в случае обнаружения опасного товара (работы, услуги) | (исполнителем) в случае, если не установлен срок службы.<br><br>Не определен порядок информирования потребителей в случае обнаружения опасного товара (работы, услуги) | изготовителем (исполнителем) в течение десяти лет со дня передачи товара (работы) потребителю в случае, если не установлен срок службы.<br><br>Не определен порядок информирования потребителей в случае обнаружения опасного товара (работы, услуги) | опасного товара (работы, услуги) |

Продолжение таблицы 7.18

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 6 | Информация о товарах (работах, услугах) | Статья 11. Информация о товарах (работах, услугах)<br><br>В перечне обязательной информации отсутствуют:<br>- наименование товара (работы, услуги);<br>- наименование изготовителя (исполнителя, продавца);<br>- количество и (или) комплектность товара (работы, услуги);<br>- дата изготовления.<br><br>Отсутствуют отдельные требования к информации о товарах при дистанционной продаже | Статья 7. Информация о товарах (работах, услугах)<br><br>Перечень обязательных требований информации о товарах детализированный, содержит ссылки на технические регламенты Таможенного союза, включает сведения о классах энергоэффективности товаров в случаях, если их установление предусмотрено законодательством, требования к предоставлению информации при продаже товаров по описаниям, образцам, в т.ч. с использованием глобальной сети Интернет.<br>Статья включает требования к | Статья 25. Обязанность продавца (изготовителя, исполнителя) по предоставлению информации о товаре (работе, услуге)<br><br>В состав обязательных требований к информации о товаре (работе, услуги) входят:<br>- сведения об отнесении продукции к органической продукции, если она является таковой в соответствии с требованиями законодательства Республики Казахстан;<br>- детализированные требования в отношении продуктов питания, в т.ч. сведения о составе, в том числе | Статья 9. Информация о товарах (работах, услугах)<br><br>В перечне обязательной информации присутствуют дублирующие требования:<br>- знак соответствия, в случае если товар (работа, услуга) подлежит процедуре подтверждения соответствия требованиям, установленным техническими регламентами, стандартами;<br>- маркировка о соответствии требованиям технических регламентов.<br>Включает сведения о классах энергоэффективности товаров в случаях, если их установление предусмотрено | Статья 10. Информация о товарах (работах, услугах)<br><br>В перечне обязательной информации отсутствуют:<br>- наименование товара (работы, услуги);<br>- количество и (или) комплектность товара (работы, услуги).<br>Присутствуют дублирующие требования:<br>- наименование технического регламента или иное установленное законодательством Российской Федерации о техническом регулировании и свидетельствующее об обязательном подтверждении | Отсутствует гармонизация в отношении:<br>-перечня обязательной информации;<br>- детализации требований в отношении отдельных видов товаров (работ, услуг);<br>- требований к информации при дистанционной продаже товаров;<br>- требований к указанию энергетической эффективности товаров;<br>- ссылок на требования технических регламентов Таможенного союза /ЕАЭС;<br>- требований к языку предоставления информации. |

Продолжение таблицы 7.18

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Отсутствует требование о языке предоставления информации | информации об отдельных видах услуг (общественного питания, при проведении культурно-зрелищных мероприятий). Информация предоставляется на на белорусском и (или) русском языках | о наличии и количестве пищевых добавок, кормов и кормовых добавок, биологически активных добавок к пище. Отдельно выделены требования при реализации товара путем электронной торговли. Информация предоставляется на казахском и русском языках. Информация, предоставленная на одном языке либо на иностранном языке, считается не предоставленной. | техническими регламентами Таможенного союза/Евразийского экономического союза.<br><br>Информация предоставляется на государственном и официальном языках Кыргызской Республики, а в необходимых случаях - также и на иностранных языках | соответствия товара обозначение;<br>- информация об обязательном подтверждении соответствия товаров (работ, услуг). Включает: детализированные требования в отношении продуктов питания; информацию об энергетической эффективности товаров, в отношении которых требование о наличии такой информации определено в соответствии с законодательством Отсутствует требование о языке предоставления информации | |

Продолжение таблицы 7.18

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 7 | Сроки удовлетворения отдельных требований потребителя при приобретении товара ненадлежащего качества | Статья 20. Сроки удовлетворения отдельных требований потребителя<br><br>В течение десяти дней со дня предъявления требования | Статья 25. Сроки удовлетворения отдельных требований потребителя в случае приобретения им товара ненадлежащего качества<br><br>Незамедлительно, если это невозможно, максимальный срок не может превышать семи дней со дня предъявления требования, а при необходимости проведения экспертизы – четырнадцати дней | Статья 30. Обязанности продавца (изготовителя) при продаже товара как надлежащего, так и ненадлежащего качества<br><br>В течение тридцати календарных дней со дня приобретения товара | Статья 21. Сроки удовлетворения отдельных требований потребителя<br><br>В течение десяти дней со дня предъявления требования. | Статья 22. Сроки удовлетворения отдельных требований потребителя<br><br>В течение десяти дней со дня предъявления соответствующего требования | Сроки удовлетворения отдельных требований потребителя (соразмерного уменьшения цены, возмещения расходов на устранения недостатков, возврата уплаченной денежной суммы за товар), установленные законами о ЗПП государств-членов, отличаются |

Продолжение таблицы 7.18

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 8. | Национальные особенности закона о ЗПП, не упомянутые в других элементах анализа | Все статьи закона содержат лаконичные требования, без детализации в отношении отдельных видов товаров (работ, услуг), форм продажи товаров (предоставления услуг). Раздел «Государственная и общественная защита прав потребителей» сформирован путем ссылок на законы и иные правовые акты Республики Армения | Глава 2 «Гражданско-правовая ответственность за нарушение прав потребителя» аккумулирует общие условия возникновения гражданско-правовой ответственности продавца (изготовителя, поставщика, представителя, исполнителя) за нарушение прав потребителей, за ненадлежащую информацию о товаре (работе, услуге), определяет условия договора, ограничивающие права потребителя. Глава 5 «Государственная защита прав потребителя» определяет полномочия государственных | Существенно отличается структура закона. Статья 2-1. Содержит основные принципы защиты прав потребителей. В Главе 2 подробно прописаны: компетенции Правительства Республики Казахстан, уполномоченного органа, государственных органов в сфере защиты прав потребителей; организация и порядок осуществления государственного контроля; ведения единой информационной системы защиты прав потребителей. В Статье 8-1 детально прописаны условия, нарушающие права потребителей при | Статья 16 определяет порядок судебной, административной и общественной защиты прав потребителей. Статья 24[1]. устанавливает требования, обеспечивающие права потребителей при дистанционном способе продажи товаров Глава III. обеспечивает защиту прав потребителей от противоправной торговой деятельности, устанавливает перечень запрещенных действий в торговле Глава V «Государственная и общественная защита прав потребителей» содержит Статью 50, обязывающую изготовителя | Статья 9. предусматривает предоставление потребителю информации не только об изготовителе (исполнителе, продавце), но и владельце агрегатора. Соответственно, Статья 12 определяет ответственность за предоставление ненадлежащей информации о товаре (работе, услуге) не только изготовителя (исполнителя, продавца), но и владельца агрегатора. Статья 16. Устанавливает недопустимые условия договора, ущемляющие права потребителя, запреты и обязанности, | Отсутствие гармонизации в структуре и содержании отдельных глав и статей, в частности при определении требований, обеспечивающих права потребителей при дистанционной продаже товаров. Разная степень детализации мер и механизмов обеспечения защиты прав потребителей |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | органов и организаций, осуществляющих защиту прав потребителей, а также порядок судебной защиты. Глава 6 «Общественная защита потребителя» определяет право потребителя на создание общественных объединений потребителей, их права и порядок реализации отдельных прав | заключении договора В Статье 33-1. определены обязанности электронной торговой площадки В Статье 33-2 определены обязанности продавца (изготовителя, исполнителя) по размещению информации об уполномоченном органе и субъектах досудебного урегулирования потребительских споров Глава 6 посвящена общественным объединениям потребителей, детально прописаны их полномочия Глава 6-1 определяет меры по защите прав и законных интересов потребителей (институциональную | (исполнителя, продавца) предоставлять информацию государственным органам при осуществлении ими своих полномочий, а также содержит Статью 55 «Защита интересов неопределенного круга потребителей» | налагаемые на продавца (исполнителя, владельца агрегатора). Статья 16[1]. определяет формы и порядок оплаты при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг). Отдельная статья (Статья 17) определяет порядок судебной защиты прав потребителей. Статья 23[1]. определяет последствия нарушения продавцом срока передачи предварительно оплаченного товара потребителю Статья 26[1]. устанавливает требования, обеспечивающие | |

Окончание таблицы 7.18

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | систему, представителей законных интересов потребителей, порядок обращения потребителя к продавцу, в государственные органы и др.) | | права потребителей при дистанционном способе продажи товаров. Глава IV. «Государственная и общественная защита прав потребителей» определяет порядок осуществления федерального государственного контроля (надзора) в области защиты прав потребителей, полномочия государственных органов, органов местного самоуправления, общественных объединений потребителей, порядок подачи и рассмотрения обращений потребителей, порядок защиты прав и законных интересов неопределенного круга потребителей | |

Анализ данных, приведенных в табл.7.18, показывает, что даже при использовании одинакового понятийного аппарата трактовка отдельных терминов в государствах-членах имеет свои особенности. В таблице 7.19 приведен сопоставительный анализ понятия «недостаток товара (работы, услуги)», приведенного в законах о защите прав потребителей государств-членов ЕАЭС.

Таблица 7.19 - Сопоставительный анализ понятия «недостаток товара (работы, услуги)», приведенного в законах о защите прав потребителей государств-членов ЕАЭС

| **Определение понятия «недостаток товара (работы, услуги)»** | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
| несоответствие товара (работы, услуги) нормативным документам, условиям договора или обычно предъявляемом требованиям к качеству товара (работы, услуги) | несоответствие товара (работы, услуги) нормативным документам, устанавливающим требования к качеству товара (работы, услуги), иному законодательству или условиям договора | несоответствие товара (работы, услуги) обязательным требованиям технических регламентов, документов по стандартизации, условиям договора, а также информации о товаре (работе, услуге), предоставленной продавцом (изготовителем, исполнителем) | несоответствие товара (работы, услуги) стандарту, условиям договора или обычно предъявляемым требованиям к качеству товара (работы, услуги) | несоответствие товара (работы, услуги) или обязательным требованиям, предусмотренным законом либо в установленном им порядке, или условиям договора (при их отсутствии или неполноте условий обычно предъявляемым требованиям), или целям, для которых товар (работа, услуга) такого рода обычно используется, или целям, о которых продавец (исполнитель) был поставлен в известность потребителем при заключении договора, или образцу и (или) описанию при продаже товара по образцу и (или) по описанию |
| **Общность:** несоответствие товара (работы, услуги) каким-либо требованиям | | | | |

Окончание таблицы 7.19

| **Различия** - в источниках требований: | | | | |
|---|---|---|---|---|
| нормативные документы, условия договора, обычно предъявляемые требования к качеству | нормативные документы, устанавливающие требования к качеству, иное законодательство, условия договора | обязательные требования технических регламентов, документы по стандартизации, условия договора, информация, предоставленная продавцом (изготовителем, исполнителем) | стандарт, условия договора, обычно предъявляемые требования к качеству | обязательные требования законодательства, условия договора, обычно предъявляемые требования, цели обычного использования или о которых потребитель поставил в известность, образец и (или) описание |

Интересно отметить, что в Республике Казахстан выявление несоответствия товара (работы, услуги) может осуществляться на основании информации, предоставленной продавцом (изготовителем, исполнителем), а в Российской Федерации понятие «недостатка товара» распространяется на особый вид продаж - по образцу и (или) описанию, когда источником требований становится сам образец и (или) описание.

Существенно различаются требования к составу и содержанию информации о товарах (работах, услугах), предоставляемой потребителю для обеспечения возможности его правильного выбора. Даже в отношении пищевой продукции, где такие требования устанавливает технический регламент Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» (утв. Решением Комиссии Таможенного союза от 9 декабря 2011 года №881), полная гармонизация отсутствует.

В перечень основных направлений политики в сфере защиты прав потребителей, согласно Протоколу о проведении согласованной политики в сфере защиты прав потребителей (Приложение №13 к Договору о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года), входит сближение законодательства государств-членов о защите прав потребителей. Прежде всего, должны быть определены сферы потребительского рынка товаров и услуг, требующие выработки общих подходов к защите прав потребителей. Результаты проведенных межстрановых социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей и эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, выявили достаточно низкую удовлетворенность потребителей всех государств-членов качеством туристских, медицинских и образовательных услуг. Именно эти сферы нуждаются в первоочередном создании гармонизированного правового поля в части реализации потребительских прав и интересов граждан государств-членов

Союза. Разработанные нормы международного права Союза станут основой актуализации законодательства государств-членов в этих сферах.

Гармонизация законодательства в области защиты интересов потребителей в приоритетном порядке должна включать вопросы электронной торговли. Несмотря на наличие соответствующих рекомендаций Коллегии ЕЭК, в национальном законодательстве присутствуют правовые пробелы. Так, целесообразно выработать общие подходы к информированию потребителей о недобросовестных операторах услуг электронной торговли, единых требованиях к информации о товарах (единой информации в карточках товара), обязательном предоставлении электронных версий сертификатов и деклараций о соответствии; ограничениях покупок в иностранных интернет - магазинах, не являющихся резидентами государств – членов ЕАЭС, не имеющих документов, подтверждающих соответствие продукции обязательным требованиям ЕАЭС, разработать упрощенные и ускоренные процедуры подачи и рассмотрения судами исков о нарушениях прав потребителей при дистанционной продаже товаров.

Наряду с судебной защитой, необходимо проработать механизм, обеспечивающий альтернативный способ урегулирования споров, например, с возможностью проведения оплаты услуг дистанционной торговли посредством отзываемого в одностороннем порядке в течение 14 дней денежного депозита.

Учитывая возможность дистанционного приобретения товаров потребителями одного государства-члена в другом государстве-члене, необходимо разработать единые правила и инструменты разрешения трансграничных споров с участием потребителей.

В большинстве государств-членов недостаточно проработано законодательство в части обеспечения прав уязвимых категорий потребителей - потребителей с ограниченными физическими возможностями (инвалидов). При этом, в рамках проведенного второго социологического исследования выявлено, что доля таких потребителей достаточно высока и составляет, в среднем, по государствам-членам 13%.

В гармонизации подходов нуждаются положения, обеспечивающие эффективную защиту прав потребителей в досудебном порядке.

При анализе механизмов обеспечения прав потребителей выявлено, что в государствах-членах достаточно сильно отличаются системы взаимодействия с потребителями уполномоченных органов и общественных объединений потребителей, обеспечивающие прием и ответы на обращения граждан в случае нарушения их прав, по-разному осуществляется информирование потребителей в случае выявления некачественных и (или) небезопасных товаров и услуг. Создание единой электронной платформы для взаимодействия с потребителями государств-членов Союза, обмена опытом

и дистанционного общения с экспертами могло бы стать действенным инструментом усиления системы обеспечения прав потребителей в экономическом пространстве ЕАЭС.

Еще одним актуальным направлением гармонизации законодательства в сфере защиты прав потребителей является разработка общих подходов к установлению мер ответственности за нарушения прав потребителей.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате выполнения второго этапа научно-исследовательской работы для официального использования Евразийской экономической комиссией по теме «Разработка методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС»» получены следующие результаты:

– доработан по результатам первичной апробации проект методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах;

– проведена апробация доработанного по результатам первого социологического исследования проекта методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах и представлены ее результаты;

– проведено второе социологическое исследование с использованием разработанной методики в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах в целях получения сравнимых и релевантных показателей исследования в каждом государстве-члене;

– представлен сравнительный анализ результатов двух социологических исследований, проведенных на основании разработанной методики в государствах-членах;

– представлена методика проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, апробированная в рамках двух исследований, проведенных в государствах-членах;

– подготовлен проект рекомендации по применению методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, в том числе в рамках деятельности уполномоченных органов государств-членов в сфере защиты прав потребителей;

– подготовлен проект рекомендации по применению результатов социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей при проведении государствами-членами согласованной политики в сфере защиты прав потребителей;

– представлен анализ общности и различий законодательства и применяемых механизмов обеспечения защиты прав потребителей в государствах-членах ЕАЭС, подготовленный с учётом результатов двух социологических исследований, проведенных на основании разработанной методики в государствах-членах;

- обоснованы возможные пути гармонизации законодательства и механизмов обеспечения защиты прав потребителей в государствах-членах ЕАЭС.

Эффективность проведенной научно-исследовательской работы характеризуется:

- формированием единых методологических подходов к проведению социологических исследований в сфере защиты прав потребителей с целью получения сравнимых и релевантных показателей оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, способствующих эффективной реализации Программы совместных действий государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей и основных направлений согласованной политики ЕАЭС в данной сфере;

- обеспечением возможности оценки достижения отдельных целевых показателей выполнения Плана мероприятий по реализации Декларации о дальнейшем развитии экономических процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года и на период до 2045 года «Евразийский экономический путь»;

- возможностью использования результатов Евразийской экономической комиссией для повышения эффективности взаимодействия уполномоченных органов в сфере защиты прав потребителей государств – членов и внедрения единых подходов к оценке эффективности мер, принимаемых для защиты прав потребителей, уполномоченными органами государств-членов ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Распоряжение Евразийского межправительственного совета от 21.06.2022 № 12 «О Программе совместных действий государств - членов Евразийского экономического союза в сфере защиты прав потребителей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.alta.ru/tamdoc/22mr0012/ (дата обращения: 01.07.2024).

2. Распоряжение Высшего совета ЕАЭС от 25.12.2023 № 6 «О плане мероприятий («дорожной карте») по реализации Декларации о дальнейшем развитии экономических процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года и на период до 2045 года «Евразийский экономический путь» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.alta.ru/tamdoc/23rv0006/ (дата обращения: 07.06.2024).

3. «Договор о Евразийском экономическом союзе» (Подписан в г. Астане 29.05.2014) (ред. от 25.05.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 24.06.2024) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163855/ (дата обращения: 16.06.2024).

4. Декларация о дальнейшем развитии экономических процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года и на период до 2045 года «Евразийский экономический путь» от 25.12.2023 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://docs.eaeunion.org/docs/ru-ru/01543175/ms_26122023 (дата обращения: 15.06.2024).

5. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 10 января 2023 г. № 1 «О проведении социологических исследований в целях оценки уровня защищенности потребителей в государствах-членах Евразийского экономического союза» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://docs.eaeunion.org/docs/ru-ru/01037884/err_12012023_1 (дата обращения: 01.07.2024).

6. Решение Высшего совета ЕАЭС от 11.12.2020 № 12 «О Стратегических направлениях развития евразийской экономической интеграции до 2025 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.alta.ru/tamdoc/20vr0012/ (дата обращения: 02.07.2024).

7. Распоряжение Совета Евразийской экономической комиссии от 5 апреля 2021 г. № 4 «О Плане мероприятий по реализации стратегических направлений развития евразийской экономической интеграции до 2025 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.alta.ru/tamdoc/21s00004/ (дата обращения: 05.07.2024).

8. Распоряжение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 11 октября 2022 г. № 179 «Об утверждении Методологии формирования системы ключевых показателей и индикаторов, характеризующих влияние процессов евразийской экономической интеграции на условия ведения предпринимательской деятельности»

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.alta.ru/tamdoc/22r00179/ (дата обращения: 17.06.2024).

9. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 22 марта 2016 г. № 2 «О применении мер, направленных на повышение эффективности взаимодействия уполномоченных органов в сфере защиты прав потребителей государств-членов Евразийского экономического союза» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.alta.ru/tamdoc/16rk0002/ (дата обращения: 17.06.2024).

10. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 1 марта 2021 г. № 7 «Методические рекомендации по разработке программ государств-членов Евразийского экономического союза в области защиты прав потребителей» [Электронный ресурс].- Режим доступа: https://www.alta.ru/tamdoc/21rk0007/ (дата обращения: 05.07.2024).

11. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21 мая 2019 г. № 15 «Об общих подходах к установлению особых мер защиты прав и интересов отдельных категорий потребителей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.alta.ru/tamdoc/19rk0015/ (дата обращения: 01.07.2024).

12. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21 ноября 2017 г. № 27 «Об общих подходах к проведению государствами - членами Евразийского экономического союза согласованной политики в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.alta.ru/tamdoc/17rk0027/ (дата обращения:14.06.2024).

13. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 8 февраля 2022 г. № 5 «О подходах к определению понятия "качество товаров (работ, услуг)" в сфере защиты прав потребителей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.alta.ru/tamdoc/22rk0005/ (дата обращения: 19.06.2024).

14. Закон Республики Армения от 26 июля 2001 года № ЗР-197 «О защите прав потребителей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=3625 (дата обращения: 18.06.2024).

15. Законе Республики Армения от 21 декабря 2004 года №ЗР-134 «О торговле и услугах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=76454 (дата обращения: 19.06.2024).

16. Доклад о результатах мониторинга реализации Программы совместных действий государств – членов Евразийского экономического союза в сфере защиты прав

потребителей за 2022 год и первое полугодие 2023 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://potrebitel.eaeunion.org/ru-ru/Lists/Analytics/doklad%20_Programma_ZPP_2023.pdf (дата обращения: 02.07.2024).

17. Обзор международного опыта и практики в сфере защиты прав потребителей в государствах – членах Евразийского экономического союза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://eec.eaeunion.org/comission/nir_results/124877/ (дата обращения: 14.06.2024).

18. Обоснования мероприятий деятельности Правительства Республики Армения на 2021-2026 годы. Приложение № 2 к Постановлению Правительства Республики Армения № 2117-L от 22 декабря 2022 года союза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.gov.am/files/docs/4900.pdf (дата обращения: 16.06.2024).

19. Закон Республики Армения от 5 марта 2012 года ГО-19-Н «О техническом регулировании» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=62668 (дата обращения: 04.07.2024).

20. Кодекс Республики Армения «Об административных правонарушениях» от 06 декабря 1985 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=138078 (дата обращения: 03.07.2024).

21. Обзор состояния дел в сфере защиты потребителей в электронной коммерции, результаты применения странами ЕАЭС рекомендации Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21 ноября 2017 г. № 27 «Об общих подходах к проведению государствами-членами Евразийского экономического союза согласованной политики в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://potrebitel.eaeunion.org/ru-ru/Pages/Analytics.aspx (дата обращения: 15.06.2024).

22. Рекомендации Коллегии ЕЭК № 27 от 21.11.2017 «Об Общих подходах к проведению государствами – членами Евразийского экономического союза согласованной политики в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.alta.ru/tamdoc/17rk0027/ (дата обращения: 20.07.2024).

23. Рекомендации Коллегии ЕЭК № 10 от 11.05.2023 «Об общих подходах к защите прав потребителей в электронной торговле» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.alta.ru/tamdoc/23rk0010/ (дата обращения: 14.06.2024).

24. Армения в цифрах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://arminfo.info/full_news.php?id=18092 (дата обращения: 01.07.2024).

25. Малхасян Т.В. Формы и способы защиты прав потребителей // Международный научный журнал «ВЕСТНИК НАУКИ». - № 12 (21). - Т.4.

26. Постановление Правительства Республики Армения № 380-А «О программе Правительства Республики Армения» от 28 апреля 2008 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.gov.am/files/docs/76.pdf (дата обращения: 03.06.2024).

27. Акопян А.Г. Вопросы защиты конкуренции в банковской системе Республики Армения // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. Т. 15. № 2. С. 93–114.-2022. DOI: 10.31249/kgt/2022.02.05.

28. Примиритель финансовой системы Республики Армения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://fsm.am/ru/about-us#strategy (дата обращения: 15.06.2024).

29. Закон Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-З «О Защите прав потребителей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H10200090 (дата обращения: 03.06.2024).

30. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 7 декабря 1998 года № 218-З [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://etalonline.by/document/?regnum=hk9800218 (дата обращения: 19.06.2024).

31. Постановление Совета Министров Республики Беларусь №703 от 22.06.2014 «О продаже отдельных видов товаров, осуществлении общественного питания и порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=c21400703 (дата обращения: 06.07.2024).

32. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 г. № 31 «Об утверждении Правил продажи товаров при осуществлении дистанционной торговли» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://etalonline.by/document/?regnum=c20900031 (дата обращения: 05.06.2024).

33. Закон Республики Беларусь от 26 мая 2012 г. № 385-З «О правовом режиме территорий, подвергшихся радиоактивному загрязнению в результате катастрофы на Чернобыльской АЭС» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://etalonline.by/document/?regnum=h11200385 (дата обращения: 05.06.2024).

34. Кодексе Республики Беларусь об административных правонарушениях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://etalonline.by/document/?regnum=hk2100091 (дата обращения: 07.06.2024).

35. «Экономическая газета» выпуск №52(2746) от 16.07.2024 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://neg.by/novosti/otkrytj/onlayn-torgovlya-v-belarusi-bet-rekordy/?spush=YS5kbWl0cmlldkB6YXByYXVkdS5pbmZv (дата обращения: 13.06.2024).

36. Постановление Совета Министров Республики Беларусь 14.06.2002 № 778 (Приложение 3) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://etalonline.by/document/?regnum=c20200778 (дата обращения: 05.06.2024).

37. Деятельность МАРТ Схема организационной системы защиты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://mart.gov.by/activity/zashchita-prav-potrebiteley/skhema-organizatsionnoy-sistemy-zashchity/) (дата обращения: 15.06.2024).

38. К 100-летию органов торговли Беларуси. Интервью об актуальных вопросах защиты прав потребителей и деятельности общественных объединений в этой сфере [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://pravo.by/novosti/novosti-pravo-by/2024/jule/78283/ (дата обращения: 05.06.2024).

39. МАРТ рассказал, куда потребителям нужно обращаться за защитой своих прав [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://pravo.by/novosti/obshchestvenno-politicheskie-i-v-oblasti-prava/2024/mart/77088/ (дата обращения: 13.06.2024).

40. О результатах рассмотрения обращений граждан по вопросам защиты прав потребителей в 2023 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://mart.gov.by/%D0%9E%D0%A2%D0%A7%D0%95%D0%A2%20%D0%BF%D0%BE%20%D0%97%D0%9F%D0%9F%20%D0%B7%D0%B0%2012%20%D0%BC%D0%B5%D1%81%D1%8F%D1%86%D0%B5%D0%B2%202023%20%D0%B3..docx (дата обращения: 01.07.2024).

41. Постановление Совета Министров Республики Беларусь 14.01.2009 №26 «Положение о порядке проведения экспертизы товаров (результатов выполненных работ, оказанных услуг), достоверности информации о товарах (работах, услугах)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.mart.gov.by/files/live/sites/mart/files/documents/%D0%9F%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%A1%D0%BE%D0%B2%D0%BC%D0%B8%D0%BD%D0%B0%20%D0%BE%D1%82%2014.01.2009%20%E2%84%9626.pdf (дата обращения: 14.06.2024).

42. Закон Республики Беларусь от 18 июля 2011 г. № 300-З «Об обращениях граждан и юридических лиц» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11100300 (дата обращения: 14.07.2024).

43. Закон Республики Казахстан от 4 мая 2010 года № 274-IV «О защите прав потребителей» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.07.2023 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30661723&show_di=1 (дата обращения: 16.07.2024).

44. Закон Республики Казахстан от 12 апреля 2004 года № 544-II «О регулировании торговой деятельности» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 25.03.2024 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1047488 (дата обращения: 19.07.2024).

45. Кодекс Республики Казахстан об административных правонарушениях от 5 июля 2014 года № 235-V (с изменениями и дополнениями по состоянию на 11.02.2024 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1400000235 (дата обращения: 17.06.2024).

46. Единая информационная система защиты потребителей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: e-tutynushy.kz (дата обращения: 19.04.2024).

47. Информационная аналитическая система «Электронные обращения» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://eotinish.kz/ru (дата обращения: 19.04.2024).

48. Указ Президента Республики Казахстан от 17 июня 2019 года № 17 «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы государственного управления Республики Казахстан» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://adilet.zan.kz/rus/docs/U190000017U/history (дата обращения: 04.07.2024).

49. Закон Республики Казахстан от 25 июня 2020 года № 346-VI «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам защиты прав потребителей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=39137600 (дата обращения: 16.07.2024).

50. РОО «Национальная лига потребителей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://potrebitel.kz (дата обращения: 19.04.2024).

51. Закон Кыргызской Республики от 10 декабря 1997 года № 90 «О защите прав потребителей», с изменениями от: 20 марта 2002 года № 42, 17 февраля 2003 года № 37, 18 июля 2008 года № 158, 8 декабря 2009 года № 307, 13 февраля 2013 года № 15, 30 июля 2013 года № 178, 3 августа 2013 года № 185, 21 января 2015 года № 22, 31 января 2015 года № 29, 21 февраля 2015 года № 38, 2 июля 2015 года № 142, 24 июля 2015 года № 188, 22 июля 2020 года № 84,18 января 2022 года №4, 3 апреля 2023 года № 78, 22 июня 2023 года № 125 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cbd.minjust.gov.kg/590/edition/1262707/ru (дата обращения: 02.07.2024).

52. Закон Кыргызской Республики «О правах и гарантиях лиц с ограниченными возможностями» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/202329] (дата обращения: 19.06.2024).

53. Закон Кыргызской Республики «О рекламе» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/162/210?cl=ru-ru (дата обращения: 14.07.2024).

54. Добровольные кодексы для бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://minjust.gov.kg/ru/content/313 (дата обращения: 06.07.2024).

55. Закон Кыргызской Республики «О конкуренции» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/203356 (дата обращения: 06.06.2024).

56. Правила обмена непродовольственных товаров, приобретенных в розничной торговой сети на территории Кыргызской Республики (Утверждены постановлением Правительства Кыргызской Республики от 27 августа 1996 года № 405) (В редакции постановления Правительства КР от 31 декабря 2001 года № 838) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cbd.minjust.gov.kg/35797/edition/307022/ru (дата обращения: 16.07.2024).

57. Перечень непродовольственных товаров, надлежащего качества, не подлежащих обмену на аналогичный товар (Утвержден постановлением Правительства Кыргызской Республики от 12 октября 1998 года № 667) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cbd.minjust.gov.kg/33790/edition/303946/ru (дата обращения: 29.07.2024).

58. Закон Кыргызской Республики от 22 декабря 2021 года № 154 «Об электронной торговле» (В редакции Закона Кыргызской Республики от 26 июня 2023 года № 128) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cbd.minjust.gov.kg/112333/edition/1263145/ru (дата обращения: 07.04.2024).

59. Обзор состояния дел в сфере защиты потребителей в электронной коммерции, результаты применения странами ЕАЭС рекомендации Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21 ноября 2017 г. № 27 «Об общих подходах к проведению государствами-членами Евразийского экономического союза согласованной политики в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом». - 2018 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://potrebitel.eaeunion.org/ru-ru/Pages/Analytics.aspx (дата обращения: 07.06.2024).

60. Обзор деятельности общественных потребительских организаций государств-членов Евразийского экономического союза 2018 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://eec.eaeunion.org/comission/department/depsanmer/ (дата обращения: 15.07.2024).

61. Федеральный закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ (дата обращения: 15.06.2024).

62. Защита прав потребителей в Российской Федерации в 2020 году: Государственный доклад. – М.: Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. - 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rospotrebnadzor.ru/upload/iblock/4e3/gd-zpp_02.06-_s-podpisyu_.pdf (дата обращения: 06.07.2024).

63. Защита прав потребителей в Российской Федерации в 2022 году: Государственный доклад. – М.: Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. – 2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rospotrebnadzor.ru/documents/details.php?ELEMENT_ID=25077 (дата обращения: 25.07.2024).

64. Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации от 21 января 2020 г. № 20 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://base.garant.ru/73438425/ (дата обращения: 24.06.2024).

65. Доклад «О способах и алгоритмах защиты прав потребителей в электронной торговле государств – участников СНГ», 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://34.rospotrebnadzor.ru/upload/iblock/bc4/010622_Gosudarstvennyy-doklad.-Zashchita-prav-potrebiteley-v-Rossiyskoy-Federatsii-v-2021-godu.pdf (дата обращения: 14.07.2024).

66. Кодекс об административных правонарушениях Российской Федерации от 30.12.2001 г. № 195-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/ (дата обращения: 13.06.2024).

67. Обзор состояния дел в сфере защиты потребителей в электронной коммерции, результаты применения странами ЕАЭС рекомендации Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21 ноября 2017 г. № 27 «Об общих подходах к проведению государствами-членами Евразийского экономического союза согласованной политики в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://potrebitel.eaeunion.org/ru-ru/Lists/Analytics/%D0%9E%D0%B1%D0%B7%D0%BE%D1%80%20%D1%81%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%8F%D0%BD%D0%B8%D1%8F%20%D0%B4%D0%B5%D0%BB%20%D0%B2%20%D1%81%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%20%D0%B7%D0%B0%D1%89%D0%B8%D1%82%D1%8B%20%D0%BF%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%B1%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B9%20%D0%B2%20%D1%8D%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B

E%D0%B9%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D0%B5%D1%80%D1%86%D0%B8%D0%B8.pdf (дата обращения: 05.07.2024).

68. Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400070336/ (дата обращения: 16.07.2024).

69. Распоряжение Правительства РФ от 28 августа 2017 г. № 1837-р «О Стратегии государственной политики РФ в области защиты прав потребителей на период до 2030 г.» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_256217/73bb2e746ac179e7d08ba07723428657103551cc/ (дата обращения: 16.06.2024).

70. Закон Кыргызской Республики от 25 марта 1999 года № 33 «О питьевой воде» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/200?cl=ru-ru (дата обращения: 23.06.2024).

71. Закон Кыргызской Республики от 12 января 2024 г. № 13 «Об обращении лекарственных средств» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/111672 (дата обращения: 05.06.2024).

72. Закон Кыргызской Республики от 28 января 1997 г. № 8 «Об электроэнергетике» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/508 (дата обращения: 18.06.2024).

73. Закон Кыргызской Республики от 14 апреля 2008 года № 58 «Об информации персонального характера» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/202269 (дата обращения: 15.06.2024).

74. Закон Кыргызской Республики от 16 декабря 2016 года № 206 «О Национальном банке Кыргызской Республики, банках и банковской деятельности» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/111486 (дата обращения: 15.06.2024).

75. Постановление Кабинета министров в редакции от 10 декабря 2021 года № 300 «О государственном агентстве Антимонопольного регулирования при Правительстве Кыргызской Республики в Министерстве Экономики и финансов»

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cbd.minjust.gov.kg/158757/edition/6054/ru (дата обращения: 17.07.2024).

76. Министерство здравоохранения и социального развития Кыргызской Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.med.kg/ru (дата обращения: 07.07.2024).

77. Национальный банк Кыргызской Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nbkr.kg/index.jsp?lang=RUS (дата обращения: 15.06.2024).

78. Министерство энергетики и промышленности Кыргызской Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://minenergo.gov.kg/ru (дата обращения: 18.07.2024).

79. Министерство экономики и финансов Кыргызской Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ict.gov.kg/ (дата обращения: 09.07.2024).

80. World consumer protection map [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://unctad.org/topic/competition-and-consumer-protection/consumer-protection-map (дата обращения: 18.06.2024).

81. Кто в Кыргызстане защищает права потребителей? - Новости Кыргызстана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vesti.kg/obshchestvo/item/97636-kto-v-kyrgyzstane-zashchishchaet-prava-potrebitelej-pozhalovatsya-mozhno-dazhe-onlajn.html (дата обращения: 01.06.2024).

82. Новости Казахстана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.gov.kz/memleket/entities/mti-kzpp/press/news/details/696769?lang=ru (дата обращения: 03.06.2024).

83. Централизованный банк данных правовой информации Кыргызской Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/274 (дата обращения: 05.06.2024).

84. Некоммерческая организация по защите прав потребителей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.instagram.com/vigenskg/ (дата обращения: 16.07.2024).

85. Международный арбитражный суд [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://iccwbo.org/dispute-solve-services/iccinternational-court (дата обращения: 06.07.2024).

86. The UNCTAD World consumer protection map [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://unctad.org/topic/competition-and-consumer-protection/consumer-protection-map (дата обращения: 17.07.2024).

87. The united nations set of principles and rules on competition [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://unctad.org/system/files/information-document/WCPM_KG.pdf (дата обращения: 10.06.2024).

88. «Руководящие принципы для защиты интересов потребителей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.un.org/esa/sustdev/publications/consumption_ru.pdf (дата обращения: 15.07.2024).

89. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 12 января 2021 г. № 1 «О принципах и критериях добросовестной деловой практики в отношении потребителей в сфере розничной торговли товарами» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.alta.ru/tamdoc/21rk0001/ (дата обращения: 19.07.2024).

90. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21 ноября 2017 г. № 27 «Об общих подходах к проведению государствами - членами Евразийского экономического союза согласованной политики в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.alta.ru/tamdoc/17rk0027/ (дата обращения: 09.07.2024).

91. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 11 мая 2023 г. № 10 «Об общих подходах к защите прав потребителей в электронной торговле» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.alta.ru/tamdoc/23rk0010/ (дата обращения: 06.06.2024).

92. Калачев С.Л., Махотина И.А. Долговечность товаров - экономический, правовой и информационный аспекты. Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2021. - (4). – С. 180-190 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://doi.org/10.21686/2413-2829-2021-4-180-190 (дата обращения: 18.07.2024).

93. Перечень технически сложных товаров, в отношении которых требования потребителя об их замене подлежат удовлетворению в случае обнаружения в товарах существенных недостатков (*) (В редакции постановления Правительства КР от 21 апреля 2014 года № 233). Утвержден постановлением Правительства Кыргызской Республики от 12 октября 1998 года № 667 [Электронный ресурс]. – Режим доступа:https://cbd.minjust.gov.kg/43-26/edition/531115/ru (дата обращения: 10.07.2024).

94. Перечень товаров длительного пользования, в том числе комплектующих изделий (деталей узлов, агрегатов), которые по истечении определенного периода могут представлять опасность для жизни, здоровья потребителя, причинять вред его имуществу или окружающей среде и на которые изготовитель обязан устанавливать срок службы. Утвержден Постановлением Правительства КР от 12 октября 1998 года № 667

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cbd.minjust.gov.kg/5901/edition/290268/ru (дата обращения: 02.07.2024).

95. Обзор практики внедрения альтернативных механизмов урегулирования потребительских споров, на примере деятельности института финансового омбудсмена (уполномоченного) в государствах – членах Евразийского экономического союза 2019 год. Одобрен на 6-м заседании Консультативного комитета по вопросам защиты прав потребителей государств – членов Евразийского экономического союза 26 сентября 2019 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://potrebitel.eaeunion.org/ru-ru/Lists/Analytics/%D0%9E%D0%B1%D0%B7%D0%BE%D1%80_%D1%84%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B1%D1%83%D0%B4%D1%81%D0%BC%D0%B5%D0%BD%202019.pdf (дата обращения: 01.07.2024).

96. Обзор реализации государствами-членами Евразийского экономического союза основных направлений повышения эффективности взаимодействия уполномоченных органов в сфере защиты прав потребителей, закрепленных Рекомендацией Коллегии Евразийской экономической комиссии от 22 марта 2016 года № 2 «О применении мер, направленных на повышение эффективности взаимодействия уполномоченных органов в сфере защиты прав потребителей государств – членов Евразийского экономического союза» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://potrebitel.eaeunion.org/ru-ru/Lists/Analytics/%D0%9E%D0%B1%D0%B7%D0%BE%D1%80%20%D1%80%D0%B5%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%83%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0%D0%BC%D0%B8-%D1%87%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B0%D0%BC%D0%B8%20%D0%95%D0%90%D0%AD%D0%A1%20%D0%BE%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%8B%D1%85%20%D0%BD%D0%B0%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F%20%D1%8D%D1%84%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D0%B2%D0%B7%D0%B0%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B8%D1%8F.pdf (дата обращения: 15.06.2024).

**ПРИЛОЖЕНИЕ А**

282/5/24- пт/вх 253/24-пт/исх

breavis
RESEARCH•COMMUNICATIONS

Директору
Департамента санитарных,
фитосанитарных и ветеринарных мер
Евразийской экономической комиссии

Н. П. Жуковой

Т-18/24

26 апреля, 2024г.

Уважаемая Наталья Павловна!

Настоящим письмом ООО **"Ай Пи Эс Си" Институт политического и социологического консалтинга** (представляет товарный знак "**Бревис**") (**Республика Армения**) подтверждает свое участие в качестве соисполнителя второго этапа научно-исследовательской работы, выполняемой Федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» (далее РЭУ им. Г.В. Плеханова) для официального использования Евразийской экономической комиссией по теме «Разработка методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах – членах Евразийского экономического союза».

В период с 12.03.2024 г. по 25.04.2024г. **Бревис** участвовал в проведении повторной апробации доработанного по результатам первого этапа проекта методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, и втором социологическом исследовании с использованием указанной методики.

Генеральный директор
ООО "Ай Пи Эс Си". Институт политического и социологического консалтинга

**О. Григорян**

D. Anhaght st. 23/6, 6th floor, s. 601, Yerevan 0069, Armenia | +374 11 20 4772 +374 11 20 4771 | info@breavis.com www.breavis.com

311/5/24-пп/вх
253/5/24-пп/ид

БИЗНЕС ПРОЕКТИРОВАНИЕ

ООО «Бизнес проектирование»
(Общество с ограниченной ответственностью «Бизнес проектирование»)
220020, Республика Беларусь, г.Минск, пр-т Победителей, 103, оф. 1213, УНП 191294498;
р/с BY02PJCB30120682491000000933, в «Приорбанк» ОАО г. Минск, БИК PJCBBY2X;
Тел./факс: +375 17 388 77 44, +375 25 536 12 12; e-mail: info@partnery.by; www.partnery.by

17.05.2024 № 089/01

Директору
Департамента санитарных,
фитосанитарных и
ветеринарных мер
Евразийской экономической
комиссии

Н.П. Жуковой

Уважаемая Наталья Павловна!

Настоящим письмом ООО «Бизнес проектирование» (Республика Беларусь, г. Минск) подтверждает свое участие в качестве соисполнителя второго этапа научно-исследовательской работы, выполняемой Федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» (далее РЭУ им. Г.В. Плеханова) для официального использования Евразийской экономической комиссией по теме «Разработка методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах – членах Евразийского экономического союза».

В период с 12.03.2024 г. по 15.05.2024 г. ООО «Бизнес проектирование» участвовало в проведении повторной апробации доработанного по результатам первого этапа проекта методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, и втором социологическом исследовании с использованием указанной методики

Директор А.П. Верес

) Маркетинговый консалтинг
) Стратегический консалтинг
) Предпроектный консалтинг

Призер в номинации «Компания по разработке бизнес-плана №1» по результатам онлайн-голосования потребителей премии «Номер один» 2023

TOP BRAND BELARUS 2023

СТБ ISO 9001

342/5/24-m/Вх
275/5/24-m/исх

BISAM
CENTRAL ASIA

ТОО ЦЕНТР БИЗНЕС ИНФОРМАЦИИ, СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ И МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ «BISAM-CENTRAL ASIA (БИСАМ-ЦЕНТРАЛ ЭЙЖА)»

«BISAM-CENTRAL ASIA (БИСАМ-ЦЕНТРАЛ ЭЙЖА)» БИЗНЕС-ИНФОРМАЦИЯ, СОЦИОЛОГИЯ ЖӘНЕ МАРКЕТИНГ ЗЕРТТЕУ ОРТАЛЫҒЫ ЖШС

«BISAM-CENTRAL ASIA» CENTER OF BUSINESS INFORMATION, SOCIAL AND MARKETING RESEARCHES LLP

Исх. № 91/24 от 26.04.2024 г.

Директору
Департамента санитарных,
фитосанитарных и ветеринарных мер
Евразийской экономической комиссии

Н.П. Жуковой

Уважаемая Наталья Павловна!

Настоящим письмом Товарищество с ограниченной ответственностью Центр бизнес информации, социологических и маркетинговых исследований «BISAM - Central Asia (Бисам-Централ Эйжа)» (Республика Казахстан) подтверждает свое участие в качестве соисполнителя второго этапа научно-исследовательской работы, выполняемой Федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» (далее РЭУ им. Г.В. Плеханова) для официального использования Евразийской экономической комиссией по теме «Разработка методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах – членах Евразийского экономического союза».

В период с 12.03.2024 г. по 25.04.2024 г. Товарищество с ограниченной ответственностью Центр бизнес информации, социологических и маркетинговых исследований «BISAM - Central Asia (Бисам-Централ Эйжа)» участвовало в проведении повторной апробации доработанного по результатам первого этапа проекта методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, и втором социологическом исследовании с использованием указанной методики.

Генеральный директор Кабинова А.М.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ, АЛМАТЫ Қ.
"ALMATY RESIDENCE" БИЗНЕС ОРТАЛЫҒЫ
АУЭЗОВ К-СІ 60, 23 КЕҢСЕ
ТЕЛЕФОН: +7 (727) 378 05 41/51
EMAIL: WELCOME@BISAM.KZ
WEB: WWW.BISAM.KZ

РЕСПУБЛИКА КАЗАХСТАН, Г. АЛМАТЫ
БИЗНЕС ЦЕНТР "ALMATY RESIDENCE"
УЛ. АУЭЗОВА 60, ОФИС 23
ТЕЛЕФОН: +7 (727) 378 05 41/51
EMAIL: WELCOME@BISAM.KZ
WEB: WWW.BISAM.KZ

23 OFFICE, 60 AUEZOV STREET
BUSINESS CENTER "ALMATY RESIDENCE"
ALMATY, REPUBLIC OF KAZAKHSTAN
PHONE: +7 (727) 378 05 41/51
EMAIL: WELCOME@BISAM.KZ
WEB: WWW.BISAM.KZ

323/5/24-ОП/86
253/5/24-ти/исх

ОсОО Erfolg Consult
Кыргызстан, г. Бишкек
Ул. Ахунбаева, 165, 3 этаж
Тел: +996 772 160 663; +996 550 233 098;
e-mail: erfolg.consult@gmail.com

ERFOLG CONSULT

Исх.№1 от 16.05.2024

Директору
Департамента санитарных,
фитосанитарных и ветеринарных мер
Евразийской экономической
комиссии

Н.П. Жуковой

Уважаемая Наталья Павловна!

Настоящим письмом ОсОО Erfolg Consult (Кыргызстан) подтверждает свое участие в качестве соисполнителя второго этапа научно-исследовательской работы, выполняемой Федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» (далее РЭУ им. Г.В. Плеханова) для официального использования Евразийской экономической комиссией по теме «Разработка методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах – членах Евразийского экономического союза».

В период с 12.03.2024 г. по 25.04.24 г. ОсОО Erfolg Consult участвовала в проведении повторной апробации доработанного по результатам первого этапа проекта методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах, и втором социологическом исследовании с использованием указанной методики.

Директор _____ Картанбаев У.Б.

**ПРИЛОЖЕНИЕ Б**

**Переводы на государственные языки анкеты для опроса населения при проведении социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС**

**Анкета для опроса населения на армянском языке**

**ՍՈՑԻՈԼՈԳԻԱԿԱՆ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ԳՈՐԾԻՔԱԿԱԶՄ: ԲՆԱԿՉՈՒԹՅԱՆ ՀԱՐՑՄԱՆ ՀԱՐՑԱԹԵՐԹԻԿ**

**СКРИНИНГОВАЯ ЧАСТЬ**

**S.1 Արդյո՞ք դուք …. Հանրապետության/Դաշնության քաղաքացի եք:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

6) Հայաստանի Հանրապետություն ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
7) Բելառուսի Հանրապետություն ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
8) Ղազախստանի Հանրապետություն ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
9) Ղրղզստանի Հանրապետություն ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
10) Ռուսաստանի Դաշնություն ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.2 Ո՞ր բնակավայրում եք դուք ներկայումս ապրում:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

_____

**S.3 Որքա՞ն ժամանակ է, ինչ բնակվում եք այս բնակավայրում:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

4) Մշտապես բնակվում եմ այլ վայրում ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ
5) 1 տարուց պակաս ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ
6) 2 տարի և ավել

**S.4 Նշեք ձեր սեռը:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

3) Արական ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
4) Իգական ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.5 Քանի՞ տարեկան եք** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

7) 14 տարեկանից ցածր ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ

8) 14-17 տարեկան ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

9) 18-29 տարեկան ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

10) 30-44 տարեկան ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

11) 45-59 տարեկան ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

12) 60 տարեկան և բարձր ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.6 Ձեր կրթական մակարդակը.** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

13) Անավարտ հիմնական ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

14) Հիմնական և ցածր (8-9 դասարան) ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

15) Միջնակարգ (10-11 դասարան) ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

16) Միջին մասնագիտական (քոլեջ, տեխնիկում) ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

17) Անավարտ բարձրագույն ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

18) Բարձրագույն և բարձր ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.7 Դուք ներառվա՞ծ եք առողջական խնդիրներ ունեցող շահառուների կատեգորիային (հաշմանդամություն, առողջության սահմանափակ հնարավորություններ):**

5) Այո

6) Ոչ

## ԲԼՈԿ 1 «ԵԱՏՄ ԱՆԴԱՄ ՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԲՆԱԿԻՉՆԵՐԻ ԿՈՂՄԻՑ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՍՏԱՑՄԱՆ ՊՐԱԿՏԻԿԱՆ ՈՒ ՍՊԱՌՈՂԱԿԱՆ ՎԱՐՔԱԳԻԾԸ»

**3. Կխնդրեմ ասե՞ք, թե որքան հաճախ եք ԴՈՒՔ գնում ...** (Նշել մեկ տարբերակ յուրաքանչյուր տողում)

| № | Ապրանքներ(մանրածախ առևտուր) | Պատասխանների տարբերակներ | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Շաբաթը մի քանի անգամ և ավելի | Շաբաթը մեկ | Ամիսը մի քանի անգամ | Ամիսը մեկ | Մի քանի ամիսը մեկ | Կես տարին մեկ անգամ | Տարին մի քանի անգամ | Երբեք |
| **6.2.** | Սննդամթերք | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| **6.3.** | Հագուստ,կոշիկ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| **6.4.** | Օծանելիք,խնամիքի միջոցներ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| **6.5.** | Էլեկտրոնիկա, կենցաղային տեխնիկա | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| **6.6.** | Ծխախոտ, սիգարետ, ալկոհոլ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| **6.7.** | Դեղեր, դեղորայք | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |

**7. Որտեղի՞ց եք դուք <u>առավել հաճախ</u> գնում նշված ապրանքները?** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ յուրաքանչյուր սյունյակում)

| № | Պատասխանների տարբերակներ | Ապրանքներ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Սննդամթերք | Հագուստ,կոշիկ | Օծանելիք,խնամիքի միջոցներ | Էլեկտրոնիկա,կենցաղ այինտեխնիկա | Ծխախոտ, սիգարետ, ալկոհոլ |
| 2.1. | Առևտրի կենտրոններում | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2.2. | Հիպերմարկետներում, սուպերմարկետներում | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 2.3. | «Տանը մոտակայքում գտնվող» փոքր խանութներում և մինիմարկետներում | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 2.4. | Կրպակներում «բուտկաներում» | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2.5. | Շուկայում, տոնավաճառներում | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 2.6. | Օնլայն խանութներում | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 |
| 2.7. | Այլ (գրեք պատասխանի ձեր տարբերակը) | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| 2.8. | Չեմ գնում նշված ապրանքը | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 |
| 2.9. | Դժվարանում եմ պատասխանել НЕ ПОКАЗЫВАТЬ | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |

**8. Ասացեք խնդրեմ, ստորև թվարկված ծառայություններից որոնցի՞ց եք դուք օգտվում և եթե օգտվում եք, ապա որքա՞ն հաճախ:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ յուրաքանչյուր տողում)

| № | Ծառայություններ | Պատասխանների տարբերակներ | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Ճարտարեթ մի քանի անգամ և ավելի | Ճարտարեթ մեկ | Ամիսը մի քանի անգամ | Ամիսը մեկ | Մի քանի ամիսը մեկ անգամ | Կես տարին մեկ անգամ | Տարին մի քանի անգամ | Երբեք |
| 3.1. | Մանրածախ առևտրի ծառայություններ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.2. | Հեռավար առևտրի ծառայություններ (առցանց խանութներ, մարքեթփլեյսեր) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.3. | Հանրային սննդի ծառայություններ (ճաշարաններ, սրճարաններ, ռեստորաններ և այլն) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.4. | Տուրիստական ծառայություններ (ճանապարհորդություն, էքսկուրսիաներ) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.5. | Կենցաղային ծառայություններ (քիմմաքրում, ատելյե և այլն) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.6. | Գեղեցկության սրահների, ֆիթնես կենտրոնների ծառայություններ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.7. | Բժշկական ծառայություններ՝ վճարովի և անվճար | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.8. | Կապի ծառայություններ (ինտերնետ, հեռախոս, TV, ռադիո) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.9. | Հասարակական տրանսպորտի ծառայություններ, այդ թվում՝ տաքսի | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.10. | Կոմունալ ծառայություններ (գազ, լույս, ջուր և այլն) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.11. | Ուսուցողական, կրթական ծառայություններ (մանկապարտեզներում, դպրոցներում, քոլեջներում, ԲՈՒՀ-երում, լրացուցիչ կրթության կենտրոններում) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 3.12. | Ֆինանսական ծառայություններ (բանկերի, ապահովագրական ընկերությունների և այլ ֆինանսական հաստատությունների կողմից մատուցվող ծառայություններ) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |

## ԲԼՈԿ 2 «ՍՊԱՌՈՂՆԵՐԻ ԻՐԱՎՈՒՆՔՆԵՐԻ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ ՈԼՈՐՏՈՒՄ ԳՈՐԾՈՂ ՕՐԵՆՍԴՐՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՆՁԻՆ ԱՍՊԵԿՏՆԵՐԻ ՄԱՍԻՆ ԵԱՏՄ ԱՆԴԱՄ ՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԲՆԱԿՉՈՒԹՅԱՆ ԻՐԱՁԵԿՎԱԾՈՒԹՅԱՆ ՄԱԿԱՐԴԱԿԸ»

**9. Ի՞նչ եք կարծում՝ Ձեր երկրում պետական մակարդակով կարգավորվո՞ւմ են հարաբերությունները՝ ապրանքների (աշխատանքի, ծառայությունների) սպառողների և այդ ապրանքները պատրաստողների (վաճառողների) միջև:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

5) Հաստատ գիտեմ, որ կարգավորվում են

6) Կարծում եմ, որ կարգավորվում են

7) Կարծում եմ, որ չեն կարգավորվում

8) Հաստատ գիտեմ, որ չեն կարգավորվում

9) Դժվարանում եմ պատասխանել НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**10. Ծանո՞թ եք արդյոք Ձեր պետության մակարդակով գործող «Սպառողների իրավունքների պաշտպանության մասին» օրենքին:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

4) Այո, գիտեմ Օրենքի հիմնական դրույթները

5) Գիտեմ Օրենքի գոյության մասին, բայց չգիտեմ հիմնական դրույթները

6) Առաջին անգամ եմ լսում Օրենքի մասին

**11. Ապրանքների (աշխատանքների, ծառայությունների) սպառողների ի՞նչ իրավունքների մասին եք դուք տեղյակ:**(Կարելի է նշել պատասխանների ցանկացած քանակ)

9) Սպառողների իրավունքների պաշտպանության ոլորտում կրթության իրավունք

10) Ապրանքի (աշխատանքների, ծառայությունների) պատշաճ որակի իրավունք

11) Ապրանքի (աշխատանքների, ծառայությունների) անվտանգության վերաբերյալ սպառողի իրավունք

12) Արտադրողի (վաճառողի, կատարողի) ու ապրանքների (աշխատանքների, ծառայությունների) վերաբերյալ սպառողի իրավունք

13) Ապրանքի (աշխատանքի, ծառայության) թերությունների կամ անպատշաճ ինֆորմացիայի պատճառով կյանքին, առողջությանը և գույքին պատճառված նյութական ու բարոյական վնասի հատուցման ու փոխհատուցման սպառողի իրավունք

14) Պատշաճ (ոչ պատշաճ) որակի ապրանք փոխանակելու սպառողի իրավունքը
15) Սպառողների՝ սեփական իրավունքները պաշտպանելու իրավունք
16) Չգիտեմ սպառողների իրավունքների մասին

**6.1 Ի՞նչ իրավունքների պակաս դուք ունեք: Սպառողների իրավունքների ոլորտում կոնկրետ ի՞նչն եք անհրաժեշտ համարում ընդլայնել, ինչո՞վ լրացնել:** (Գրեք պատասխանի ձեր տարբերակը)

---

**9. Ծանո՞թ եք արդյոք հեռահար եղանակով ապրանքների (աշխատանքների, ծառայությունների) իրացման ժամանակ Սպառողների իրավունքների պաշտպանության ոլորտի օրենսդրության առանձնահատկություններին:**

4) Գիտեմ օրենսդրության գոյության մասին,բայց առանձնահատկություններին ծանոթ չեմ

5) Մանրամասն գիտեմ օրենսդրության առանձնահատկությունները

6) Տեղյակ չեմ օրենսդրության առանձնահատկությունների մասին

7) Տեղյակ չեմ օրենսդրության մասին

## ԲԼՈԿ 3 «ՍՊԱՌՈՂՆԵՐԻ ԻՐԱՎՈՒՆՔՆԵՐԻ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ ՀԱՐՑԵՐՈՎ ԵԱՏՄ ԱՆԴԱՄ ՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԲՆԱԿՉՈՒԹՅԱՆ ԻՐԱԶԵԿՄԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏՈՒԹՅՈՒՆԸ»

**10. Դուք ի՞նչ եք կարծում՝ բավարա՞ր են արդյոք Ձեր գիտելիքները որպես ապրանքների (աշխատանքների, ծառայությունների) սպառող՝ Ձեր իրավունքների պաշտպանության ոլորտում:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

5) Բավարար են

6) Ավելի շուտ բավարար են

7) Ավելի շուտ բավարար չեն

8) Բավարար չեն

9) Դժվարանում եմ պատասխանել НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**18. Կցանկանայի՞ք ավելին իմանալ Ձեր՝ որպես սպառող, իրավունքների մասին:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

4) Այո, կցանկանայի ամբողջական տեղեկատվություն ունենալ իմ իրավունքների մասին

5) Այո, կցանկանայի մի փոքր ավելին իմանալ

6) Ոչ, իմ ունեցած գիտելիքները բավարար են ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №11

**19. Սպառողների իրավունքների պաշտպանության ոլորտում կոնկրետ ինչի՞ մասին կցանկանայիք ավելին իմանալ** (Կարելի է ընտրել պատասխանների 3 տարբերակից ոչ ավել):

9) Սպառողական գիտելիքների հիմունքները, ինչպես պաշտպանել սեփական իրավունքներն ու շահերն ապրանքներ գնելիս

10) Սպառողների իրավունքները ԵԱՏՄ միասնական շուկայում

11) Հեռավար առևտուր. սպառողների և վաճառողների իրավունքներն ու պարտականությունները

12) Սպառողների իրավունքները ծառայությունների ոլորտում՝ զբոսաշրջություն, բժշկություն, կրթություն և այլն

13) Սպառողական վեճերի լուծումը մինչև դատը

14) Սպառողների իրավունքները և պարտականությունները ֆինանսական ծառայությունների ոլորտում

15) Սպառողների իրավունքների պաշտպանության ոլորտում հանրային նախաձեռնություն և վերահսկողություն

16) Այլ (նշեք)

**20. Եթե սպառողների իրավունքների պաշտպանության ոլորտում հարցեր են ծագում, ո՞ւր եք դիմում անհրաժեշտ տեղեկատվություն ստանալու համար** (Կարելի է նշել պատասխանների ցանկացած քանակով տարբերակ)

11) Համացանցում՝ լիազորված մարմինների պաշտոնական կայքերում տեղադրված պաշտոնական տեղեկատվությանը (օրենսդրությանը)

12) Սպառողների հասարակական կազմակերպությունների միավորումների կայքերին

13) Սպառողների իրավունքների պաշտպանության թեմայով հեռուստահաղորդումներին, ռադիոհաղորդումներին

14) Տպագիր և էլեկտրոնային ԶԼՄ-ների հրապարակումներին

15) Հատուկ բլոգերին, ֆորումներին, որտեղ քննարկվում են սպառողների իրավունքների պաշտպանության հարցերը

16) Տեղեկատվական ցուցատախտակներին, գնորդների անկյուններին

17) Իրավաբանական խորհրդատվությանը

18) Ընկերներին, ծանոթներին

19) Այլ (նշեք, խնդրում ենք)

20) Ոչ մի տեղ չեմ դիմում

**21. Կխնդրեմ գնահատե՞լ սպառողների իրավունքների պաշտպանության վերաբերյալ տեղեկատվության որակը հանրային տիրույթում:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ յուրաքանչյուր տողում)

| № | Չափանիշներ | Պատասխանների տարբերակներ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Բավարար | Ավելի շուտ բավարար | Ավելի շուտ անբավարար | Անբավարար | Դժվարանում եմ պատասխանել / նման տեղեկատվության մասին ոչինչ չգիտեմ |
| | **Տեղեկատվության հասանելիությունը** | | | | | |
| 12.1. | սպառողների իրավունքների պաշտպանության հետ կապված նորմատիվ բազայի վերաբերյալ (օրենքներ, կանոնակարգեր) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.2. | սպառողների իրավունքների ցանկի վերաբերյալ՝ պարզաբանումներով | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.3. | վերահսկիչ, իրավապաշտպան մարմիններին դիմելու կանոնների վերաբերյալ՝ դրանց խախտման դեպքում սեփական իրավունքները պաշտպանելու համար | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | **Տեղեկատվության ըմբռնելիությունը** | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 12.4. | սպառողների իրավունքների պաշտպանության հետ կապված նորմատիվ բազայի վերաբերյալ (օրենքներ, կանոնակարգեր) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.5. | սպառողների իրավունքների ցանկի վերաբերյալ ՝ պարզաբանումներով | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.6. | վերահսկիչ, իրավապաշտպան մարմիններին դիմելու կանոնների վերաբերյալ՝ դրանց խախտման դեպքում սեփական իրավունքները պաշտպանելու համար | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

## ԲԼՈԿ 4 «ՍՊԱՌՈՂՆԵՐԻ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԻՐԱՎՈՒՆՔՆԵՐԻ ԱՊԱՀՈՎՄԱՆ ԳՈՐԾԻՔՆԵՐ»

**22. Տեղյա՞կ եք արդյոք ապրանքների (աշխատանքների, ծառայությունների) որակը ու անվտանգությունը ներկայացնող պահանջների գոյության մասին:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

3) Այո

4) Ոչ ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №18

**23. Ի՞նչ եք կարծում, արդյո՞ք պահպանվում են ապրանքների (աշխատանքների, ծառայությունների) որակի ու անվտանգության այս պահանջները արտադրողների (կատարողների, վաճառողների) կողմից:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

5) Միշտ

6) Հաճախ

7) Հազվադեպ

8) Երբեք

**24. Ի՞նչն է բարձրացնում վստահությունը ձեռք բերվող ապրանքի որակի նկատմամբ:** (Կարող եք նշել պատասխանների ցանկացած քանակի տարբերակ)

5) Հավաստագրի առկայություն

6) Որակի նշանի առկայություն

7) Արտադրողի (վաճառողի) հեղինակություն

8) Ոչնչին չեմ վստահում

**25. Արդյո՞ք միշտ կարող եք ստանալ ձեզ հետաքրքրող տեղեկատվությունը ձեռք բերվող ապրանքի, ստացվող ծառայության վերաբերյալ** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

4) Միշտ ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №18

5) Գրեթե միշտ ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №18

6) Ոչ միշտ

7) Գգրեթե երբեք

8) Երբեք

**26. Ապրանքի (աշխատանքի, ծառայության) վերաբերյալ ի՞նչ տեղեկատվություն միշտ չէ, որ կարող եք ստանալ:** (Կարող եք նշել պատասխանների ցանկացած քանակի տարբերակ)

9) Ապրանքի որակի, նրա բնութագրի վերաբերյալ

10) Արտադրողի (կատարողի, վաճառողի) վերաբերյալ

11) Ապրանքի ձեռքբերման (պայմանագրի)/ծառայության ստացման պայմանների վերաբերյալ

12) Պիտանելիության ժամկետի, երաշխիքային ժամկետի, ծառայության ժամկետի վերաբերյալ

13) Ապրանքի անվտանգության, համապատասխանության հավաստագրերի (հայտարարագրերի) վերաբերյալ

14) Այլ (նշեք, խնդրում ենք)

15) Դժվարանում եմ պատասխանել НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

## ԲԼՈԿ 5 «ՍՊԱՌՈՂՆԵՐԻ ԲԱՎԱՐԱՐՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ԱՊՐԱՆՔՆԵՐԻ (ԱՇԽԱՏԱՆՔՆԵՐԻ, ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ) ՈՐԱԿԻՑ»

**22. Գնահատեք, թե ընդհանուր առմամբ որքանո՞վ եք գոհ հետևյալ ապրանքների որակից:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ յուրաքանչյուր տողում)

| № | Ապրանքներ | Պատասխանների տարբերակներ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Լիովին բավարարված | Ավելի շուտ բավարարված | Ավելի շուտ չբավարարված | Լիովին չբավարարված | Դժվարանում եմ պատասխանել |
| 18.1. | Սննդամթերք: Вопрос не задается по товарам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 1. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18.2. | Հագուստ, կոշիկ Вопрос не задается по товарам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 1. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18.3. | Օծանելիք,խնամիքի միջոցներ Вопрос не задается по товарам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 1. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18.4. | Էլեկտրոնիկա, կենցաղային տեխնիկա Вопрос не задается по товарам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 1. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18.5. | Ալկոհոլ, ծխախոտ: Вопрос не задается по товарам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 1. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

**23. Գնահատեք, որքանո՞վ եք ընդհանուր առմամբ գոհ հետևյալ ծառայությունների որակից:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ յուրաքանչյուր տողում)

| № | Ծառայություններ | Պատասխանների տարբերակներ | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Գոհ եմ | Մասամբ գոհ եմ | Մասամբ գոհ չեմ | Գոհ չեմ |
| 19.1. | Մանրածախ առևտրի ծառայություններ: Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |

Աղյուսակի ավարտը

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 19.2. | Հեռավար առևտրի ծառայություններ (առցանց խանութների, մարքեթփլեյսերի): Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.3. | Հանրային սննդի ծառայություններ (ճաշարաններ, սրճարաններ, ռեստորաններ և այլն): Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.4. | Տուրիստական ծառայություններ (Ճամփորդություններ, էքսկուրսիաներ): Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.5. | Կենցաղային ծառայություններ (քիմմաքրում, ատելյե և այլն): Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.6. | Գեղեցկության սրահների, ֆիթնես կենտրոնների ծառայություններ: Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.7 | Բժշկական ծառայություններ: Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.8. | Կապի ծառայություններ (ինտերնետ, հեռախոս, TV, ռադիո): Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.9. | Հասարակական տրանսպորտի ծառայություններ, այդ թվում նաև տաքսի: Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.10. | Կոմունալ ծառայություններ (գազ, լույս, ջուր և այլն): Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.11. | 8) Ուսուցողական, կրթական ծառայություններ (մանկապարտեզներում, դպրոցներում, քոլեջներում, լրացուցիչ կրթության կենտրոններում): Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19.12. | Ֆինանսական ծառայություններ: Вопрос не задается по услугам, отмеченным кодом 8 (никогда) в вопросе 3. | 1 | 2 | 3 | 4 |

**24. Վերջին 12 ամիսների ընթացքում բախվե՞լ եք ապրանքների մեծածախ վաճառքին ստորև նշված իրավիճակներին:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ յուրաքանչյուր տողում)

Вопрос не задается если на вопрос №2, п.п. №2.1. выбран вариант №8 «никогда»/ «практически никогда»

| | Իրավիճակ | Պատասխանների տարբերակներ | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Այո, հաճախ | Այո, մոտավորապես յուրաքանչյուր հինգերորդ դեպքում | Այո, հազվադեպ յուրաքանչյուր տասներորդ դեպքում կամ ավելի հազվադեպ | Ոչ երբեք չեմ բախվել |
| 20.1. | Վաճառվել է ժամկետանց ապրանք | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.2. | Վաճառվել է խոտանված ապրանք | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.3. | Թերակշռել են | 1 | 2 | 3 | 4 |

Աղյուսակի ավարտը

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 20.4. | Ապրանքի վրա բացակայել է գնապիտակը կամ գինը սխալ է նշված եղել | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.5. | Ապրանքի վերաբերյալ ոչ հավաստի տեղեկություն է տրամադրվել | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.6. | Չեն տրամադրել ապրանքի վերաբերյալ անհրաժեշտ տեղեկատվությունը | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.7. | Սխալ են հաշվել | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.8. | Անհարգալից են խոսել | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.9. | Լրացուցիչ ապրանքներ ու ծառայություններ են վաճառել | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.10. | Անորակ ապրանքի դեպքում մերժել են փոխանակումը կամ գումարի վերադարձը | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 20.11. | Չեն տրամադրել բողոքի գիրքը | 1 | 2 | 3 | 4 |

**25. Վերջին 12 ամիսների ընթացքում սրճարաններ ու ռեստորաններ այցելելիս բախվե՞լ եք հանրային սննդի մասին ստորև նշված իրավիճակներին:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ յուրաքանչյուր տողում)

Вопрос не задается если на вопрос 3, п.п. №2.3. выбран вариант №8 «никогда»/ «практически никогда».

| № | Իրավիճակ | Պատասխանների տարբերակներ | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Այո, ամեն անգամ | Այո, հաճախ (մոտավորապես յուրաքանչյուր հինգերորդ դեպքում) | Այո, հազվադեպ (յուրաքանչյուր տասներորդ դեպքում կամ ավելի հազվադեպ) | Ոչ, չեմ բախվել |
| 21.1. | Հրաժարվել են Ձեզ սպասարկել | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.2. | Բերել են անորակ, փչացած ուտեստ | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.3. | Տարածքը ու սպասքը կեղտոտ էին | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.4. | Աշխատակիցները անհարգալից են խոսել | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.5. | Հաշվի մեջ լրացուցիչ պատվեր են ավելացրել | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.6. | Պնդել են անորակ, փչացած ուստեստի համար վճարել | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.7. | Պնդել են վճարել լրացուցիչ ծառայությունների համար (երաժշտություն, մանկական սենյակ և այլն) | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.8. | Թեյավճար են պահանջել | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.9. | Ձեզ համար հարմար տարբերակով վճարելու հնարավորություն չեն առաջարկել | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.10. | Նախապես թույլ չեն տվել ծանոթանալ մենյուին կամ չեն տրամադրել Ձեզ հետաքրքրող տեղեկությունն ուտեստի չափսի՝գրամի, կալորիականության, որակի վերաբերյալ | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 21.11. | Չեն տրամադրել բողոքի գիրքը | 1 | 2 | 3 | 4 |

**26. Վերջին 12 ամիսների ընթացքում օգտվե՞լ եք ստորև ներկայացված ծառայություններից որևէ մեկից: Եթե օգտվել եք, արդյո՞ք եղել է իրավիճակ երբ Ձեր՝ որպես սպառող, իրավունքները ոտնահարվել են:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ յուրաքանչյուր տողում)

| | Ծառայությունների ոլորտ | Պատասխանների տարբերակներ | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Ծառայությունից օգտվել եմ, բայց իրավունքները չեն խախտվել | Ծառայությունից օգտվել եմ, բախվել եմ իրավունքների խախտման | Ծառայությունից չեմ օգտվել |
| 22.1. | Մանրածախ առևտրի ծառայություններ | 1 | 2 | 3 |
| 22.2. | Հեռավար առևտրի ծառայություններ | 1 | 2 | 3 |
| 22.3. | Հանրային սննդի ծառայություններ (ճաշարաններ, սրճարաններ, ռեստորաններ և այլն): | 1 | 2 | 3 |
| 22.4. | Տուրիստական ծառայություններ, ճամփորդություններ, էքսկուրսիաներ | 1 | 2 | 3 |
| 22.5. | Կենցաղային ծառայություններ (քիմմաքրում, ատելյե և այլն) | 1 | 2 | 3 |
| 22.6. | Գեղեցկության սրահների, ֆիթնես կենտրոնների ծառայություններ | 1 | 2 | 3 |
| 22.7. | Բժշկական ծառայություններ՝վճարովի և անվճար | 1 | 2 | 3 |
| 22.8. | Կապի ծառայություններ (ինտերնետ, հեռախոս, TV, ռադիո) | 1 | 2 | 3 |
| 22.9. | Հասարակական տրանսպորտի ծառայություններ, այդ թվում նաև տաքսի | 1 | 2 | 3 |
| 22.10. | Կոմունալ ծառայություններ (գազ, լույս, ջուր և այլն) | 1 | 2 | 3 |
| 22.11. | Ուսուցողական, կրթական ծառայություններ (մանկապարտեզներում, դպրոցներում, քոլեջներում, ԲՈՒՀ-երում, լրացուցիչ կրթական կենտրոններում) | 1 | 2 | 3 |
| 22.12 | Ֆինանսական ծառայություններ(բանկերի, ապահովագրական ընկերությունների և այլ ֆինանսական հաստատությունների կողմից մատուցվող ծառայություններ) | 1 | 2 | 3 |

**27. Ընտրեք մեկ ծառայություն, որից օգտվելիս բախվել եք ձեր իրավունքների խախտման հետ և որի մասին պատրաստ եք պատմել:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

Вопрос не задается если на вопрос №22, ВО ВСЕХ ПУНКТАХ п.п. №22.1.-№22.12. выбраны варианты №1 «Получал услугу, но права не были нарушены» или №3 «Не получал услугу».

Если только в одном случае выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос не задается

Если в нескольких случаях выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос задается только по тем услугам, по которым выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав»

10) Տուրիստական ծառայություններ, ճամփորդություններ, էքսկուրսիաներ

11) Կենցաղային ծառայություններ (քիմմաքրում, ատելյե և այլն)

12) Գեղեցկության սրահների, ֆիթնես կենտրոնների ծառայություններ

13) Բժշկական ծառայություններ՝վճարովի և անվճար

14) Կապի ծառայություններ (ինտերնետ, հեռախոս, TV, ռադիո)

15) Հասարակական տրանսպորտի ծառայություններ, այդ թվում նաև տաքսի

16) Կոմունալ ծառայություններ (գազ, լույս, ջուր և այլն)

17) Ուսուցողական, կրթական ծառայություններ (մանկապարտեզներում, դպրոցներում, քոլեջներում, ԲՈՒՀ-երում, լրացուցիչ կրթության կենտրոններում)

18) Ֆինանսական ծառայություններ (բանկերի, ապահովագրական ընկերությունների և այլ ֆինանսական հաստատությունների կողմից մատուցվող ծառայություններ)

**28. Ի՞նչ իրավիճակների եք բախվել այս ծառայությունից օգտվելու ընթացում վերջին 12 ամիսների ընթացքում:** (Կարելի է նշել պատասխանների մի քանի տարբերակ)

Вопрос не задается если на вопрос №22, ВО ВСЕХ ПУНКТАХ п.п. №22.1.-№22.12. выбраны варианты №1 «Получал услугу, но права не были нарушены» или №3 «Не получал услугу».

Если только в одном случае выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос не задается

Если в нескольких случаях выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос задается только по тем услугам, по которым выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав».

20) Չեք կարողացել ստանալ հետաքրքրող տեղեկություններ ծառայության, դրա ստացման պայմանների մասին

21) Չեք կարողացել պարզել ծառայության արժեքը

22) Չեք կարողացել պարզել մասնագետների աշխատանքային գրաֆիկը

23) Չեք կարողացել պարզել երաշխիքային ժամկետը, եթե այն սահմանված է

24) Չեք կարողացել պարզել ծառայության արդյունավետ և անվտանգ օգտագործման կանոններն ու պայմանները

25) Չեք կարողացել պարզել ինֆորմացիա գործատուի մասին

26) Տեղեկատվություն չեք ստացել աշխատանքների կատարման, ծառայությունների մատուցման կանոնների մասին

27) Չեք կարողացել տեղեկություններ ստանալ կոնկրետ անձի մասին, ով կկատարի աշխատանքը (ծառայություն կմատուցի) և տեղեկություններ նրա մասին

28) Չեք կարողացել ստանալ ծառայությունը (չկան մասնագետներ, հաստատություններ, ընդունելության խիտ գրանցում, անտեսեցին Ձեր դիմումը և այլն)

29) Բախվել եք պրոֆեսիոնալիզմի ցածր մակարդակի, ծառայություն մատուցած մասնագետների ոչ կոմպետենտությանը

30) Բախվել եք ծառայություն մատուցած աշխատակիցների անբարյացակամությանը

31) Ծառայությունը մատուցվել է տեխնիկապես անսարք շինությունում, տրանսպորտում, ծառայության ստացումը եղել է ոչ անվտանգ, խախտվել է անվտանգության տեխնիկան

32) Ծառայությունը մատուցվել է անորակ

33) Ծառայությունը չի կատարվել սահմանված ժամկետում

34) Ծառայության վերջնական արժեքն աճել է առանց ձեզ հետ համաձայնեցնելու

35) Կատարողն ակնարկել է կաշառքի՝ լրացուցիչ վարձատրության, նվերի անհրաժեշտության մասին

36) Կատարողը հրաժարվել է վերափոխել անորակ ծառայությունը

37) Կատարողը հրաժարվել է զեղչ անել աշխատանքի կատարման ժամկետների խախտման կամ ծառայության մատուցման ոչ բավարար որակի պատճառով

38) Այլ *(նշեք)*

**29. Որքա՞ն հաճախ եք համացանցի միջոցով գնումներ կատարում:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ յուրաքանչյուր տողում)

В том случае, если во всех строках респондент выбирает вариант ответа «Никогда / практически никогда», ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №30.

| № | Ապրանքներ | Շաբաթը մի քանի անգամ և ավել | Շաբաթը մեկ | Ամիսը մի քանի անգամ | Ամիսը մեկ | Մի քանի ամիսը մեկ | Կես տարին մեկ | Ավելի հաճախ, քան կես տարին մեկ անգամ | Երբեք |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 25.1. | Սննդամթերք | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 25.2. | Հագուստ կամ կոշիկ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 25.3. | Օծանելիք,խնամիքի միջոցներ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 25.4. | Էլեկտրոնիկա, կենցաղային տեխնիկա | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 25.5. | Ծխախոտ, սիգարետներ, ալկոհոլ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 25.6. | Դեղեր, դեղորայք | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 25.7. | Տոմսեր (տրանսպորտային, զվարճանքի և այլն) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |

**30. Ինչո՞ւ եք նշված ապրանքները գնում առցանց, այլ ոչ թե խանութից:** (Կարելի է նշել պատասխանների մի քանի տարբերակ)

14) Ինտերնետ-խանութներում գներն ավելի ցածր են, քան սովորական խանութներում

15) Արագ է, ժամանակ է տնտեսում, չեմ սիրում սովորական խանութներով շրջել

16) Ընտրությունը մեծ է, կարելի է գտնել մի ապրանք, որն իմ քաղաքի սովորական խանութներում չկա

17) Առցանց տարբերակով ավելի բարձր որակի ապրանքներ են հասանելի

18) Առցանցը բոնուսներ է տալիս

19) Առցանց տարբերակով ավելի հեշտ է ապրանքը վերադարձնել կամ փոխանակել

20) Ապրանքը առաքվում է ինձ համար հարմար վայր

21) Ապրանքի մասին ավելի շատ տեղեկություն է հասանելի

22) Ապրանքը կարելի է համեմատել նմանատիպ ապրանքի հետ

23) Ապրանքի մասին կարծիքներ կան, լուսանկարներ ու վիդեո՝ հաճախորդների կողմից պատրաստված

24) Կարող եմ գնումներ կատարել ինձ համար հարմար ժամանակ

25) Այլ (նշեք)

26) Դժվարանում եմ պատասխանել НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**27. Ասեք, վերջին մեկ տարվա ընթացքում ինչպե՞ս է փոխվել Ձեր առցանց գնումների հաճախականությունը:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

5) Սկսել եմ ավելի հաճախ գնել

6) Գնում եմ նույն հաճախականությամբ, ինչ՝ նախկինում

7) Սկսել եմ ավելի հազվադեպ գնել (ինչո՞ւ)

8) Դժվարանում եմ պատասխանել

**28. Ասացե՞ք խնդրեմ, համացանցով գնումներ կատարելիս բախվե՞լ եք հետևյալ իրավիճակներին:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ յուրաքանչյուր տողում)

| № | Իրավիճակ | Պատասխանների տարբերակներ | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Այո, հաճախ գրեթե ամեն անգամ | Այո, (մոտ յուրաքանչյուր հինգերորդ դեպքում) | Այո, հազվադեպ (մոտ տասներորդ դեպքում կամ հազվադեպ) | Ոչ, չեմ բախվել |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 28.1 | Ապրանքի առաքման ժամկետները խախտվել էին | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.2 | Ապրանքը վնասված էր կամ ժամկետանց | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.3 | Ապրանքը չառաքեցին | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.4 | Պատվերի ոչ ամբողջական ուղարկեցին | | | | |
| 28.5 | Ապրանքը չի համապատասխանում պատվերին, ուղարկել են այլ ապրանք | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.6 | Ապրանքի մասին լիարժեք տեղեկություն չկարողացաք ստանալ կամ տեղեկությունը ձեր մայրենի լեզվով չէր | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.7 | Կոնֆլիկտային իրավիճակը լուծելը հնարավոր չէր | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 28.8 | Մերժել են ապրանքի վերադարձի հարցում | 1 | 2 | 3 | 4 |

## ԲԼՈԿ 6 «ՍՊԱՌՈՂՆԵՐԻ ՎԱՐՔԱԳԾԻ ՄՈԴԵԼՆԵՐՆ ԻՐԵՆՑ ԻՐԱՎՈՒՆՔՆԵՐԻ ՈՏՆԱՀԱՐՄԱՆ ԴԵՊՔԵՐՈՒՄ»

**29. Արդյո՞ք Դուք գիտեք, թե ու՛ր պետք է/կարող եք դիմել՝ որպես սպառող, Ձեր իրավունքները պաշտպանելու համար:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

4) Լավ գիտեմ

5) մոտավորապես գիտեմ

6) չգիտեմ

7) Ինձ չի հետաքրքրում

**30. Եթե սպառողի Ձեր իրավունքները խախտվեն, ո՞ւր կդիմեք Դուք:** (Կարելի է պատասխանների մի քանի տարբերակ նշել)

7) Սպառողների իրավունքների պաշտպանության լիազորված պետական մարմնին

8) Դատարան, դատախազություն, փաստաբանների ծառայություններին

9) Սպառողների հասարակական միավորում

10) Կփորձեմ խնդիրն ինքնուրույն լուծել ապրանքների (աշխատանքների, ծառայությունների) արտադրողի (կատարողի, վաճառողի) հետ

11) Ծանոթներին, ովքեր կարող են օգնել լուծել խնդիրը

12) Ոչ մի տեղ չեմ դիմի ու ոչինչ չեմ անի

**31. Ապրանքների, (աշխատանքների, ծառայությունների) անբարեխիղճ արտադրողների (կատարողների, վաճառողների) հետ պայքարի ո՞ր մեթոդներն եք ամենաարդյունավետը համարում: Գնահատեք յուրաքանչյուր մեթոդ հինգ բալանոց սանդղակով, որտեղ 5-ը շատ արդյունավետ-ն է, 0-ն ընդհանրապես արդյունավետ չէ:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ յուրաքանչյուր տողում)

| Պայքարի միջոցները | Գնահատական | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Բողոք ադմինիստրացիայի աշխատակցին | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Բողոք-գրառում  ակնարկների ու առաջարկությունների գրքում | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Խանութի, հաստատության կայքում բացասական կարծիքի գրառում | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Դիմումներ՝ սպառողների հասարակական միություններ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Դիմում՝ լիազորված պետական մարմիններ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Բացասական կարծիք սոցիալական ցանցերում | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Դիմում՝ դատարան | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Դիմում փաստաբանին՝ շահերի մինչդատական պաշտպանության համար | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |

**32. Սպառողի Ձեր իրավունքների ոտնահարման դեպքում մտադի՞ր եք արդյոք պաշտպանել դրանք ապրանքների (աշխատանքի, ծառայության) արտադրողից (կատարողի, վաճառողի):** (Կարելի է նշել պատասխանի 3 տարբերակից ոչ ավել)

15) Այո, ցանկացած դեպքում ես փորձել եմ պաշտպանել

16) Այո, եթե ապրանքի (աշխատանքի, ծառայության) գինն ինձ համար բարձր է

17) Այո, եթե ապրանքի (աշխատանքի, ծառայության) օգտագործման ընթացքում ինձ ֆիզիկական վնաս է հասցվել

18) Այո, եթե ապրանքի (աշխատանքի, ծառայության) օգտագործման ընթացքում ինձ բարոյական վնաս է հասցվել

19) Ոչ

20) Այլ (նշեք)

21) Դժվարանում եմ պատասխանել НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**33. Սպառողի Ձեր իրավունքների ոտնահարման դեպքում Դուք մտադի՞ր եք արդյոք դրանք պաշտպանել դատարանում** (Կարելի է նշել պատասխանի 3 տարբերակից ոչ ավել)

15) Այո, եթե դատարանում ես կկարողանամ պաշտպանել իրավունքներս

16) Այո, եթե ապրանքի (աշխատանքի, ծառայության) գինն ինձ համար բարձր է

17) Այո, եթե ապրանքի (աշխատանքի, ծառայության) օգտագործման ընթացքում ինձ ֆիզիկական վնաս է հասցվել

18) Այո, եթե ապրանքի (աշխատանքի, ծառայության) օգտագործման ընթացքում ինձ բարոյական վնաս է հասցվել

19) Ոչ

20) Այլ (նշեք)

21) Դժվարանում եմ պատասխանել НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

## ԲԼՈԿ 7 «ՍՊԱՌՈՂՆԵՐԻ ԻՐԱՎՈՒՆՔՆԵՐԻ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ ՈԼՈՐՏՈՒՄ ՊԵՏԱԿԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ՈՒ ԵՎ ՀԱՍԱՐԱԿԱԿԱՆ ԿԱՌՈՒՅՑՆԵՐԻ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏՈՒԹՅԱՆ ՄԱԿԱՐԴԱԿԸ»

**47. Ո՞ր մարմինները <u>պետք է</u> զբաղվեն սպառողների իրավունքների պաշտպանությամբ:** (Կարելի է նշել պատասխանների ցանկացած քանակով տարբերակներ)

7) Պետությունը, լիազորված պետական մարմինները

8) Սպառողների հասարակական միավորումները

9) Փաստաբանները

10) Դատական մարմինները

11) Ոչ ոք, սպառողներն իրենք պետք է զբաղվեն իրենց իրավունքների պաշտպանությամբ

12) Դժվարանում եմ պատասխանել НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**48. Ձեր կարծիքով, որքանո՞վ է արդյունավետ պետական կարգավորումը սպառողների իրավունքների պաշտպանության ոլորտում:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

1) Խիստ արդյունավետ է

2) Ավելի շուտ արդյունավետ է

3) Ավելի շուտ արդյունավետ չէ

4) Բացարձակ արդյունավետ չէ

5) Դժվարանում եմ պատասխանել НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**49. Ձեր երկրում կա՞ն սպառողների իրավունքների պաշտպանության ոլորտում հասարակական միավորումներ :** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

4) Այո

5) Ոչ

6) Դժվարանում եմ պատասխանել НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**50. Ձեր կարծիքով, որքանո՞վ է արդյունավետ նման կազմակերպությունների աշխատանքը սպառողների իրավունքների պաշտպանության ոլորտում** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

1) Խիստ արդյունավետ է

2) Ավելի շուտ արդյունավետ է

3) Ավելի շուտ արդյունավետ չէ

4) Բացարձակ արդյունավետ չէ

5) Դժվարանում եմ պատասխանել НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**51. Վերջին 12 ամիսների ընթացքում Դուք քանի անգամ եք բախվել սպառողի Ձեր իրավունքների խախտմանը:** (Կարելի է նշել պատասխանների մի քանի տարբերակ)

7) Երբեք չեմ հայտնվել նման իրավիճակում ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №41

8) Մի քանի տարին մեկ անգամ

9) Տարին մեկ կամ երկու անգամ

10) Ամիսը մեկ անգամ

11) Ավելի հաճախ, քան ամիսը մեկ անգամ

12) Դժվարանում եմ պատասխանել НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**52. Վերջին 3 տարվա ընթացքում դիմե՞լ եք սպառողների իրավունքների պաշտպանության համար:** (Կարելի է նշել պատասխանների մի քանի տարբերակ)

8) Այո, իմ երկրի սպառողների իրավունքների պաշտպանությանը լիազորված պետական մարմիններին

9) Այո, ԵԱՏՄ անդամ-այլ պետության լիազորված պետական մարմիններին

10) Դիմել եմ սպառողների հասարակական միավորումներ

11) Դիմել եմ դատարան, դատախազություն

12) Դիմել եմ փաստաբանների ծառայություններին

13) Ոչ մի տեղ չեմ դիմել, խնդիրն ինքնուրույն եմ լուծել ապրանքի արտադրողի (վաճառողի), կատարողի (աշխատանքների, ծառայությունների) հետ

14) Ոչինչ չեմ փորձել անել (ինչո՞ւ) ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №41

**53. Արդյո՞ք ձեր իրավունքների խախտման դեպքում դուք կարողացե՞լ եք պաշտպանել ձեր իրավունքները:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

1) Լիովին հաջողվեց պաշտպանել սեփական իրավունքները

2) Մասնակի հաջողվեց պաշտպանել սեփական իրավունքները

3) Չհաջողվեց պաշտպանել սեփական իրավունքները

4) Հարցը մնացել է դիտարկման փուլում

**54. Ինչպե՞ս Դուք կգնահատեք Ձեր երկրում սպառողների իրավունքների պահպանման և պաշտպանության ներկա իրավիճակը:** (Նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

5) Իրավիճակը բարենպաստ է. սպառողների իրավունքները լիովին պահպանվում են

6) Իրավիճակը բավարար է, սպառողների իրավունքները մասամբ պահպանվում են

7) Իրավիճակն անբավարար է, ընդհանուր առմամբ սպառողների իրավունքները չեն պահպանվում

8) Դժվարանում եմ պատասխանել НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**55. Ի՞նչ եք կարծում, սպառողների իրավունքների պաշտպանության մասին օրենսդրությունը դեռևս անկատա՞ր է և անհրաժե՞շտ է դրանում փոփոխություններ կատարել՝ ուղղված Սպառողների իրավունքների համապարփակ ու արդյունավետ պաշտպանությանը, թե՞ այսօրվա դրությամբ օրենսդրությունը լիովին բավարարում է սպառողների բոլոր ակնկալիքներին:** (Կարելի է նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

4) Օրենսդրությունը լիովին բավարարում է սպառողների բոլոր ակնկալիքները

5) Սպառողների իրավունքների պաշտպանության մասին օրենսդրությունը դեռևս անկատար է և անհրաժեշտ է դրանում փոփոխություններ կատարել

6) Դժվարանում եմ պատասխանել НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**56. Գնահատեք վերջին մի քանի տարիների ընթացքում սպառողների իրավունքների պաշտպանության ոլորտում պետական կարգավորման իրավիճակի փոփոխությունը:** (Կարելի է նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

5) Ավելի լավ է դարձել (կոնկրետ ի՞նչը)

6) Մնացել է նույն մակարդակին, չի փոփոխվել

7) Ավելի վատ է դարձել (կոնկրետ ի՞նչը)

8) Դժվարանում եմ պատասխանել НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**57. Դուք անհրաժեշտ համարո՞ւմ եք սպառողների իրավունքների ընդլայնումը:** (Կարելի է նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

5) Այո, զգալի չափով

6) Այո, աննշան

7) Ոչ

8) Դժվարանում եմ պատասխանել НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**58. Ի՞նչ եք Դուք կարծում, կա՞ արդյոք ապրանքների (աշխատանքների, ծառայությունների) սպառողների և այդ ապրանքներն արտադրողների (վաճառողների), կատարողների (աշխատանքների, ծառայությունների) միջև հարաբերությունների կարգավորման խստացման անհրաժեշտություն:** (Կարելի է նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

5) Այո, զգալի չափով

6) Այո, աննշան

7) Ոչ ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S8-S11

8) Դժվարանում եմ պատասխանել НЕ ПОКАЗЫВАТЬ, ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S8-S11

**59. Ի՞նչն է անհրաժեշտ խստացնել ապրանքների (աշխատանքների, ծառայությունների) սպառողների ու արտադրողների (վաճառողների), կատարողների (աշխատանքների, ծառայությունների) միջև հարաբերությունների կարգավորման հարցում:** (Կարելի է նշել պատասխանի մի քանի տարբերակ)

7) Ավելացնել տուգանքի չափը սպառողների իրավունքների պաշտպանության ոլորտում օրենսդրության խախտման համար ձեռնարկատիրական գործունեության անբարեխիղճ սուբյեկտների համար

8) Բարձրացնել ապրանքի (աշխատանքի, ծառայության) որակի հանդեպ պահանջները

9) Բարձրացնել ապրանքի (աշխատանքի, ծառայության), արտադրողի (կատարողի, վաճառողի) վերաբերյալ տեղեկատվության տրամադրման պահանջները

10) Բարձրացնել ապրանքի (աշխատանքի, ծառայության) անվտանգության նկատմամբ պահանջները

11) Այլ (նշեք)

12) Դժվարանում եմ պատասխանել НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**Եվ վերջում մի քանի հարց Ձեր մասին.**

**S.8. Խնդրում եմ, ասեք, Դուք ներկայումս աշխատո՞ւմ եք, թե՞ ոչ:** (Կարելի է նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

1) Վարձու աշխատող եմ պետական ձեռնարկությունում

2) Վարձու աշխատող եմ մասնավոր, առևտրային ձեռնարկությունում

3) Անհատ ձեռնարկատեր եմ, սեփական բիզնես ունեմ

4) Թոշակառու եմ (չեմ աշխատում) ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №S.11.

5) Ժամանակավորապես ոչ մի տեղ չեմ աշխատում, գործազուրկ եմ ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №S.11.

6) Ժամանակավորապես ոչ մի տեղ չեմ աշխատում, փնտրում եմ աշխատանք ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №S.11.

7) Ուսանող եմ, սովորում եմ (չեմ աշխատում) ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №S.11.

8) Ես զբաղվում եմ տնային տնտեսությամբ ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №S.11.

9) Դեկրետում եմ ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №S.11.

10) Այլ (նշեք*)*

**S.9. Խնդրում եմ մանրամասնեք, ո՞ր բնագավառում, ոլորտում եք աշխատում:** (Կարելի է նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)

1) Արդյունաբերություն

2) Գյուղատնտեսություն

3) Դիզայն, նախագծում, ճարտարապետություն, շինարարություն

4) Պետական, մունիցիպալ կառավարում

5) Կրթություն, գիտություն

6) Մշակույթ, արվեստ

7) Առողջապահություն

8) Ծառայություններ, առևտուր

9) Հասարակական սնունդ

10) Կենցաղային (կոմունալ) սպասարկում

11) Իրավապահ մարմիններ, բանակ

12) Տրանսպորտ, կապ

13) Տեղեկատվություն, ՏՏ

14) Ֆինանսներ, իրավագիտություն

15) Այլ *(նշեք)*

**S.10. Որպես ի՞նչ եք աշխատում:** *(Կարելի է նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)*

10) Բարձրագույն օղակի ղեկավար (գլխավոր տնօրեն, նախագահ)

11) Ղեկավարի տեղակալ, գլխավոր մասնագետ

12) Միջին օղակի ղեկավար (բաժնի, ստորաբաժանման, արտադրամասի, հերթափոխի կամ սեկտորի ղեկավար և այլն)

13) Բարձրագույն կրթությամբ որակավորված մասնագետ (բժիշկ, իրավաբան, մանկավարժ)

14) Ծառայող՝ առանց բարձրագույն կրթության (գանձապահ, մեքենագրուհի, վաճառող և այլն)

15) Տեխնիկական կամ սպասարկող անձնակազմ

16) Որակավորված բանվոր, վարպետ

17) Բանվոր

18) Այլ (նշեք)

**S.11. Թվարկված արտահայտություններից ո՞րն է առավել ճշգրիտ բնութագրում ձեր ընտանիքի ֆինանսական վիճակը:** *(Կարելի է նշել պատասխանի մեկ տարբերակ)*

1) Մեր ընտանիքին գումարը չի բավարարում նույնիսկ սննդի և կոմունալ վճարումների համար

2) Մեր ընտանիքին գումարը բավարարում է միայն սննդի և կոմունալ վճարումների համար, հագուստ գնելը խնդրահարույց է

3) Մեր ընտանիքին գումարը բավարարում է միայն սննդի և հագուստի համար, առանց վարկերի դիմելու կենցաղային տեխնիկա գնելը խնդրահարույց է

4) Մեր ընտանիքին գումարը բավարարում է կենցաղային տեխնիկա ձեռք բերելու համար, բայց մեքենա գնելը կամ արտերկրում հանգստանալն առանց վարկերի դիմելու մեզ համար խնդրահարույց է

5) Մեր ընտանիքին գումարը բավարարում է հանգստանալու և մեքենա պահելու համար, բայց մենք չենք կարող ձեռք բերել ամառանոց, բնակարան առանց հիփոթեքի և այլն:

6) Մեր ընտանիքը կարող է առանց խնդիրների ձեռք բերել ցանկացած թանկարժեք իր՝ բնակարան, մեքենա, ամառանոց և այլն

7) Հրաժարում պատասխանից НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

***Շնորհակալ ենք Ձեզ՝ հետազոտությանը մասնակցելու համար***

**Анкета для опроса населения на казахском языке**

## ӘЛЕУМЕТТІК ЗЕРТТЕУ ҚҰРАЛДАРЫ. ХАЛЫҚ АРАСЫНДА ЖҮРГІЗУГЕ АРНАЛҒАН САУАЛНАМА

### СКРИНИНГОВАЯ ЧАСТЬ

**S.1 Сіз осы елдің азаматысыз ба?** (Бір жауап нұсқасын белгілеңіз)

1) Армения Республикасы ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

2) Беларусь Республикасы ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

3) Қазақстан Республикасы ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

4) Қырғыз Республикасы ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

5) Ресей Федерациясы ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.2 Қазіргі уақытта Сіз қай елді мекенде тұрасыз?** *(Жауаптың бір нұсқасын белгілеуге болады)*

Настроена зависимость показа вариантов ответов от вопроса S.1

**S.3 Сіз бұл елді мекенде қанша уақыт тұрасыз? (**Бір жауап нұсқасын белгілеңіз**)**

1) Үнемі басқа жерде тұрамын ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ

2) Екі жылдан аз уақыт ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ

3) 2 жыл және одан көп

**S.4 Жынысыңызды көрсетіңіз.** *(Бір жауап нұсқасын белгілеңіз)*

1) Еркек ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

2) Әйел ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.5 Толық жасыңыз нешеде? (**Бір жауап нұсқасын белгілеңіз**)**

1) 14 жастан аз ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ

2) 14-17 жас ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

3) 18-29 жас ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

4) 30-44 жас ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

5) 45-59 жас ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

6) 60 жас және жоғары ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.6 Сіздің білім деңгейіңіз: (**Бір жауап нұсқасын белгілеңіз**)**

1) Аяқталмаған негізгі жалпы білім ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

2) Негізгі жалпы білім (8-9 сыныптар) ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

3) Жалпы орта білім (10-11 сыныптар) ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

4) Орта кәсіптік білім (колледж, техникум) ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

5) Аяқталмаған жоғары білім ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

6) Жоғары білім ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.7 Сіз денсаулығыңыз сыр берген (мүгедектік, МШД) тұтынушылардың жеке санатына жатасыз ба?**

1) Иә

2) Жоқ

## 1 БЛОК«ЕАЭО МҮШЕ МЕМЛЕКЕТТЕРДІҢ ТҰРҒЫНДАРЫНЫҢ ТҰТЫНУШЫЛЫҚ МІНЕЗ-ҚҰЛҚЫ ЖӘНЕ ҚЫЗМЕТТЕРДІ АЛУ ТӘЖІРИБЕСІ»

**1. Айтыңызшы, ... қаншалықты жиі сатыпаласыз?***(Әр жолда бір жауап нұсқасын белгілеуге болады)*

| | Тауарлар (бөлшек сауда) | Жауап нұсқалары | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Аптасына бірнеше рет және одан да жиі | Аптасына бір рет | Айына бірнеше рет | Шамамен айына бір рет | Айына бірнеше рет | Жарты жылда бір рет | Жарты жылда бір реттен сирек | Ешқашан |
| 1.1. | Азық-түлік | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 1.2. | Киім немесе аяқ киім | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 1.3. | Парфюмерлік-косметикалық өнімдер, тұрмыстық химия | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 1.4. | Электроника, тұрмыстық техника | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 1.5. | Темекі, шылым, алкоголь | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 1.6. | Дәрілер, дәрі-дәрмектер | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |

**2. Көрсетілген тауарларды қайдан <u>жиі</u> сатып аласыз?** *(Әр бағанда бір жауап нұсқасын белгілеуге болады)*

| | Жауап нұсқалары | Тауарлар | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Азық-түлік | Киім немесе аяқ киім | Парфюмерлік-косметикалық өнімдер, тұрмыстық химия | Электроника, тұрмыстық техника | Темекі, шылым, алкоголь |
| 2.1. | Сауда орталықтарында | *1* | *1* | *1* | *1* | *1* |
| 2.2. | Гипермаркеттерде, супермаркеттерде | *2* | *2* | *2* | *2* | *2* |
| 2.3. | «Үйдің қасындағы»шағын дүкендерде және шағын маркеттерде | *3* | *3* | *3* | *3* | *3* |
| 2.4. | Шатырлар мен дүңгіршектерде | *4* | *4* | *4* | *4* | *4* |
| 2.5. | Базарда, жәрмеңкелерде | *5* | *5* | *5* | *5* | *5* |
| 2.6. | Интернет-дүкендерде | *7* | *7* | *7* | *7* | *7* |
| 2.7. | Басқасы(жауап нұсқаңызды жазыңыз) | *8* | *8* | *8* | *8* | *8* |
| 2.8. | Көрсетілген тауарды сатып алмаймын | *9* | *9* | *9* | *9* | *9* |
| 2.9. | Жауап беруге қиналамын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ | *10* | *10* | *10* | *10* | *10* |

**3. Төменде көрсетілген қызметтердің қайсысын пайдаланатыныңызды және егер сіз қолдансаңыз, қаншалықты жиі қолданатыныңызды айтыңыз?** *(Әр жолда бір жауап нұсқасын белгілеуге болады)*

| | Қызметтер | Жауап нұсқалары | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Аптасына бірнеше рет және одан да жиі | Аптасына бір рет | Айына бірнеше рет | Айына бір рет | Бірнеше айда бір рет | Жарты жылда бір рет | Жарты жылда бір реттен сирек | Ешқашан |
| 3.1. | Бөлшек сауда қызметтері | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.2. | Қашықтықтан сауда қызметтері (онлайн дүкендер, маркетплейстер) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.3. | Қоғамдық тамақтану қызметтері (асханалар, кафелер, мейрамханалар және т. б.) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.4. | Туристік қызметтер (саяхат, экскурсиялар) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.5. | Тұрмыстық қызметтер (химтазалау, ателье, т. б.) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.6. | Шаштараздар, сұлулық салондары, фитнес орталықтарының қызметтері | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.7. | Медициналық қызметтер, оның ішінде ақылы | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.8. | Байланыс қызметтері (интернет, телефон, теледидар, радио) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.9. | Қоғамдық көлік, оның ішінде такси қызметтері | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.10. | Коммуналдық қызметтер (газ, жарық, су және т. б.) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.11. | Оқыту, білім беру қызметтері (балабақшаларда, мектептерде, колледждерде, жоғары оқу орындарында, қосымша білім беру орталықтарында) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.12. | Қаржылық қызметтер (банктер, сақтандыру компаниялары және басқа қаржы ұйымдары ұсынатын қызметтер) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |

## 2 БЛОК «ЕАЭОМҮШЕ МЕМЛЕКЕТТЕР ХАЛҚЫНЫҢ ТҰТЫНУШЫЛАРДЫҢ ҚҰҚЫҚТАРЫН ҚОРҒАУ САЛАСЫНДАҒЫ ҚОЛДАНЫСТАҒЫ ЗАҢНАМАНЫҢ ЖЕКЕЛЕГЕН АСПЕКТІЛЕРІ ТУРАЛЫ ХАБАРДАР БОЛУ ДЕҢГЕЙІ»

**4. Сіздің ойыңызша, тауарларды (жұмыстарды, көрсетілетін қызметтерді) тұтынушылар мен тауарларды өндірушілер (сатушылар), орындаушылар (жұмыстар, көрсетілетін қызметтер) арасында туындайтын қатынастар мемлекеттік деңгейде реттеледі ме? (***Бір жауап нұсқасын белгілеңіз***)**

1) Реттелетінін нақты білемін
2) Менің ойымша, олар реттеледі, бірақ мен нақты білмеймін
3) Менің ойымша, олар реттелмейді
4) Жауап беруге қиналамын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**5. Сіз мемлекет деңгейінде қолданыстағы «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңмен таныссыз ба? (**Бір жауап нұсқасын белгілеңіз**)**

1) Иә, мен заңның негізгі ережелерін білемін
2) Заңның бар екенін білемін, бірақ оның мазмұнын білмеймін
3) Мен Заң туралы бірінші рет естуім

**6. Сіз тауарларды (жұмыстарды, қызметтерді) тұтынушының қандай құқықтары туралы білесіз**? (Жауап нұсқаларының кез келген санын атап өтуге болады)

1) Тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласында білім алу құқығы
2) Тауардың (жұмыстың, көрсетілетін қызметтің) тиісті сапасына құқық
3) Тұтынушының тауардың (жұмыстың, көрсетілетін қызметтің) қауіпсіздігіне құқығы
4) Тұтынушының өндіруші (сатушы, орындаушы) және тауарлар (жұмыстар, көрсетілетін қызметтер) туралы ақпарат алу құқығы
5) Тұтынушының тауардың (жұмыстың, көрсетілетін қызметтің) кемшіліктері немесе тиісті емес ақпарат салдарынан өмірге, денсаулыққа және мүлікке келтірілген материалдық және моральдық зиянды өтеу құқығы
6) Тұтынушының тиісінше (тиісінше емес) сападағы тауарды айырбастап алу құқығы
7) Тұтынушылардың өз құқықтарын қорғау құқығы
8) Тұтынушылардың құқықтары туралы білмеймін

**6.1. Сізге қандай құқықтар жетіспейді? Тұтынушылардың құқықтары саласында нені кеңейту қажет, қалай толықтыруға болады деп санайсыз? (***Жауап нұсқаңызды енгізіңіз***)**

_____

**7. Сіз тауарларды (жұмыстарды, көрсетілетін қызметтерді) қашықтықтан (онлайн) сату кезінде тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласындағы заңнаманың ерекшеліктерімен таныссыз ба?**

1) Заңнаманың ерекшеліктерін толық білемін

2) Ерекшеліктердің бар екендігі туралы білемін

3) Заңнаманың ерекшеліктері туралы білмеймін

## 3 БЛОК «ТҰТЫНУШЫЛАРДЫҢ ҚҰҚЫҚТАРЫН ҚОРҒАУ МӘСЕЛЕЛЕРІ БОЙЫНША ЕАЭО МҮШЕ МЕМЛЕКЕТТЕРДІҢ ХАЛҚЫН ХАБАРДАР ЕТУДІҢ ТИІМДІЛІГІ»

**8. Сіздің тауарларды (жұмыстарды, көрсетілетін қызметтерді) тұтынушы ретіндегі құқықтарыңызды қорғау саласындағы біліміңіз жеткілікті деп ойлайсыз ба?***(Жауаптың бір нұсқасын белгілеуге болады)*

1) Әбден жеткілікті
2) Көбінде жеткілікті
3) Жеткіліксіз
4) Жауап беруге қиналамын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**9. Тұтынушы ретіндегі құқықтарыңыз туралы көбірек білгіңіз келе ме?** *(Жауаптың бір нұсқасын белгілеуге болады)*

1) Иә, мен өз құқықтарым туралы толық ақпарат алғым келеді
2) Иә, мен көбірек білгім келеді
3) Жоқ, менде бар білім маған жеткілікті ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №11

**10. Тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласында нақты не туралы көбірек білгіңіз келеді?** *(Жауаптардың үш нұсқасынан артық емес таңдауға болады).*

1) Тұтынушылық білім негіздері: тауарларды сатып алу кезінде өз құқықтары мен мүдделерін қалай қорғауға болады
2) ЕАЭО бірыңғай нарығындағы тұтынушылардың құқықтары
3) Қашықтан сауда жасау: тұтынушылар мен сатушылардың құқықтары мен міндеттері
4) Қызмет көрсету саласындағы тұтынушылардың құқықтары: туризм, медицина, білім және т. б.
5) Тұтынушылық дауларды сотқа дейін шешу
6) Тұтынушылардың қаржылық қызметтер саласындағы құқықтары мен міндеттері
7) Тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласындағы қоғамдық бастама және бақылау
8) Басқасы*(көрсетіңіз)*

**11. Егер Сізде тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласында сұрақтарыңыз болса, қажетті ақпаратты алу үшін қайда жүгінесіз?** *(Жауап нұсқаларының кез келген санын белгілеуге болады)*

1) Интернет желісіндегі уәкілетті органдардың ресми сайттарында орналастырылған ресми ақпарат (заңнама)

2) Тұтынушылардың қоғамдық бірлестіктерінің сайттары

3) Тұтынушылардың құқықтарын қорғау тақырыбында телебағдарламалар, радиохабарлар

4) Баспа және электрондық БАҚ жарияланымдары

5) Тұтынушылардың құқықтарын қорғау мәселелері талқыланатын арнайы блогтар, форумдар

6) Ақпараттық тақталар, сатып алушылардың бұрыштары

7) Заң кеңестері

8) Достар, таныстар

9) Басқасы*(өтінемін, көрсетіңіз)*

10) Мен ешқайда жүгінбеймін

**12. Көпшілікке қолжетімді тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы ақпараттың сапасын бағалаңыз.** *(Әр жолда бір жауап нұсқасын белгілеуге болады)*

| | Критерийлер | Жауап нұсқалары | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Қанағаттанарлық | Көбінде қанағаттанарлық | Көбіндеқанағаттанарлықсыз | Қанағаттанарлықсыз | Жауап беруге қиналамын/ мен мұндай ақпарат туралы ештеңе білмеймін |
| | **Ақпараттың қолжетімдігі** | | | | | |
| 12.1. | тұтынушылардың құқықтарын қорғаумен байланысты нормативтік база туралы (заңдар, заңға тәуелді актілер) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 12.2. | Түсіндірмелері бар тұтынушылар құқықтарының тізбесі туралы | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 12.3. | Қадағалау, құқық қорғау органдарына өз құқықтары бұзылған жағдайда оларды қорғау үшін жүгіну қағидалары туралы ақпараттың қолжетімділігі | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| | **Ақпараттың түсініктігі** | | | | | |
| 12.4. | тұтынушылардың құқықтарын қорғаумен байланысты нормативтік база туралы (заңдар, заңға тәуелді актілер) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 12.5. | Түсіндірмелері бар тұтынушылар құқықтарының тізбесі туралы | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 12.6. | Қадағалау, құқық қорғау органдарына олар бұзылған жағдайда өз құқықтарын қорғау үшін жүгіну қағидалары туралы ақпараттың түсінігі | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |

## 4 БЛОК «ТҰТЫНУШЫЛАРДЫҢ НЕГІЗГІ ҚҰҚЫҚТАРЫН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ ҚҰРАЛДАРЫ»

**13. Сіз тауарлардың (жұмыстардың, көрсетілетін қызметтердің) сапасы мен қауіпсіздігіне қойылатын талаптардың бар екенін білесіз бе?** *(Жауаптың бір нұсқасын белгілеуге болады)*

1) Иә
2) Жоқ ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №18

**14. Сіздің ойыңызша, өндірушілер (орындаушылар, сатушылар) тауарлардың (жұмыстардың, көрсетілетін қызметтердің)сапасы мен қауіпсіздігіне қойылатын талаптарды орындай ма?***(Жауаптың бір нұсқасын белгілеуге болады)*

1) Әрқашан
2) Жиі
3) Сирек
4) Ешқашан

**15. Сатып алынатын тауар сапасына деген Сіздің сенімділікті не арттырады?** *(Жауап нұсқаларының кез келген санын атап өтуге болады*)

1) Сертификаттың болуы
2) Сапа белгісінің болуы
3) Өндірушінің (сатушының) беделі
4) Ештеңеге сенім білдірмеймін

**16. Сатып алынатын тауарға, алынатын қызметке қатысты Сізді қызықтыратын ақпаратты әрқашан ала аласыз ба?** (*Бір жауап опциясын белгілеңіз*)

1) Әрқашан немесе іс жүзінде әрқашан ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №18
2) Әрқашан емес
3) Ешқашан немесе іс жүзінде ешқашан

**17. Сіз әрқашан тауар (жұмыс, көрсетілетін қызмет) туралы қандай ақпарат ала алмайсыз? (***Жауап нұсқаларының кез келген санын атап өтуге болады***)**

1) Тауардың сапасы, оның сипаттамалары туралы
2) Тауардың/көрсетілетін қызметтің құны туралы
3) Өндіруші (орындаушы, сатушы) туралы

4) Тауарды сатып алу/қызметті алу шарттары (шарт) туралы

5) Жарамдылық мерзімі, кепілдік мерзімі, қызмет ету мерзімі туралы

6) Тауардың қауіпсіздігі, сәйкестік сертификаттары (декларациялары) туралы

7) Басқасы (көрсетіңіз, өтінеміз)

8) Жауап беруге қиналамын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

## 5 БЛОК «ТҰТЫНУШЫЛАРДЫҢ ТАУАРЛАРДЫҢ (ЖҰМЫСТАРДЫҢ, КӨРСЕТІЛЕТІН ҚЫЗМЕТТЕРДІҢ) САПАСЫНА ҚАНАҒАТТАНУЫ»

**18. Келесі тауарлардың сапасына қаншалықты қанағаттанғаныңызды бағалаңыз?** *(Әр жолда бір жауап нұсқасын белгілеуге болады)*

| | Тауарлар | Жауап нұсқалары | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Толық қанағаттандырарлық | Көбіндеқанағаттандырарлық | Көбіндеқанағаттандырарлық емес | Толық қанағаттандырарлық емес | Жауап беруге қиналамын |
| 18.1. | Азық-түлік. Сұрақ 1-сұрақта 8 (ешқашан) кодымен белгіленген тауарлар бойынша қойылмайды. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 18.2. | Киім, аяқ киім. Сұрақ 1-сұрақта 8 (ешқашан) кодымен белгіленген тауарлар бойынша қойылмайды. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 18.3. | Парфюмерлік-косметикалық тауарлар, тұрмыстық химия. Сұрақ 1-сұрақта 8 (ешқашан) кодымен белгіленген тауарлар бойынша қойылмайды. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 18.4. | Электр тауарлары, тұрмыстық техника. Сұрақ 1-сұрақта 8 (ешқашан) кодымен белгіленген тауарлар бойынша қойылмайды. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 18.5. | Алкоголь, темекі өнімдері. Сұрақ 1-сұрақта 8 (ешқашан) кодымен белгіленген тауарлар бойынша қойылмайды. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |

**19. Келесі қызметтердің сапасына қаншалықты қанағаттанғаныңызды бағалаңыз?** *(Әр жолда бір жауап нұсқасын белгілеуге болады)*

| | Қызметтер | Жауап нұсқалары | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Иә, әр уақытта немесе әр уақытта дерлік | Иә, жиі (шамамен әрбір бесінші жағдайда) | Иә, сирек (шамамен әрбір оныншы жағдайда немесе одан аз) | Ешқашан |
| 19.1. | Бөлшек сауда қызметтері. Сұрақ 3-сұрақта 8 (ешқашан) кодымен белгіленген қызметтер бойынша қойылмайды. | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 19.2. | Қашықтықтан сауда қызметтері (онлайн дүкендер, маркетплейстер). Сұрақ 3-сұрақта 8 (ешқашан) кодымен белгіленген қызметтер бойынша қойылмайды. | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 19.3. | Қоғамдық тамақтану қызметтері (асханалар, кафелер, мейрамханалар және т.б.). Сұрақ 3-сұрақта 8 (ешқашан) кодымен белгіленген қызметтер бойынша қойылмайды. | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 19.4. | Туристік қызметтер (саяхат, экскурсиялар). Сұрақ 3-сұрақта 8 (ешқашан) кодымен белгіленген қызметтер бойынша қойылмайды. | *1* | *2* | *3* | *4* |

Кестенің аяқталуы

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 19.5. | Тұрмыстық қызметтер (құрғақ тазалау, ателье және т.б.). Сұрақ 3-сұрақта 8 (ешқашан) кодымен белгіленген қызметтер бойынша қойылмайды. | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 19.6. | Шаштараздар, сұлулық салондары, фитнес орталықтарының қызметтері. Сұрақ 3-сұрақта 8 (ешқашан) кодымен белгіленген қызметтер бойынша қойылмайды. | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 19.7. | Медициналық қызметтер. Сұрақ 3-сұрақта 8 (ешқашан) кодымен белгіленген қызметтер бойынша қойылмайды. | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 19.8. | Байланыс қызметтері (интернет, телефон, теледидар, радио). Сұрақ 3-сұрақта 8 (ешқашан) кодымен белгіленген қызметтер бойынша қойылмайды. | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 19.9. | Қоғамдық көлік, оның ішінде такси қызметтері. Сұрақ 3-сұрақта 8 (ешқашан) кодымен белгіленген қызметтер бойынша қойылмайды. | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 19.10. | Коммуналдық қызметтер (газ, жарық, су және т. б.) Сұрақ 3-сұрақта 8 (ешқашан) кодымен белгіленген қызметтер бойынша қойылмайды. | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 19.11. | Оқыту, білім беру қызметтері (балабақшаларда, мектептерде, колледждерде, жоғары оқу орындарында, қосымша білім беру орталықтарында). Сұрақ 3-сұрақта 8 (ешқашан) кодымен белгіленген қызметтер бойынша қойылмайды. | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 19.12. | Қаржылық қызметтер. Сұрақ 3-сұрақта 8 (ешқашан) кодымен белгіленген қызметтер бойынша қойылмайды. | *1* | *2* | *3* | *4* |

**20. Тауарларды бөлшек саудада сатуды толығырақ қарастырайық. Сіз соңғы 12 айда төмендегі жағдайларға тап болдыңыз ба?** *(Әр жолда бір жауап нұсқасын белгілеуге болады)*

Егер № 2 сұрақтың № 2.1 тармақшасында №8 «ешқашан»/ «іс жүзінде ешқашан» нұсқасы таңдалса сұрақ қойылмайды

| | Жағдайлар | Жауап нұсқалары | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Иә, әр уақытта немесе іс жүзінде әр уақытта | Иә, жиі (шамамен әрбір бесінші жағдайда) | Иә, сирек (шамамен әрбір оныншы жағдайда немесе одан да аз) | Ешқашан |
| 20.1. | Жарамдылық (әрекетету)мерзімі өткен тауарды сатты | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 20.2. | Ақаулы тауарды сатты | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 20.3. | Кем өлшеді (тауарды дұрыс өлшемеді) | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 20.4. | Тауардың бағасы жоқ немесе бағасы дұрыс көрсетілмеген | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 20.5. | Тауар туралы қате ақпарат берді | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 20.6. | Тауар туралы қажетті ақпаратты бермеді | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 20.7. | Кем есептеді (қайтарымды дұрыс бермеді, сатып алу сомасын есептеді) | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 20.8. | Дөрекі сөйлесті | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 20.9. | Қосымша тауарлар мен қызметтер алуды мәжбүр етті | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 20.10. | Сапасыз тауар үшін ақша айырбастаудан немесе қайтарудан бас тартты | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 20.11. | Шағымдар кітабын бермеді | *1* | *2* | *3* | *4* |

**21. Енді қоғамдық тамақтану туралы сөйлесейік. Сіз соңғы 12 айда кафелер мен мейрамханаларға барған кезде төмендегі жағдайларға тап болдыңыз ба?** *(Әр жолда бір жауап нұсқасын белгілеуге болады)*

Егер 3 сұрақтың № 2.3 тармақшасында №8 «ешқашан»/ «іс жүзінде ешқашан» нұсқасы таңдалса сұрақ қойылмайды.

| | Жағдай | Жауап нұсқалары | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Иә, әр уақытта немесе іс жүзінде әр уақытта | Иә, жиі (шамамен әрбір бесінші жағдайда) | Иә, сирек (шамамен әрбір онншы жағдайда немесе одан да аз) | Ешқашан |
| 21.1. | Қызмет көрсетуден бас тартты | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.2. | Сапасыз, бүлінген тағам әкелді | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.3. | Бөлме, ыдыс-аяқ және ас құралдары ластанған болды | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.4. | Жұмыскерлер дөрекі сөйлесті | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.5. | Шотқа қосымша позициялар енгізді | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.6. | Сапасыз, бүлінген тағамға ақы төлеуді талап етті | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.7. | Қосымша қызметтерге ақы төлеуді талап етті (музыка, балалар бөлмесі және т. б.) | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.8. | Шайпұлды талап етті | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.9. | Сізге ыңғайлы түрде төлеуге мүмкіндік бермеді | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.10. | Мәзірмен алдын-ала танысуға мүмкіндік бермеді немесе Сізді қызықтыратын ақпаратты бермеді – тағамның құрамы, калория мөлшері, салмағы туралы | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.11. | Шағымдар кітабын беруден бас тартты | *1* | *2* | *3* | *4* |

**22. Сіз соңғы 12 айда төменде көрсетілген қызметтердің кез келгенін алдыңыз ба? Егер Сіз алған болсаңыз, онда Сіз тұтынушы ретінде Сіздің құқықтарыңыз бұзылғанын түсінген жағдайға тап болдыңыз ба?** *(Әр жолда бір жауап нұсқасын белгілеуге болады)*

| | Қызмет көрсету саласы | Жауап нұсқалары | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Қызмет алдым, бірақ құқықтарым бұзылған жоқ | Қызмет алдым, құқықтардың бұзылуына тап болдым | Қызмет алған жоқпын |
| 22.1. | Бөлшек сауда қызметтері | *1* | *2* | *3* |
| 22.2. | Қашықтықтан сауда қызметтері | *1* | *2* | *3* |
| 22.3. | Қоғамдық тамақтану қызметтері (асханалар, кафелер, мейрамханалар және т. б.) | *1* | *2* | *3* |
| 22.4. | Туристік қызметтер, саяхаттар, экскурсиялар | *1* | *2* | *3* |
| 22.5. | Тұрмыстық қызметтер (химиялық тазалау, ателье және т. б.) | *1* | *2* | *3* |
| 22.6. | Шаштараздар, сұлулық салондары, фитнес орталықтарының қызметтері | *1* | *2* | *3* |
| 22.7. | Медициналық қызметтер, оның ішінде ақылы | *1* | *2* | *3* |

Кестенің аяқталуы

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 22.8. | Байланыс қызметтері (интернет, телефон, теледидар, радио) | *1* | *2* | *3* |
| 22.9. | Қоғамдық көлік, оның ішінде такси қызметтері | | | |
| 22.10. | Коммуналдық қызметтер (газ, жарық, су және т. б.) | | | |
| 22.11. | Оқыту, білім беру қызметтері (балабақшаларда, мектептерде, колледждерде, жоғары оқу орындарында, қосымша білім беру орталықтарында) | *1* | *2* | *3* |
| 22.12 | Қаржылық қызметтер (банктер, сақтандыру компаниялары және басқа қаржы ұйымдары ұсынатын қызметтер) | *1* | *2* | *3* |

**23. Сіз қызмет алған кезде құқықтарыңыз бұзылған және айтуға дайын бір қызметті таңдаңыз.***(Жауаптың бір нұсқасын белгілеуге болады)*

*Вопрос не задается если на вопрос №22, ВО ВСЕХ ПУНКТАХ п.п. №22.1.-№22.12. выбраны варианты №1 «Получал услугу, но права не были нарушены» или №3 «Не получал услугу».*

*Если только в одном случае выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос не задается*

*Если в нескольких случаях выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос задается только по тем услугам, по которым выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав»*

1) Туристік қызметтер, саяхаттар, экскурсиялар

2) Тұрмыстық қызметтер (химиялық тазалау, ателье және т. б.)

3) шаштараздардың, сұлулық салондарының, фитнес-орталықтардың қызметтері

4) Медициналық қызметтер, оның ішінде ақылы

5) Байланыс қызметтері (интернет, телефон, теледидар, радио)

6) Қоғамдық көлік, оның ішінде такси қызметтері

7) Коммуналдық қызметтер (газ, жарық, су және т. б.)

8) Оқыту, білім беру қызметтері (балабақшаларда, мектептерде, колледждерде, жоғары оқу орындарында, қосымша білім беру орталықтарында)

9) Қаржылық қызметтер (банктер, сақтандыру компаниялары және басқа қаржы ұйымдары ұсынатын қызметтер)

**24. Соңғы 12 айда Сіз осы қызметті алу барысында қандай жағдайларға тап болдыңыз?***(Жауаптардың бірнеше нұсқасын белгілеуге болады)*

*Вопрос не задается если на вопрос №22, ВО ВСЕХ ПУНКТАХ п.п. №22.1.-№22.12. выбраны варианты №1 «Получал услугу, но права не были нарушены» или №3 «Не получал услугу».*

*Если только в одном случае выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос не задается*

*Если в нескольких случаях выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос задается только по тем услугам, по которым выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав»*

1) Қызмет туралы, оны алу шарттары туралы қызықтыратын мәліметтерді ала алмадыңыз

2) Қызметтің құнын біле алмадыңыз

3) Мамандардың жұмыс кестесін біле алмадыңыз

4) Белгіленген болған кепілдік мерзімін біле алмадыңыз

5) Қызметті тиімді және қауіпсіз пайдалану ережелері мен шарттарын біле алмадыңыз

6) Орындаушының мекен-жайын (орналасқан жерін), атауын біле алмадыңыз

7) Жұмыстарды орындау, қызметтер көрсету қағидалары туралы ақпарат алмадыңыз

8) Жұмысты орындайтын (қызмет көрсететін) нақты тұлға туралы ақпаратты және ол туралы ақпаратты ала алмадыңыз

9) Қызметті ала алмадыңыз (мамандар, мекемелер жоқ, қабылдауға тығыз жазылу, сіздің өтінішіңізді елемеу және т. б.)

10) Кәсібиліктің төмен деңгейіне, қызмет көрсеткен мамандардың қабілетсіздігіне тап болдыңыз

11) Қызмет көрсеткен қызметкерлердің мейірімсіздігінетап болдыңыз

12) Қызмет техникалық ақаулы үй-жайда, көлікте көрсетілді, қызметті алу қауіпсіз болмады, қауіпсіздік техникасы бұзылды

13) Қызмет сапасыз көрсетілді

14) Қызмет көрсетілген мерзімде орындалмады

15) Қызметтің қорытынды құны Сізбен келісілмей өсті

16) Орындаушы қосымша сыйақы, сыйлық қажеттілігін меңзеді

17) Орындаушы сапасыз қызметті қайта жасаудан бас тартты

18) Орындаушы жұмысты орындау мерзімдерінің бұзылуына немесе қызмет көрсетудің жеткіліксіз сапасына байланысты жеңілдік жасаудан бас тартты

19) Басқасы*(көрсетіңіз)*

**25. Интернет арқылы тауарларды қаншалықты жиі сатып алатындығыңызды айтыңыз?** *(Әр жолда бір жауап нұсқасын белгілеуге болады)*

*В том случае, если во всех строках респондент выбирает вариант ответа «Никогда / практически никогда», ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №30*

| | Тауарлар | Аптасына бірнеше рет және одан да жиі | Аптасына бір рет | Айына бірнеше рет | Айына бір рет | Бірнеше айда бір рет | Жарты жылда бір рет | Жарты жылда бір реттен сирек | Ешқашан |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 25.1. | Азық-түлік | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 25.2. | Киім және аяқ киім | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 25.3. | Парфюмерлік-косметикалық тауарлар, тұрмыстық химия | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 25.4. | Электроника, тұрмыстық техника | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 25.5. | Темекі, шылым, алкоголь | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 25.6. | Дәрілер, дәрі-дәрмектер | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 25.7. | Билеттер (жол жүру, ойын-сауық және т.б.) | | | | | | | | |

**26. Неліктен Сіз бұл заттарды кәдімгідей дүкеннен емес, онлайн сатып аласыз?** *(жауаптардың бірнеше нұсқасын белгілеуге болады)*

1) Интернет-дүкендердегі бағалар әдеттегіден төмен

2) Бұл тезірек, уақытты үнемдейді, кәдімгідей дүкендерге барғанды ұнатпаймын

3) Қосымша таңдау көп,менің қаламдағы кәдімгідей дүкендерде жоқ тауарды табуға болады

4) Онлайн жоғары сапалы тауарлар қолжетімді

5) Онлайн бонустар береді

6) Онлайн тауарды қайтару немесе айырбастау оңайырақ

7) Тауар ыңғайлы жерге жеткізіледі

8) Тауартуралы қосымша ақпарат көп

9) Ақпаратты ұқсас тауарлармен салыстыруға болады

10) Тұтынушылар дайындаған тауар туралы паікірлер, фотосуреттер мен бейнелер бар

11) Мен үшін ыңғайлы уақытта сатып ала аламын

12) Басқасы*(көрсетіңіз)*

13) Жауап беруге қиналамын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**27. Өткен жылы интернет арқылы сатып алу жиілігі қалай өзгергенін айтыңыз?** *(Жауаптың бір нұсқасын белгілеуге болады)*

1) Жиі сатып ала бастадым
2) Мен бұрынғыдай сатып аламын
3) Сирек сатып ала бастадым*(неге?)*
4) Жауап беруге қиналамын

**28. Интернет арқылы сатып алу кезінде Сіз төменде көрсетілген жағдайларға тап болдыңыз ба?** *(Әр жолда бір жауап нұсқасын белгілеуге болады)*

| № | Жағдайлар | Жауап нұсқалары | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Иә, әр уақытта немесе іс жүзінде әр уақытта | Иә, жиі (шамамен әрбір бесінші жағдайда) | Иә, сирек (шамамен әрбір оныншы жағдайда немесе | Ешқашан |
| 28.1 | Тауарды жеткізу мерзімі бұзылды | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 28.2 | Өнім ақаулы немесе жарамдылық мерзімі өтіп кеткен болып шықты | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 28.3 | Тауар жеткізілген жоқ | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 28.4 | Тапсырыстың толық емес жиынтығын жеткіізді | | | | |
| 28.5 | Тауар тапсырыс берілгенге сәйкес келмеді, басқа тауар жеткізілді | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 28.6 | Тауар туралы толық ақпарат ала алмадыңыз немесе ақпарат сіздің ана тіліңізде көрсетілмеді | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 28.7 | Жанжалды жағдайды шеше алмадыңыз | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 28.8 | Тауарды қайтарып алудан бас тартты | *1* | *2* | *3* | *4* |

## 6 БЛОК «ТҰТЫНУШЫЛАРДЫҢ ҚҰҚЫҚТАРЫ БҰЗЫЛҒАН ЖАҒДАЙДА ОЛАРДЫҢ МІНЕЗ-ҚҰЛЫҚ ҮЛГІЛЕРІ»

**29. Тұтынушы ретінде Сіздің құқықтарыңызды қорғау үшін қайда жүгіну керектігін жақсы білесіз бе?***(Жауаптың бір нұсқасын белгілеуге болады)*

1) Жақсы білемін
2) Мен жеткілікті білемін
3) Ештеңе білмеймін

**30. Егер Сіздің тұтынушылық құқығыңыз бұзылса, қайда жүгінесіз?** *(Жауаптың бірнеше нұсқасын белгілеуге болады)*

1) Тұтынушылардың құқықтарын қорғау жөніндегі уәкілетті мемлекеттік органға
2) Сотқа, прокуратураға, заңгерлердің қызметтеріне
3) Тұтынушылардың қоғамдық бірлестігіне
4) Тауарларды (жұмыстарды, көрсетілетін қызметтерді) өндірушімен (орындаушымен, сатушымен) мәселені өз бетінше шешуге тырысамын
5) Жағдайды шешуге көмектесетін таныстарға жүгінемін
6) Мен ешқайда жүгінбеймін және ештеңе істемеймін

**31. Сіз тауарларды (жұмыстарды, қызметтерді) жосықсыз өндірушілермен (орындаушылармен, сатушылармен) күресудің ең тиімді жолдары қандай? Әр әдісті бес ұпайлық шкала бойынша бағалаңыз, мұнда 5 балл өте тиімді, 0 балл мүлдем тиімсіз.** *(Әр жолда бір жауап нұсқасын белгілеуге болады)*

| Күресу әдістері | Бағалау | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Әкімшілік қызметкеріне шағым | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Пікірлер мен ұсыныстар кітабына шағым жазу | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Дүкеннің, мекеменің веб-сайтындағы теріс пікір | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Тұтынушылардың қоғамдық бірлестіктеріне жүгіну | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Уәкілетті мемлекеттік органдарға жүгіну | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Әлеуметтік желілердегі теріс пікір қалдыру | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Сотқа, жүгіну | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Құқықтарды сотқа дейін қорғау үшін заңгерге жүгіну | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |

**32. Сіздің тұтынушы құқықтарыңыз бұзылған жағдайда, Сіз оларды тауарларды (жұмыстарды, көрсетілетін қызметтерді) өндірушінің (орындаушының, сатушының) алдында қорғауға ниеттісіз бе?** *(Жауаптардың 3 нұсқасынан артық емес екенін белгілеуге болады)*

1) Иә, мен оларды кез келген жағдайда қорғауға тырысамын

2) Иә, егер тауардың (жұмыстардың, көрсетілетін қызметтердің)құны мен үшін қымбат болса

3) Иә, егер тауарды пайдалану (қызметті алу)барысында маған физикалық зиян келтірілсе

4) Иә, егер тауарды пайдалану (қызметті алу)барысында маған моральдық зиян келтірілсе

5) Жоқ

6) Басқасы*(көрсетіңіз)*

7) Жауап беруге қиналамын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**33. Тұтынушы құқықтарыңыз бұзылған жағдайда Сіз оларды сотта қорғауға ниеттісіз бе?** *(Жауаптардың 3 нұсқасынан артық емес белгілеуге болады)*

1) Иә, сотта мен өз құқығымды қорғай аламын

2) Иә, егер тауардың(жұмыстардың, көрсетілетін қызметтердің)құны мен үшін қымбат болса

3) Иә, егер тауарды пайдалану (қызметті алу) барысында маған физикалық зиян келтірілсе

4) Иә, егер тауарды пайдалану (қызметті алу) барысында маған моральдық зиян келтірілсе

5) Жоқ

*6)* Басқасы *(көрсетіңіз)*

7) Жауап беруге қиналамын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

## 7 БЛОК «ТҰТЫНУШЫЛАРДЫҢ ҚҰҚЫҚТАРЫН ҚОРҒАУ САЛАСЫНДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУ МЕН ҚОҒАМДЫҚ ҚҰРЫЛЫМДАР ҚЫЗМЕТТЕРІНІҢ ТИІМДІЛІК ДЕҢГЕЙІ»

**34. Тұтынушылардың құқықтарын қорғаумен қандай органдар <u>айналысуы керек</u>?** *(Жауап нұсқаларының кез келген санын белгілеуге болады)*

1) Мемлекет, уәкілетті мемлекеттік органдар
2) Тұтынушылардың қоғамдық бірлестіктері
3) Заңгерлер
4) Сот органдары
5) Ешкім, тұтынушылардың өздері өз құқықтарын қорғаумен айналысуы тиіс
6) Жауап беруге қиналамын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**35. Сіздің ойыңызша, тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласында мемлекеттік реттеу қаншалықты тиімді?** *(Жауаптың бір нұсқасын белгілеуге болады)*

1) Өте тиімді
2) Тиімді
3) Тиімсіз
4) Мүлдем тиімсіз
5) Жауап беруге қиналамын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**36. Еліңізде тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласында қоғамдық бірлестіктер бар ма? (**Бір жауап нұсқасын белгілеңіз**)**

1) Иә
2) жоқ
3) Жауап беруге қиналамын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**37. Сіздің ойыңызша, мұндай ұйымдардың тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласындағы жұмысы қаншалықты тиімді?** *(Жауаптың бір нұсқасын белгілеуге болады)*

1) Өте тиімді
2) Тиімді
3) Тиімсіз
4) Мүлдем тиімсіз
5) Жауап беруге қиналамын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**38. Тұтынушылардың құқықтарының бұзылуына қанша рет тап болдыңыз? (**Бірнеше жауап нұсқаларын белгілеуге болады**)**

1) Мұндай жағдайға ешқашан тап болған жоқпын ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №41

2) Бірнеше жылда бір рет

3) Жылына бір-екі рет

4) Айына бір рет

5) Айына бір реттен жиі

6) Жауап беруге қиналамын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**39. Сіз соңғы 3 жылда тұтынушылардың құқықтарын қорғауға жүгіндіңіз бе?** *(Жауаптардың бірнеше нұсқасын белгілеуге болады)*

1) Иә, менің елімнің тұтынушылардың құқықтарын қорғау жөніндегі уәкілетті мемлекеттік органдарға

2) Иә, ЕАЭО мүшесі басқа мемлекеттің уәкілетті мемлекеттік органдарына

3) Тұтынушылардың қоғамдық бірлестігіне жүгіндік

4) Сотқа, прокуратураға жүгіндік

5) Заңгерлердің қызметтеріне жүгіндік

6) Ешқайда жүгінбедік, тауарларды (жұмыстарды, көрсетілетін қызметтерді) өндірушімен (сатушымен), орындаушымен мәселені өз бетінше шештік

7) Ештеңе істеуге тырыспадық*(неге?)* ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №41

**40. Егер Сіздің құқықтарыңыз бұзылғанда, Сіз өз құқықтарыңызды қорғай алдыңыз ба? (**Бір жауап нұсқасын белгілеңіз**)**

1) Өз құқықтарымды толығымен қорғай алдым

2) Өз құқықтарымды ішінара қорғай алдым

3) Өз құқықтарымды қорғай алмадым

4) Мәселе қарауда күтілуде

**41. Сіздің еліңіздегі тұтынушылардың құқықтарын сақтау мен қорғаудың қазіргі жағдайын қалай бағалар едіңіз? (***Бір жауап нұсқасын белгілеңіз***)**

1) Жағдай қолайлы – тұтынушылардың құқықтары толығымен сақталады

2) Жағдай қанағаттанарлық, тұтынушылардың құқықтары ішінара сақталады

3) Жағдай қолайсыз, көп жағдайда тұтынушылардың құқықтары сақталмайды

4) Жауап беруге қиналамын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**42. Тұтынушылардың құқықтарын қорғау жөніндегі заңнаманы жетілдіру қажеттілігі бар деп ойлайсыз ба?». (**Бір жауап нұсқасын белгілеуге болады**)**

1) Заңнама тұтынушылардың барлық болжауларына толық жауап береді

2) Тұтынушылардың құқықтарын қорғау жөніндегі заңнама әлі де жетілмеген және оған түзетулер енгізу қажет

3) Жауап беруге қиналамын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**43. Соңғы бірнеше жылдағы тұтынушылардың құқықтарын қорғауды мемлекеттік реттеу саласындағы жағдайдың өзгеруін бағалаңыз?***(Жауаптың бір нұсқасын белгілеуге болады)*

1) Жақсарды *(нақты не?)*

2) Сол деңгейде қалды, өзгерген жоқ

3) Нашарлады *(нақты не?)*

4) Жауап беруге қиналамын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**44. Тұтынушылардың құқықтарын кеңейту қажет деп ойлайсыз ба?***(Жауаптың бір нұсқасын белгілеуге болады)*

1) Иә, айтарлықтай дәрежеде

2) Иә, шамалы

3) Жоқ

4) Жауап беруге қиналамын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**45. Сіздің ойыңызша, тауарларды (жұмыстарды, қызметтерді көрсетулерді) тұтынушылар мен тауарларды(жұмыстар, қызметтерді көрсетулерді) өндірушілер (сатушылар), орындаушылар арасындағы қатынастарды реттеуді күшейту қажеттілігі бар ма? (***Бір Жауап нұсқасын атап өтуге болады***)**

1) Иә, айтарлықтай дәрежеде

2) Иә, шамалы

3) Жоқ ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S8-S11

4) Жауап беруге қиналамын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ, ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S8-S11

**46. Тауарларды (жұмыстарды, көрсетілетін қызметтерді) тұтынушылар мен тауарларды өндірушілер (сатушылар), орындаушылар (жұмыстар, көрсетілетін қызметтер) арасындағы қатынастарды реттеу мәселесінде нені күшейту қажет? (**Бірнеше жауап нұсқаларын белгілеуге болады**)**

1) Тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласындағы заңнаманы бұзғаны үшін жосықсыз кәсіпкерлік субъектілеріне салынатын айыппұл көлемін арттыру

2) Тауардың (жұмыстардың, көрсетілетін қызметтердің) сапасына қойылатын талаптарды арттыру

3) Тауар (жұмыс, көрсетілетін қызмет) туралы ақпаратты, дайындаушы (орындаушы, сатушы) туралы ақпаратты беруге қойылатын талаптарды арттыру

4) Тауардың (жұмыстың, көрсетілетін қызметтің) қауіпсіздігіне қойылатын талаптарды арттыру

5) Басқасы (көрсетіңіз)

6) Жауап беруге қиналамын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**Қорытындылай келе Сіз туралы бірнеше сұрақтар:**

**S.8. Айтыңызшы, сіз қазірғы уақытта жұмыс істейсіз ба, жоқ па?***(Жауаптың бір нұсқасын белгілеуге болады)*

1) Мемлекеттік кәсіпорында жалдау бойынша жұмыс істеймін

2) Жеке, коммерциялық кәсіпорында жалдау бойынша жұмыс істеймін

3) Жеке кәсіпкер, жеке бизнес

4) Зейнеткер (жұмыс істемеймін)переход к вопросу №№S.11.

5) Уақытша еш жерде жұмыс істемеймін, жұмыссызбынпереход к вопросу №S.11.

6) Студент, оқушы (жұмыс істемеймін)переход к вопросу №№S.11.

7) Декреттемін, үй шаруашылығымен айналысамынпереход к вопросу №№S.11.

8) Басқасы*(көрсетіңіз)*

**S.9. Сіз қай салада жұмыс істейтіндігіңізді нақтылаңыз?** *(Жауаптың бір нұсқасын белгілеуге болады)*

1) Өнеркәсіп

2) Ауыл шаруашылығы

3) Дизайн, жобалау, сәулет, құрылыс

4) Мемлекеттік, муниципалды басқару

5) Білім, ғылым

6) Мәдениет, өнер

7) Денсаулық сақтау

8) Қызметтер, сауда

9) Қоғамдық тамақтану

10) Тұрмыстық (коммуналдық) қызмет көрсету

11) Құқық қорғау органдары, армия, флот, күзет қызметі

12) Көлік (оның ішінде теңіз), байланыс

13) Ақпарат, IT

14) Қаржы, құқықтану

15) Басқасы (*көрсетіңіз*)

**S.10. Сіз кім болып жұмыс істейсіз?** *(Жауаптың бір нұсқасын белгілеуге болады)*

1) Жоғары буын басшысы (бас директор, президент)

2) Басшының орынбасары, бас маман

3) Орта буын басшысы (бөлімнің, бөлімшенің, цехтың, ауысымның немесе сектордың басшысы)

4) Жоғары білімі бар білікті маман (дәрігер, заңгер, ұстаз)

5) Жоғары білімі жоқ қызметші (кассир, машинист, сатушы және т. б.)

6) Техникалық немесе қызмет көрсетуші персонал

7) Білікті жұмысшы, шебер

8) Жан-жақты жұмысшы

9) Басқасы*(көрсетіңіз)*

**S.11. Осы сөз тіркестерінің қайсысы Сіздің отбасыңыздың өмір сүру деңгейін дәл сипаттайды?** *(Жауаптың бір нұсқасын белгілеуге болады)*

1) Біздің отбасымызда тамақ пен коммуналдық қызметтерді төлеуге ақша жетіспейді

2) Біздің отбасымызда тек тамақ пен коммуналдық қызметтерді төлеуге ақша жеткілікті, киім сатып алу проблемалы

3) Біздің отбасымызда тек тамақ пен киімге ақша жеткілікті, несиеге жүгінбей тұрмыстық техниканы сатып алу проблемалы

4) Біздің отбасымызда тұрмыстық техниканы сатып алуға ақша жеткілікті, бірақ автомобиль сатып алу немесе шетелде несиеге жүгінбей демалу үшінпроблемалы

5) Біздің отбасымызда демалуға және машинаны ұстауға ақша жеткілікті, бірақ біз коттеджді, пәтерді ипотекасыз және т. б. сатып ала алмаймыз.

6) Біздің отбасымыз кез – келген қымбат заттарды-пәтер, көлік, саяжай және т. б. сатып ала алады.

7) Жауап беруден бас тарту НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

***Зерттеуге қатысқаныңыз алғысымызды білдіреміз!***

**Анкета для опроса населения на кыргызском языке**

## СОЦИОЛОГИЯЛЫК ИЗИЛДӨӨЛӨРДҮН КУРАЛДАРЫ. КАЛКТЫ СУРАМЖЫЛОО АНКЕТАСЫ

### СКРИНИНГОВАЯ ЧАСТЬ

**S.1 Сиз кайсы өлкөнүн жаранысыз?** (Бир жоопту белгилесеңиз болот)

1) Армения Республикасынын ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
2) Беларусь Республикасынын ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
3) Казакстан Республикасынын ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
4) Кыргыз Республикасынын ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
5) Россия Федерациясынын ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.2 Учурда кайсыл жерде жашайсыз?** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

Настроена зависимость показа вариантов ответов от вопроса S.1

**S.3 Бул жерде жашаганыңызга канча болду**? (Бир жоопту белгилесеңиз болот)

1) Мен туруктуу жашаган жерим башка ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ
2) Эки жылдан аз ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ
3) Эки жыл жана андан көп

**S.4 Жынысыңызды белгилеңиз.** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

1) Эркек ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
2) Аял ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S5. Жашыңыз канчада?** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

1) 14 жаштан кичүү ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ
2) 14-17 жаш ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
3) 18-29 жаш ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
4) 30-44 жаш ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
5) 45-59 жаш ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
6) 60 жаш же андан жогору ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.6 Сиздин билимиңиз:** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

1) Толук эмес жалпы негизги билим ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
2) Жалпы негизги билим (8-9 класс) ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
3) Жалпы орто билим (10-11 класс) ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
4) Кесиптик орто билим (колледж, техникум) ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
5) Толук эмес жогорку билим ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ
6) Жогорку билим ПРОВЕРИТЬ КВОТЫ

**S.7 Сиз ден соолук маселелери (майыптык, ден соолук мүмкүнчүлүгү чектелген) бар болгон керектөөчүлөрдүн өзүнчө категориясына киресизби?**

1) Ооба
2) Жок

## 1 БЛОК «КЕРЕКТӨӨЧҮЛӨРДҮН ЖҮРҮМ-ТУРУМУ ЖАНА ЕАЭБ МҮЧӨ МАМЛЕКЕТТЕРИНИН ЖАШООЧУЛАРЫНЫН КЫЗМАТТАРДАН ПАЙДАЛАНУУ ПРАКТИКАСЫ»

**1. Булардын ичинен кайсыны көп сатып аласыз?** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

| | Товарлар (чекене сатып алуу) | Жооптор | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Жуиасына бир нече жолу же андан көп | Жумасына бир жолу | Айына бир нече жолу | Болжол менен айына бир жолу | Бир нече айда бир жолу | Жарым жылда бир | Алты айда бир же андан аз | Эч качан |
| 1.1. | Тамак-аш | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 1.2. | Кийим-кече же бут кийим | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 1.3. | Парфюмерия жана косметикалык буюмдар, тазалоочу каражаттар | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 1.4. | Электроника, турмуш-тиричилик техникасы | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 1.5. | Тамеки, спирт ичимдиктери | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 1.6. | Дары-дармектер | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |

**2. Бул буюмдарды <u>көбүнчө</u> кайдан сатып аласыз?** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

| | Жооптор | Товарлар | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Тамак-аш | Кийим же бут кийим | Парфюмерия жана косметикалык буюмдар, тазалоочу буюмдар | Электроника, турмуш-тиричилик техникасы | Тамеки, спирт ичимдиктери |
| 2.1. | Соода борборлорунан | *1* | *1* | *1* | *1* | *1* |
| 2.2. | Гипермаркеттерден, супермаркеттерден | *2* | *2* | *2* | *2* | *2* |
| 2.3. | Үйдүн жанындагы кичинекей дүкөндөрдөн же минимаркеттерден | *3* | *3* | *3* | *3* | *3* |
| 2.4. | Чатырчалардан жана дүкөнчөлөрдөн | *4* | *4* | *4* | *4* | *4* |
| 2.5. | Базарлардан, ярмаркалардан | *5* | *5* | *5* | *5* | *5* |
| 2.6. | Интернет-дүкөндөрдө | *7* | *7* | *7* | *7* | - |
| 2.7. | Башка жерден *(өзүңүздүн жообуңузду жазыңыз)* | *8* | *8* | *8* | *8* | *8* |
| 2.8. | Бул товарды сатып албаймын | *9* | *9* | *9* | *9* | *9* |
| 2.9. | Жооп бере албаймын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ | *10* | *10* | *10* | *10* | *10* |

**3. Төмөндөгү кызматтардын кайсынысын колдоносуз жана алардын арасынан эң көп кайсынысын пайдаланасыз?** *(Ар бир саптан бирден жооп белгилесеңиз болот)*

| | Кызматтар (тейлөөлөр) | Жумасына бир нече жолу же андан көп | Жумасына бир жолу | Айына бир нече жолу | Болжол менен айына бир жолу | Бир нече айда бир жолу | Жарым жылда бир жолу | Алты айда бир же андан аз | Эч качан |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3.1 | Чекене соода кызмат көрсөтүүлөрү | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.2 | Аралыктан соода кызмат көрсөтүүлөрү (онлайн-дүкөндөр, маркетплейстер) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.3. | Коомдук тамактануу кызматтары (ашканалар, кафелер, ресторандар жана башка) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.4. | Туристтик кызматтар (саякаттар, экскурсиялар) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.5. | Турмуш-тиричилик кызматтары (химиялык тазалоо, ателье ж.б.) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.6. | Чач-тарачтардын, сулуулук салондорунун, фитнес-борборлордун кызматтары | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.7. | Медициналык тейлөө, анын ичинен төлөнмө | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.8. | Байланыш кызматтары (Интернет, телефон, ТВ, радио) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.9. | Коомдук транспорт тейлөөсү, анын ичинде такси | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.10. | Коммуналдык кызмат көрсөтүүлөр (газ, жарык, суу ж.б.) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.11. | Окутуу, билим берүү кызматтары (бала бакчаларда, мектептерде, колледждерде, жогорку окуу жайларда, кошумча окуу борборлорунда) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 3.12. | Финансылык кызмат көрсөтүүлөр (банктардын, камсыздандыруу компаниялары жана башка финансылык уюмдар тарабынан көрсөтүлүүчү кызматтар) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |

## 2 БЛОК «ЕАЭБге МҮЧӨ МАМЛЕКЕТТЕРИНИН КАЛКЫНЫН КЕРЕКТӨӨЧҮЛӨРДҮН УКУКТАРЫН КОРГОО ЧӨЙРӨСҮНДӨГҮ УЧУРДАГЫ МЫЙЗАМДАРДЫН ТИЕШЕЛҮҮ АСПЕКТТЕРИН БИЛҮҮ ДЕҢГЭЭЛИ»

**4. Товарларды (жумуштарды, тейлөөлөрдү) керектөөчүлөрдүн жана товарларды өндүрүүчүлөрдүн (сатуучулардын), (жумуштарды, тейлөөлөрдү) аткаруучулардын ортосунда келип чыккан мамилелер мамлекеттик деңгээлде жөнгө салынат деп ойлойсузбу?** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

1) Мен алардын башкарыла турганын так билем
2) Башкарылат деп ойлойм, бирок так билбейм
3) Эч кандай башкарылбайт.
4) Жооп бере албайм НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**5. Сиз мамлекеттин деңгээлинде колдонулуучу "Керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоо жөнүндө" Мыйзам менен таанышсызбы?** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

1) Ооба, мен ал мыйзамдын негизги жоболорун билем
2) Ал мыйзамдын бар экенин билем, бирок анын мазмунун билбейм
3) Ал мыйзам жөнүндө биринчи жолу угуп жатам

**6. Сиз товарларды (жумуштарды, кызмат көрсөтүүлөрдү) керектөөчүнүн кандай укуктары жөнүндө билесиз?** *(Сиз бир нече жоопторду белгилесеңиз болот)*

1) Керектөөчүлөрдүн укугун коргоо боюнча билим алууга укугу бар;
2) Керектөөчүнүн товарлардын (жумуштардын, кызмат көрсөтүүлөрдүн) тиешелүү сапатына укугу бар;
3) Керектөөчүнүн коопсуз товар (жумуш, кызмат көрсөтүү) алуу укугу бар;
4) Керектөөчүнүн өндүрүүчү (сатуучу, аткаруучу) жана товарлар (жумуштар, кызмат көрсөтүүлөр) жөнүндө маалымат алуу укугу бар;
5) Керектөөчү товардын (иштин, кызматтын) кемчиликтеринен же туура эмес маалыматтан улам өмүрүнө, ден соолугуна жана мүлкүнө келтирилген материалдык жана моралдык зыяндын ордун толтурууга жана компенсациялоого укугу бар;
6) Керектөөчүнүн тийиштүү (начар) сапаттагы товарларды алмаштырууга укугу бар;
7) Керектөөчүнүн өзүнүн укуктарын коргоого укугу бар;
8) Мен керектөөчүлөрдүн укуктары жөнүндө билбейм.

**6.1. Сизге кандай укуктар жетишпейт? Керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоо жаатында тактап айтканда эмнени кеңейтүү же толуктоо зарыл деп эсептейсиз?** (жообуңузду жазып коюңуз)

_____

**7. Товарларды (жумуштарды, кызмат көрсөтүүлөрдү) дистанциялык (онлайн) ыкма менен сатууда керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоо боюнча мыйзамдардын өзгөчөлүктөрүн билесизби?**

1) Мыйзамдардын өзгөчөлүктөрүнүн майда-чүйдөсүн билем
2) Өзгөчөлүктөр жөнүндө билем
3) Мыйзамдардын өзгөчөлүктөрү жөнүндө билбейм

## 3 БЛОК «ЕАЭБге МҮЧӨ МАМЛЕКЕТТЕРДИН КАЛКЫНА КЕРЕКТӨӨЧҮЛӨРДҮН УКУКТАРЫН КОРГОО БОЮНЧА МААЛЫМАТ БЕРҮҮНҮН НАТЫЙЖАЛУУЛУГУ»

**8. Товарларды (жумуштарды, кызмат көрсөтүүлөрдү) керектөөчү катары өз укугуңузду коргоо тууралуу билимиңиз жетиштүү деп ойлойсузбу?** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

1) Абдан жетиштүү
2) Кыйла жетиштүү
3) Жетишсиз
4) Жооп бере албайм НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**9. Керектөөчү катары өз укуктарыңыз жөнүндө көбүрөөк билгиңиз келеби?** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

1) Ооба, мен өз укуктарым тууралуу толук маалымат алгым келет
2) Ооба, мен өз укуктарым тууралуу бир аз билгим келет
3) Жок, менин билимим мага жетиштүү ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №11

**10. Керектөөчүлөрдүн укугун коргоо жаатында эмне жөнүндө көбүрөөк билгиңиз келет?** *(Сизге үч гана жоопту белгилөөгө уруксат)*

1) Керектөөчүлөрдүн билиминин негизги маселелери: товарларды сатып алууда өз укуктарын жана кызыкчылыктарын кантип коргоо керек;
2) ЕАЭБ бирдиктүү рыногунда керектөөчүлөрдүн укуктары;
3) Дистанциялык соода: керектөөчүлөрдүн жана сатуучулардын укуктары жана милдеттери;
4) Кызмат көрсөтүү чөйрөсүндөгү керектөөчүлөрдүн укуктары: туризм, медицина, билим берүү ж.б.;
5) Керектөөчүлөрдүн сотко чейинки талаш-тартыш маселелерин чечүү;
6) Каржылык (финансылык) кызмат көрсөтүү чөйрөсүндөгү керектөөчүлөрдүн укуктары жана милдеттери
7) Керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоо боюнча коомдук демилге жана көзөмөл
8) Башка нерсе *(эмне экендигин жазыңыз)*

**11. Керектөөчүлөрдүн укугун коргоо боюнча суроолоруңуз болсо, керектүү маалыматты алуу үчүн кайда кайрыласыз?** *(Сиз жоопторду каалашыңызча белгилей аласыз)*

1) Интернеттеги тиешелүү мамлекеттик органдардын расмий веб-сайттарында жайгаштырылган расмий маалыматтар (мыйзамдар)
2) Керектөөчүлөрдүн коомдук бирикмелеринин сайттары
3) Керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоо темасындагы теле жана радио берүүлөр
4) Басма сөз жана электрондук маалымат каражаттарындагы маалыматтар
5) Керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоо маселелери талкууланган атайын блогдор, форумдар
6) Маалымат тактайчалары, кардарлардын бурчтары
7) Юридикалык консультациялар
8) Достор, тааныштар
9) Башка нерсе *(эмне экендигин жазыңыз)*
10) Мен эч жакка кайрылбайм.

**12. Керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоо жөнүндө жалпыга жеткиликтүү маалыматтын сапатын баалоо.** *(Ар бир саптан бирден жооп белгилесеңиз болот)*

| | Критерийлер | Жооптор | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Канаатандырарлык | Бир аз канаатандырарлык | Бир аз канаатандырарлык эмес эмес ес | Канаатандырарлык эмес | Жооп бере албайм/ мындай эч нерсе билбейм |
| | Маалыматтын жеткиликтүүлүгү | | | | | |
| 12.1. | Керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоого байланыштуу ченемдик укуктук база жөнүндө (мыйзамдар, мыйзам алдындагы актылар) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 12.2. | Керектөөчүлөрдүн укуктарынын тизмеси тууралуу, түшүндүрүүлөр менен | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 12.3. | Керектөөчүнүн укуктары бузулган учурда өз укуктарын коргоо үчүн көзөмөл жана укук коргоо органдарына кайрылуу тартиби жөнүндө | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| | Маалыматтын түшүнүктүүлүгү | | | | | |
| 12.4. | Керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоого байланыштуу ченемдик укуктук база жөнүндө (мыйзамдар, мыйзам алдындагы актылар) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 12.5. | Керектөөчүлөрдүн укуктарынын тизмеси тууралуу, түшүндүрүүлөр менен | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 12.6. | Керектөөчүнүн укуктары бузулган учурда өз укуктарын коргоо үчүн көзөмөл жана укук коргоо органдарына кайрылуу тартиби жөнүндө | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |

## 4 БЛОК «КЕРЕКТӨӨЧҮЛӨРДҮН НЕГИЗГИ УКУКТАРЫН КАМСЫЗ КЫЛУУ КУРАЛДАРЫ»

**13. Сиз товарлардын (жумуштардын, тейлөөлөрдүн) сапаты жана коопсуздугу боюнча талаптар бар экендигин билесизби?** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

1) Ооба
2) Жок ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №18

**14. Товарлардын (жумуштардын, кызматтардын) сапаты жана коопсуздугу боюнча коюлган талаптар өндүрүүчүлөр (сатуучулар, аткаруучулар) тарабынан сакталат деп ойлойсузбу? (***Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

1) Ооба, ар дайым сакталат
2) Ооба, көп учурда сакталат
3) Ооба, кээде сакталат
4) Жок, эч качан сакталбайт

**15. Сиз сатып алган товардын сапатына ишенгендикти эмне жогорулатат?** (Бир нече жооп белгилесениз болот)

1) Сертификаттын бар болушу
2) Сапат белгисинин бар болушу
3) Өндүрүүчүнүн (сатуучунун) бедели
4) Эч нерсеге ишенбейм

**16. Сатып алынуучу товар, кабыл алынуучу тейлөө жөнүндө сизди кызыктырган маалыматты дайыма ала аласызбы?** (Жооптун бир вариантын белгилесеңиз болот)

1) Дайыма же дээрлик дайыма ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №18
2) Дайыма эмес
3) Эч качан же дээрлик эч качан

**17. Товар (жумуш, тейлөө) тууралуу кайсы маалыматты ар дайым ала албайсыз?** *(Сиз бир нече жоопторду белгилесеңиз болот)*

1) Товардын сапаты, анын мүнөздөмөлөрү тууралуу маалымат ала албайм
2) Товардын/кызматтын баасы тууралуу маалымат ала албайм

3) Өндүрүүчүсү (аткаруучусу, сатуучусу) жөнүндө маалымат ала албайм

4) Товарды / тейлөөнү сатып алуу (келишим) шарттары тууралуу маалымат ала албайм.

5) Товардын жарактуулук мөөнөтү, кепилдик мөөнөтү, иштөө мөөнөтү тууралуу маалымат ала албайм

6) Товардын коопсуздугу, шайкештик сертификаттары (декларациялары) тууралуу маалымат ала албайм.

7) Башка нерсе *(эмне экендигин жазыңыз)*

8) Жооп бере албайм НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

## 5 БЛОК «КЕРЕКТӨӨЧҮЛӨРДҮН ТОВАРЛАРДЫН (ЖУМУШТАРДЫН, КЫЗМАТ КӨРСӨТҮҮЛӨРДҮН) САПАТЫНА КАНАТТАНУУСУ»

**18. Жалпысынан сиз төмөнкү товарлардын сапатына канчалык деңгээлде ыраазысыз?** *(Ар бир саптан бирден жоопту белгилесеңиз болот)*

| | Товарлар | Жооптор | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Толук канаттанабыз | Канаттанабыз | Канаттанбайбыз | Такыр канаттанбайбыз | Жооп бере албаймын |
| 18.1. | Азык-түлүк. Бул суроо 1-суроодо 8 (эч качан) коду менен белгиленген өнүмдөр үчүн берилбейт. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 18.2. | Кийим-кече, бут кийим. Бул суроо 1-суроодо 8 (эч качан) коду менен белгиленген өнүмдөр үчүн берилбейт. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 18.3. | Парфюмериялык жана косметикалык буюмдар, тазалоочу каражаттар. Бул суроо 1-суроодо 8 (эч качан) коду менен белгиленген өнүмдөр үчүн берилбейт. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 18.4. | Электр товарлары, турмуш-тиричилик техникасы. Бул суроо 1-суроодо 8 (эч качан) коду менен белгиленген өнүмдөр үчүн берилбейт. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 18.5. | Алкоголь ичкиликтери жана тамеки. Бул суроо 1-суроодо 8 (эч качан) коду менен белгиленген өнүмдөр үчүн берилбейт. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |

**19. Жалпысынан сиз төмөнкү тейлөөлөрдүн сапатына канчалык деңгээлде ыраазысыз?** *(Ар бир саптан бирден жоопту белгилесеңиз болот)*

| | Тейлөөлөр | Жооптор | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Толук канаттанабыз | Канаттанабыз | Канаттанбайбыз | Такыр канаттанбайбыз | Жооп бере албаймын |
| 19.1. | Чекене соода кызмат көрсөтүүлөрү Бул суроо 3-суроодо 8 (эч качан) коду менен белгиленген тейлөөлөр үчүн берилбейт. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 19.2. | Аралыктан соода кызмат көрсөтүүлөрү (онлайн-дүкөндөр, маркетплейстер) Бул суроо 3-суроодо 8 (эч качан) коду менен белгиленген тейлөөлөр үчүн берилбейт. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 19.3. | Коомдук тамактануу тейлөөлөрү (ашканалар, кафелер, ресторандар жана башка) Бул суроо 3-суроодо 8 (эч качан) коду менен белгиленген тейлөөлөр үчүн берилбейт. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 19.4. | Туристик кызматтар (саякаттар, экскурсиялар) Бул суроо 3-суроодо 8 (эч качан) коду менен белгиленген тейлөөлөр үчүн берилбейт. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |

Таблицанын аягы

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 19.5. | Турмуш-тиричилик кызматтары (химиялык тазалоо, ателье ж.б.) Бул суроо 3-суроодо 8 (эч качан) коду менен белгиленген тейлөөлөр үчүн берилбейт. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 19.6. | Чач тарачтардын, сулуулук салондорунун, фитнес-борборлордун кызматтары Бул суроо 3-суроодо 8 (эч качан) коду менен белгиленген тейлөөлөр үчүн берилбейт. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 19.7. | Медициналык тейлөөлөр Бул суроо 3-суроодо 8 (эч качан) коду менен белгиленген тейлөөлөр үчүн берилбейт. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 19.8. | Байланыш кызмат көрсөтүүлөрү (интернет, телефон, ТВ, радио). Бул суроо 3-суроодо 8 (эч качан) коду менен белгиленген тейлөөлөр үчүн берилбейт. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 19.9. | Коомдук транспорт, анын ичинде такси Бул суроо 3-суроодо 8 (эч качан) коду менен белгиленген тейлөөлөр үчүн берилбейт. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 19.10. | Коммуналдык тейлөө (газ, жарык, суу ж.б.) Бул суроо 3-суроодо 8 (эч качан) коду менен белгиленген тейлөөлөр үчүн берилбейт. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 19.11. | Окутуу, билим берүү кызмат көрсөтүүлөрү (бала бакчаларда, мектептерде, колледждерде, жогорку окуу жайларында, кошумча окуу борборлорунда) Бул суроо 3-суроодо 8 (эч качан) коду менен белгиленген тейлөөлөр үчүн берилбейт. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 19.12. | Финансылык кызмат көрсөтүүлөр Бул суроо 3-суроодо 8 (эч качан) коду менен белгиленген тейлөөлөр үчүн берилбейт. | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |

**20. Товарларды чекене сатууну кененирээк карап чыгалы. Акыркы 12 айдын ичинде сиз төмөнкү окуяларга туш болдуңуз беле?** *(Ар бир саптан бирден жоопту белгилесеңиз болот)*

Эгер №2 суроодо, п.п. №2.1. №8 «эч качан/ «дээрлик эч качан» вариант тандалса, суроо берилбейт.

| | Кырдаал | Жооптор | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Ооба, ар дайым же дээрлик ошондой | Ооба, көп учурда (ар бир бешинчи учур) ошондой | Ооба,андай сейрек (болжол менен ар бир онунчу учур же | Эч качан |
| 20.1. | Жарамдуулук (иштөө) мөөнөтү өтүп кеткен товарларды сатышкан | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 20.2. | Брак кылынган товарды сатышкан | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 20.3. | Сатуучулар алдап коюшкан (товарды туура эмес таразага тартышты) | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 20.4. | Товардын баасы жазылган эмес же туура эмес көрсөтүлгөн | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 20.5. | Товар жөнүндө туура эмес маалыматты беришкен | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 20.6. | Товар жөнүндө керектүү маалыматты беришкен эмес | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 20.7. | Сатуучулар акчаны туура эмес кайтарышкан (туура эмес кайрып беришкен, сатып алган буюмдун суммасын туура эмес эсептешкен) | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 20.8. | Сатуучулар сизге орой мамиле жасашты | *1* | *2* | *3* | *4* |

Таблицанын аягы

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 20.9. | Сизге керексиз кошумча товарларды же тейлөөлөрдү таңуулашты | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 20.10. | Сизге сапатсыз товарды алмаштыруудан же анын акчасын кайтарып берүүдөн баш тартышты | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 20.11. | Сизге даттануу китебин берүүдөн баш тартышты | *1* | *2* | *3* | *4* |

**21. Эми коомдук тамактануу жөнүндө сөз кылалы. Акыркы 12 айдын ичинде сиз кафе-ресторандарга барганда төмөнкүдөй окуяларга туш болдуңуз беле?** *(Ар бир саптан бирден жоопту белгилей аласыз)*

Эгер №3 суроодо, п.п. №2.3. №8 «эч качан/ «дээрлик эч качан» вариант тандалса, суроо берилбейт.

| | Окуя (жагдайлар) | Жооптор | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Ооба, ар дайым же дээрлик ошондой | Ооба, көп учурда (ар бир бешинчи учур) ошондой | Ооба,андай сейрек (болжол менен ар бир онунчу учур же | Эч качан |
| 21.1. | Коомдук тамактануучу жайда тейлөөдөн баш тартышты | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.2. | Сизге сапатсыз, бузулган тамакты алып келишти | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.3. | Тамактануучу жай, идиш-аяктар, кашык-бычактар кир болгон | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.4. | Кызматкерлер сизге орой мамиле кылышты | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.5. | Сиздин эсебинизге ашыкча позицияларды кошушту | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.6. | Сапатсыз, бузулган тамак үчүн акча төлөгөнгө мажбур болдуңуз. | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.7. | Сиз кошумча кызматтар үчүн (музыка, балдар бөлмөсү ж.б.) акы төлөөгө мажбур болдуңуз. | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.8. | Сиз кошумча акча (чайга) төлөөгө аргасыз болдуңуз | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.9 | Сизге ыңгайлуу жол менен төлөөгө уруксат берилген эмес | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.10. | Сизге менюну алдын ала көрүүгө уруксат берилген жок же сизди кызыктырган тамактын курамы, калориясы, салмагы жөнүндө маалымат берилген жок | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 21.11. | Сизге даттануу китебин берүүдөн баш тартышты | *1* | *2* | *3* | *4* |

**22. Акыркы 12 айдын ичинде сиз төмөнкүдө көрсөтүлгөн кызматтардын бирин алдыңызбы? Эгер ошондой болсо, сиздин керектөөчү укугуңуз бузулганын түшүнгөн жагдайга туш болдуңузбу?** *(Ар бир саптан бирден жоопту белгилесеңиз болот)*

| | ызмат көрсөтүү чөйрөсү | Жооптор | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Тейлеңгем, бирок эч кандай укуктарым бузулган эмес | Тейлеңгем, укуктарым бузулган | Тейленген эмесмин |
| 22.1. | Чекене соода кызматтары | *1* | *2* | *3* |
| 22.2. | Дистанциялык соода кызматтары | *1* | *2* | *3* |
| 22.3. | Коомдук тамактануу кызматтары (ашканалар, кафелер, ресторандар жана башка) | *1* | *2* | *3* |
| 22.4. | Туристтик кызматтар, саякаттар, экскурсиялар | *1* | *2* | *3* |
| 22.5. | Турмуш-тиричилик кызматтары (химиялык тазалоо, ателье ж.б.) | *1* | *2* | *3* |
| 22.6. | Чач тарачтардын, сулуулук салондорунун, фитнес-борборлордун кызматтары | *1* | *2* | *3* |
| 22.7. | Медициналык тейлөө, анын ичинен төлөнмө | *1* | *2* | *3* |
| 22.8 | Байланыш кызматтары (интернет, телефон, ТВ, радио) | *1* | *2* | *3* |
| 22.9 | Коомдук транспорт кызмат көрсөтүүлөрү, анын ичинде такси | *1* | *2* | *3* |
| 22.10. | Коммуналдык кызматтар (газ, жарык, суу ж.б.) | *1* | *2* | *3* |
| 22.11. | Окутуу, билим берүү кызматтары (бала бакчалар, мектептер, колледждер, жогорку окуу жайлар, кошумча окуу борборлору) | *1* | *2* | *3* |
| 22.12. | Финансылык кызмат көрсөтүүлөр (банктардын, камсыздандыруу компаниялары жана башка финансылык уюмдар тарабынан көрсөтүлүүчү кызматтар) | *1* | *2* | *3* |

**23. Укугуңуздун бузулушуна себеп болгон жана сиз ал тууралуу айтып бергенге даяр болгон бир тейлөө тармагын тандаңыз.** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

*Вопрос не задается если на вопрос №23, ВО ВСЕХ ПУНКТАХ п.п. №23.1.-№23.10. выбраны варианты №1 «Получал услугу, но права не были нарушены» или №3 «Не получал услугу».*

*Если только в одном случае выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос не задается*

*Если в нескольких случаях выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос задается только по тем услугам, по которым выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав»*

1) Туристтик кызматтар (саякаттар, экскурсиялар)

2) Турмуш-тиричилик кызматтары (химиялык тазалоо, ателье ж.б.)

3) Чач тарачтардын, сулуулук салондорунун жана фитнес-борборлорунун кызматтары

4) Медициналык тейлөө, анын ичинен төлөнмө

5) Байланыш кызматтары (интернет, телефон, ТВ, радио)

6) Коомдук транспорт кызмат көрсөтүүлөрү, анын ичинде такси

7) Коммуналдык кызматтар (газ, жарык, суу ж.б.)

8) Окутуу, билим берүү кызматтары (бала бакчалар, мектептер, колледждер, жогорку окуу жайлары, кошумча окуу борборлору)

9) Каржылык кызмат көрсөтүүлөр (банктардын, камсыздандыруу компаниялары жана башка финансылык уюмдар тарабынан көрсөтүлүүчү кызматтар)

**24. Акыркы 12 айдын ичинде бул кызматты алууда кандай кырдаалдарга туш болдуңуз?** *(Сиз бир нече жоопту белгилесеңиз болот)*

*Вопрос не задается если на вопрос №23, ВО ВСЕХ ПУНКТАХ п.п. №23.1.-№23.10. выбраны варианты №1 «Получал услугу, но права не были нарушены» или №3 «Не получал услугу».*

*Если только в одном случае выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос не задается*

*Если в нескольких случаях выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав», вопрос задается только по тем услугам, по которым выбран вариант ответа №2 «Получал услуги, столкнулся с нарушением прав»*

1) Кызмат жана аны алуу шарттары жөнүндө бизди кызыктырган маалыматты ала албадык

2) Кызматтын баасын биле алган жокпуз

3) Адистердин иштөө тартибин биле албадык

4) Кепилдик барбы же жокпу, болсо анын мөөнөтүн биле алган жокпуз.

5) Кызматты натыйжалуу жана коопсуз пайдалануу эрежелерин жана шарттарын таба алган жок

6) Кызмат көрсөтүүчүнүн дарегин (жайгашкан жерин), аты-жөнүн биле алган жокпуз

7) Биз жумушту аткаруу же кызмат көрсөтүү эрежелери жөнүндө маалымат алган жокпуз

8) Ишти аткара турган (кызмат көрсөтө турган) конкреттүү адам жөнүндө маалымат ала албадык

9) Кызматты ала алган жокпуз (адистер жок, мекемелер жабык, жолуга турган адам бош эмес, өтүнүчүбүзгө көңүл бурулбады ж.б.)

10) Биз кызмат көрсөткөн адистердин кесипкөй эместигине жана ишти жасай албаган компетентсиздигине туш болдук

11) Кызмат көрсөткөн кызматкерлердин орой мамилесине туш болдук

12) Тейлөө техникалык жактан бузулган жайда, транспортто көрсөтүлдү, тейлөө учурундагы коопсуздук чаралары бузулган

13) Кызмат начар көрсөтүлдү

14) Кызмат көрсөтүлгөн мөөнөттө аткарылган жок

15) Тейлөөнүн акыркы наркы сиздин макулдугуңузсуз жогорулады

16) Кызмат көрсөтүүчү кошумча сый акынын (паранын), белектин зарылдыгын кыйытты

17) Кызмат көрсөтүүчү сапатсыз жасаган ишин оңдоодон баш тартты.

18) Кызмат көрсөтүүчү жумушту өз мөөнөтүндө аяктабагандыгы же тейлөөнүн сапатсыз болгондугу үчүн төлөм акысын арзандатуудан баш тартты.

19) Башка нерсе (эмне болгонун өзүңүз жазыңыз)

**25. Айтыңызчы, интернет аркылуу бат-бат товар сатып аласызбы?** *(Ар бир саптан бирден жоопту белгилесеңиз болот)*

*В том случае, если во всех строках респондент выбирает вариант ответа «Никогда / практически никогда», ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №30*

| | Товарлар | Жумасына бир нече жолу же андан көп | Жумасына бир жолу | Айына бир нече жолу | Болжол менен айына бир жолу | Бир нече айда бир жолу | Жарым жылда бир жолу | Алты айда бир же андан аз | Эч качан |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 25.1. | Азык-түлүк | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 25.2. | Кийим-кече жана бут кийим | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 25.3. | Парфюмерия жана косметикалык буюмдар, тазалоочу каражаттар | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 25.4. | Электроника, турмуш-тиричилик техникасы | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 25.5. | Тамеки, чылым, алкоголь | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 25.6. | Дары-дармектер | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| 25.7. | Билеттер (жол жүрүү, оюн-зоок ж.б.) | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |

**26. Эмне үчүн сиз бул товарларды кадимки дүкөндөн эмес, онлайн түрдө сатып аласыз?** *(Бир нече жоопту белгилесеңиз болот)*

1) Интернет-дүкөндөрүндөгү баалар кадимки дүкөндөрдөгү бааларга караганда арзан

2) Бат жана убакытты үнөмдөйт, кадимки дүкөндөргө барганды жактырбайм

3) Товарлардын түрү көп, шаарымдын кадимки дүкөндөрүндө жок товарларды табууга болот

4) Онлайн сапаты жогорураак товарларды тапса болот

5) Онлайн дүкөндөр бонустарды берет

6) Товарды онлайн кайтаруу же алмаштыруу оңой

7) Товарлар ыңгайлуу жерге жеткирилет

8) Товар тууралуу көбүрөөк маалымат билсе болот

9) Товар жөнүндө маалыматты окшош товарлар менен салыштырууга болот

10) Товар тууралуу пикирлер бар, сатып алуучулар тарткан сүрөттөрдү, видеолорду көрүүгө болот

11) Мага ыңгайлуу убакта соода кыла алам

12) Башка *(Эмне экенин жазыңыз)*

13) Жооп бере албайм НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**27. Айтыңызчы, акыркы бир жылда онлайн сатып алууларыңыз (көбөйдүбү же азайдыбы) кандай өзгөрдү?** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

1) Мен көбүрөөк сатып ала баштадым

2) Мурдагыдай эле сатып алам

3) Мен азыраак сатып ала баштадым *(эмне үчүн?)*

4) Жооп бере албайм.

**28. Айтыңызчы, сиз онлайн сатып алууда төмөнкүдөй окуяларга (жагдайларга) туш болдуңуз беле?** *(Ар бир саптан бирден жооп белгилесеңиз болот)*

| | Окуя (жагдай) | Жооптор | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Ооба, ар дайым же дээрлик ошондой | Ооба, көп учурда (ар бир бешинчи | Ооба,андай сейрек (болжол | Эч качан |
| 28.1 | Товарды жеткирүү мөөнөтү өтүп кеткен | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 28.2 | Бузулган же мөөнөтү өтүп кеткен товар жеткирилди | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 28.3 | Товар жеткирилген эмес | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 28.4 | Буйрутманын толук эмес комплекти жеткирилди | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 28.5 | Товар буйрутмага туура келбейт, башка товар жеткирилди | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 28.6 | Товар жөнүндө толук маалымат ала алган жокмун же маалымат менин эне тилимде берилген эмес | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 28.7 | Конфликттик жагдайды чечүү мүмкүн эмес | *1* | *2* | *3* | *4* |
| 28.8 | Товарды кайтарып берүүдөн баш тартышты | *1* | *2* | *3* | *4* |

## 6 БЛОК «КЕРЕКТӨӨЧҮЛӨРДҮН УКУКТАРЫ БУЗУЛГАН УЧУРДАГЫ ЖҮРҮМ-ТУРУМ МОДЕЛДЕРИ»

**29. Керектөөчү катары укугуңузду коргоо үчүн кайда кайрылууну жакшы билесизби?** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

1) Жакшы билем

2) Жетиштүү деңгээлде билем

3) Эч нерсе билбейм

**30. Эгерде сиздин керектөөчү катары укугуңуз бузулса, кайда кайрыласыз?** *(Сиз бир нече жоопту белгилесеңиз болот)*

1) Керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоо боюнча тиешелүү мамлекеттик органга

2) Сотко, прокуроратурага, юристтердин кызматына

3) Керектөөчүлөрдүн коомдук бирикмесине

4) Товарлардын (иштердин/кызмат көрсөтүүлөрдүн) өндүрүүчүсү (аткаруучусу, сатуучусу) менен көйгөйдү өз алдынча чечүүгө аракет кылам

5) Кырдаалды чечүүгө жардам бере турган досторго

6) Мен эч жакка барбайм жана эч нерсе кылбайм *(эмне үчүн?)*

**31. Абийирсиз товарлардын (иштердин/кызмат көрсөтүүлөрдүн) өндүрүүчүлөрү (аткаруучулары, сатуучулары) менен күрөшүүнүн кайсы ыкмаларын сиз эң натыйжалуу деп эсептейсиз? Ар бир ыкманы беш баллдык шкала боюнча баалаңыз, мында 5 балл эң натыйжалуу, 1 балл эң натыйжасыз.** *(Ар бир саптан бир жоопту белгилесеңиз болот)*

| **Күрөшүү ыкмалары** | **Баа** | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| Администрациянын кызматкерине даттануу | *5* | *4* | *3* | *2* | *1* |
| Сын-пикирлер жана сунуштар китебине арыз жазуу | *5* | *4* | *3* | *2* | *1* |
| Дүкөндүн, мекеменин сайтында терс пикир жазуу | *5* | *4* | *3* | *2* | *1* |
| Керектөөчүлөрдүн коомдук бирикмелерине кайрылуу | *5* | *4* | *3* | *2* | *1* |
| Социалдык тармактарда терс пикир калтыруу | *5* | *4* | *3* | *2* | *1* |
| Тиешелүү мамлекеттик органдарга кайрылуу | *5* | *4* | *3* | *2* | *1* |
| Сотко кайрылуу | *5* | *4* | *3* | *2* | *1* |
| Сотко чейинки укуктарды коргоо үчүн юристке кайрылуу | *5* | *4* | *3* | *2* | *1* |

**32. Эгерде сиздин керектөөчү катары укуктарыңыз бузулса, аларды товарлардын (иштердин/кызмат көрсөтүүлөрдүн) өндүрүүчүсүнүнү (аткаруучусунун, сатуучусунун) алдында далилдеп, коргой аласызбы?** (3 жоопту белгилесеңиз болот)

1) Ооба, кандай болгон күндө да мен укуктарымды коргоого аракет кылам

2) Ооба, эгерде мен үчүн товардын (иштин, кызмат көрсөтүүнүн) баасы кымбат болгон учурда укуктарым үчүн күрөшөм

3) Ооба, эгерде кызматты алуу/товарды колдонуу процессинде мен физикалык жактан жабыркасам, анда укуктарымды коргойм

4) Ооба, эгерде кызматты алуу/товарды колдонуу процессинде мен моралдык зыян тарткан учурда укуктарымды коргойм

5) Жок

6) Башка (эмне экенин жазыңыз)

7) Жооп бере албаймын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**33. Эгерде сиздин керектөөчү катары укугуңуз бузулса, сотто укуктарыңызды коргой аласызбы?** *(3төн ашык эмес жооп вариантын белгилей аласыз)*

1) Ооба, мен өз укугумду сотто коргой алам

2) Ооба, эгерде мен үчүн товардын (иштин, кызмат көрсөтүүнүн) баасы кымбат болсо укугумду коргойм

3) Ооба, эгерде кызматты алуу/товарды колдонуу процессинде мага физикалык зыян келтирилген болсо коргойм.

4) Ооба, эгерде кызматты алуу/товарды колдонуу процессинде мага моралдык зыян келтирилген болсо коргойм.

5) Жок

6) Башка (көрсөтүңүз)

## 7 БЛОК «КЕРЕКТӨӨЧҮЛӨРДҮН УКУКТАРЫН КОРГОО БОЮНЧА МАМЛЕКЕТТИК ЖӨНГӨ САЛУУНУН ЖАНА КООМДУК УЮМДАРДЫН ИШМЕРДҮҮЛҮГҮНҮН НАТЫЙЖАЛУУЛУК ДЕҢГЭЭЛИ»

**34. Керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоо менен кандай органдар алектениши керек?** *(Жоопторду бир нече варианттарын тандасаңыз болот)*

1) Мамлекет, тиешелүү мамлекеттик органдар

2) Керектөөчүлөрдүн коомдук бирикмелери

3) Юристтер

4) Сот органдары

5) Эч ким, керектөөчүлөр өз укуктарын өздөрү коргошу керек

6) Жооп бере албаймын НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**35. Сиздин оюңузча, керектөөчүлөрдүн укугун коргоо боюнча мамлекеттин жөнгө салуусу канчалык натыйжалуу?** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

1) Абдан натыйжалуу

2) Кыйла натыйжалуу

3) Натыйжасыз

4) Таптакыр натыйжасыз

5) Жооп бере албайм НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**36. Өлкөдө керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоо боюнча коомдук бирикмелер барбы?** *(Бир жоопту белгилешиңиз керек)*

1) Ооба

2) Жок

3) Жооп бере албайм НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**37. Сиздин оюңузча, керектөөчүлөрдүн укугун коргоочу мындай уюмдардын иши канчалык натыйжалуу?** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

1) Абдан натыйжалуу

2) Кыйла натыйжалуу

3) Натыйжасыз

4) Таптакыр натыйжасыз

5) Жооп бере албайм НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**38. Керектөөчү катары сиздин укуктарыңыз бузулган учурларга канчалык көп туш болгонсуз?** (Сиз бир нече жоопту белгилесеңиз болот)

1) Мен эч качан мындай кырдаалга туш болгон эмесмин ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №41

2) Бир нече жылда бир жолу

3) Жылына бир-эки жолу

4) Айына бир жолу

5) Айына бир жолкудан көп

6) Жооп бере албайм НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**39. Сиз акыркы 3 жылда керектөөчүлөрдүн укугун коргоо үчүн кайрылдыңызбы?** *(Сиз бир нече жоопту белгилей аласыз)*

1) Ооба, мамлекетимдеги керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоо боюнча тиешелүү мамлекеттик органдарга кайрылдык

2) *Ооба, ЕАЭБдин мүчөсү болгон башка өлкөнүн тиешелүү мамлекеттик органдарына кайрылдык*

3) *Керектөөчүлөрдүн коомдук бирикмесине кайрылганбыз.*

4) *Сотко, прокуратурага кайрылганбыз*

5) Юристтерге кайрылганбыз

*6) Эч кимге кайрылган жокпуз, товарлардын өндүрүүчүсү (сатуучусу), иштин аткаруучусу / кызмат көрсөтүүчү менен маселени өз алдынча чечтик*

*7) Эч нерсе кылууга аракет кылган жокпуз (эмне үчүн?)* ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №41

**40. Эгерде сиздин укугуңуз бузулса, сиз өз укугуңузду коргой алдыңызбы?** (Бир жоопту белгилеңиз)

1) Мен өз укугумду толук коргой алдым

2) Жарым-жартылай өз укугумду коргогонго жетиштим

3) Өз укугумду коргой алган жокмун

4) Маселе дале каралууда

**41. Өлкөңүздө керектөөчүлөрдүн укуктарын сактоо жана коргоо боюнча учурдагы кырдаалга кандай баа берет элеңиз?** (Бир жоопту белгилөө керек)

1) Кырдаал жакшы – керектөөчүлөрдүн укуктары толугу менен сакталат

2) Кырдаал жаман эмес, керектөөчүлөрдүн укуктары жарым-жартылай сакталат

3) Кырдаал жаман, көпчүлүк учурда керектөөчүлөрдүн укуктары сакталбайт

4) Жооп бере албайм НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**42. Керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоо боюнча мыйзамдарды өркүндөтүү зарыл деп ойлойсузбу?** (Бир жооп вариантын белгилесеңиз болот)

1) Мыйзам керектөөчүлөрдүн бардык талаптарын толугу менен канааттандырат

2) Керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоо мыйзамдары дагы эле жеткилең эмес жана өзгөртүүгө муктаж

3) Жооп бере албайм НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**43. Акыркы бир нече жылдын ичинде керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоо боюнча мамлекеттик жөнгө салуу чөйрөсүндөгү кырдаалдын өзгөрүшүнө баа бериңиз?** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

1) Жакшыраак болуп калды *(эмне жакшырды?)*

2) Мурдагыдай эле калган, өзгөргөн эмес

3) Начарлады *(эмне начарлады?)*

4) Жооп бере албайм НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**44. Керектөөчүлөрдүн укуктарын кеңейтүү зарыл деп эсептейсизби?** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

1) Ооба, абдан өзгөртүү керек

2) Ооба, бир аз өзгөртүү керек

3) Жок

4) Жооп бере албайм НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**45. Товарларды (иштерди, кызмат көрсөтүүлөрдү) керектөөчүлөрдүн жана бул товарлардын өндүрүүчүлөрүнүн (сатуучуларынын), (иштердин/кызмат көрсөтүүлөрдүн) аткаруучуларынын ортосундагы мамилелерди жөнгө салууну күчөтүү зарыл деп ойлойсузбу?** *(Бир жооп вариантын белгилесеңиз болот)*

1) Ооба, абдан өзгөртүү керек

2) Ооба, бир аз өзгөртүү керек

3) Жок ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №S8-S11

4) Жооп бере албайм НЕ ПОКАЗЫВАТЬ, ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ S8-S11

**46. Товарларды (иштерди, кызмат көрсөтүүлөрдү) керектөөчүлөрдүн жана товарларды өндүрүүчүлөрдүн (сатуучулардын), (иштерди/кызмат көрсөтүүлөрдү) аткаруучулардын ортосундагы мамилелерди жөнгө салууда эмнелерди күчөтүү керек?** (Бир жооп вариантын белгилесеңиз болот)

1) Керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоо жаатындагы мыйзамдарды бузгандыгы үчүн абийирсиз ишкерчилик субъекттерине айыптардын өлчөмүн көбөйтүү;

2) Товардын (жумуштардын, кызмат көрсөтүүлөрдүн) сапатына талаптарды жогорулатуу

3) Товар (жумуш, кызмат көрсөтүү) жөнүндө маалыматты берүүгө талаптарды жогорулатуу

4) Товардын (жумуштун, кызмат көрсөтүүнүн) коопсуздугуна талаптарды жогорулатуу

5) Башка (белгилеңиз)

6) Жооп бере албайм НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

**Сурамжылоо соңунда сизге бир нече суроолорубуз бар:**

**S.8. Азыр иштейсизби же иштебейсизби? (Бир жоопту белгилесеңиз болот)**

1) Мен мамлекеттик кызматта иштейм

2) Мен жеке менчик, коммерциялык ишканада иштейм

3) Жеке ишкер, өз бизнесим бар

4) Пенсионер (иштебеймин) ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S.11.

5) Убактылуу эч жерде иштебеймин, жумушсузмун ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S.11.

6) Студентмин, окуучумун (иштебеймин) ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S.11.

7) Мен үй жумуштарын кылам, декреттик өргүүдөмүн ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № S.11.

8) Башка (жазыңыз)

**S.9. Кайсы тармакта же тармакта иштейсиз?** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

1) Өнөр жай

2) Айыл чарбасы

3) Долбоорлоо, инженерия, архитектура, курулуш

4) Мамлекеттик, муниципалдык башкаруу

5) Билим берүү, илим тармагында

6) Маданият, искусство

7) Саламаттыкты сактоо

8) Кызмат көрсөтүү, соода

9) Коомдук тамактануу

10) Тиричилик (коммуналдык) кызмат көрсөтүүлөр

11) Укук коргоо органдарынын, армиянын, флоттун, коопсуздуктун ишмердүүлүгү

12) Транспорт (анын ичинде деңиз транспорту ), байланыш

13) Маалымат технологиясы, IT

14) Финансы, юриспруденция

15) Башка *(кайда иштегениңизди жазыңыз)*

**S.10. Ким болуп иштейсиз?** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

1) Жетекчи (башкы директор, президент)

2) Жетекчинин орун басары, башкы адис

3) Бөлүм жетекчиси (бөлүмдүн, цехтин, сменанын же сектордун башчысы)

4) Жогорку билимдүү квалификациялуу адис (дарыгер, юрист, педагог)

5) Жогорку билими жок кызматкер (кассир, машинистка, сатуучу ж.б.)

6) Техникалык же тейлөөчү персонал

7) Дасыккан жумушчу, уста

8) Ар кандай жумуш

9) Башка *(ким болуп иштейсиз)*

**S.11. Төмөнкүлөрдүн кайсынысы сиздин үй-бүлөңүздүн жашоо абалын туура мүнөздөйт?** *(Бир жоопту белгилесеңиз болот)*

1) Биздин үй-бүлөдө тамак-ашка жана коммуналдык кызматтарга да акча жетпейт

2) Биздин үй-бүлөнүн акчасы тамак-ашка жана коммуналдык кызматтарга гана жетет, кийим-кече сатып алууда кыйынчылык жаратат

3) Биздин үй-бүлөдө тамак-ашка, кийим-кечеге гана акча бар, бирок кредит албасак тиричилик техникасын ала албайбыз

4) Үй-бүлөбүздө тиричилик техникасын алганга акча жетет, бирок биз кредит албасак машина сатып ала албайбыз же чет өлкөдө эс ала албайбыз

5) Биздин үй-бүлөнүн акчасы эс алууга, унааларды сатып алганга жетет, бирок биз ипотекасыз дача, батир ж.б. сатып ала албайбыз.

6) Биздин үй-бүлө каалаган кымбат баалуу нерселерди батир, машина, дача ж.б. оңой эле сатып ала алабыз

7) жооп берүүдөн баш тартам НЕ ПОКАЗЫВАТЬ

***Изилдөөгө катышканыңызга ыракмат!***

**ПРИЛОЖЕНИЕ В**

**Исходные данные апробации доработанного проекта методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС**

**Скрининговая часть**

**S.1 Вы являетесь гражданином...?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да | % | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

**S.2 В каком населённом пункте Вы проживаете в настоящее время?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Ереван | % | 19 | 100 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Минск | % | 19 | 0 | 100 | 0 | 0 | 0 |
| Астана | % | 19 | 0 | 0 | 100 | 0 | 0 |
| Бишкек | % | 18 | 0 | 0 | 0 | 100 | 0 |
| Москва | % | 25 | 0 | 0 | 0 | 0 | 100 |
| BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

**S.3 Как давно Вы проживаете в этом населённом пункте?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2 года и более | % | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

## S.4 Укажите Ваш пол

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Мужской | % | 27 | 13 | 47 | 20 | 14 | 35 |
| Женский | % | 73 | 87 | 53 | 80 | 86 | 65 |
| BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

## S.5 Сколько Вам полных лет?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 18–29 лет | % | 30 | 73 | 27 | 33 | 21 | 5 |
| 30–44 лет | % | 41 | 27 | 53 | 53 | 36 | 35 |
| 45–59 лет | % | 24 | 0 | 20 | 13 | 29 | 50 |
| 60+ | % | 5 | 0 | 0 | 0 | 14 | 10 |
| BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

## S.6 Ваш уровень образования:

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Среднее общее образование (10-11 классов) | % | 6 | 7 | 0 | 20 | 7 | 0 |
| Среднее профессиональное образование (колледж, техникум) | % | 23 | 0 | 27 | 47 | 14 | 25 |
| Неоконченное высшее образование | % | 14 | 47 | 7 | 7 | 7 | 5 |
| Высшее образование | % | 57 | 47 | 67 | 27 | 71 | 70 |
| BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

## S.7 Относитесь ли Вы к отдельной категории потребителей, имеющих нарушения здоровья (инвалидность, ОВЗ)?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да | % | 1 | 0 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| Нет | % | 99 | 100 | 93 | 100 | 100 | 100 |
| BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

## Основная часть

### 1. Скажите, пожалуйста, как часто Вы покупаете…?

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. Скажите, пожалуйста, как часто Вы покупаете «Продукты питания»: | Несколько раз в неделю и чаще | % | 71 | 67 | 60 | 80 | 71 | 75 |
| | Раз в неделю | % | 14 | 13 | 20 | 13 | 7 | 15 |
| | Несколько раз в месяц | % | 10 | 20 | 13 | 0 | 14 | 5 |
| | Примерно раз в месяц | % | 4 | 0 | 7 | 0 | 7 | 5 |
| | Раз в полгода | % | 1 | 0 | 0 | 7 | 0 | 0 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| 1. Скажите, пожалуйста, как часто Вы покупаете «Одежда или обувь»: | Несколько раз в неделю и чаще | % | 3 | 7 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| | Раз в неделю | % | 5 | 7 | 13 | 7 | 0 | 0 |
| | Несколько раз в месяц | % | 27 | 13 | 60 | 20 | 29 | 15 |
| | Примерно раз в месяц | % | 30 | 47 | 13 | 40 | 14 | 35 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 16 | 20 | 7 | 20 | 14 | 20 |
| | Раз в полгода | % | 11 | 7 | 0 | 13 | 14 | 20 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 8 | 0 | 0 | 0 | 29 | 10 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| 1. Скажите, пожалуйста, как часто Вы покупаете «Парфюмерно-косметические товары, бытовая химия»: | Несколько раз в неделю и чаще | % | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| | Раз в неделю | % | 10 | 7 | 27 | 7 | 14 | 0 |
| | Несколько раз в месяц | % | 24 | 13 | 53 | 13 | 29 | 15 |

Продолжение таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Примерно раз в месяц | % | 34 | 33 | 13 | 33 | 36 | 50 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 16 | 33 | 7 | 13 | 7 | 20 |
| | Раз в полгода | % | 10 | 13 | 0 | 27 | 7 | 5 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 1 | 0 | 0 | 0 | 7 | 0 |
| | Никогда | % | 3 | 0 | 0 | 7 | 0 | 5 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| 1. Скажите, пожалуйста, как часто Вы покупаете «Электроника, бытовая техника»: | Раз в неделю | % | 8 | 7 | 33 | 0 | 0 | 0 |
| | Несколько раз в месяц | % | 5 | 0 | 20 | 0 | 0 | 5 |
| | Примерно раз в месяц | % | 5 | 0 | 20 | 0 | 0 | 5 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 10 | 13 | 13 | 13 | 7 | 5 |
| | Раз в полгода | % | 20 | 27 | 0 | 27 | 21 | 25 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 46 | 40 | 7 | 53 | 71 | 55 |
| | Никогда | % | 6 | 13 | 7 | 7 | 0 | 5 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| 1. Скажите, пожалуйста, как часто Вы покупаете «Табак, сигареты, алкоголь»: | Несколько раз в неделю и чаще | % | 15 | 7 | 20 | 40 | 0 | 10 |
| | Раз в неделю | % | 6 | 7 | 0 | 7 | 0 | 15 |
| | Несколько раз в месяц | % | 13 | 7 | 33 | 13 | 0 | 10 |
| | Примерно раз в месяц | % | 8 | 7 | 27 | 0 | 0 | 5 |
| | Раз в полгода | % | 5 | 0 | 7 | 0 | 0 | 15 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 5 | 13 | 7 | 7 | 0 | 0 |
| | Никогда | % | 48 | 60 | 7 | 33 | 100 | 45 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. Скажите, пожалуйста, как часто Вы покупаете «Лекарства, медикаменты»: | Несколько раз в неделю и чаще | % | 3 | 7 | 0 | 0 | 7 | 0 |
| | Раз в неделю | % | 10 | 7 | 27 | 0 | 14 | 5 |
| | Несколько раз в месяц | % | 10 | 7 | 20 | 13 | 0 | 10 |
| | Примерно раз в месяц | % | 28 | 13 | 33 | 27 | 21 | 40 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 15 | 0 | 0 | 20 | 36 | 20 |
| | Раз в полгода | % | 22 | 27 | 13 | 27 | 21 | 20 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 8 | 33 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| | Никогда | % | 5 | 7 | 7 | 13 | 0 | 0 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

**2. Где Вы чаще всего покупаете указанные товары?**

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Продукты питания | В торговых центрах | % | 13 | 20 | 13 | 13 | 7 | 10 |
| | В гипермаркетах, супермаркетах | % | 48 | 47 | 53 | 47 | 57 | 40 |
| | В небольших магазинах «у дома» и в минимаркетах | % | 27 | 27 | 33 | 33 | 0 | 35 |
| | В палатках и киосках | % | 1 | 0 | 0 | 7 | 0 | 0 |
| | На рынках, ярмарках | % | 4 | 0 | 0 | 0 | 21 | 0 |
| | В интернет-магазинах | % | 3 | 7 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| | Другое (впишите свой вариант ответа) | % | 5 | 0 | 0 | 0 | 14 | 10 |

Продолжение таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Одежда или обувь | В торговых центрах | % | 51 | 67 | 33 | 73 | 29 | 50 |
| | В гипермаркетах, супермаркетах | % | 11 | 7 | 27 | 0 | 0 | 20 |
| | На рынках, ярмарках | % | 19 | 0 | 20 | 20 | 57 | 5 |
| | В интернет-магазинах | % | 15 | 27 | 13 | 7 | 7 | 20 |
| | Другое (впишите свой вариант ответа) | % | 3 | 0 | 0 | 0 | 7 | 5 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 1 | 0 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Парфюмерно-косметические товары, бытовая химия | В торговых центрах | % | 35 | 67 | 7 | 50 | 21 | 32 |
| | В гипермаркетах, супермаркетах | % | 30 | 7 | 60 | 7 | 43 | 32 |
| | В небольших магазинах «у дома» и в минимаркетах | % | 10 | 0 | 27 | 0 | 7 | 16 |
| | В палатках и киосках | % | 4 | 0 | 7 | 14 | 0 | 0 |
| | На рынках, ярмарках | % | 3 | 0 | 0 | 7 | 7 | 0 |
| | В интернет-магазинах | % | 16 | 27 | 0 | 21 | 14 | 16 |
| | Другое (впишите свой вариант ответа) | % | 3 | 0 | 0 | 0 | 7 | 5 |
| | BASE | | 77 | 15 | 15 | 14 | 14 | 19 |
| Электроника, бытовая техника | В торговых центрах | % | 41 | 54 | 14 | 50 | 57 | 32 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | В гипермаркетах, супермаркетах | % | 24 | 31 | 64 | 0 | 0 | 26 |
| | В интернет-магазинах | % | 26 | 15 | 21 | 50 | 7 | 32 |
| | Другое (впишите свой вариант ответа) | % | 9 | 0 | 0 | 0 | 36 | 11 |
| | BASE | | 74 | 13 | 14 | 14 | 14 | 19 |
| Табак, сигареты, алкоголь | В торговых центрах | % | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 18 |
| | В гипермаркетах, супермаркетах | % | 34 | 33 | 36 | 30 | 0 | 36 |
| | В небольших магазинах «у дома» и в минимаркетах | % | 49 | 33 | 50 | 70 | 0 | 36 |
| | Другое (впишите свой вариант ответа) | % | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 9 |
| | Не приобретаю указанный товар | % | 7 | 17 | 14 | 0 | 0 | 0 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 2 | 17 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | BASE | | 41 | 6 | 14 | 10 | 0 | 11 |

**3. Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных ниже услуг Вы пользуетесь и, если пользуетесь, то как часто?**

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Услуги розничной торговли | Несколько раз в неделю и чаще | % | 56 | 40 | 33 | 67 | 86 | 55 |
| | Раз в неделю | % | 22 | 27 | 33 | 13 | 0 | 30 |
| | Несколько раз в месяц | % | 8 | 13 | 20 | 0 | 0 | 5 |
| | Примерно раз в месяц | % | 6 | 7 | 13 | 7 | 0 | 5 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 3 | 0 | 0 | 7 | 7 | 0 |
| | Раз в полгода | % | 1 | 0 | 0 | 0 | 7 | 0 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 3 | 13 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Никогда | % | 3 | 0 | 0 | 7 | 0 | 5 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Услуги дистанционной торговли (онлайн магазинов, маркетплейсов) | Несколько раз в неделю и чаще | % | 5 | 7 | 0 | 0 | 7 | 10 |
| | Раз в неделю | % | 18 | 20 | 27 | 13 | 7 | 20 |
| | Несколько раз в месяц | % | 25 | 27 | 53 | 27 | 0 | 20 |
| | Примерно раз в месяц | % | 19 | 20 | 7 | 20 | 21 | 25 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 13 | 20 | 7 | 13 | 14 | 10 |
| | Раз в полгода | % | 6 | 0 | 7 | 7 | 14 | 5 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 5 | 7 | 0 | 7 | 7 | 5 |
| | Никогда | % | 9 | 0 | 0 | 13 | 29 | 5 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

Продолжение таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Услуги общественного питания (столовых, кафе, ресторанов и т.п.) | Несколько раз в неделю и чаще | % | 16 | 13 | 0 | 27 | 21 | 20 |
| | Раз в неделю | % | 19 | 20 | 40 | 7 | 21 | 10 |
| | Несколько раз в месяц | % | 22 | 33 | 13 | 13 | 29 | 20 |
| | Примерно раз в месяц | % | 24 | 20 | 40 | 13 | 21 | 25 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 3 | 7 | 0 | 7 | 0 | 0 |
| | Раз в полгода | % | 3 | 0 | 0 | 7 | 0 | 5 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 5 | 7 | 0 | 7 | 0 | 10 |
| | Никогда | % | 9 | 0 | 7 | 20 | 7 | 10 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Туристские услуги (путешествия, экскурсии) | Несколько раз в неделю и чаще | % | 4 | 7 | 13 | 0 | 0 | 0 |
| | Раз в неделю | % | 1 | 0 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| | Несколько раз в месяц | % | 5 | 7 | 20 | 0 | 0 | 0 |
| | Примерно раз в месяц | % | 8 | 0 | 33 | 0 | 7 | 0 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 4 | 13 | 0 | 0 | 7 | 0 |
| | Раз в полгода | % | 23 | 27 | 7 | 7 | 29 | 40 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 32 | 40 | 0 | 53 | 29 | 35 |
| | Никогда | % | 24 | 7 | 20 | 40 | 29 | 25 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.) | Несколько раз в неделю и чаще | % | 3 | 7 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| | Раз в неделю | % | 5 | 0 | 27 | 0 | 0 | 0 |

Продолжение таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Несколько раз в месяц | % | 6 | 0 | 33 | 0 | 0 | 0 |
| | Примерно раз в месяц | % | 4 | 7 | 7 | 0 | 7 | 0 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 6 | 13 | 7 | 0 | 7 | 5 |
| | Раз в полгода | % | 14 | 7 | 7 | 13 | 29 | 15 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 30 | 47 | 0 | 27 | 29 | 45 |
| | Никогда | % | 32 | 20 | 13 | 60 | 29 | 35 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнес-центров | Несколько раз в неделю и чаще | % | 9 | 7 | 13 | 0 | 0 | 20 |
| | Раз в неделю | % | 3 | 7 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| | Несколько раз в месяц | % | 22 | 40 | 33 | 27 | 7 | 5 |
| | Примерно раз в месяц | % | 27 | 7 | 20 | 40 | 50 | 20 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 16 | 27 | 0 | 13 | 7 | 30 |
| | Раз в полгода | % | 8 | 0 | 13 | 7 | 21 | 0 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 9 | 13 | 0 | 13 | 0 | 15 |
| | Никогда | % | 8 | 0 | 13 | 0 | 14 | 10 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Медицинские услуги, в том числе и платные | Несколько раз в неделю и чаще | % | 5 | 7 | 13 | 0 | 0 | 5 |
| | Раз в неделю | % | 4 | 0 | 13 | 0 | 0 | 5 |
| | Несколько раз в месяц | % | 8 | 0 | 33 | 0 | 7 | 0 |
| | Примерно раз в месяц | % | 16 | 27 | 27 | 20 | 7 | 5 |

Продолжение таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Раз в несколько месяцев | % | 14 | 27 | 7 | 7 | 7 | 20 |
| | Раз в полгода | % | 33 | 20 | 7 | 33 | 64 | 40 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 15 | 20 | 0 | 20 | 14 | 20 |
| | Никогда | % | 5 | 0 | 0 | 20 | 0 | 5 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио) | Несколько раз в неделю и чаще | % | 65 | 60 | 20 | 67 | 86 | 85 |
| | Раз в неделю | % | 6 | 0 | 33 | 0 | 0 | 0 |
| | Несколько раз в месяц | % | 8 | 7 | 27 | 7 | 0 | 0 |
| | Примерно раз в месяц | % | 13 | 13 | 13 | 20 | 14 | 5 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 5 | 7 | 7 | 7 | 0 | 5 |
| | Раз в полгода | % | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 1 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Никогда | % | 1 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Услуги общественного транспорта, в том числе, такси | Несколько раз в неделю и чаще | % | 59 | 73 | 27 | 80 | 79 | 45 |
| | Раз в неделю | % | 10 | 7 | 33 | 0 | 7 | 5 |
| | Несколько раз в месяц | % | 6 | 0 | 20 | 0 | 0 | 10 |
| | Примерно раз в месяц | % | 9 | 13 | 13 | 7 | 7 | 5 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 8 | 0 | 7 | 7 | 7 | 15 |
| | Раз в полгода | % | 1 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Продолжение таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Реже, чем раз в полгода | % | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| | Никогда | % | 5 | 0 | 0 | 7 | 0 | 15 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.) | Несколько раз в неделю и чаще | % | 52 | 47 | 27 | 47 | 57 | 75 |
| | Раз в неделю | % | 1 | 0 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| | Несколько раз в месяц | % | 10 | 13 | 27 | 7 | 0 | 5 |
| | Примерно раз в месяц | % | 28 | 20 | 27 | 40 | 43 | 15 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 3 | 0 | 13 | 0 | 0 | 0 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 3 | 13 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Никогда | % | 4 | 7 | 0 | 7 | 0 | 5 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования) | Несколько раз в неделю и чаще | % | 38 | 47 | 33 | 33 | 57 | 25 |
| | Раз в неделю | % | 3 | 0 | 7 | 0 | 0 | 5 |
| | Несколько раз в месяц | % | 11 | 7 | 33 | 7 | 0 | 10 |
| | Примерно раз в месяц | % | 9 | 0 | 27 | 7 | 7 | 5 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 1 | 0 | 0 | 0 | 7 | 0 |
| | Раз в полгода | % | 3 | 0 | 0 | 0 | 7 | 5 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 5 | 13 | 0 | 0 | 7 | 5 |
| | Никогда | % | 30 | 33 | 0 | 53 | 14 | 45 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Финансовые услуги (услуги, предоставляемые банками, страховыми компаниями и другими финансовыми организациями) | Несколько раз в неделю и чаще | % | 28 | 20 | 27 | 47 | 7 | 35 |
| | Раз в неделю | % | 11 | 13 | 27 | 7 | 0 | 10 |
| | Несколько раз в месяц | % | 20 | 13 | 20 | 13 | 29 | 25 |
| | Примерно раз в месяц | % | 10 | 13 | 7 | 0 | 36 | 0 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 8 | 13 | 13 | 0 | 7 | 5 |
| | Раз в полгода | % | 5 | 0 | 0 | 7 | 7 | 10 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 6 | 7 | 7 | 7 | 0 | 10 |
| | Никогда | % | 11 | 20 | 0 | 20 | 14 | 5 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

**4. Как Вы думаете, регулируются ли в Вашей стране на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Точно знаю, что регулируются | % | 30 | 13 | 40 | 13 | 7 | 65 |
| Думаю, что регулируются, но не знаю точно | % | 44 | 53 | 53 | 53 | 50 | 20 |
| Точно не регулируются | % | 14 | 7 | 0 | 20 | 36 | 10 |
| Затрудняюсь ответить (НЕ ПОКАЗЫВАТЬ) | % | 11 | 27 | 7 | 13 | 7 | 5 |
| BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

**5. Знакомы ли Вы с действующим на уровне Вашего государства Законом «О защите прав потребителей»?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да, знаю основные положения закона | % | 37 | 7 | 33 | 33 | 21 | 75 |
| Знаю о существовании Закона, но не знаю его содержание | % | 49 | 53 | 67 | 53 | 57 | 25 |
| Впервые слышу о Законе | % | 14 | 40 | 0 | 13 | 21 | 0 |
| BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

**6. О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Право на просвещение в области защиты прав потребителей | % | 38 | 7 | 33 | 53 | 29 | 60 |
| Право на надлежащее качество товара (работы, услуги) | % | 62 | 33 | 60 | 53 | 64 | 90 |
| Право потребителя на безопасность товара (работы, услуги) | % | 52 | 33 | 40 | 40 | 57 | 80 |
| Право потребителя на информацию об изготовителе (продавце, исполнителе) и о товарах (работах, услугах) | % | 52 | 13 | 60 | 40 | 57 | 80 |
| Право потребителя на возмещение и компенсацию материального и морального вреда, причиненного жизни, здоровью и имуществу из-за недостатков товара (работы, услуги) или ненадлежащей информации | % | 52 | 13 | 67 | 33 | 57 | 80 |
| Право потребителя на обмен товара надлежащего (ненадлежащего) качества | % | 53 | 13 | 47 | 53 | 50 | 90 |
| Право потребителей на защиту своих прав | % | 53 | 20 | 40 | 67 | 57 | 75 |
| Не знаю о правах потребителей | % | 10 | 47 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

**7. Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Знаю детально особенности законодательства | % | 9 | 7 | 7 | 13 | 7 | 10 |
| Знаю о существовании особенностей | % | 30 | 7 | 67 | 33 | 14 | 30 |
| Не знаю об особенностях законодательства | % | 61 | 87 | 27 | 53 | 79 | 60 |
| BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

**8. Как Вы считаете, достаточны ли Ваши знания в области защиты Ваших прав как потребителя товаров (работ, услуг)?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Вполне достаточны | % | 11 | 7 | 27 | 0 | 7 | 15 |
| Скорее достаточны | % | 38 | 33 | 47 | 53 | 7 | 45 |
| Недостаточны | % | 46 | 47 | 13 | 47 | 86 | 40 |
| Затрудняюсь ответить (НЕ ПОКАЗЫВАТЬ) | % | 5 | 13 | 13 | 0 | 0 | 0 |
| BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

**9. Хотели ли бы Вы больше узнать о своих правах как потребителя?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да, хотел бы иметь полную информацию о своих правах | % | 34 | 13 | 27 | 33 | 64 | 35 |
| Да, хотел бы немного больше узнать | % | 41 | 73 | 33 | 33 | 36 | 30 |
| Нет, имеющихся у меня знаний мне уже достаточно | % | 25 | 13 | 40 | 33 | 0 | 35 |
| BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

**10. О чем конкретно в сфере защиты прав потребителей Вы бы хотели узнать больше?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Основы потребительских знаний: как защитить свои права и интересы при покупке товаров | % | 53 | 69 | 44 | 60 | 43 | 46 |
| Права потребителей на едином рынке ЕАЭС | % | 20 | 8 | 33 | 10 | 36 | 15 |
| Дистанционная торговля: права и обязанности потребителей и продавцов | % | 39 | 31 | 56 | 20 | 29 | 62 |
| Права потребителей в сфере услуг: туризм, медицина, образование и т.д. | % | 42 | 54 | 22 | 70 | 21 | 46 |
| Разрешение потребительских споров до суда | % | 22 | 31 | 22 | 10 | 14 | 31 |
| Права и обязанности потребителей в сфере финансовых услуг | % | 17 | 15 | 11 | 0 | 29 | 23 |
| Общественная инициатива и контроль в области защиты прав потребителей | % | 14 | 0 | 11 | 20 | 29 | 8 |
| Другое (укажите) | % | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 15 |
| BASE | | 59 | 13 | 9 | 10 | 14 | 13 |

**11. Если у Вас возникают вопросы в сфере защиты прав потребителей, куда Вы обращаетесь за получением необходимой информации?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Официальная информация (законодательство), размещенная на официальных сайтах уполномоченных органов в сети Интернет | % | 52 | 27 | 73 | 27 | 50 | 75 |
| Сайты общественных объединений потребителей | % | 28 | 13 | 40 | 20 | 21 | 40 |
| Телепередачи, радиопередачи на тему защиты прав потребителей | % | 15 | 7 | 20 | 7 | 14 | 25 |
| Публикации в печатных и электронных СМИ | % | 16 | 13 | 13 | 7 | 14 | 30 |
| Специальные блоги, форумы, где обсуждаются вопросы защиты прав потребителей | % | 24 | 13 | 27 | 7 | 21 | 45 |
| Информационные стенды, уголки покупателей | % | 13 | 0 | 27 | 7 | 7 | 20 |
| Юридические консультации | % | 25 | 7 | 20 | 40 | 43 | 20 |
| Друзья, знакомые | % | 33 | 33 | 20 | 27 | 29 | 50 |
| Другое (укажите, пожалуйста) | % | 5 | 0 | 0 | 0 | 7 | 15 |
| Никуда не обращаюсь | % | 13 | 40 | 0 | 7 | 7 | 10 |
| BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

## 12. Оцените качество информации о защите прав потребителей, размещаемой в открытом доступе

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Доступность информации о нормативной базе, связанной с защитой прав потребителей | Удовлетворительно | % | 33 | 33 | 60 | 27 | 0 | 40 |
| | Скорее удовлетворительно | % | 25 | 7 | 33 | 13 | 14 | 50 |
| | Скорее неудовлетворительно | % | 22 | 20 | 7 | 33 | 43 | 10 |
| | Неудовлетворительно | % | 8 | 20 | 0 | 0 | 21 | 0 |
| | Затрудняюсь ответить / мне ничего не известно о такой информации | % | 13 | 20 | 0 | 27 | 21 | 0 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Доступность информации о перечне прав потребителей с пояснениями | Удовлетворительно | % | 24 | 27 | 47 | 7 | 0 | 35 |
| | Скорее удовлетворительно | % | 35 | 13 | 40 | 53 | 7 | 55 |
| | Скорее неудовлетворительно | % | 24 | 27 | 13 | 33 | 50 | 5 |
| | Неудовлетворительно | % | 9 | 20 | 0 | 0 | 21 | 5 |
| | Затрудняюсь ответить / мне ничего не известно о такой информации | % | 8 | 13 | 0 | 7 | 21 | 0 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Доступность информации о правилах обращения в надзорные, правозащитные органы для отстаивания своих прав в случае их нарушения | Удовлетворительно | % | 28 | 33 | 60 | 20 | 0 | 25 |
| | Скорее удовлетворительно | % | 23 | 13 | 20 | 33 | 7 | 35 |
| | Скорее неудовлетворительно | % | 28 | 20 | 20 | 27 | 50 | 25 |
| | Неудовлетворительно | % | 14 | 20 | 0 | 13 | 21 | 15 |
| | Затрудняюсь ответить / мне ничего не известно о такой информации | % | 8 | 13 | 0 | 7 | 21 | 0 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Понятность информации о нормативной базе, связанной с защитой прав потребителей (законы, подзаконные акты) | Удовлетворительно | % | 27 | 27 | 53 | 7 | 7 | 35 |
| | Скорее удовлетворительно | % | 24 | 20 | 13 | 40 | 7 | 35 |
| | Скорее неудовлетворительно | % | 29 | 20 | 27 | 40 | 43 | 20 |
| | Неудовлетворительно | % | 11 | 20 | 7 | 7 | 21 | 5 |
| | Затрудняюсь ответить / мне ничего не известно о такой информации | % | 9 | 13 | 0 | 7 | 21 | 5 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Понятность информации о перечне прав потребителей с пояснениями | Удовлетворительно | % | 27 | 27 | 47 | 13 | 14 | 30 |
| | Скорее удовлетворительно | % | 32 | 13 | 47 | 47 | 0 | 45 |
| | Скорее неудовлетворительно | % | 23 | 20 | 7 | 27 | 43 | 20 |
| | Неудовлетворительно | % | 11 | 27 | 0 | 7 | 21 | 5 |
| | Затрудняюсь ответить / мне ничего не известно о такой информации | % | 8 | 13 | 0 | 7 | 21 | 0 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Понятность информации о правилах обращения в надзорные, правозащитные органы для отстаивания своих прав в случае их нарушения | Удовлетворительно | % | 28 | 27 | 60 | 13 | 0 | 35 |
| | Скорее удовлетворительно | % | 23 | 13 | 20 | 40 | 7 | 30 |
| | Скорее неудовлетворительно | % | 25 | 20 | 20 | 33 | 36 | 20 |
| | Неудовлетворительно | % | 13 | 20 | 0 | 7 | 29 | 10 |
| | Затрудняюсь ответить / мне ничего не известно о такой информации | % | 11 | 20 | 0 | 7 | 29 | 5 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

**13. Известно ли Вам о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг)?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да | % | 56 | 27 | 73 | 53 | 43 | 75 |
| Нет | % | 44 | 73 | 27 | 47 | 57 | 25 |
| BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

**14. Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Всегда | % | 7 | 0 | 9 | 13 | 0 | 7 |
| Часто | % | 61 | 25 | 82 | 50 | 17 | 80 |
| Редко | % | 30 | 75 | 9 | 38 | 83 | 7 |
| Никогда | % | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 |
| BASE | | 44 | 4 | 11 | 8 | 6 | 15 |

## 15. Что повышает Вашу уверенность в качестве приобретаемого товара?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Наличие сертификата | % | 52 | 25 | 64 | 50 | 83 | 40 |
| Наличие знака качества | % | 36 | 25 | 82 | 13 | 33 | 20 |
| Репутация изготовителя (продавца) | % | 59 | 75 | 64 | 38 | 33 | 73 |
| Не доверяю ничему | % | 11 | 25 | 0 | 13 | 0 | 20 |
| BASE | | 44 | 4 | 11 | 8 | 6 | 15 |

## 16. Всегда ли Вы можете получить интересующую Вас информацию относительно приобретаемого товара, получаемой услуги?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Всегда или практически всегда | % | 43 | 25 | 73 | 38 | 33 | 33 |
| Не всегда | % | 50 | 75 | 27 | 50 | 50 | 60 |
| Никогда или практически никогда | % | 7 | 0 | 0 | 13 | 17 | 7 |
| BASE | | 44 | 4 | 11 | 8 | 6 | 15 |

## 17. Какую информацию о товаре (работе, услуге) Вы не всегда можете получить?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| О качестве товара, его характеристиках | % | 40 | 0 | 0 | 60 | 25 | 60 |
| О стоимости товара / услуги | % | 40 | 33 | 33 | 40 | 25 | 50 |
| Об изготовителе (исполнителе, продавце) | % | 32 | 33 | 33 | 20 | 50 | 30 |
| Об условиях приобретения (договора) товара/получения услуги | % | 28 | 33 | 33 | 20 | 25 | 30 |
| О сроке годности, гарантийном сроке, сроке службы | % | 32 | 0 | 0 | 40 | 25 | 50 |
| Другое (укажите, пожалуйста) | % | 4 | 0 | 0 | 0 | 25 | 0 |
| Затрудняюсь ответить (НЕ ПОКАЗЫВАТЬ) | % | 8 | 33 | 0 | 20 | 0 | 0 |
| О безопасности товара, сертификатах (декларациях) соответствия | % | 44 | 33 | 33 | 40 | 75 | 40 |
| BASE | | 25 | 3 | 3 | 5 | 4 | 10 |

## 18. Оцените, насколько в целом Вы удовлетворены качеством следующих товаров?

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Продуктов питания | Полностью удовлетворены | % | 22 | 20 | 40 | 20 | 14 | 15 |
| | Скорее удовлетворены | % | 61 | 60 | 60 | 53 | 79 | 55 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 15 | 13 | 0 | 27 | 7 | 25 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 1 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Одежды, обуви | Полностью удовлетворены | % | 18 | 7 | 40 | 13 | 14 | 15 |
| | Скорее удовлетворены | % | 56 | 53 | 40 | 60 | 64 | 60 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 23 | 27 | 20 | 27 | 14 | 25 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 3 | 7 | 0 | 0 | 7 | 0 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 1 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Парфюмерно-косметических товаров, бытовой химии | Полностью удовлетворены | % | 26 | 7 | 33 | 57 | 7 | 26 |
| | Скорее удовлетворены | % | 56 | 67 | 53 | 29 | 57 | 68 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 12 | 20 | 7 | 7 | 21 | 5 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 4 | 0 | 0 | 7 | 14 | 0 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 3 | 7 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| | BASE | | 77 | 15 | 15 | 14 | 14 | 19 |
| Электротоваров, бытовой техники | Полностью удовлетворены | % | 19 | 0 | 36 | 21 | 7 | 26 |
| | Скорее удовлетворены | % | 62 | 85 | 50 | 57 | 50 | 68 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 12 | 0 | 7 | 21 | 29 | 5 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 3 | 0 | 0 | 0 | 14 | 0 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 4 | 15 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| | BASE | | 74 | 13 | 14 | 14 | 14 | 19 |
| Алкогольной, табачной продукции | Полностью удовлетворены | % | 18 | 0 | 33 | 30 | 0 | 0 |
| | Скорее удовлетворены | % | 66 | 60 | 42 | 70 | 0 | 91 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 11 | 20 | 17 | 0 | 0 | 9 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 3 | 0 | 8 | 0 | 0 | 0 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 3 | 20 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | BASE | | 38 | 5 | 12 | 10 | 0 | 11 |

## 19. Оцените, насколько в целом Вы удовлетворены качеством следующих услуг?

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Услуги розничной торговли | Полностью удовлетворены | % | 14 | 7 | 27 | 21 | 0 | 16 |
| | Скорее удовлетворены | % | 65 | 60 | 67 | 57 | 71 | 68 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 13 | 20 | 0 | 14 | 14 | 16 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 3 | 0 | 7 | 0 | 7 | 0 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 5 | 13 | 0 | 7 | 7 | 0 |
| | BASE | | 77 | 15 | 15 | 14 | 14 | 19 |
| Услуги дистанционной торговли (онлайн магазинов, маркетплейсов) | Полностью удовлетворены | % | 17 | 7 | 47 | 8 | 0 | 16 |
| | Скорее удовлетворены | % | 54 | 73 | 20 | 62 | 60 | 58 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 19 | 7 | 33 | 15 | 30 | 16 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 3 | 0 | 0 | 0 | 10 | 5 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 7 | 13 | 0 | 15 | 0 | 5 |
| | BASE | | 72 | 15 | 15 | 13 | 10 | 19 |
| Услуги общественного питания (столовых, кафе, ресторанов и т.п) | Полностью удовлетворены | % | 17 | 7 | 29 | 17 | 0 | 28 |
| | Скорее удовлетворены | % | 67 | 67 | 71 | 67 | 77 | 56 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 8 | 7 | 0 | 0 | 23 | 11 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 3 | 0 | 0 | 8 | 0 | 6 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 6 | 20 | 0 | 8 | 0 | 0 |
| | BASE | | 72 | 15 | 14 | 12 | 13 | 18 |
| Туристские услуги (путешествия, экскурсии) | Полностью удовлетворены | % | 18 | 7 | 25 | 22 | 10 | 27 |
| | Скорее удовлетворены | % | 53 | 64 | 25 | 56 | 80 | 47 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 15 | 7 | 42 | 0 | 10 | 13 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 2 | 0 | 8 | 0 | 0 | 0 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 12 | 21 | 0 | 22 | 0 | 13 |
| | BASE | | 60 | 14 | 12 | 9 | 10 | 15 |
| Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.) | Полностью удовлетворены | % | 11 | 0 | 15 | 17 | 0 | 23 |
| | Скорее удовлетворены | % | 69 | 67 | 62 | 50 | 90 | 69 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 9 | 8 | 8 | 17 | 10 | 8 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 4 | 0 | 15 | 0 | 0 | 0 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 7 | 25 | 0 | 17 | 0 | 0 |
| | BASE | | 54 | 12 | 13 | 6 | 10 | 13 |

Продолжение таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнесс-центров | Полностью удовлетворены | % | 32 | 13 | 38 | 60 | 0 | 39 |
| | Скорее удовлетворены | % | 47 | 47 | 38 | 27 | 75 | 50 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 15 | 27 | 15 | 0 | 25 | 11 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 4 | 7 | 8 | 7 | 0 | 0 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 3 | 7 | 0 | 7 | 0 | 0 |
| | BASE | | 73 | 15 | 13 | 15 | 12 | 18 |
| Медицинские услуги | Полностью удовлетворены | % | 11 | 0 | 33 | 0 | 0 | 16 |
| | Скорее удовлетворены | % | 44 | 60 | 60 | 17 | 36 | 42 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 28 | 27 | 0 | 58 | 50 | 16 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 13 | 7 | 0 | 17 | 14 | 26 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 4 | 7 | 7 | 8 | 0 | 0 |
| | BASE | | 75 | 15 | 15 | 12 | 14 | 19 |
| Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио) | Полностью удовлетворены | % | 29 | 7 | 40 | 20 | 29 | 45 |
| | Скорее удовлетворены | % | 44 | 64 | 33 | 27 | 64 | 35 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 21 | 21 | 27 | 33 | 7 | 15 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 4 | 0 | 0 | 13 | 0 | 5 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 3 | 7 | 0 | 7 | 0 | 0 |
| | BASE | | 78 | 14 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Услуги общественного транспорта, в том числе, такси | Полностью удовлетворены | % | 16 | 0 | 27 | 14 | 14 | 24 |
| | Скорее удовлетворены | % | 51 | 60 | 53 | 43 | 36 | 59 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 23 | 20 | 13 | 36 | 43 | 6 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 5 | 13 | 7 | 0 | 7 | 0 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 5 | 7 | 0 | 7 | 0 | 12 |
| | BASE | | 75 | 15 | 15 | 14 | 14 | 17 |
| Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.) | Полностью удовлетворены | % | 20 | 7 | 27 | 21 | 7 | 32 |
| | Скорее удовлетворены | % | 51 | 57 | 53 | 43 | 50 | 53 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 22 | 29 | 13 | 21 | 36 | 16 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Полностью не удовлетворены | % | 4 | 0 | 7 | 7 | 7 | 0 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 3 | 7 | 0 | 7 | 0 | 0 |
| | BASE | | 76 | 14 | 15 | 14 | 14 | 19 |
| Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования) | Полностью удовлетворены | % | 24 | 10 | 53 | 14 | 0 | 27 |
| | Скорее удовлетворены | % | 47 | 60 | 33 | 43 | 58 | 45 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 20 | 20 | 7 | 14 | 33 | 27 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 5 | 0 | 7 | 14 | 8 | 0 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 4 | 10 | 0 | 14 | 0 | 0 |
| | BASE | | 55 | 10 | 15 | 7 | 12 | 11 |
| Финансовые услуги (услуги, предоставляемые банками, страховыми компаниями и другими финансовыми организациями) | Полностью удовлетворены | % | 26 | 8 | 27 | 17 | 33 | 37 |
| | Скорее удовлетворены | % | 57 | 50 | 53 | 67 | 67 | 53 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 14 | 33 | 20 | 8 | 0 | 11 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 3 | 8 | 0 | 8 | 0 | 0 |
| | BASE | | 70 | 12 | 15 | 12 | 12 | 19 |

**20. Давайте подробнее остановимся на розничной продаже товаров. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями?**

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Продавали товар с истекшим сроком годности (службы) | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 3 | 7 | 0 | 7 | 0 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 17 | 7 | 27 | 21 | 21 | 11 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 45 | 47 | 13 | 43 | 57 | 63 |
| | Никогда | % | 35 | 40 | 60 | 29 | 21 | 26 |
| | BASE | | 77 | 15 | 15 | 14 | 14 | 19 |
| Продали бракованный товар | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 4 | 7 | 13 | 0 | 0 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 9 | 20 | 20 | 7 | 0 | 0 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 44 | 27 | 20 | 50 | 50 | 68 |
| | Никогда | % | 43 | 47 | 47 | 43 | 50 | 32 |
| | BASE | | 77 | 15 | 15 | 14 | 14 | 19 |
| Обвесили (неправильно взвесили товар) | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 6 | 13 | 13 | 7 | 0 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 10 | 20 | 7 | 7 | 14 | 5 |

Продолжение таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 26 | 33 | 33 | 14 | 21 | 26 |
| | Никогда | % | 57 | 33 | 47 | 71 | 64 | 68 |
| | BASE | | 77 | 15 | 15 | 14 | 14 | 19 |
| Отсутствовал ценник товара или цена была указана неверно | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 17 | 7 | 7 | 36 | 29 | 11 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 27 | 33 | 33 | 29 | 7 | 32 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 23 | 27 | 13 | 14 | 36 | 26 |
| | Никогда | % | 32 | 33 | 47 | 21 | 29 | 32 |
| | BASE | | 77 | 15 | 15 | 14 | 14 | 19 |
| Предоставили недостоверную информацию о товаре | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 10 | 13 | 13 | 7 | 14 | 5 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 12 | 7 | 13 | 21 | 0 | 16 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 43 | 53 | 53 | 14 | 50 | 42 |
| | Никогда | % | 35 | 27 | 20 | 57 | 36 | 37 |
| | BASE | | 77 | 15 | 15 | 14 | 14 | 19 |
| Не предоставили необходимую информацию о товаре | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 4 | 7 | 7 | 7 | 0 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 19 | 20 | 20 | 29 | 0 | 26 |

Продолжение таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 32 | 40 | 13 | 29 | 36 | 42 |
| | Никогда | % | 44 | 33 | 60 | 36 | 64 | 32 |
| | BASE | | 77 | 15 | 15 | 14 | 14 | 19 |
| Обсчитали (неправильно выдали сдачу, посчитали сумму покупки) | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 9 | 13 | 13 | 14 | 7 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 5 | 0 | 13 | 14 | 0 | 0 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 34 | 53 | 20 | 21 | 29 | 42 |
| | Никогда | % | 52 | 33 | 53 | 50 | 64 | 58 |
| | BASE | | 77 | 15 | 15 | 14 | 14 | 19 |
| Невежливо разговаривали | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 5 | 7 | 0 | 14 | 0 | 5 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 21 | 40 | 20 | 29 | 7 | 11 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 39 | 33 | 27 | 21 | 57 | 53 |
| | Никогда | % | 35 | 20 | 53 | 36 | 36 | 32 |
| | BASE | | 77 | 15 | 15 | 14 | 14 | 19 |
| Навязывали дополнительные товары и услуги | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 9 | 13 | 13 | 7 | 0 | 11 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 21 | 7 | 20 | 29 | 21 | 26 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 23 | 33 | 7 | 29 | 29 | 21 |
| | Никогда | % | 47 | 47 | 60 | 36 | 50 | 42 |
| | BASE | | 77 | 15 | 15 | 14 | 14 | 19 |
| Отказали в обмене или возврате денег за некачественный товар | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 6 | 7 | 13 | 14 | 0 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 13 | 13 | 7 | 36 | 14 | 0 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 17 | 33 | 20 | 0 | 7 | 21 |
| | Никогда | % | 64 | 47 | 60 | 50 | 79 | 79 |
| | BASE | | 77 | 15 | 15 | 14 | 14 | 19 |
| Не предоставили книгу жалоб | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 5 | 13 | 0 | 14 | 0 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 9 | 7 | 33 | 0 | 7 | 0 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 17 | 20 | 20 | 21 | 21 | 5 |
| | Никогда | % | 69 | 60 | 47 | 64 | 71 | 95 |
| | BASE | | 77 | 15 | 15 | 14 | 14 | 19 |

**21. Теперь давайте поговорим про общественное питание. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями при посещении кафе и ресторанов?**

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Отказали в обслуживании | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 1 | 0 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 6 | 13 | 14 | 0 | 0 | 0 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 13 | 20 | 21 | 17 | 0 | 6 |
| | Никогда | % | 81 | 67 | 57 | 83 | 100 | 94 |
| | BASE | | 72 | 15 | 14 | 12 | 13 | 18 |
| Принесли некачественное, испорченное блюдо | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 3 | 0 | 14 | 0 | 0 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 7 | 7 | 21 | 8 | 0 | 0 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 33 | 33 | 7 | 42 | 23 | 56 |
| | Никогда | % | 57 | 60 | 57 | 50 | 77 | 44 |
| | BASE | | 72 | 15 | 14 | 12 | 13 | 18 |
| Помещение, посуда и столовые приборы были загрязнены | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 11 | 13 | 14 | 17 | 15 | 0 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 42 | 53 | 50 | 25 | 38 | 39 |
| | Никогда | % | 47 | 33 | 36 | 58 | 46 | 61 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | BASE | | 72 | 15 | 14 | 12 | 13 | 18 |
| Невежливо разговаривали работники | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 3 | 7 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 8 | 7 | 14 | 17 | 0 | 6 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 29 | 33 | 29 | 33 | 46 | 11 |
| | Никогда | % | 60 | 53 | 50 | 50 | 54 | 83 |
| | BASE | | 72 | 15 | 14 | 12 | 13 | 18 |
| В счет включали лишние позиции | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 13 | 20 | 21 | 17 | 8 | 0 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 22 | 27 | 21 | 25 | 15 | 22 |
| | Никогда | % | 65 | 53 | 57 | 58 | 77 | 78 |
| | BASE | | 72 | 15 | 14 | 12 | 13 | 18 |
| Настаивали на оплате некачественного, испорченного блюда | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 6 | 7 | 7 | 8 | 0 | 6 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 6 | 7 | 14 | 8 | 0 | 0 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 7 | 7 | 21 | 8 | 0 | 0 |
| | Никогда | % | 82 | 80 | 57 | 75 | 100 | 94 |
| | BASE | | 72 | 15 | 14 | 12 | 13 | 18 |

Продолжение таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Настаивали на оплате дополнительных услуг (музыка, детская комната и пр.) | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 1 | 0 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 14 | 7 | 29 | 25 | 8 | 6 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 21 | 20 | 29 | 8 | 46 | 6 |
| | Никогда | % | 64 | 73 | 36 | 67 | 46 | 89 |
| | BASE | | 72 | 15 | 14 | 12 | 13 | 18 |
| Требовали чаевые | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 3 | 7 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 3 | 0 | 14 | 0 | 0 | 0 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 13 | 13 | 14 | 8 | 8 | 17 |
| | Никогда | % | 82 | 80 | 64 | 92 | 92 | 83 |
| | BASE | | 72 | 15 | 14 | 12 | 13 | 18 |
| Не предоставили возможность расплатиться удобным для Вас способом | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 4 | 7 | 7 | 0 | 8 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 11 | 13 | 0 | 25 | 0 | 17 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 18 | 13 | 36 | 8 | 15 | 17 |
| | Никогда | % | 67 | 67 | 57 | 67 | 77 | 67 |
| | BASE | | 72 | 15 | 14 | 12 | 13 | 18 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Не дали предварительно ознакомиться с меню или не предоставили интересующую Вас информацию – о составе, калорийности, весе блюда | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 3 | 7 | 0 | 8 | 0 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 13 | 0 | 43 | 17 | 8 | 0 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 11 | 13 | 14 | 8 | 8 | 11 |
| | Никогда | % | 74 | 80 | 43 | 67 | 85 | 89 |
| | BASE | | 72 | 15 | 14 | 12 | 13 | 18 |
| Отказывали в предоставлении книги жалоб | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 4 | 7 | 7 | 8 | 0 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 3 | 7 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 11 | 0 | 29 | 17 | 8 | 6 |
| | Никогда | % | 82 | 87 | 57 | 75 | 92 | 94 |
| | BASE | | 72 | 15 | 14 | 12 | 13 | 18 |

**22. Получали ли Вы за последние 12 месяцев какие-либо услуги из представленных ниже? Если получали, то скажите, Вы оказывались в ситуации, когда понимали, что Ваши права как потребителя, были нарушены?**

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Услуги розничной торговли | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 71 | 60 | 73 | 80 | 64 | 75 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 16 | 20 | 13 | 7 | 36 | 10 |
| | Не получал услугу | % | 13 | 20 | 13 | 13 | 0 | 15 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Услуги дистанционной торговли | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 63 | 60 | 60 | 67 | 64 | 65 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 20 | 20 | 27 | 13 | 21 | 20 |
| | Не получал услугу | % | 16 | 20 | 13 | 20 | 14 | 15 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Услуги общественного питания (столовых, кафе, ресторанов и т.п.) | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 62 | 60 | 67 | 67 | 57 | 60 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 20 | 13 | 13 | 13 | 43 | 20 |
| | Не получал услугу | % | 18 | 27 | 20 | 20 | 0 | 20 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Туристские услуги, путешествия, экскурсии | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 52 | 53 | 67 | 40 | 57 | 45 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 15 | 20 | 27 | 13 | 7 | 10 |

Продолжение таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Не получал услугу | % | 33 | 27 | 7 | 47 | 36 | 45 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.) | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 53 | 60 | 67 | 40 | 50 | 50 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 10 | 7 | 27 | 7 | 14 | 0 |
| | Не получал услугу | % | 37 | 33 | 7 | 53 | 36 | 50 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнесс-центров | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 67 | 60 | 60 | 73 | 57 | 80 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 15 | 13 | 20 | 20 | 21 | 5 |
| | Не получал услугу | % | 18 | 27 | 20 | 7 | 21 | 15 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Медицинские услуги, в том числе платные | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 68 | 67 | 80 | 60 | 57 | 75 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 23 | 13 | 13 | 27 | 43 | 20 |
| | Не получал услугу | % | 9 | 20 | 7 | 13 | 0 | 5 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио) | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 71 | 60 | 73 | 67 | 64 | 85 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 19 | 7 | 20 | 27 | 36 | 10 |
| | Не получал услугу | % | 10 | 33 | 7 | 7 | 0 | 5 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Услуги общественного транспорта, в том числе, такси | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 66 | 53 | 67 | 67 | 71 | 70 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 22 | 13 | 27 | 20 | 29 | 20 |
| | Не получал услугу | % | 13 | 33 | 7 | 13 | 0 | 10 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.) | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 70 | 47 | 60 | 80 | 79 | 80 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 16 | 13 | 33 | 7 | 21 | 10 |
| | Не получал услугу | % | 14 | 40 | 7 | 13 | 0 | 10 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования) | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 58 | 47 | 80 | 67 | 79 | 30 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 15 | 13 | 20 | 7 | 14 | 20 |
| | Не получал услугу | % | 27 | 40 | 0 | 27 | 7 | 50 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |
| Финансовые услуги (услуги, предоставляемые банками, страховыми компаниями и другими финансовыми организациями) | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 66 | 40 | 67 | 73 | 71 | 75 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 18 | 20 | 27 | 7 | 29 | 10 |
| | Не получал услугу | % | 16 | 40 | 7 | 20 | 0 | 15 |
| | BASE | | 79 | 15 | 15 | 15 | 14 | 20 |

**23. Выберите одну услугу, при получении которой Вы столкнулись с нарушением ваших прав и о которой Вы готовы рассказать**

| | | TOTAL | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.) | % | 3 | 14 | 0 | 0 | 0 |
| Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнесс-центров | % | 3 | 0 | 20 | 0 | 0 |
| Медицинские услуги, в том числе платные | % | 24 | 0 | 40 | 43 | 20 |
| Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио) | % | 10 | 29 | 0 | 0 | 10 |
| Услуги общественного транспорта, в том числе, такси | % | 28 | 43 | 20 | 29 | 20 |
| Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.) | % | 10 | 14 | 20 | 0 | 10 |
| Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования) | % | 10 | 0 | 0 | 14 | 20 |
| Финансовые услуги (услуги, предоставляемые банками, страховыми компаниями и другими финансовыми организациями) | % | 10 | 0 | 0 | 14 | 20 |
| BASE | | 29 | 7 | 5 | 7 | 10 |

**24. С какими ситуациями в процессе получения этой услуги Вы сталкивались за последние 12 месяцев?**

| | | TOTAL | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Не могли получить интересующие сведения об услуге, об условиях ее получения | % | 26 | 29 | 0 | 33 | 33 |
| Не могли узнать стоимость услуги | % | 17 | 0 | 0 | 33 | 33 |
| Не могли узнать график работы специалистов | % | 30 | 0 | 25 | 67 | 33 |
| Не могли узнать гарантийный срок, если он установлен | % | 17 | 29 | 0 | 17 | 17 |
| Не могли узнать правила и условия эффективного и безопасного использования услуги | % | 22 | 0 | 0 | 33 | 50 |
| Не могли узнать адрес (место нахождения), наименование исполнителя | % | 22 | 14 | 25 | 0 | 50 |
| Не получили информацию о правилах выполнения работ, оказания услуг | % | 26 | 14 | 0 | 17 | 67 |

Окончание таблицы

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Не могли получить информацию о конкретном лице, которое будет выполнять работу (оказывать услугу), и информацию о нем | % | 26 | 14 | 0 | 33 | 50 |
| Не могли получить услугу (нет специалистов, учреждений, плотная запись на прием, проигнорировали Ваше обращение и пр.) | % | 26 | 14 | 0 | 17 | 67 |
| Столкнулись с низким уровнем профессионализма, некомпетентностью специалистов, оказавших услугу | % | 52 | 0 | 50 | 67 | 100 |
| Столкнулись с недоброжелательность сотрудников, оказавших услугу | % | 39 | 29 | 25 | 50 | 50 |
| Услуга оказывалась в технически неисправном помещении, транспорте, получение услуги было небезопасно, была нарушена техника безопасности | % | 9 | 0 | 0 | 17 | 17 |
| Услуга была оказана некачественно | % | 22 | 0 | 0 | 33 | 50 |
| Услуга была выполнена не в указанный срок | % | 26 | 29 | 25 | 0 | 50 |
| Итоговая стоимость услуги возросла без согласования с Вами | % | 26 | 0 | 25 | 33 | 50 |
| Исполнитель намекал на необходимость дополнительного вознаграждения, подарка | % | 22 | 14 | 50 | 17 | 17 |
| Исполнитель отказался переделывать некачественную услугу | % | 13 | 14 | 0 | 0 | 33 |
| Исполнитель отказался делать скидку из-за нарушений сроков выполнения работы или недостаточно высокого качества предоставления услуги | % | 9 | 0 | 25 | 0 | 17 |
| Другое (укажите) | % | 4 | 14 | 0 | 0 | 0 |
| BASE | | 23 | 7 | 4 | 6 | 6 |

## 25. Как часто Вы приобретаете товары через интернет?

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Продукты питания | Несколько раз в неделю и чаще | % | 5 | 0 | 0 | 0 | 7 | 16 |
| | Раз в неделю | % | 6 | 7 | 13 | 0 | 7 | 5 |
| | Несколько раз в месяц | % | 13 | 13 | 20 | 7 | 7 | 16 |
| | Примерно раз в месяц | % | 18 | 0 | 27 | 33 | 7 | 21 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 10 | 20 | 13 | 7 | 0 | 11 |
| | Раз в полгода | % | 3 | 0 | 7 | 0 | 0 | 5 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 5 | 27 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Никогда | % | 40 | 33 | 20 | 53 | 71 | 26 |
| | BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |
| Одежду или обувь | Несколько раз в неделю и чаще | % | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| | Раз в неделю | % | 5 | 7 | 13 | 7 | 0 | 0 |
| | Несколько раз в месяц | % | 14 | 27 | 33 | 0 | 0 | 11 |
| | Примерно раз в месяц | % | 19 | 13 | 27 | 20 | 14 | 21 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 18 | 20 | 20 | 27 | 21 | 5 |
| | Раз в полгода | % | 15 | 7 | 0 | 20 | 21 | 26 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 10 | 7 | 0 | 0 | 29 | 16 |
| | Никогда | % | 17 | 20 | 7 | 27 | 14 | 16 |
| | BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |
| Парфюмерно-косметические товары, бытовую химию | Раз в неделю | % | 1 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Несколько раз в месяц | % | 9 | 7 | 33 | 0 | 0 | 5 |
| | Примерно раз в месяц | % | 19 | 13 | 33 | 7 | 21 | 21 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Раз в несколько месяцев | % | 17 | 27 | 20 | 20 | 7 | 11 |
| | Раз в полгода | % | 13 | 7 | 0 | 33 | 7 | 16 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 8 | 27 | 0 | 0 | 0 | 11 |
| | Никогда | % | 33 | 13 | 13 | 40 | 64 | 37 |
| | BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |
| Электронику, бытовую технику | Раз в неделю | % | 3 | 0 | 13 | 0 | 0 | 0 |
| | Несколько раз в месяц | % | 3 | 7 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| | Примерно раз в месяц | % | 8 | 0 | 20 | 0 | 0 | 16 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 15 | 33 | 40 | 0 | 0 | 5 |
| | Раз в полгода | % | 21 | 13 | 7 | 40 | 7 | 32 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 22 | 27 | 0 | 33 | 21 | 26 |
| | Никогда | % | 29 | 20 | 13 | 27 | 71 | 21 |
| | BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |
| Табак, сигареты, алкоголь | Раз в неделю | % | 6 | 0 | 7 | 13 | 0 | 11 |
| | Несколько раз в месяц | % | 6 | 7 | 27 | 0 | 0 | 0 |
| | Примерно раз в месяц | % | 9 | 7 | 40 | 0 | 0 | 0 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 3 | 7 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 4 | 20 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Никогда | % | 72 | 60 | 20 | 87 | 100 | 89 |
| | BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |
| Лекарства, медикаменты | Несколько раз в неделю и чаще | % | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| | Раз в неделю | % | 3 | 7 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| | Несколько раз в месяц | % | 10 | 7 | 33 | 7 | 0 | 5 |
| | Примерно раз в месяц | % | 13 | 0 | 20 | 27 | 7 | 11 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Раз в несколько месяцев | % | 10 | 13 | 27 | 7 | 0 | 5 |
| | Раз в полгода | % | 10 | 0 | 7 | 7 | 7 | 26 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 3 | 13 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Никогда | % | 50 | 60 | 13 | 53 | 86 | 42 |
| | BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |
| Билеты (проездные, развлекательные и проч.) | Несколько раз в неделю и чаще | % | 1 | 0 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| | Раз в неделю | % | 1 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Несколько раз в месяц | % | 10 | 0 | 20 | 13 | 14 | 5 |
| | Примерно раз в месяц | % | 15 | 7 | 13 | 20 | 0 | 32 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 18 | 27 | 40 | 7 | 0 | 16 |
| | Раз в полгода | % | 14 | 13 | 7 | 20 | 21 | 11 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 13 | 20 | 0 | 0 | 43 | 5 |
| | Никогда | % | 27 | 27 | 13 | 40 | 21 | 32 |
| | BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |

## 26. Почему Вы покупаете эти товары именно онлайн, а не в обычном магазине?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Цены в Интернет-магазинах ниже, чем в обычных | % | 49 | 38 | 43 | 50 | 38 | 68 |
| Это быстрее, экономит время, не люблю ходить по обычным магазинам | % | 68 | 77 | 43 | 58 | 77 | 79 |
| Больше выбор можно найти товар, которого нет в обычных магазинах моего города | % | 49 | 46 | 50 | 33 | 31 | 74 |
| Онлайн доступны товары более высокого качества | % | 8 | 8 | 7 | 8 | 8 | 11 |
| Онлайн дает бонусы | % | 20 | 8 | 21 | 42 | 8 | 21 |
| Онлайн легче вернуть или обменять товар | % | 14 | 8 | 21 | 25 | 8 | 11 |
| Товар доставляется в удобное место | % | 41 | 31 | 7 | 42 | 62 | 58 |
| Доступно больше информации о товаре | % | 28 | 31 | 29 | 25 | 23 | 32 |
| Можно сравнивать информацию с аналогичными товарами | % | 30 | 15 | 21 | 25 | 23 | 53 |
| Есть отзывы о товаре, фотографии и видео, подготовленные покупателями | % | 39 | 15 | 14 | 25 | 62 | 68 |
| Могу делать покупки в удобное для меня время | % | 56 | 31 | 29 | 67 | 54 | 89 |
| Другое (укажите) | % | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| BASE | | 71 | 13 | 14 | 12 | 13 | 19 |

## 27. Скажите, как за последний год изменилась частота Ваших покупок через интернет?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Стал покупать чаще | % | 44 | 46 | 29 | 58 | 38 | 47 |
| Покупаю так же, как и раньше | % | 48 | 38 | 64 | 42 | 54 | 42 |
| Стал покупать реже (почему?) | % | 6 | 8 | 0 | 0 | 8 | 11 |
| Затрудняюсь ответить | % | 3 | 8 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| BASE | | 71 | 13 | 14 | 12 | 13 | 19 |

## 28. Скажите, при совершении покупок через интернет Вы сталкивались с указанными ниже ситуациями?

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Сроки доставки товара были нарушены | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 1 | 0 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 14 | 23 | 21 | 17 | 0 | 11 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 51 | 46 | 43 | 33 | 54 | 68 |
| | Никогда | % | 34 | 31 | 29 | 50 | 46 | 21 |
| | BASE | | 71 | 13 | 14 | 12 | 13 | 19 |
| Товар оказался с браком или с истекшим сроком годности | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 4 | 8 | 14 | 0 | 0 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 14 | 23 | 29 | 17 | 8 | 0 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 27 | 23 | 14 | 42 | 15 | 37 |
| | Никогда | % | 55 | 46 | 43 | 42 | 77 | 63 |
| | BASE | | 71 | 13 | 14 | 12 | 13 | 19 |
| Товар не доставили | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 11 | 15 | 29 | 8 | 0 | 5 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 21 | 31 | 36 | 17 | 0 | 21 |
| | Никогда | % | 68 | 54 | 36 | 75 | 100 | 74 |
| | BASE | | 71 | 13 | 14 | 12 | 13 | 19 |
| Доставили неполный комплект заказа | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 1 | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 6 | 8 | 7 | 17 | 0 | 0 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 24 | 15 | 43 | 0 | 23 | 32 |
| | Никогда | % | 69 | 69 | 50 | 83 | 77 | 68 |
| | BASE | | 71 | 13 | 14 | 12 | 13 | 19 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Товар не соответствует заказанному, доставили другой товар | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 15 | 23 | 43 | 17 | 0 | 0 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 25 | 8 | 21 | 0 | 31 | 53 |
| | Никогда | % | 59 | 69 | 36 | 83 | 69 | 47 |
| | BASE | | 71 | 13 | 14 | 12 | 13 | 19 |
| Не мог получить полную информацию о товаре или информация была указана не на вашем родном языке | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 3 | 8 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 6 | 8 | 14 | 8 | 0 | 0 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 30 | 38 | 50 | 17 | 8 | 32 |
| | Никогда | % | 62 | 46 | 29 | 75 | 92 | 68 |
| | BASE | | 71 | 13 | 14 | 12 | 13 | 19 |
| Невозможность разрешить конфликтную ситуацию | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 11 | 15 | 36 | 8 | 0 | 0 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 23 | 23 | 29 | 8 | 15 | 32 |
| | Никогда | % | 66 | 62 | 36 | 83 | 85 | 68 |
| | BASE | | 71 | 13 | 14 | 12 | 13 | 19 |
| Отказывали в возврате товара | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 3 | 8 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 11 | 15 | 29 | 8 | 0 | 5 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 10 | 8 | 21 | 8 | 15 | 0 |
| | Никогда | % | 76 | 69 | 43 | 83 | 85 | 95 |
| | BASE | | 71 | 13 | 14 | 12 | 13 | 19 |

## 29. Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших прав как потребителя?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Знаю хорошо | % | 19 | 13 | 33 | 40 | 0 | 11 |
| Знаю достаточно | % | 47 | 47 | 47 | 33 | 36 | 68 |
| Меня не интересует | % | 33 | 40 | 20 | 27 | 64 | 21 |
| BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |

## 30. Если Ваши права потребителя будут нарушены, куда Вы обратитесь?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| В уполномоченный государственный орган по защите прав потребителей | % | 41 | 13 | 53 | 40 | 29 | 63 |
| В суд, прокуратору, к услугам юристов | % | 18 | 7 | 27 | 20 | 7 | 26 |
| В общественное объединение потребителей | % | 21 | 7 | 47 | 7 | 29 | 16 |
| Буду пытаться решить проблему с изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг) самостоятельно | % | 37 | 40 | 13 | 20 | 57 | 53 |
| К знакомым, которые могут помочь решить ситуацию | % | 23 | 40 | 27 | 13 | 14 | 21 |
| Никуда не обращусь и ничего не буду делать | % | 12 | 20 | 7 | 13 | 0 | 16 |
| BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |

## 31. Какие способы борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг) Вы считаете наиболее эффективными?

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Жалоба сотруднику администрации | 0 – совсем не эффективно | % | 15 | 13 | 0 | 33 | 7 | 21 |
| | 1 | % | 4 | 7 | 0 | 0 | 7 | 5 |
| | 2 | % | 4 | 7 | 7 | 0 | 0 | 5 |
| | 3 | % | 28 | 33 | 20 | 20 | 36 | 32 |
| | 4 | % | 19 | 20 | 33 | 0 | 21 | 21 |
| | 5 – очень эффективно | % | 29 | 20 | 40 | 47 | 29 | 16 |
| | BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |
| Жалоба в Книгу отзывов и предложений | 0 – совсем не эффективно | % | 23 | 13 | 7 | 40 | 21 | 32 |
| | 1 | % | 14 | 33 | 0 | 7 | 14 | 16 |

Продолжение таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2 | % | 10 | 20 | 0 | 0 | 7 | 21 |
| | 3 | % | 27 | 27 | 33 | 27 | 43 | 11 |
| | 4 | % | 12 | 7 | 33 | 0 | 7 | 11 |
| | 5 – очень эффективно | % | 14 | 0 | 27 | 27 | 7 | 11 |
| | BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |
| Негативный отзыв на сайте магазина, учреждения | 0 – совсем не эффективно | % | 9 | 7 | 0 | 27 | 0 | 11 |
| | 1 | % | 9 | 20 | 7 | 7 | 7 | 5 |
| | 2 | % | 9 | 27 | 0 | 0 | 7 | 11 |
| | 3 | % | 17 | 27 | 13 | 7 | 21 | 16 |
| | 4 | % | 24 | 7 | 47 | 13 | 14 | 37 |
| | 5 – очень эффективно | % | 32 | 13 | 33 | 47 | 50 | 21 |
| | BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |
| Обращение в общественные объединения потребителей | 0 – совсем не эффективно | % | 9 | 7 | 0 | 13 | 14 | 11 |
| | 1 | % | 13 | 33 | 0 | 13 | 14 | 5 |
| | 2 | % | 5 | 13 | 7 | 7 | 0 | 0 |
| | 3 | % | 22 | 27 | 20 | 20 | 36 | 11 |
| | 4 | % | 22 | 0 | 47 | 0 | 21 | 37 |
| | 5 – очень эффективно | % | 29 | 20 | 27 | 47 | 14 | 37 |
| | BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |
| Обращение в уполномоченные государственные органы | 0 – совсем не эффективно | % | 12 | 20 | 7 | 20 | 7 | 5 |
| | 1 | % | 10 | 20 | 0 | 0 | 21 | 11 |
| | 2 | % | 6 | 13 | 0 | 7 | 7 | 5 |
| | 3 | % | 17 | 27 | 7 | 0 | 36 | 16 |
| | 4 | % | 17 | 13 | 47 | 13 | 0 | 11 |
| | 5 – очень эффективно | % | 38 | 7 | 40 | 60 | 29 | 53 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |
| Негативный отзыв в социальных сетях | 0 – совсем не эффективно | % | 5 | 0 | 0 | 13 | 0 | 11 |
| | 1 | % | 3 | 13 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 2 | % | 14 | 27 | 13 | 7 | 7 | 16 |
| | 3 | % | 23 | 40 | 13 | 13 | 21 | 26 |
| | 4 | % | 19 | 7 | 33 | 7 | 21 | 26 |
| | 5 – очень эффективно | % | 36 | 13 | 40 | 60 | 50 | 21 |
| | BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |
| Обращение в суд | 0 – совсем не эффективно | % | 9 | 13 | 0 | 13 | 14 | 5 |
| | 1 | % | 12 | 13 | 7 | 0 | 36 | 5 |
| | 2 | % | 6 | 7 | 7 | 13 | 0 | 5 |
| | 3 | % | 24 | 47 | 20 | 0 | 29 | 26 |
| | 4 | % | 15 | 13 | 20 | 20 | 14 | 11 |
| | 5 – очень эффективно | % | 33 | 7 | 47 | 53 | 7 | 47 |
| | BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |
| Обращение юристу для досудебной защиты прав | 0 – совсем не эффективно | % | 9 | 13 | 0 | 13 | 7 | 11 |
| | 1 | % | 8 | 7 | 0 | 0 | 21 | 11 |
| | 2 | % | 4 | 7 | 7 | 7 | 0 | 0 |
| | 3 | % | 27 | 60 | 13 | 0 | 29 | 32 |
| | 4 | % | 27 | 7 | 60 | 13 | 21 | 32 |
| | 5 – очень эффективно | % | 26 | 7 | 20 | 67 | 21 | 16 |
| | BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |

**32. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их перед изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг)?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да, в любом случае я буду пытаться их отстоять | % | 38 | 27 | 33 | 40 | 50 | 42 |
| Да, если стоимость товара (работы, услуги) высокая для меня | % | 35 | 13 | 33 | 33 | 36 | 53 |
| Да, если в процессе использования товара (получения услуги) мне был нанесен физический вред | % | 35 | 40 | 33 | 13 | 29 | 53 |
| Да, если в процессе использования товара (получения услуги) мне был нанесен моральный вред | % | 13 | 7 | 7 | 13 | 21 | 16 |
| Нет | % | 14 | 13 | 7 | 20 | 14 | 16 |
| Затрудняюсь ответить (НЕ ПОКАЗЫВАТЬ) | % | 5 | 27 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |

**33. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их в суде?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да, в суде я смогу защитить свои права | % | 26 | 7 | 13 | 40 | 29 | 37 |
| Да, если стоимость товара (работы, услуги) дорогая для меня | % | 35 | 13 | 27 | 27 | 57 | 47 |
| Да, если в процессе получения услуги / использования товара мне был нанесен физический вред | % | 33 | 13 | 33 | 20 | 36 | 58 |
| Да, если в процессе получения услуги / использования товара мне был нанесен моральный вред | % | 18 | 13 | 20 | 27 | 21 | 11 |
| Нет | % | 21 | 40 | 13 | 13 | 14 | 21 |
| Другое (укажите) | % | 1 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Затрудняюсь ответить | % | 5 | 20 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |

## 34. Какие органы должны заниматься защитой прав потребителей?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Государство, уполномоченные государственные органы | % | 76 | 60 | 60 | 67 | 86 | 100 |
| Общественные объединения потребителей | % | 42 | 47 | 27 | 33 | 36 | 63 |
| Юристы | % | 29 | 20 | 27 | 20 | 29 | 47 |
| Никто, защитой своих прав потребители должны заниматься сами | % | 1 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Затрудняюсь ответить (НЕ ПОКАЗЫВАТЬ) | % | 5 | 20 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| Судебные органы | % | 33 | 33 | 33 | 20 | 21 | 53 |
| BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |

## 35. На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Очень эффективно | % | 9 | 0 | 7 | 13 | 7 | 16 |
| Скорее эффективно | % | 49 | 27 | 87 | 47 | 29 | 53 |
| Скорее неэффективно | % | 31 | 33 | 7 | 33 | 57 | 26 |
| Абсолютно неэффективно | % | 5 | 7 | 0 | 7 | 7 | 5 |
| Затрудняюсь ответить (НЕ ПОКАЗЫВАТЬ) | % | 6 | 33 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |

## 36. Есть ли в Вашей стране общественные объединения в сфере защите прав потребителей?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да | % | 62 | 13 | 87 | 73 | 43 | 84 |
| Нет | % | 15 | 20 | 0 | 7 | 36 | 16 |
| Затрудняюсь ответить (НЕ ПОКАЗЫВАТЬ) | % | 23 | 67 | 13 | 20 | 21 | 0 |
| BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |

## 37. На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сфере защиты прав потребителей?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Очень эффективна | % | 6 | 0 | 13 | 20 | 0 | 0 |
| Скорее эффективна | % | 50 | 20 | 80 | 33 | 36 | 74 |
| Скорее неэффективна | % | 19 | 33 | 0 | 27 | 29 | 11 |
| Абсолютно неэффективна | % | 8 | 7 | 0 | 0 | 21 | 11 |
| Затрудняюсь ответить | % | 17 | 40 | 7 | 20 | 14 | 5 |
| BASE | | 78 | 15 | 15 | 15 | 14 | 19 |

## 38. Сколько раз за последние 12 месяцев Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Никогда не приходилось оказываться в такой ситуации | % | 36 | 27 | 53 | 47 | 21 | 33 |
| Один раз в несколько лет | % | 21 | 0 | 7 | 20 | 50 | 28 |
| Один-два раза в год | % | 18 | 13 | 13 | 0 | 29 | 33 |
| Один раз в месяц | % | 5 | 7 | 0 | 13 | 0 | 6 |
| Чаще, чем один раз в месяц | % | 6 | 7 | 7 | 20 | 0 | 0 |
| Затрудняюсь ответить (НЕ ПОКАЗЫВАТЬ) | % | 13 | 47 | 20 | 0 | 0 | 0 |
| BASE | | 77 | 15 | 15 | 15 | 14 | 18 |

## 39. Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да, в уполномоченные государственные органы по защите прав потребителей моей страны | % | 4 | 0 | 29 | 0 | 0 | 0 |
| Да, в уполномоченные государственные органы другого государства-члена ЕАЭС | % | 4 | 0 | 29 | 0 | 0 | 0 |
| Обращались в общественное объединение потребителей | % | 2 | 0 | 14 | 0 | 0 | 0 |
| Обращались в суд, прокуратору | % | 2 | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Никуда не обращались, решали проблему с изготовителем (продавцом) товаров, исполнителем (работ, услуг) самостоятельно | % | 78 | 82 | 43 | 75 | 100 | 75 |
| Ничего не пытались сделать (почему?) | % | 6 | 9 | 0 | 0 | 0 | 17 |
| Обращались к услугам юристов | % | 8 | 0 | 14 | 25 | 0 | 8 |
| BASE | | 49 | 11 | 7 | 8 | 11 | 12 |

## 40. Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Полностью удалось отстоять свои права | % | 35 | 20 | 43 | 33 | 27 | 56 |
| Частично удалось отстоять свои права | % | 42 | 20 | 57 | 33 | 64 | 33 |
| Не удалось отстоять свои права | % | 12 | 20 | 0 | 17 | 9 | 11 |
| Вопрос завис на рассмотрении | % | 12 | 40 | 0 | 17 | 0 | 0 |
| BASE | | 43 | 10 | 7 | 6 | 11 | 9 |

## 41. Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Ситуация благополучная – права потребителей полностью соблюдаются | % | 13 | 0 | 27 | 13 | 0 | 22 |
| Ситуация удовлетворительная, права потребителей соблюдаются частично | % | 47 | 20 | 60 | 40 | 50 | 61 |
| Ситуация неблагополучная, по большей части, права потребителей не соблюдаются | % | 23 | 13 | 0 | 40 | 50 | 17 |
| Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ | % | 17 | 67 | 13 | 7 | 0 | 0 |
| BASE | | 77 | 15 | 15 | 15 | 14 | 18 |

## 42. Как Вы думаете, законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки...?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Законодательство вполне отвечает всем ожиданиям потребителей | % | 29 | 0 | 73 | 27 | 0 | 39 |
| Законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки | % | 48 | 13 | 13 | 60 | 100 | 56 |
| Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ | % | 23 | 87 | 13 | 13 | 0 | 6 |
| BASE | | 77 | 15 | 15 | 15 | 14 | 18 |

**43. Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Стало лучше (что конкретно?) | % | 18 | 7 | 7 | 20 | 7 | 44 |
| Осталось на прежнем уровне, не изменилось | % | 57 | 33 | 80 | 53 | 79 | 44 |
| Стало хуже (что конкретно?) | % | 6 | 0 | 0 | 7 | 14 | 11 |
| Затрудняюсь ответить (НЕ ПОКАЗЫВАТЬ) | % | 18 | 60 | 13 | 20 | 0 | 0 |
| BASE | | 77 | 15 | 15 | 15 | 14 | 18 |

**44. Считаете ли Вы необходимым расширение прав потребителей?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да, в значительной степени | % | 32 | 47 | 0 | 27 | 57 | 29 |
| Да, незначительно | % | 39 | 20 | 53 | 33 | 43 | 47 |
| Нет | % | 13 | 0 | 20 | 27 | 0 | 18 |
| Затрудняюсь ответить | % | 16 | 33 | 27 | 13 | 0 | 6 |
| BASE | | 76 | 15 | 15 | 15 | 14 | 17 |

**45. Как Вы думаете, есть ли необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да, в значительной степени | % | 32 | 27 | 7 | 33 | 57 | 35 |
| Да, незначительно | % | 46 | 40 | 53 | 47 | 36 | 53 |
| Нет | % | 11 | 0 | 27 | 13 | 0 | 12 |
| Затрудняюсь ответить | % | 12 | 33 | 13 | 7 | 7 | 0 |
| BASE | | 76 | 15 | 15 | 15 | 14 | 17 |

**46. Что необходимо усилить в вопросе регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Увеличить размер штрафов для недобросовестных субъектов предпринимательской деятельности за нарушение ими законодательства в сфере защиты прав потребителей | % | 14 | 0 | 11 | 0 | 31 | 20 |
| Повысить требования к качеству товара (работ, услуг) | % | 53 | 30 | 78 | 50 | 54 | 53 |
| Повысить требования к предоставлению информации о товаре (работе, услуге), информации об изготовителе (исполнителе, продавце) | % | 10 | 0 | 11 | 17 | 8 | 13 |
| Повысить требования к безопасности товара (работы, услуги) | % | 8 | 30 | 0 | 17 | 0 | 0 |
| Другое (укажите) | % | 7 | 10 | 0 | 0 | 8 | 13 |
| Затрудняюсь ответить НЕ ПОКАЗЫВАТЬ | % | 8 | 30 | 0 | 17 | 0 | 0 |
| BASE | | 59 | 10 | 9 | 12 | 13 | 15 |

**S.8. Скажите, пожалуйста, в настоящее время Вы работаете или нет?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Работаю по найму на государственном предприятии | % | 16 | 7 | 40 | 13 | 7 | 12 |
| Работаю по найму на частном, коммерческом предприятии | % | 50 | 60 | 47 | 33 | 57 | 53 |
| Частный предприниматель, собственный бизнес | % | 9 | 0 | 7 | 20 | 7 | 12 |
| Пенсионер (не работаю) | % | 5 | 7 | 0 | 0 | 7 | 12 |
| Временно нигде не работаю, безработный | % | 5 | 0 | 0 | 13 | 7 | 6 |
| Студент, учащийся (не работаю) | % | 8 | 27 | 7 | 7 | 0 | 0 |
| Занимаюсь домашним хозяйством, в декрете | % | 5 | 0 | 0 | 13 | 7 | 6 |
| Другое (укажите) | % | 1 | 0 | 0 | 0 | 7 | 0 |
| BASE | | 76 | 15 | 15 | 15 | 14 | 17 |

## S.9. Уточните, пожалуйста, в какой отрасли, сфере Вы работаете?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Промышленность | % | 3 | 0 | 14 | 0 | 0 | 0 |
| Дизайн, проектирование, архитектура, строительство | % | 10 | 20 | 0 | 10 | 0 | 23 |
| Государственное, муниципальное управление | % | 5 | 0 | 14 | 10 | 0 | 0 |
| Образование, наука | % | 10 | 0 | 14 | 0 | 27 | 8 |
| Культура, искусство | % | 2 | 0 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| Здравоохранение | % | 3 | 10 | 0 | 10 | 0 | 0 |
| Услуги, торговля | % | 26 | 30 | 14 | 50 | 9 | 31 |
| Общественное питание | % | 2 | 0 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| Бытовое (коммунальное) обслуживание | % | 5 | 0 | 14 | 10 | 0 | 0 |
| Транспорт (в том числе, морской), связь | % | 3 | 0 | 14 | 0 | 0 | 0 |
| Информация, IT | % | 9 | 30 | 0 | 10 | 0 | 8 |
| Финансы, юриспруденция | % | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 23 |
| Другое (укажите) | % | 16 | 10 | 0 | 0 | 64 | 8 |
| BASE | | 58 | 10 | 14 | 10 | 11 | 13 |

## S.10. Кем Вы работаете?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Руководитель высшего звена (ген. директор, президент) | % | 10 | 0 | 0 | 0 | 18 | 31 |
| Заместитель руководителя, главный специалист | % | 2 | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Руководитель среднего звена (руководитель отдела, подразделения, цеха, смены, или сектора) | % | 16 | 10 | 7 | 40 | 9 | 15 |
| Квалифицированный специалист с высшим образованием (врач, юрист, педагог) | % | 50 | 50 | 71 | 20 | 73 | 31 |
| Служащий без высшего образования (кассир, машинистка, продавец и т.д.) | % | 5 | 10 | 0 | 0 | 0 | 15 |
| Технический или обслуживающий персонал | % | 3 | 0 | 14 | 0 | 0 | 0 |
| Квалифицированный рабочий, мастер | % | 7 | 0 | 0 | 40 | 0 | 0 |
| Другое (укажите) | % | 7 | 20 | 7 | 0 | 0 | 8 |
| BASE | | 58 | 10 | 14 | 10 | 11 | 13 |

## S.11. Какая из перечисленных фраз наиболее точно характеризует уровень жизни Вашей семьи?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Нашей семье хватает денег только на еду и оплату коммунальных услуг, приобретение одежды проблематично | % | 1 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Нашей семье хватает денег только на еду и одежду, приобретение бытовой техники без обращения к кредитам проблематично | % | 29 | 47 | 47 | 27 | 21 | 6 |
| Нашей семье хватает денег на приобретение бытовой техники, но покупка автомобиля или отдых за границей без обращения к кредитам для нас проблематичны | % | 39 | 7 | 47 | 53 | 57 | 35 |
| Нашей семье хватает денег на отдых и содержание машины, но не можем приобрести дачу, квартиру без ипотеки и т.д. | % | 20 | 20 | 7 | 13 | 7 | 47 |
| Наша семья может без проблем приобрести любые дорогие вещи – квартиру, машину, дачу и т.д. | % | 5 | 0 | 0 | 7 | 7 | 12 |
| Отказ от ответа НЕ ПОКАЗЫВАТЬ | % | 5 | 20 | 0 | 0 | 7 | 0 |
| BASE | | 76 | 15 | 15 | 15 | 14 | 17 |

**ПРИЛОЖЕНИЕ Г**

**Примеры анкет обратной связи с интервьюерами**

Пример анкеты обратной связи с интервьюером № 1 из Республики Армения

**АНКЕТА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ С ИНТЕРВЬЮЕРОМ**

**БЛОК 1 «ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПРАКТИКА ПОЛУЧЕНИЯ УСЛУГ ЖИТЕЛЯМИ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС»**

**1. Где Вы чаще всего покупаете указанные товары?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**2. Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных ниже услуг Вы пользуетесь и, если пользуетесь, то как часто?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**БЛОК 2 «УРОВЕНЬ ИНФОРМИРОВАННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ОБ ОТДЕЛЬНЫХ АСПЕКТАХ ДЕЙСТВУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

**3. Как Вы думаете, регулируются ли в Вашей стране на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Я бы не писала в Вашей стране, и так понятно, что в другой стране респондент не знает, как и что происходит |

**4. Знакомы ли Вы с действующим на уровне Вашего государства Законом «О защите прав потребителей»?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Я бы не писала на уровне Вашего государства, и так понятно, что в другом государстве респондент не знает, как и что происходит |

**5. О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**6. Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Вы считаете необходимым расширить, чем дополнить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | открытый вопрос | Открытый Вопрос | В этом вопросе респонденты не давали развёрнутого ответа |

**7. Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

## БЛОК 3 «ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМИРОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ПО ВОПРОСАМ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**8. Как Вы считаете, достаточны ли Ваши знания в области защиты Ваших прав как потребителя товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**9. Хотели ли бы Вы больше узнать о своих правах как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**10. О чем конкретно в сфере защиты прав потребителей Вы бы хотели узнать больше?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**11. Если у Вас возникают вопросы в сфере защиты прав потребителей, куда Вы обращаетесь за получением необходимой информации?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**12. Оцените качество информации о защите прав потребителей, размещаемой в открытом доступе?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

## БЛОК 4 «ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**13. Известно ли Вам о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**14. Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**15. Что повышает Вашу уверенность в качестве приобретаемого товара?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**16. Всегда ли Вы можете получить интересующую Вас информацию относительно приобретаемого товара, получаемой услуги?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**17. Какую информацию о товаре (работе, услуге) Вы не всегда можете получить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

## БЛОК 5 «УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ТОВАРОВ (РАБОТ, УСЛУГ)»

**18. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**19. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих услуг?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**20. Давайте подробнее остановимся на розничной продаже товаров. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**21. Теперь давайте поговорим про общественное питание. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями при посещении кафе и ресторанов?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**22. Получали ли Вы за последние 12 месяцев какие-либо услуги из представленных ниже? Если получали, то скажите, Вы оказываетесь в ситуации, когда понимали, что Ваши права как потребителя, были нарушены?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**23. Выберите одну услугу, при получении которой Вы столкнулись с нарушением ваших прав и о которой Вы готовы рассказать.**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**24. С какими ситуациями в процессе получения этой услуги Вы сталкивались за последние 12 месяцев?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**25. Как часто Вы приобретаете товары через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**26. Почему Вы покупаете эти товары именно онлайн, а не в обычном магазине?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**27. Скажите, как за последний год изменилась частота Ваших покупок через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**28. Скажите, при совершении покупок через интернет Вы сталкивались с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**БЛОК 6 «ОПЫТ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЛУЧАЯХ УЩЕМЛЕНИЯ ИХ ПРАВ»**

**29. Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших прав как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**30. Если Ваши права потребителя будут нарушены, куда Вы обратитесь?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**31. Какие способы борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг) Вы считаете наиболее эффективными?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**32. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их перед изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**33. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их в суде?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

## БЛОК 7 «УРОВЕНЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**34. Какие органы <u>должны</u> заниматься защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**35. На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**36. Есть ли в Вашей стране общественные объединения в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Я бы не писала в Вашей стране, и так понятно, что в другой стране респондент не знает, как и что происходит |

**37. На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**38. Сколько раз за последние 12 месяцев Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**39. Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**40. Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**41. Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**42. Как Вы думаете, законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки, направленные на всестороннюю и эффективную защиту прав потребителей или на сегодняшний день законодательство вполне отвечает всем ожиданиям потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**43. Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**44. Считаете ли Вы необходимым расширение прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**45. Как Вы думаете, есть ли необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**46. Что необходимо усилить в вопросе регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

Пример анкеты обратной связи с интервьюером № 2 из Республики Армения

**АНКЕТА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ С ИНТЕРВЬЮЕРОМ**

**БЛОК 1 «ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПРАКТИКА ПОЛУЧЕНИЯ УСЛУГ ЖИТЕЛЯМИ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС»**

**1. Где Вы чаще всего покупаете указанные товары?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**2. Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных ниже услуг Вы пользуетесь и, если пользуетесь, то как часто?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**БЛОК 2 «УРОВЕНЬ ИНФОРМИРОВАННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ОБ ОТДЕЛЬНЫХ АСПЕКТАХ ДЕЙСТВУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

**3. Как Вы думаете, регулируются ли в Вашей стране на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Предлагаем добавить пример к финансовым услугам |

**4. Знакомы ли Вы с действующим на уровне Вашего государства Законом «О защите прав потребителей»?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**5. О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**6. Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Вы считаете необходимым расширить, чем дополнить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | открытый вопрос | Открытый Вопрос | |

**7. Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

## БЛОК 3 «ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМИРОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ПО ВОПРОСАМ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**8. Как Вы считаете, достаточны ли Ваши знания в области защиты Ваших прав как потребителя товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**9. Хотели ли бы Вы больше узнать о своих правах как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**10. О чем конкретно в сфере защиты прав потребителей Вы бы хотели узнать больше?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**11. Если у Вас возникают вопросы в сфере защиты прав потребителей, куда Вы обращаетесь за получением необходимой информации?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**12. Оцените качество информации о защите прав потребителей, размещаемой в открытом доступе?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

## БЛОК 4 «ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**13. Известно ли Вам о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**14. Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**15. Что повышает Вашу уверенность в качестве приобретаемого товара?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**16. Всегда ли Вы можете получить интересующую Вас информацию относительно приобретаемого товара, получаемой услуги?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**17. Какую информацию о товаре (работе, услуге) Вы не всегда можете получить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

## БЛОК 5 «УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ТОВАРОВ (РАБОТ, УСЛУГ)»

**18. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**19. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих услуг?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**20. Давайте подробнее остановимся на розничной продаже товаров. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**21. Теперь давайте поговорим про общественное питание. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями при посещении кафе и ресторанов?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**22. Получали ли Вы за последние 12 месяцев какие-либо услуги из представленных ниже? Если получали, то скажите, Вы оказываетесь в ситуации, когда понимали, что Ваши права как потребителя, были нарушены?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**23. Выберите одну услугу, при получении которой Вы столкнулись с нарушением ваших прав и о которой Вы готовы рассказать.**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**24. С какими ситуациями в процессе получения этой услуги Вы сталкивались за последние 12 месяцев?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**25. Как часто Вы приобретаете товары через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**26. Почему Вы покупаете эти товары именно онлайн, а не в обычном магазине?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**27. Скажите, как за последний год изменилась частота Ваших покупок через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**28. Скажите, при совершении покупок через интернет Вы сталкивались с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

## БЛОК 6 «ОПЫТ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЛУЧАЯХ УЩЕМЛЕНИЯ ИХ ПРАВ»

**29. Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших прав как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Не понятно, что отметить, если человек не знает, куда обращаться |

**30. Если Ваши права потребителя будут нарушены, куда Вы обратитесь?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**31. Какие способы борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг) Вы считаете наиболее эффективными?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**32. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их перед изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**33. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их в суде?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

## БЛОК 7 «УРОВЕНЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**34. Какие органы <u>должны</u> заниматься защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**35. На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**36. Есть ли в Вашей стране общественные объединения в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**37. На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**38. Сколько раз за последние 12 месяцев Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**39. Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**40. Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**41. Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**42. Как Вы думаете, законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки, направленные на всестороннюю и эффективную защиту прав потребителей или на сегодняшний день законодательство вполне отвечает всем ожиданиям потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**43. Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**44. Считаете ли Вы необходимым расширение прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**45. Как Вы думаете, есть ли необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**46. Что необходимо усилить в вопросе регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

Пример анкеты обратной связи с интервьюером № 1 из Республики Беларусь

**АНКЕТА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ С ИНТЕРВЬЮЕРОМ**

**БЛОК 1 «ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПРАКТИКА ПОЛУЧЕНИЯ УСЛУГ ЖИТЕЛЯМИ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС»**

**1. Где Вы чаще всего покупаете указанные товары?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | В данном вопросе все понятно |

**2. Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных ниже услуг Вы пользуетесь и, если пользуетесь, то как часто?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | В данном вопросе все понятно |

**БЛОК 2 «УРОВЕНЬ ИНФОРМИРОВАННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ОБ ОТДЕЛЬНЫХ АСПЕКТАХ ДЕЙСТВУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

**3. Как Вы думаете, регулируются ли в Вашей стране на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | В данном вопросе все понятно |

**4. Знакомы ли Вы с действующим на уровне Вашего государства Законом «О защите прав потребителей»?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | В данном вопросе все понятно |

**5. О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | В данном вопросе все понятно |

**6. Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Вы считаете необходимым расширить, чем дополнить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | открытый вопрос | открытый вопрос | Все понятно в данном вопросе |

**7. Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

## БЛОК 3 «ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМИРОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ПО ВОПРОСАМ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**8. Как Вы считаете, достаточны ли Ваши знания в области защиты Ваших прав как потребителя товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**9. Хотели ли бы Вы больше узнать о своих правах как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**10. О чем конкретно в сфере защиты прав потребителей Вы бы хотели узнать больше?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**11. Если у Вас возникают вопросы в сфере защиты прав потребителей, куда Вы обращаетесь за получением необходимой информации?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**12. Оцените качество информации о защите прав потребителей, размещаемой в открытом доступе?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

## БЛОК 4 «ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**13. Известно ли Вам о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | - | Респонденты отвечают короткими ответами |

**14. Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**15. Что повышает Вашу уверенность в качестве приобретаемого товара?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**16. Всегда ли Вы можете получить интересующую Вас информацию относительно приобретаемого товара, получаемой услуги?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**17. Какую информацию о товаре (работе, услуге) Вы не всегда можете получить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

## БЛОК 5 «УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ТОВАРОВ (РАБОТ, УСЛУГ)»

**18. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**19. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих услуг?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**20. Давайте подробнее остановимся на розничной продаже товаров. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**21. Теперь давайте поговорим про общественное питание. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями при посещении кафе и ресторанов?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**22. Получали ли Вы за последние 12 месяцев какие-либо услуги из представленных ниже? Если получали, то скажите, Вы оказываетесь в ситуации, когда понимали, что Ваши права как потребителя, были нарушены?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**23. Выберите одну услугу, при получении которой Вы столкнулись с нарушением ваших прав и о которой Вы готовы рассказать.**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**24. С какими ситуациями в процессе получения этой услуги Вы сталкивались за последние 12 месяцев?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**25. Как часто Вы приобретаете товары через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**26. Почему Вы покупаете эти товары именно онлайн, а не в обычном магазине?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**27. Скажите, как за последний год изменилась частота Ваших покупок через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**28. Скажите, при совершении покупок через интернет Вы сталкивались с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

## БЛОК 6 «ОПЫТ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЛУЧАЯХ УЩЕМЛЕНИЯ ИХ ПРАВ»

**29. Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших прав как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**30. Если Ваши права потребителя будут нарушены, куда Вы обратитесь?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**31. Какие способы борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг) Вы считаете наиболее эффективными?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**32. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их перед изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**33. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их в суде?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

## БЛОК 7 «УРОВЕНЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**34. Какие органы <u>должны</u> заниматься защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**35. На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**36. Есть ли в Вашей стране общественные объединения в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**37. На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**38. Сколько раз за последние 12 месяцев Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**39. Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**40. Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Если в предыдущем вопросе респондент выбрал вариант ответа нет, логично было бы ему не задавать данный вопрос |

**41. Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Вам понятно в данном вопросе |

**42. Как Вы думаете, законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки, направленные на всестороннюю и эффективную защиту прав потребителей или на сегодняшний день законодательство вполне отвечает всем ожиданиям потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**43. Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**44. Считаете ли Вы необходимым расширение прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**45. Как Вы думаете, есть ли необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | В данном вопросе все хорошо |

**46. Что необходимо усилить в вопросе регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Если в предыдущем вопросе респондент выбрал вариант нет,то было бы целесообразнее данный вопрос не задавать. Также удобнее будет, если будет возможность отметить несколько вариантов ответов |

Пример анкеты обратной связи с интервьюером № 2 из Республики Беларусь

**АНКЕТА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ С ИНТЕРВЬЮЕРОМ**

**БЛОК 1 «ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПРАКТИКА ПОЛУЧЕНИЯ УСЛУГ ЖИТЕЛЯМИ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС»**

**1. Где Вы чаще всего покупаете указанные товары?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | В данном вопросе все понятно |

**2. Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных ниже услуг Вы пользуетесь и, если пользуетесь, то как часто?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | В данном вопросе все понятно |

**БЛОК 2 «УРОВЕНЬ ИНФОРМИРОВАННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ОБ ОТДЕЛЬНЫХ АСПЕКТАХ ДЕЙСТВУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

**3. Как Вы думаете, регулируются ли в Вашей стране на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | В данном вопросе все понятно |

**4. Знакомы ли Вы с действующим на уровне Вашего государства Законом «О защите прав потребителей»?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | В данном вопросе все понятно |

**5. О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | В данном вопросе все понятно |

**6. Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Вы считаете необходимым расширить, чем дополнить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | открытый вопрос | Открытый вопрос | Все понятно в данном вопросе |

**7. Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

## БЛОК 3 «ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМИРОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ПО ВОПРОСАМ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**8. Как Вы считаете, достаточны ли Ваши знания в области защиты Ваших прав как потребителя товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**9. Хотели ли бы Вы больше узнать о своих правах как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**10. О чем конкретно в сфере защиты прав потребителей Вы бы хотели узнать больше?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**11. Если у Вас возникают вопросы в сфере защиты прав потребителей, куда Вы обращаетесь за получением необходимой информации?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**12. Оцените качество информации о защите прав потребителей, размещаемой в открытом доступе?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

## БЛОК 4 «ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**13. Известно ли Вам о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | - | Респонденты отвечают короткими ответами |

**14. Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**15. Что повышает Вашу уверенность в качестве приобретаемого товара?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**16. Всегда ли Вы можете получить интересующую Вас информацию относительно приобретаемого товара, получаемой услуги?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**17. Какую информацию о товаре (работе, услуге) Вы не всегда можете получить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

## БЛОК 5 «УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ТОВАРОВ (РАБОТ, УСЛУГ)»

**18. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**19. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих услуг?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**20. Давайте подробнее остановимся на розничной продаже товаров. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**21. Теперь давайте поговорим про общественное питание. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями при посещении кафе и ресторанов?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**22. Получали ли Вы за последние 12 месяцев какие-либо услуги из представленных ниже? Если получали, то скажите, Вы оказываетесь в ситуации, когда понимали, что Ваши права как потребителя, были нарушены?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**23. Выберите одну услугу, при получении которой Вы столкнулись с нарушением ваших прав и о которой Вы готовы рассказать.**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**24. С какими ситуациями в процессе получения этой услуги Вы сталкивались за последние 12 месяцев?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**25. Как часто Вы приобретаете товары через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**26. Почему Вы покупаете эти товары именно онлайн, а не в обычном магазине?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**27. Скажите, как за последний год изменилась частота Ваших покупок через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**28. Скажите, при совершении покупок через интернет Вы сталкивались с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

## БЛОК 6 «ОПЫТ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЛУЧАЯХ УЩЕМЛЕНИЯ ИХ ПРАВ»

**29. Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших прав как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | - | Предложили бы добавить ответ «Не знаю» |

**30. Если Ваши права потребителя будут нарушены, куда Вы обратитесь?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**31. Какие способы борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг) Вы считаете наиболее эффективными?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**32. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их перед изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**33. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их в суде?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

## БЛОК 7 «УРОВЕНЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**34. Какие органы <u>должны</u> заниматься защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**35. На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**36. Есть ли в Вашей стране общественные объединения в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**37. На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**38. Сколько раз за последние 12 месяцев Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**39. Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**40. Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| - | - | + | Респондент сказал, что никуда не обращался в предыдущем вопросе, а этот вопрос был задан. Видимо, нужен переход, иначе не понятно, что отвечать |

**41. Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Вам понятно в данном вопросе |

**42. Как Вы думаете, законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки, направленные на всестороннюю и эффективную защиту прав потребителей или на сегодняшний день законодательство вполне отвечает всем ожиданиям потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**43. Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**44. Считаете ли Вы необходимым расширение прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно в данном вопросе |

**45. Как Вы думаете, есть ли необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | В данном вопросе все хорошо |

**46. Что необходимо усилить в вопросе регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Аналогично вопросу 40. Не сработал переходник. |

Пример анкеты обратной связи с интервьюером № 1 из Республики Казахстан

**АНКЕТА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ С ИНТЕРВЬЮЕРОМ**

**БЛОК 1 «ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПРАКТИКА ПОЛУЧЕНИЯ УСЛУГ ЖИТЕЛЯМИ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС»**

**Где Вы чаще всего покупаете указанные товары?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**1. Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных ниже услуг Вы пользуетесь и, если пользуетесь, то как часто?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**БЛОК 2 «УРОВЕНЬ ИНФОРМИРОВАННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ОБ ОТДЕЛЬНЫХ АСПЕКТАХ ДЕЙСТУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

**2. Как Вы думаете, регулируются ли в Вашей стране на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**3. Знакомы ли Вы с действующим на уровне Вашего государства Законом «О защите прав потребителей»?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**4. О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**5. Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Вы считаете необходимым расширить, чем дополнить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | открытый вопрос | открытый вопрос | Все ясно |

**6. Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**БЛОК 3 «ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМИРОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ - ЧЛЕНОВ ЕАЭС ПО ВОПРОСАМ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

**7. Как Вы считаете, достаточны ли Ваши знания в области защиты Ваших прав как потребителя товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**8. Хотели ли бы Вы больше узнать о своих правах как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**9. О чем конкретно в сфере защиты прав потребителей Вы бы хотели узнать больше?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**10. Если у Вас возникают вопросы в сфере защиты прав потребителей, куда Вы обращаетесь за получением необходимой информации?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**11. Оцените качество информации о защите прав потребителей, размещаемой в открытом доступе?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**БЛОК 4 «ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

**12. Известно ли Вам о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**13. Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**14. Что повышает Вашу уверенность в качестве приобретаемого товара?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Всё ясно |

**16. Всегда ли Вы можете получить интересующую Вас информацию относительно приобретаемого товара, получаемой услуги?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**17. Какую информацию о товаре (работе, услуге) Вы не всегда можете получить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

## БЛОК 5 «УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ТОВАРОВ (РАБОТ, УСЛУГ)»

**18. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**19. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих услуг?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**20. Давайте подробнее остановимся на розничной продаже товаров. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**21. Теперь давайте поговорим про общественное питание. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями при посещении кафе и ресторанов?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**22. Получали ли Вы за последние 12 месяцев какие-либо услуги из представленных ниже? Если получали, то скажите, Вы оказывались в ситуации, когда понимали, что Ваши права как потребителя, были нарушены?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**23.**

**24. Выберите одну услугу, при получении которой Вы столкнулись с нарушением ваших прав и о которой Вы готовы рассказать.**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**25. С какими ситуациями в процессе получения этой услуги Вы сталкивались за последние 12 месяцев?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**26. Как часто Вы приобретаете товары через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**27. Почему Вы покупаете эти товары именно онлайн, а не в обычном магазине?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**28. Скажите, как за последний год изменилась частота Ваших покупок через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**29. Скажите, при совершении покупок через интернет Вы сталкивались с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

## БЛОК 6 «ОПЫТ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЛУЧАЯХ УЩЕМЛЕНИЯ ИХ ПРАВ»

**30. Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших прав как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**31. Если Ваши права потребителя будут нарушены, куда Вы обратитесь?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**32. Какие способы борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг) Вы считаете наиболее эффективными?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**33. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их перед изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**34. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их в суде?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

## БЛОК 7 «УРОВЕНЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**35. Какие органы <u>должны</u> заниматься защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**36. На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**37. Есть ли в Вашей стране общественные объединения в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**38. На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**39. Сколько раз за последние 12 месяцев Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**40. Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**41. Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**42. Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**43. Как Вы думаете, законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки, направленные на всестороннюю и эффективную защиту прав потребителей или на сегодняшний день законодательство вполне отвечает всем ожиданиям потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**44. Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**45. Считаете ли Вы необходимым расширение прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**46. Как Вы думаете, есть ли необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

**47. Что необходимо усилить в вопросе регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все ясно |

Пример анкеты обратной связи с интервьюером № 2 из Республики Казахстан

**АНКЕТА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ С ИНТЕРВЬЮЕРОМ**

**БЛОК 1 «ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПРАКТИКА ПОЛУЧЕНИЯ УСЛУГ ЖИТЕЛЯМИ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС»**

**1. Где Вы <u>чаще всего</u> покупаете указанные товары?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**2. Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных ниже услуг Вы пользуетесь и, если пользуетесь, то как часто?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**БЛОК 2 «УРОВЕНЬ ИНФОРМИРОВАННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ОБ ОТДЕЛЬНЫХ АСПЕКТАХ ДЕЙСТВУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

**3. Как Вы думаете, регулируются ли в Вашей стране на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**4. Знакомы ли Вы с действующим на уровне Вашего государства Законом «Озащите прав потребителей»?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**5. О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**6. Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Высчитаете необходимым расширить, чем дополнить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | открытый вопрос | открытый вопрос | Все теряются, что писать в открытые вопросы |

**7. Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**БЛОК 3 «ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМИРОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ -ЧЛЕНОВ ЕАЭС ПО ВОПРОСАМ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

**8. Как Вы считаете, достаточны ли Ваши знания в области защиты Ваших правкак потребителя товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**9. Хотели ли бы Вы больше узнать о своих правах как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**10. О чем конкретно в сфере защиты прав потребителей Вы бы хотели узнать больше?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**11. Если у Вас возникают вопросы в сфере защиты прав потребителей, куда Вы обращаетесь за получением необходимой информации?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**12. Оцените качество информации о защите прав потребителей, размещаемой в открытом доступе?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

## БЛОК 4 «ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**13. Известно ли Вам о существовании требований к качеству и безопасноститоваров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**14. Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасноститоваров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Понятно все |

**15. Что повышает Вашу уверенность в качестве приобретаемого товара?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**16. Всегда ли Вы можете получить интересующую Вас информацию относительноприобретаемого товара, получаемой услуги?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**17. Какую информацию о товаре (работе, услуге) Вы не всегда можете получить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

## БЛОК 5 «УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ТОВАРОВ (РАБОТ, УСЛУГ)»

**18. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Длинные таблицы |

**19. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих услуг?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Длинные таблицы |

**20. Давайте подробнее остановимся на розничной продаже товаров. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**21. Теперь давайте поговорим про общественное питание. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями при посещении кафе и ресторанов?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**22. Получали ли Вы за последние 12 месяцев какие-либо услуги из представленных ниже? Если получали, то скажите, Вы оказывались в ситуации, когда понимали, что Ваши права как потребителя, были нарушены?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Таблицы друг за другом много , сложно держать фокус респондента |

**23. Выберите одну услугу, при получении которой Вы столкнулись с нарушением ваших прав и о которой Вы готовы рассказать.**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**24. С какими ситуациями в процессе получения этой услуги Вы сталкивалисьза последние 12 месяцев?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Какой «этой» услуги? Было столько таблиц про услуги и тут непонятно, про какую конкретно услугу речь |

**25. Как часто Вы приобретаете товары через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**26. Почему Вы покупаете эти товары именно онлайн, а не в обычном магазине?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**27. Скажите, как за последний год изменилась частота Ваших покупок черезинтернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**28. Скажите, при совершении покупок через интернет Вы сталкивались с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

## БЛОК 6 «ОПЫТ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЛУЧАЯХ УЩЕМЛЕНИЯ ИХ ПРАВ»

**29. Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших правкак потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | - | - | Нет вариантов ответа «не знаю», все только в положительном ключе |

**30. Если Ваши права потребителя будут нарушены, куда Вы обратитесь?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**31. Какие способы борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг) Вы считаете наиболее эффективными?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**32. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их перед изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**33. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их в суде?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

## БЛОК 7 «УРОВЕНЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**34. Какие органы <u>должны</u> заниматься защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**35. На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**36.**

**37. Есть ли в Вашей стране общественные объединения в сфере защиты правпотребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**38. На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сферезащиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**39. Сколько раз за последние 12 месяцев Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | - | - | Не корректен вопрос, если не сталкивались |

**40. Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**41. Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**42. Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**43. Как Вы думаете, законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки, направленные на всестороннюю и эффективную защиту прав потребителей или на сегодняшний день законодательство вполне отвечает всем ожиданиям потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**44. Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**45. Считаете ли Вы необходимым расширение прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**46. Как Вы думаете, есть ли необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

**47. Что необходимо усилить в вопросе регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Все понятно |

Пример анкеты обратной связи с интервьюером № 1 из Кыргызской Республики

**АНКЕТА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ С ИНТЕРВЬЮЕРОМ**

**БЛОК 1 «ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПРАКТИКА ПОЛУЧЕНИЯ УСЛУГ ЖИТЕЛЯМИ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС»**

**1. Где Вы чаще всего покупаете указанные товары?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Можно добавить слово «ниже», Где вы чаще всего покупаете «ниже» указанные товары? |

**2. Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных ниже услуг Вы пользуетесь и, если пользуетесь, то как часто?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | - | Можно добавить ремонт обуви, автомастерскую |

**БЛОК 2 «УРОВЕНЬ ИНФОРМИРОВАННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ОБ ОТДЕЛЬНЫХ АСПЕКТАХ ДЕЙСТВУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

**3. Как Вы думаете, регулируются ли в Вашей стране на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| - | + | + | Я бы переформулировала так: «Регулирует ли государство в вашей стране отношения между потребителями и изготовителями товаров (работ и услуг), а также исполнителями?» |

**4. Знакомы ли Вы с действующим на уровне Вашего государства Законом «О защите прав потребителей»?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| - | + | + | Тоже можно переформулировать: «Знакомы ли Вы с действующим Законом КР «О защите прав потребителей»?» |

**5. О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**6. Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Вы считаете необходимым расширить, чем дополнить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | открытый вопрос | открытый вопрос | Можно ли добавить пример, для того, чтобы респонденту было легче сориентироваться? |

**7. Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Можно ли заменить слово «дистанционное» на «онлайн»? |

## БЛОК 3 «ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМИРОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ПО ВОПРОСАМ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**8. Как Вы считаете, достаточны ли Ваши знания в области защиты Ваших прав как потребителя товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**9. Хотели ли бы Вы больше узнать о своих правах как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**10. О чем конкретно в сфере защиты прав потребителей Вы бы хотели узнать больше?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**11. Если у Вас возникают вопросы в сфере защиты прав потребителей, куда Вы обращаетесь за получением необходимой информации?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**12. Оцените качество информации о защите прав потребителей, размещаемой в открытом доступе?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Можно пояснить в скобках, что значит «открытый доступ» |

## БЛОК 4 «ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**13. Известно ли Вам о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**14. Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**15. Что повышает Вашу уверенность в качестве приобретаемого товара?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**16. Всегда ли Вы можете получить интересующую Вас информацию относительно приобретаемого товара, получаемой услуги?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**17. Какую информацию о товаре (работе, услуге) Вы не всегда можете получить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

## БЛОК 5 «УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ТОВАРОВ (РАБОТ, УСЛУГ)»

**18. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**19. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих услуг?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**20. Давайте подробнее остановимся на розничной продаже товаров. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**21. Теперь давайте поговорим про общественное питание. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями при посещении кафе и ресторанов?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**22. Получали ли Вы за последние 12 месяцев какие-либо услуги из представленных ниже? Если получали, то скажите, Вы оказывались в ситуации, когда понимали, что Ваши права как потребителя, были нарушены?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**23. Выберите одну услугу, при получении которой Вы столкнулись с нарушением ваших прав и о которой Вы готовы рассказать.**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**24. С какими ситуациями в процессе получения этой услуги Вы сталкивались за последние 12 месяцев?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | - | + | Можно ли сделать переход ответов, подходящих только определенному случаю? Например: если респондент выбирает медицинские услуги, то ответы подходящие этому случаю. Это немного сократило бы время опроса |

**25. Как часто Вы приобретаете товары через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**26. Почему Вы покупаете эти товары именно онлайн, а не в обычном магазине?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**27. Скажите, как за последний год изменилась частота Ваших покупок через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**28. Скажите, при совершении покупок через интернет Вы сталкивались с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

## БЛОК 6 «ОПЫТ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЛУЧАЯХ УЩЕМЛЕНИЯ ИХ ПРАВ»

**29. Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших прав как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | - | Вместо ответа «Меня не интересует», может, заменить на «Не знаю» |

**30. Если Ваши права потребителя будут нарушены, куда Вы обратитесь?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**31. Какие способы борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг) Вы считаете наиболее эффективными?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**32. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их перед изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**33. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их в суде?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

## БЛОК 7 «УРОВЕНЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**34. Какие органы <u>должны</u> заниматься защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**35. На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**36. Есть ли в Вашей стране общественные объединения в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**37. На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**38. Сколько раз за последние 12 месяцев Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**39. Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**40. Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**41. Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**42. Как Вы думаете, законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки, направленные на всестороннюю и эффективную защиту прав потребителей или на сегодняшний день законодательство вполне отвечает всем ожиданиям потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**43. Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**44. Считаете ли Вы необходимым расширение прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**45. Как Вы думаете, есть ли необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**46. Что необходимо усилить в вопросе регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

Пример анкеты обратной связи с интервьюером № 2 из Кыргызской Республики

**АНКЕТА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ С ИНТЕРВЬЮЕРОМ**

**БЛОК 1 «ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПРАКТИКА ПОЛУЧЕНИЯ УСЛУГ ЖИТЕЛЯМИ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС»**

**1. Где Вы <u>чаще всего</u> покупаете указанные товары?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Исправить на «ниже указанные товары» |

**2. Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных ниже услуг Вы пользуетесь и, если пользуетесь, то как часто?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**БЛОК 2 «УРОВЕНЬ ИНФОРМИРОВАННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ОБ ОТДЕЛЬНЫХ АСПЕКТАХ ДЕЙСТВУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

**3. Как Вы думаете, регулируются ли в Вашей стране на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**4. Знакомы ли Вы с действующим на уровне Вашего государства Законом «О защите прав потребителей»?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**5. О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**6. Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Вы считаете необходимым расширить, чем дополнить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | открытый вопрос | открытый вопрос | - |

**7. Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Заменить «дистанционный» на «онлайн» |

## БЛОК 3 «ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМИРОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ПО ВОПРОСАМ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**8. Как Вы считаете, достаточны ли Ваши знания в области защиты Ваших прав как потребителя товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**9. Хотели ли бы Вы больше узнать о своих правах как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**10. О чем конкретно в сфере защиты прав потребителей Вы бы хотели узнать больше?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**11. Если у Вас возникают вопросы в сфере защиты прав потребителей, куда Вы обращаетесь за получением необходимой информации?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**12. Оцените качество информации о защите прав потребителей, размещаемой в открытом доступе?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

## БЛОК 4 «ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**13. Известно ли Вам о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**14. Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**15. Что повышает Вашу уверенность в качестве приобретаемого товара?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**16. Всегда ли Вы можете получить интересующую Вас информацию относительно приобретаемого товара, получаемой услуги?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**17. Какую информацию о товаре (работе, услуге) Вы не всегда можете получить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

## БЛОК 5 «УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ТОВАРОВ (РАБОТ, УСЛУГ)»

**18. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**19. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих услуг?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**20. Давайте подробнее остановимся на розничной продаже товаров. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**21. Теперь давайте поговорим про общественное питание. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями при посещении кафе и ресторанов?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**22. Получали ли Вы за последние 12 месяцев какие-либо услуги из представленных ниже? Если получали, то скажите, Вы оказываетесь в ситуации, когда понимали, что Ваши права как потребителя, были нарушены?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**23. Выберите одну услугу, при получении которой Вы столкнулись с нарушением ваших прав и о которой Вы готовы рассказать.**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**24. С какими ситуациями в процессе получения этой услуги Вы сталкивались за последние 12 месяцев?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**25. Как часто Вы приобретаете товары через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**26. Почему Вы покупаете эти товары именно онлайн, а не в обычном магазине?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**27. Скажите, как за последний год изменилась частота Ваших покупок через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**28. Скажите, при совершении покупок через интернет Вы сталкивались с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

## БЛОК 6 «ОПЫТ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЛУЧАЯХ УЩЕМЛЕНИЯ ИХ ПРАВ»

**29. Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших прав как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**30. Если Ваши права потребителя будут нарушены, куда Вы обратитесь?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**31. Какие способы борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг) Вы считаете наиболее эффективными?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**32. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их перед изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**33. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их в суде?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

## БЛОК 7 «УРОВЕНЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**34. Какие органы <u>должны</u> заниматься защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**35. На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**36. Есть ли в Вашей стране общественные объединения в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**37. На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**38. Сколько раз за последние 12 месяцев Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**39. Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**40. Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| - | + | + | Если ответ «Никуда не обращался», то 40 вопрос не нужен |

**41. Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**42. Как Вы думаете, законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки, направленные на всестороннюю и эффективную защиту прав потребителей или на сегодняшний день законодательство вполне отвечает всем ожиданиям потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**43. Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**44. Считаете ли Вы необходимым расширение прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**45. Как Вы думаете, есть ли необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**46. Что необходимо усилить в вопросе регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

Пример анкеты обратной связи с интервьюером № 1 из Российской Федерации

**АНКЕТА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ С ИНТЕРВЬЮЕРОМ**

**БЛОК 1 «ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПРАКТИКА ПОЛУЧЕНИЯ УСЛУГ ЖИТЕЛЯМИ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС»**

**1. Где Вы <u>чаще всего</u> покупаете указанные товары?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**2. Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных ниже услуг Вы пользуетесь и, если пользуетесь, то как часто?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | 1.Медицинские услуги-что это такое? +платные? 2.Финансовые - это что? расписать |

**БЛОК 2 «УРОВЕНЬ ИНФОРМИРОВАННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ОБ ОТДЕЛЬНЫХ АСПЕКТАХ ДЕЙСТВУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

**3. Как Вы думаете, регулируются ли в Вашей стране на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**4. Знакомы ли Вы с действующим на уровне Вашего государства Законом «О защите прав потребителей»?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Хорошо знакомы |

**5. О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Хорошо знакомы |

**6. Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Вы считаете необходимым расширить, чем дополнить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | открытый вопрос | открытый вопрос | - |

**7. Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

## БЛОК 3 «ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМИРОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ПО ВОПРОСАМ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**8. Как Вы считаете, достаточны ли Ваши знания в области защиты Ваших прав как потребителя товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**9. Хотели ли бы Вы больше узнать о своих правах как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**10. О чем конкретно в сфере защиты прав потребителей Вы бы хотели узнать больше?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**11. Если у Вас возникают вопросы в сфере защиты прав потребителей, куда Вы обращаетесь за получением необходимой информации?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**12. Оцените качество информации о защите прав потребителей, размещаемой в открытом доступе?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

## БЛОК 4 «ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**13. Известно ли Вам о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**14. Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**15. Что повышает Вашу уверенность в качестве приобретаемого товара?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | - | - |

**16. Всегда ли Вы можете получить интересующую Вас информацию относительно приобретаемого товара, получаемой услуги?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**17. Какую информацию о товаре (работе, услуге) Вы не всегда можете получить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

## БЛОК 5 «УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ТОВАРОВ (РАБОТ, УСЛУГ)»

**18. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**19. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих услуг?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Положит.настрой |

**20. Давайте подробнее остановимся на розничной продаже товаров. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Положит.настрой |

**21. Теперь давайте поговорим про общественное питание. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями при посещении кафе и ресторанов?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Положит.настрой |

**22. Получали ли Вы за последние 12 месяцев какие-либо услуги из представленных ниже? Если получали, то скажите, Вы оказываетесь в ситуации, когда понимали, что Ваши права как потребителя, были нарушены?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**23. Выберите одну услугу, при получении которой Вы столкнулись с нарушением ваших прав и о которой Вы готовы рассказать.**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**24. С какими ситуациями в процессе получения этой услуги Вы сталкивались за последние 12 месяцев?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**25. Как часто Вы приобретаете товары через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**26. Почему Вы покупаете эти товары именно онлайн, а не в обычном магазине?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**27. Скажите, как за последний год изменилась частота Ваших покупок через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**28. Скажите, при совершении покупок через интернет Вы сталкивались с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | Положит.настрой |

**БЛОК 6 «ОПЫТ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЛУЧАЯХ УЩЕМЛЕНИЯ ИХ ПРАВ»**

**29. Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших прав как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**30. Если Ваши права потребителя будут нарушены, куда Вы обратитесь?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**31. Какие способы борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг) Вы считаете наиболее эффективными?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**32. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их перед изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**33. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их в суде?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

## БЛОК 7 «УРОВЕНЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**34. Какие органы <u>должны</u> заниматься защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**35. На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**36. Есть ли в Вашей стране общественные объединения в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**37. На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**38. Сколько раз за последние 12 месяцев Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**39. Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**40. Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**41. Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**42. Как Вы думаете, законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки, направленные на всестороннюю и эффективную защиту прав потребителей или на сегодняшний день законодательство вполне отвечает всем ожиданиям потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**43. Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**44. Считаете ли Вы необходимым расширение прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | - |

**45. Как Вы думаете, есть ли необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| затруднение | затруднение | + | Должно заниматься государство |

**46. Что необходимо усилить в вопросе регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| затруднение | затруднение | + | - |

Пример анкеты обратной связи с интервьюером № 2 из Российской Федерации

**АНКЕТА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ С ИНТЕРВЬЮЕРОМ**

**БЛОК 1 «ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПРАКТИКА ПОЛУЧЕНИЯ УСЛУГ ЖИТЕЛЯМИ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС»**

**1. Где Вы <u>чаще всего</u> покупаете указанные товары?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**2. Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных ниже услуг Вы пользуетесь и, если пользуетесь, то как часто?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**БЛОК 2 «УРОВЕНЬ ИНФОРМИРОВАННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ОБ ОТДЕЛЬНЫХ АСПЕКТАХ ДЕЙСТВУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

**3. Как Вы думаете, регулируются ли в Вашей стране на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**4. Знакомы ли Вы с действующим на уровне Вашего государства Законом «О защите прав потребителей»?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | «Вашего государства» - звучало странным |

**5. О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**6. Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Вы считаете необходимым расширить, чем дополнить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | открытый вопрос | открытый вопрос | |

**7. Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

## БЛОК 3 «ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМИРОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ПО ВОПРОСАМ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**8. Как Вы считаете, достаточны ли Ваши знания в области защиты Ваших прав как потребителя товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**9. Хотели ли бы Вы больше узнать о своих правах как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**10. О чем конкретно в сфере защиты прав потребителей Вы бы хотели узнать больше?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**11. Если у Вас возникают вопросы в сфере защиты прав потребителей, куда Вы обращаетесь за получением необходимой информации?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**12. Оцените качество информации о защите прав потребителей, размещаемой в открытом доступе?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

## БЛОК 4 «ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**13. Известно ли Вам о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**14. Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**15. Что повышает Вашу уверенность в качестве приобретаемого товара?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**16. Всегда ли Вы можете получить интересующую Вас информацию относительно приобретаемого товара, получаемой услуги?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**17. Какую информацию о товаре (работе, услуге) Вы не всегда можете получить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

## БЛОК 5 «УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ТОВАРОВ (РАБОТ, УСЛУГ)»

**18. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**19. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих услуг?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**20. Давайте подробнее остановимся на розничной продаже товаров. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**21. Теперь давайте поговорим про общественное питание. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями при посещении кафе и ресторанов?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**22. Получали ли Вы за последние 12 месяцев какие-либо услуги из представленных ниже? Если получали, то скажите, Вы оказываетесь в ситуации, когда понимали, что Ваши права как потребителя, были нарушены?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**23. Выберите одну услугу, при получении которой Вы столкнулись с нарушением ваших прав и о которой Вы готовы рассказать.**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**24. С какими ситуациями в процессе получения этой услуги Вы сталкивались за последние 12 месяцев?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**25. Как часто Вы приобретаете товары через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**26. Почему Вы покупаете эти товары именно онлайн, а не в обычном магазине?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**27. Скажите, как за последний год изменилась частота Ваших покупок через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**28. Скажите, при совершении покупок через интернет Вы сталкивались с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

## БЛОК 6 «ОПЫТ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЛУЧАЯХ УЩЕМЛЕНИЯ ИХ ПРАВ»

**29. Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших прав как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**30. Если Ваши права потребителя будут нарушены, куда Вы обратитесь?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**31. Какие способы борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг) Вы считаете наиболее эффективными?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**32. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их перед изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**33. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их в суде?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

## БЛОК 7 «УРОВЕНЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**34. Какие органы <u>должны</u> заниматься защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**35. На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**36. Есть ли в Вашей стране общественные объединения в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | «В Вашей стране» смущает |

**37. На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**38. Сколько раз за последние 12 месяцев Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**39. Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**40. Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | На 38,39 вопросы отвечает респондент, например, отрицательно, то, возможно, этот вопрос неактуален |

**41. Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**42. Как Вы думаете, законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки, направленные на всестороннюю и эффективную защиту прав потребителей или на сегодняшний день законодательство вполне отвечает всем ожиданиям потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**43. Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**44. Считаете ли Вы необходимым расширение прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**45. Как Вы думаете, есть ли необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**46. Что необходимо усилить в вопросе регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

Пример анкеты обратной связи с интервьюером № 3 из Российской Федерации

**АНКЕТА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ С ИНТЕРВЬЮЕРОМ**

**БЛОК 1 «ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПРАКТИКА ПОЛУЧЕНИЯ УСЛУГ ЖИТЕЛЯМИ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС»**

**1. Где Вы чаще всего покупаете указанные товары?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**2. Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных ниже услуг Вы пользуетесь и, если пользуетесь, то как часто?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| - | + | + | Не понимают, что такое банковские услуги, не до конца понимают,что такое услуги жкх |

**БЛОК 2 «УРОВЕНЬ ИНФОРМИРОВАННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ОБ ОТДЕЛЬНЫХ АСПЕКТАХ ДЕЙСТВУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

**3. Как Вы думаете, регулируются ли в Вашей стране на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**4. Знакомы ли Вы с действующим на уровне Вашего государства Законом «О защите прав потребителей»?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**5. О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**6. Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Вы считаете необходимым расширить, чем дополнить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | открытый вопрос | открытый вопрос | В анкетах респонденты не смогли дать ответ на вопрос, хотя выбирали, что прав не хватает |

**7. Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

## БЛОК 3 «ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМИРОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС ПО ВОПРОСАМ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**8. Как Вы считаете, достаточны ли Ваши знания в области защиты Ваших прав как потребителя товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**9. Хотели ли бы Вы больше узнать о своих правах как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**10. О чем конкретно в сфере защиты прав потребителей Вы бы хотели узнать больше?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**11. Если у Вас возникают вопросы в сфере защиты прав потребителей, куда Вы обращаетесь за получением необходимой информации?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**12. Оцените качество информации о защите прав потребителей, размещаемой в открытом доступе?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

## БЛОК 4 «ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

**13. Известно ли Вам о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**14. Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| - | + | + | Были сложности с пониманием респондента о качестве каких товаров идет речь: российского или иностранного производства |

**15. Что повышает Вашу уверенность в качестве приобретаемого товара?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**16. Всегда ли Вы можете получить интересующую Вас информацию относительно приобретаемого товара, получаемой услуги?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**17. Какую информацию о товаре (работе, услуге) Вы не всегда можете получить?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

## БЛОК 5 «УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ТОВАРОВ (РАБОТ, УСЛУГ)»

**18. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих товаров?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**19. Оцените, насколько, в целом, Вы удовлетворены качеством следующих услуг?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**20. Давайте подробнее остановимся на розничной продаже товаров. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**21. Теперь давайте поговорим про общественное питание. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями при посещении кафе и ресторанов?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**22. Получали ли Вы за последние 12 месяцев какие-либо услуги из представленных ниже? Если получали, то скажите, Вы оказываетесь в ситуации, когда понимали, что Ваши права как потребителя, были нарушены?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| - | + | + | Опять с услугами жкх и банковскими услугами возникают сложности у респондента. На этапе понимания, что именно значат услуги жкх и банковские услуги |

**23. Выберите одну услугу, при получении которой Вы столкнулись с нарушением ваших прав и о которой Вы готовы рассказать.**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**24. С какими ситуациями в процессе получения этой услуги Вы сталкивались за последние 12 месяцев?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**25. Как часто Вы приобретаете товары через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**26. Почему Вы покупаете эти товары именно онлайн, а не в обычном магазине?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**27. Скажите, как за последний год изменилась частота Ваших покупок через интернет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**28. Скажите, при совершении покупок через интернет Вы сталкивались с указанными ниже ситуациями?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

## БЛОК 6 «ОПЫТ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЛУЧАЯХ УЩЕМЛЕНИЯ ИХ ПРАВ»

**29. Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших прав как потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**30. Если Ваши права потребителя будут нарушены, куда Вы обратитесь?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**31. Какие способы борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) товаров (работ, услуг) Вы считаете наиболее эффективными?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**32. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их перед изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**33. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их в суде?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**БЛОК 7 «УРОВЕНЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

**34. Какие органы <u>должны</u> заниматься защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**35. На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**36. Есть ли в Вашей стране общественные объединения в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**37. На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сфере защиты прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**38. Сколько раз за последние 12 месяцев Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**39. Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**40. Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | В варианте, когда интервьюируемый сам решал вопрос с продавцом (вопрос 38), без обращения в органы — этот вопрос не совсем понятен. |

**41. Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**42. Как Вы думаете, законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки, направленные на всестороннюю и эффективную защиту прав потребителей или на сегодняшний день законодательство вполне отвечает всем ожиданиям потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**43. Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**44. Считаете ли Вы необходимым расширение прав потребителей?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**45. Как Вы думаете, есть ли необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**46. Что необходимо усилить в вопросе регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| Понятность вопроса (+/-) | Понятность ответов (+/-) | Достаточность ответов (+/-) | Комментарии интервьюера |
|---|---|---|---|
| + | + | + | |

**ПРИЛОЖЕНИЕ Д**

**Исходные данные второго социологического исследования с использованием разработанной методики в целях оценки уровня защиты прав потребителей, а также эффективности мер, принимаемых для защиты таких прав в государствах-членах ЕАЭС**

**Скрининговая часть**

| Страна | | |
|---|---|---|
| | | TOTAL |
| Республика Армения | % | 17 |
| Республика Беларусь | % | 17 |
| Республика Казахстан | % | 17 |
| Кыргызская Республика | % | 17 |
| Российская Федерация | % | 33 |
| BASE | | 1501 |

**D03. Где находится Ваше место жительства?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| В городской местности | % | 65 | 66 | 78 | 62 | 35 | 75 |
| В сельской местности | % | 35 | 34 | 22 | 38 | 65 | 25 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**S.3 В каком населённом пункте Вы проживаете в настоящее время?**

| | | TOTAL | Республика Армения |
|---|---|---|---|
| Марз Арагацотн | % | 4 | 4 |
| Марз Арарат | % | 8 | 8 |
| Марз Армавир | % | 8 | 8 |
| Марз Гегаркуник | % | 7 | 7 |
| Марз Лори | % | 8 | 8 |
| Марз Котайк | % | 9 | 9 |
| Марз Ширак | % | 8 | 8 |
| Марз Сюник | % | 4 | 4 |
| Марз Вайоц дзор | % | 2 | 2 |
| Марз Тавуш | % | 4 | 4 |
| Ереван | % | 37 | 37 |
| BASE | | 250 | 250 |

## S.3 В каком населённом пункте Вы проживаете в настоящее время?

| | | TOTAL | Республика Беларусь |
|---|---|---|---|
| Брестская область | % | 14 | 14 |
| Витебская область | % | 12 | 12 |
| Гомельская область | % | 14 | 14 |
| Гродненская область | % | 11 | 11 |
| Минская область | % | 16 | 16 |
| Могилевская область | % | 11 | 11 |
| г. Минск | % | 22 | 22 |
| BASE | | 250 | 250 |

## S.3 В каком населённом пункте Вы проживаете в настоящее время?

| | | TOTAL | Республика Казахстан |
|---|---|---|---|
| Абайская область | % | 3 | 3 |
| Акмолинская область | % | 4 | 4 |
| Актюбинская область | % | 5 | 5 |
| Алматинская область | % | 8 | 8 |
| Атырауская область | % | 4 | 4 |
| Западно-Казахстанская область | % | 4 | 4 |
| Жамбылская область | % | 6 | 6 |
| Жетысуская область | % | 4 | 4 |
| Карагандинская область | % | 6 | 6 |
| Костанайская область | % | 4 | 4 |
| Кызылординская область | % | 4 | 4 |
| Мангистауская область | % | 4 | 4 |
| Павлодарская область | % | 4 | 4 |
| Северо-Казахстанская область | % | 2 | 2 |
| Туркистанская область | % | 12 | 12 |
| Улытауская область | % | 1 | 1 |
| Восточно-Казахстанская область | % | 4 | 4 |
| Город Астана | % | 7 | 7 |
| Город Алма-Ата | % | 11 | 11 |
| Город Шымкент | % | 5 | 5 |
| BASE | | 250 | 250 |

## S.3 В каком населённом пункте Вы проживаете в настоящее время?

| | | TOTAL | Кыргызская Республика |
|---|---|---|---|
| Баткенская область | % | 8 | 8 |
| Жала-Абадская область | % | 18 | 18 |
| Иссык-Кульская область | % | 8 | 8 |
| Нарынская область | % | 4 | 4 |
| Ошская область | % | 21 | 21 |
| Таласская область | % | 4 | 4 |
| Чуйская область | % | 15 | 15 |
| город Бишкек | % | 16 | 16 |
| город Ош | % | 5 | 5 |
| BASE | | 250 | 250 |

## S.3 В каком населённом пункте Вы проживаете в настоящее время? Федеральный округ

| | | TOTAL | Российская Федерация |
|---|---|---|---|
| Дальневосточный | % | 5 | 5 |
| Приволжский | % | 20 | 20 |
| Северо-Западный | % | 10 | 10 |
| Северо-Кавказский | % | 7 | 7 |
| Сибирский | % | 11 | 11 |
| Уральский | % | 8 | 8 |
| Центральный | % | 27 | 27 |
| Южный | % | 11 | 11 |
| BASE | | 501 | 501 |

## S.3 В каком населённом пункте Вы проживаете в настоящее время? (субъект)

| | | TOTAL | Российская Федерация |
|---|---|---|---|
| Алтайский край | % | 2 | 2 |
| Архангельская область | % | 1 | 1 |
| Астраханская область | % | 1 | 1 |
| Белгородская область | % | 1 | 1 |
| Брянская область | % | 1 | 1 |
| Владимирская область | % | 0 | 0 |
| Волгоградская область | % | 1 | 1 |
| Вологодская область | % | 1 | 1 |
| Воронежская область | % | 2 | 2 |
| Забайкальский край | % | 0 | 0 |
| Ивановская область | % | 1 | 1 |
| Иркутская область | % | 1 | 1 |
| Кабардино-Балкарская Республика | % | 0 | 0 |
| Калининградская область | % | 0 | 0 |
| Калужская область | % | 1 | 1 |
| Камчатский край | % | 0 | 0 |
| Карачаево-Черкесская Республика | % | 0 | 0 |
| Кемеровская область-Кузбасс | % | 1 | 1 |
| Кировская область | % | 0 | 0 |
| Костромская область | % | 0 | 0 |
| Краснодарский край | % | 3 | 3 |
| Красноярский край | % | 1 | 1 |
| Курганская область | % | 0 | 0 |
| Курская область | % | 1 | 1 |
| Ленинградская область | % | 0 | 0 |
| Липецкая область | % | 1 | 1 |
| Москва | % | 12 | 12 |
| Московская область | % | 4 | 4 |
| Мурманская область | % | 1 | 1 |
| Ненецкий автономный округ | % | 0 | 0 |
| Нижегородская область | % | 3 | 3 |
| Новгородская область | % | 0 | 0 |
| Новосибирская область | % | 4 | 4 |
| Омская область | % | 2 | 2 |
| Оренбургская область | % | 0 | 0 |

Окончание таблицы

| | | | |
|---|---|---|---|
| Орловская область | % | 0 | 0 |
| Пензенская область | % | 0 | 0 |
| Пермский край | % | 3 | 3 |
| Приморский край | % | 4 | 4 |
| Псковская область | % | 0 | 0 |
| Республика Башкортостан | % | 1 | 1 |
| Республика Дагестан | % | 0 | 0 |
| Республика Карелия | % | 1 | 1 |
| Республика Коми | % | 0 | 0 |
| Республика Крым | % | 1 | 1 |
| Республика Марий Эл | % | 0 | 0 |
| Республика Мордовия | % | 1 | 1 |
| Республика Татарстан | % | 2 | 2 |
| Ростовская область | % | 4 | 4 |
| Рязанская область | % | 0 | 0 |
| Самарская область | % | 5 | 5 |
| Саратовская область | % | 1 | 1 |
| Свердловская область | % | 4 | 4 |
| Смоленская область | % | 1 | 1 |
| Ставропольский край | % | 6 | 6 |
| Тамбовская область | % | 1 | 1 |
| Тверская область | % | 0 | 0 |
| Томская область | % | 0 | 0 |
| Тульская область | % | 1 | 1 |
| Тюменская область | % | 1 | 1 |
| Удмуртская Республика | % | 1 | 1 |
| Ульяновская область | % | 1 | 1 |
| Ханты-Мансийский автономный округ | % | 1 | 1 |
| Челябинская область | % | 3 | 3 |
| Чеченская Республика | % | 0 | 0 |
| Чувашская Республика | % | 0 | 0 |
| Ярославская область | % | 0 | 0 |
| Санкт-Петербург | % | 5 | 5 |
| Еврейская автономная область | % | 0 | 0 |
| Севастополь | % | 1 | 1 |
| BASE | | 501 | 501 |

## S.3 Как давно Вы проживаете в этом населённом пункте?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2 года и более | % | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

## S.4 Укажите Ваш пол

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Мужской | % | 46 | 46 | 45 | 48 | 48 | 46 |
| Женский | % | 54 | 54 | 55 | 52 | 52 | 54 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

## S.5 Сколько Вам полных лет?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 14–17 лет | % | 7 | 6 | 5 | 9 | 10 | 5 |
| 18–29 лет | % | 18 | 19 | 15 | 21 | 23 | 14 |
| 30–44 лет | % | 29 | 25 | 28 | 30 | 34 | 30 |
| 45–59 лет | % | 26 | 26 | 28 | 25 | 25 | 26 |
| 60+ | % | 21 | 24 | 24 | 16 | 9 | 25 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

## S.6 Ваш уровень образования:

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Основное общее образование (8-9 классов) | % | 9 | 7 | 6 | 10 | 12 | 10 |
| Среднее общее образование (10-11 классов) | % | 32 | 45 | 23 | 27 | 58 | 19 |
| Среднее профессиональное образование (колледж, техникум) | % | 30 | 21 | 43 | 31 | 7 | 40 |
| Неоконченное высшее образование | % | 2 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 |
| Высшее образование | % | 23 | 22 | 24 | 27 | 14 | 27 |
| Неоконченное основное общее образование | % | 3 | 2 | 2 | 3 | 8 | 2 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

## S.7 Относитесь ли Вы к отдельной категории потребителей, имеющих нарушения здоровья (инвалидность, ОВЗ)?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да | % | 13 | 14 | 15 | 13 | 9 | 13 |
| Нет | % | 87 | 86 | 85 | 87 | 91 | 87 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

## Основная часть

## 1. Скажите, пожалуйста, как часто Вы покупаете...

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. Скажите, пожалуйста, как часто Вы покупаете «Продукты питания»: | Несколько раз в неделю и чаще | % | 73 | 68 | 85 | 70 | 48 | 85 |
| | Раз в неделю | % | 16 | 16 | 12 | 17 | 28 | 12 |
| | Несколько раз в месяц | % | 6 | 8 | 2 | 5 | 16 | 2 |
| | Примерно раз в месяц | % | 2 | 4 | 0 | 3 | 5 | 0 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 1 | 1 | 0 | 2 | 0 | 0 |
| | Раз в полгода | % | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Никогда | % | 1 | 2 | 0 | 2 | 2 | 0 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| 1. Скажите, пожалуйста, как часто Вы покупаете «Одежда или обувь» | Несколько раз в неделю и чаще | % | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 |
| | Раз в неделю | % | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| | Несколько раз в месяц | % | 12 | 15 | 16 | 11 | 11 | 8 |
| | Примерно раз в месяц | % | 22 | 25 | 24 | 27 | 16 | 21 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 29 | 29 | 27 | 25 | 28 | 33 |
| | Раз в полгода | % | 17 | 13 | 14 | 18 | 24 | 18 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 14 | 9 | 13 | 13 | 16 | 16 |
| | Никогда | % | 1 | 3 | 0 | 0 | 2 | 1 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| 1. Скажите, пожалуйста, как часто Вы покупаете «Парфюмерно-косметические товары, бытовая химия: | Несколько раз в неделю и чаще | % | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | Раз в неделю | % | 6 | 6 | 8 | 4 | 6 | 7 |
| | Несколько раз в месяц | % | 17 | 15 | 25 | 16 | 10 | 17 |
| | Примерно раз в месяц | % | 30 | 23 | 35 | 34 | 20 | 34 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 18 | 18 | 15 | 21 | 16 | 19 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Раз в полгода | % | 10 | 12 | 6 | 10 | 11 | 10 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 10 | 11 | 6 | 9 | 18 | 9 |
| | Никогда | % | 7 | 12 | 3 | 4 | 16 | 3 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| 1. Скажите, пожалуйста, как часто Вы покупаете «Электроника, бытовая техника»: | Несколько раз в неделю и чаще | % | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| | Раз в неделю | % | 1 | 1 | 2 | 0 | 2 | 1 |
| | Несколько раз в месяц | % | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 |
| | Примерно раз в месяц | % | 4 | 6 | 6 | 3 | 6 | 3 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 10 | 11 | 10 | 14 | 4 | 12 |
| | Раз в полгода | % | 16 | 12 | 14 | 16 | 15 | 18 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 55 | 48 | 54 | 56 | 57 | 58 |
| | Никогда | % | 9 | 16 | 8 | 8 | 12 | 6 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| 1. Скажите, пожалуйста, как часто Вы покупаете «Табак, сигареты, алкоголь»: | Несколько раз в неделю и чаще | % | 25 | 26 | 32 | 25 | 17 | 26 |
| | Раз в неделю | % | 10 | 7 | 13 | 8 | 5 | 12 |
| | Несколько раз в месяц | % | 7 | 3 | 8 | 10 | 6 | 8 |
| | Примерно раз в месяц | % | 6 | 7 | 9 | 4 | 4 | 6 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 |
| | Раз в полгода | % | 2 | 2 | 2 | 3 | 0 | 3 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 5 | 6 | 4 | 4 | 4 | 6 |
| | Никогда | % | 42 | 44 | 28 | 43 | 62 | 36 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| 1. Скажите, пожалуйста, как часто Вы покупаете «Лекарства, медикаменты»: | Несколько раз в неделю и чаще | % | 6 | 10 | 7 | 7 | 2 | 4 |
| | Раз в неделю | % | 10 | 14 | 11 | 9 | 7 | 9 |
| | Несколько раз в месяц | % | 24 | 24 | 24 | 22 | 25 | 25 |
| | Примерно раз в месяц | % | 25 | 16 | 28 | 35 | 22 | 25 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 16 | 14 | 18 | 12 | 20 | 18 |
| | Раз в полгода | % | 7 | 3 | 6 | 8 | 7 | 9 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 7 | 8 | 3 | 5 | 11 | 7 |
| | Никогда | % | 5 | 12 | 4 | 3 | 7 | 2 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

## 2. Где Вы чаще всего покупаете указанные товары?

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Продукты питания | В торговых центрах | % | 11 | 17 | 10 | 10 | 13 | 8 |
| | В гипермаркетах, супермаркетах | % | 39 | 35 | 46 | 40 | 21 | 46 |
| | В небольших магазинах «у дома» и в минимаркетах | % | 35 | 40 | 35 | 33 | 27 | 37 |
| | В палатках и киосках | % | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| | На рынках, ярмарках | % | 10 | 4 | 3 | 13 | 35 | 3 |
| | В интернет-магазинах | % | 2 | 0 | 3 | 3 | 0 | 4 |
| | Другое (впишите свой вариант ответа) | % | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| | Не приобретаю указанный товар | % | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| | BASE | | 1488 | 246 | 250 | 246 | 245 | 501 |
| Одежда или обувь | В торговых центрах | % | 39 | 42 | 39 | 45 | 24 | 41 |
| | В гипермаркетах, супермаркетах | % | 6 | 7 | 6 | 4 | 4 | 8 |
| | В небольших магазинах «у дома» и в минимаркетах | % | 6 | 10 | 4 | 4 | 4 | 6 |
| | В палатках и киосках | % | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 |
| | На рынках, ярмарках | % | 24 | 14 | 19 | 26 | 60 | 13 |
| | В интернет-магазинах | % | 21 | 22 | 25 | 18 | 4 | 29 |
| | Другое (впишите свой вариант ответа) | % | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| | Не приобретаю указанный товар | % | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| | BASE | | 1484 | 242 | 249 | 249 | 246 | 498 |
| Парфюмерно-косметические товары, бытовая химия | В торговых центрах | % | 25 | 35 | 24 | 31 | 22 | 20 |
| | В гипермаркетах, супермаркетах | % | 22 | 11 | 23 | 23 | 18 | 29 |
| | В небольших магазинах «у дома» и в минимаркетах | % | 17 | 16 | 21 | 13 | 11 | 21 |
| | В палатках и киосках | % | 1 | 0 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| | На рынках, ярмарках | % | 7 | 3 | 3 | 8 | 30 | 1 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | В интернет-магазинах | % | 22 | 26 | 24 | 21 | 10 | 25 |
| | Другое (впишите свой вариант ответа) | % | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| | Не приобретаю указанный товар | % | 1 | 1 | 0 | 2 | 3 | 1 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 2 | 5 | 2 | 1 | 3 | 1 |
| | BASE | | 1397 | 219 | 242 | 240 | 209 | 487 |
| Электроника, бытовая техника | В торговых центрах | % | 44 | 52 | 42 | 51 | 43 | 38 |
| | В гипермаркетах, супермаркетах | % | 13 | 15 | 11 | 11 | 4 | 20 |
| | В небольших магазинах «у дома» и в минимаркетах | % | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 2 |
| | В палатках и киосках | % | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| | На рынках, ярмарках | % | 6 | 5 | 1 | 3 | 30 | 0 |
| | В интернет-магазинах | % | 26 | 14 | 37 | 26 | 8 | 33 |
| | Другое (впишите свой вариант ответа) | % | 2 | 4 | 3 | 1 | 2 | 1 |
| | Не приобретаю указанный товар | % | 2 | 2 | 0 | 2 | 4 | 1 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 5 |
| | BASE | | 1361 | 210 | 229 | 229 | 220 | 473 |
| Табак, сигареты, алкоголь | В торговых центрах | % | 8 | 15 | 11 | 6 | 2 | 6 |
| | В гипермаркетах, супермаркетах | % | 25 | 23 | 24 | 20 | 15 | 31 |
| | В небольших магазинах «у дома» и в минимаркетах | % | 49 | 53 | 46 | 54 | 60 | 45 |
| | В палатках и киосках | % | 8 | 1 | 12 | 5 | 5 | 11 |
| | На рынках, ярмарках | % | 3 | 1 | 1 | 9 | 8 | 1 |
| | Другое (впишите свой вариант ответа) | % | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| | Не приобретаю указанный товар | % | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 1 | 4 | 2 | 0 | 2 | 0 |
| | BASE | | 877 | 140 | 180 | 142 | 96 | 319 |

**3. Скажите, пожалуйста, какими из перечисленных ниже услуг Вы пользуетесь и, если пользуетесь, то как часто?**

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Услуги розничной торговли | Несколько раз в неделю и чаще | % | 50 | 35 | 60 | 44 | 40 | 61 |
| | Раз в неделю | % | 15 | 12 | 15 | 17 | 16 | 15 |
| | Несколько раз в месяц | % | 10 | 14 | 7 | 10 | 13 | 9 |
| | Примерно раз в месяц | % | 6 | 8 | 4 | 6 | 8 | 4 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 1 |
| | Раз в полгода | % | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 3 | 6 | 2 | 5 | 2 | 2 |
| | Никогда | % | 11 | 22 | 9 | 11 | 15 | 6 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Услуги дистанционной торговли (онлайн магазинов, маркетплейсов) | Несколько раз в неделю и чаще | % | 6 | 8 | 10 | 5 | 4 | 5 |
| | Раз в неделю | % | 10 | 7 | 12 | 8 | 5 | 12 |
| | Несколько раз в месяц | % | 20 | 20 | 24 | 17 | 10 | 23 |
| | Примерно раз в месяц | % | 19 | 16 | 19 | 20 | 15 | 23 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 12 | 10 | 12 | 13 | 12 | 13 |
| | Раз в полгода | % | 6 | 8 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 8 | 9 | 7 | 12 | 10 | 7 |
| | Никогда | % | 19 | 23 | 10 | 19 | 40 | 10 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Услуги общественного питания (столовых, кафе, ресторанов и т.п.) | Несколько раз в неделю и чаще | % | 11 | 12 | 10 | 10 | 14 | 9 |
| | Раз в неделю | % | 8 | 6 | 8 | 12 | 11 | 7 |
| | Несколько раз в месяц | % | 20 | 20 | 18 | 18 | 30 | 16 |
| | Примерно раз в месяц | % | 16 | 18 | 18 | 16 | 14 | 16 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 13 | 10 | 12 | 13 | 9 | 16 |
| | Раз в полгода | % | 7 | 6 | 5 | 7 | 5 | 10 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 10 | 8 | 11 | 12 | 4 | 12 |
| | Никогда | % | 16 | 21 | 18 | 13 | 12 | 15 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

Продолжение таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Туристские услуги (путешествия, экскурсии) | Несколько раз в неделю и чаще | % | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 1 |
| | Раз в неделю | % | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 1 |
| | Несколько раз в месяц | % | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 |
| | Примерно раз в месяц | % | 3 | 6 | 4 | 2 | 3 | 2 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 5 | 5 | 4 | 5 | 6 | 4 |
| | Раз в полгода | % | 9 | 8 | 4 | 8 | 6 | 14 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 33 | 28 | 38 | 30 | 24 | 39 |
| | Никогда | % | 43 | 42 | 39 | 49 | 55 | 37 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.) | Несколько раз в неделю и чаще | % | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 |
| | Раз в неделю | % | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 1 |
| | Несколько раз в месяц | % | 5 | 7 | 4 | 6 | 6 | 4 |
| | Примерно раз в месяц | % | 8 | 10 | 9 | 8 | 8 | 5 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 8 | 8 | 10 | 8 | 7 | 8 |
| | Раз в полгода | % | 9 | 6 | 10 | 11 | 6 | 12 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 25 | 21 | 26 | 27 | 19 | 28 |
| | Никогда | % | 39 | 40 | 32 | 35 | 46 | 39 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнес-центров | Несколько раз в неделю и чаще | % | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| | Раз в неделю | % | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 2 |
| | Несколько раз в месяц | % | 13 | 20 | 13 | 13 | 13 | 10 |
| | Примерно раз в месяц | % | 32 | 28 | 35 | 37 | 30 | 32 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 20 | 13 | 19 | 18 | 18 | 25 |
| | Раз в полгода | % | 9 | 5 | 8 | 10 | 8 | 11 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 6 | 6 | 6 | 8 | 7 | 5 |
| | Никогда | % | 13 | 18 | 10 | 8 | 16 | 13 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Медицинские услуги, в том числе платные | Несколько раз в неделю и чаще | % | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 1 |
| | Раз в неделю | % | 5 | 6 | 7 | 6 | 5 | 2 |
| | Несколько раз в месяц | % | 10 | 12 | 11 | 8 | 9 | 8 |
| | Примерно раз в месяц | % | 15 | 12 | 19 | 15 | 16 | 15 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 23 | 17 | 23 | 23 | 22 | 26 |

Продолжение таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Раз в полгода | % | 17 | 16 | 13 | 15 | 14 | 22 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 20 | 20 | 19 | 21 | 20 | 21 |
| | Никогда | % | 7 | 12 | 3 | 8 | 11 | 5 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио) | Несколько раз в неделю и чаще | % | 54 | 47 | 65 | 44 | 42 | 62 |
| | Раз в неделю | % | 7 | 10 | 6 | 5 | 14 | 4 |
| | Несколько раз в месяц | % | 9 | 12 | 8 | 8 | 11 | 7 |
| | Примерно раз в месяц | % | 23 | 20 | 17 | 34 | 23 | 22 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 2 |
| | Раз в полгода | % | 1 | 2 | 0 | 2 | 1 | 1 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 1 | 2 | 2 | 2 | 0 | 1 |
| | Никогда | % | 2 | 4 | 0 | 2 | 4 | 1 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Услуги общественного транспорта, в том числе, такси | Несколько раз в неделю и чаще | % | 41 | 38 | 41 | 42 | 42 | 42 |
| | Раз в неделю | % | 14 | 10 | 12 | 18 | 15 | 14 |
| | Несколько раз в месяц | % | 17 | 22 | 19 | 18 | 16 | 15 |
| | Примерно раз в месяц | % | 9 | 10 | 11 | 8 | 10 | 9 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 6 | 4 | 5 | 6 | 4 | 8 |
| | Раз в полгода | % | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 4 | 2 | 5 | 3 | 3 | 5 |
| | Никогда | % | 6 | 10 | 4 | 4 | 8 | 5 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.) | Несколько раз в неделю и чаще | % | 41 | 35 | 46 | 39 | 33 | 45 |
| | Раз в неделю | % | 4 | 6 | 6 | 5 | 6 | 2 |
| | Несколько раз в месяц | % | 11 | 14 | 8 | 9 | 15 | 9 |
| | Примерно раз в месяц | % | 36 | 40 | 33 | 38 | 35 | 36 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 2 | 1 | 4 | 4 | 2 | 2 |
| | Раз в полгода | % | 1 | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | Никогда | % | 4 | 4 | 1 | 4 | 8 | 4 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования) | Несколько раз в неделю и чаще | % | 15 | 18 | 16 | 16 | 20 | 11 |
| | Раз в неделю | % | 5 | 6 | 7 | 5 | 6 | 2 |
| | Несколько раз в месяц | % | 6 | 7 | 8 | 6 | 7 | 3 |
| | Примерно раз в месяц | % | 9 | 9 | 10 | 10 | 9 | 8 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 3 | 3 | 1 | 6 | 5 | 2 |
| | Раз в полгода | % | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 10 | 7 | 10 | 10 | 8 | 12 |
| | Никогда | % | 49 | 47 | 45 | 44 | 40 | 59 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Финансовые услуги (услуги, предоставляемые банками, страховыми компаниями и другими финансовыми организациями) | Несколько раз в неделю и чаще | % | 16 | 11 | 17 | 15 | 11 | 20 |
| | Раз в неделю | % | 9 | 6 | 12 | 6 | 10 | 9 |
| | Несколько раз в месяц | % | 14 | 12 | 14 | 14 | 16 | 14 |
| | Примерно раз в месяц | % | 18 | 25 | 18 | 17 | 22 | 14 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 6 | 6 | 5 | 10 | 6 | 5 |
| | Раз в полгода | % | 6 | 5 | 7 | 6 | 5 | 6 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 14 | 14 | 16 | 13 | 10 | 16 |
| | Никогда | % | 17 | 21 | 12 | 19 | 20 | 16 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**4. Как Вы думаете, регулируются ли в Вашей стране на государственном уровне отношения, возникающие между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Точно знаю, что регулируются | % | 22 | 15 | 34 | 15 | 17 | 26 |
| Думаю, что регулируются, но не знаю точно | % | 55 | 55 | 51 | 59 | 56 | 55 |
| Точно не регулируются | % | 8 | 13 | 1 | 11 | 12 | 6 |
| Затрудняюсь ответить | % | 15 | 17 | 14 | 15 | 15 | 13 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**5. Знакомы ли Вы с действующим на уровне Вашего государства Законом «О защите прав потребителей»?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да, знаю основные положения закона | % | 29 | 18 | 41 | 23 | 18 | 38 |
| Знаю о существовании Закона, но не знаю его содержание | % | 62 | 62 | 56 | 71 | 59 | 60 |
| Впервые слышу о Законе | % | 9 | 20 | 3 | 6 | 23 | 2 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**6. О каких правах потребителя товаров (работ, услуг) Вам известно?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Право на просвещение в области защиты прав потребителей | % | 26 | 20 | 33 | 23 | 17 | 31 |
| Право на надлежащее качество товара (работы, услуги) | % | 60 | 40 | 78 | 57 | 34 | 76 |
| Право потребителя на безопасность товара (работы, услуги) | % | 49 | 40 | 62 | 43 | 33 | 59 |
| Право потребителя на информацию об изготовителе (продавце, исполнителе) и о товарах (работах, услугах) | % | 50 | 38 | 67 | 40 | 31 | 62 |
| Право потребителя на возмещение и компенсацию материального и морального вреда, причиненного жизни, здоровью и имуществу из-за недостатков товара (работы, услуги) или ненадлежащей информации | % | 43 | 30 | 53 | 38 | 28 | 54 |
| Право потребителя на обмен товара надлежащего (ненадлежащего) качества | % | 59 | 36 | 76 | 52 | 38 | 76 |
| Право потребителей на защиту своих прав | % | 49 | 36 | 60 | 45 | 29 | 63 |
| Не знаю о правах потребителей | % | 14 | 25 | 5 | 15 | 28 | 5 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**6.1. Каких прав Вам не хватает? Что конкретно в области прав потребителей Вы считаете необходимым расширить, чем дополнить?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Быстрое регулирование вопросов | % | 1 | 0 | 2 | 0 | 0 | 2 |
| Возврат денежных средств за некачественный товар | % | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Возврат товара (упрощение процедуры, увеличение срока для возврата) | % | 6 | 7 | 4 | 8 | 6 | 6 |
| Доступность информации (как и куда обратиться, какова процедура) | % | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 2 |
| Контроль за ценами | % | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 |
| Исполнения фразы "покупатель всегда прав" | % | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ужесточить наказание за некачественный товар/предоставленную услугу | % | 7 | 5 | 6 | 6 | 12 | 6 |
| Наказание за хамское отношение к клиенту | % | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 1 |
| Простота обращения после нарушения прав | % | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Право на обмен товара | % | 2 | 0 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| Право на получение бесплатной медицинской помощи | % | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Право иметь доступ к информации о товаре (отзывы, состав, недостатки) | % | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| Прав на покупки в интернете (их возрат, контроль) | % | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Право на бесплатную консультацию | % | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Право на компенсацию морального вреда | % | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Улучшить работу надзорных органов | % | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| Право на получение качественных продуктов питания (отсутствие химикатов, просрочки) | % | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Электронная книга жалоб | % | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Право на защиту прав | % | 2 | 0 | 2 | 4 | 4 | 2 |
| Не хватает прав (без уточнения) | % | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Всё хватает | % | 20 | 7 | 37 | 17 | 9 | 26 |
| Другое | % | 7 | 10 | 3 | 9 | 14 | 4 |
| Много чего/затрудняюсь | % | 41 | 54 | 32 | 40 | 38 | 41 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**7. Знакомы ли Вы с особенностями законодательства в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) дистанционным способом?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Знаю детально особенности законодательства | % | 5 | 6 | 7 | 4 | 6 | 4 |
| Знаю о существовании особенностей | % | 35 | 28 | 42 | 36 | 21 | 41 |
| Не знаю об особенностях законодательства | % | 60 | 66 | 51 | 61 | 73 | 55 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**8. Как Вы считаете, достаточны ли Ваши знания в области защиты Ваших прав как потребителя товаров (работ, услуг)?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Вполне достаточны | % | 8 | 13 | 10 | 6 | 6 | 6 |
| Скорее достаточны | % | 31 | 39 | 34 | 30 | 27 | 29 |
| Недостаточны | % | 48 | 34 | 46 | 53 | 54 | 52 |
| Затрудняюсь ответить | % | 13 | 14 | 11 | 11 | 13 | 13 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**9. Хотели ли бы Вы больше узнать о своих правах как потребителя?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да, хотел бы иметь полную информацию о своих правах | % | 34 | 32 | 26 | 39 | 45 | 31 |
| Да, хотел бы немного больше узнать | % | 52 | 52 | 59 | 52 | 42 | 54 |
| Нет, имеющихся у меня знаний мне уже достаточно | % | 14 | 16 | 16 | 9 | 13 | 15 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

## 10. О чем конкретно в сфере защиты прав потребителей Вы бы хотели узнать больше?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Основы потребительских знаний: как защитить свои права и интересы при покупке товаров | % | 67 | 63 | 62 | 68 | 72 | 67 |
| Права потребителей на едином рынке ЕАЭС | % | 15 | 20 | 18 | 12 | 21 | 9 |
| Дистанционная торговля: права и обязанности потребителей и продавцов | % | 44 | 34 | 47 | 43 | 37 | 52 |
| Права потребителей в сфере услуг: туризм, медицина, образование и т.д. | % | 34 | 31 | 30 | 35 | 36 | 36 |
| Разрешение потребительских споров до суда | % | 25 | 15 | 34 | 22 | 16 | 32 |
| Права и обязанности потребителей в сфере финансовых услуг | % | 20 | 18 | 18 | 23 | 18 | 21 |
| Общественная инициатива и контроль в области защиты прав потребителей | % | 12 | 11 | 11 | 12 | 12 | 13 |
| Другое (укажите) | % | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| BASE | | 1292 | 211 | 211 | 228 | 218 | 424 |

## 11. Если у Вас возникают вопросы в сфере защиты прав потребителей, куда Вы обращаетесь за получением необходимой информации?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Официальная информация (законодательство), размещенная на официальных сайтах уполномоченных органов в сети Интернет | % | 45 | 31 | 58 | 45 | 34 | 50 |
| Сайты общественных объединений потребителей | % | 27 | 28 | 33 | 24 | 20 | 28 |
| Телепередачи, радиопередачи на тему защиты прав потребителей | % | 10 | 12 | 10 | 7 | 9 | 12 |
| Публикации в печатных и электронных СМИ | % | 13 | 12 | 13 | 14 | 14 | 11 |
| Специальные блоги, форумы, где обсуждаются вопросы защиты прав потребителей | % | 17 | 13 | 20 | 16 | 19 | 18 |
| Информационные стенды, уголки покупателей | % | 9 | 4 | 12 | 7 | 6 | 13 |
| Юридические консультации | % | 22 | 15 | 24 | 26 | 20 | 22 |
| Друзья, знакомые | % | 26 | 28 | 26 | 27 | 22 | 25 |
| Другое (укажите, пожалуйста) | % | 2 | 2 | 0 | 2 | 2 | 2 |
| Никуда не обращаюсь | % | 17 | 24 | 11 | 13 | 20 | 18 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

## 12. Оцените качество информации о защите прав потребителей, размещаемой в открытом доступе.

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Доступность информации о нормативной базе, связанной с защитой прав потребителей (законы, подзаконные акты) | Удовлетворительно | % | 32 | 27 | 44 | 28 | 29 | 32 |
| | Скорее удовлетворительно | % | 36 | 38 | 38 | 40 | 22 | 40 |
| | Скорее неудовлетворительно | % | 12 | 12 | 7 | 15 | 18 | 11 |
| | Неудовлетворительно | % | 4 | 5 | 3 | 3 | 8 | 2 |
| | Затрудняюсь ответить / мне ничего не известно о такой информации | % | 16 | 18 | 8 | 14 | 24 | 15 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Доступность информации о перечне прав потребителей с пояснениями | Удовлетворительно | % | 27 | 22 | 37 | 23 | 25 | 27 |
| | Скорее удовлетворительно | % | 36 | 38 | 38 | 38 | 22 | 40 |
| | Скорее неудовлетворительно | % | 17 | 16 | 16 | 20 | 19 | 14 |
| | Неудовлетворительно | % | 6 | 7 | 2 | 4 | 11 | 4 |
| | Затрудняюсь ответить / мне ничего не известно о такой информации | % | 15 | 16 | 7 | 14 | 23 | 15 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Доступность информации о правилах обращения в надзорные, правозащитные органы для отстаивания своих прав в случае их нарушения | Удовлетворительно | % | 26 | 20 | 36 | 22 | 24 | 26 |
| | Скорее удовлетворительно | % | 34 | 38 | 35 | 34 | 22 | 38 |
| | Скорее неудовлетворительно | % | 18 | 17 | 16 | 22 | 21 | 15 |
| | Неудовлетворительно | % | 7 | 8 | 6 | 8 | 12 | 5 |
| | Затрудняюсь ответить / мне ничего не известно о такой информации | % | 15 | 17 | 7 | 14 | 22 | 16 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Понятность информации о нормативной базе, связанной с защитой прав потребителей (законы, подзаконные акты) | Удовлетворительно | % | 26 | 23 | 38 | 26 | 24 | 22 |
| | Скорее удовлетворительно | % | 34 | 40 | 32 | 33 | 21 | 40 |
| | Скорее неудовлетворительно | % | 18 | 12 | 18 | 22 | 16 | 19 |
| | Неудовлетворительно | % | 6 | 8 | 3 | 6 | 11 | 3 |
| | Затрудняюсь ответить / мне ничего не известно о такой информации | % | 17 | 16 | 9 | 14 | 28 | 16 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Понятность информации о перечне прав потребителей с пояснениями | Удовлетворительно | % | 26 | 23 | 38 | 23 | 25 | 23 |
| | Скорее удовлетворительно | % | 36 | 33 | 34 | 38 | 25 | 42 |
| | Скорее неудовлетворительно | % | 17 | 18 | 17 | 21 | 15 | 16 |
| | Неудовлетворительно | % | 6 | 9 | 4 | 4 | 11 | 3 |
| | Затрудняюсь ответить / мне ничего не известно о такой информации | % | 16 | 17 | 6 | 14 | 24 | 16 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Понятность информации о правилах обращения в надзорные, правозащитные органы для отстаивания своих прав в случае их нарушения | Удовлетворительно | % | 27 | 23 | 38 | 24 | 28 | 23 |
| | Скорее удовлетворительно | % | 33 | 38 | 30 | 30 | 20 | 39 |
| | Скорее неудовлетворительно | % | 18 | 12 | 18 | 26 | 17 | 17 |
| | Неудовлетворительно | % | 6 | 9 | 5 | 5 | 9 | 4 |
| | Затрудняюсь ответить / мне ничего не известно о такой информации | % | 17 | 18 | 8 | 16 | 26 | 17 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**13. Известно ли Вам о существовании требований к качеству и безопасности товаров (работ, услуг)?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да | % | 64 | 56 | 74 | 64 | 48 | 69 |
| Нет | % | 36 | 44 | 26 | 36 | 52 | 31 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**14. Как Вы считаете, соблюдаются ли требования к качеству и безопасности товаров (работ, услуг) изготовителями (исполнителями, продавцами)?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Всегда | % | 9 | 14 | 10 | 6 | 16 | 6 |
| Часто | % | 59 | 54 | 77 | 55 | 40 | 61 |
| Редко | % | 30 | 30 | 13 | 38 | 41 | 32 |
| Никогда | % | 1 | 2 | 1 | 0 | 3 | 1 |
| BASE | | 954 | 141 | 186 | 159 | 120 | 348 |

**15. Что повышает Вашу уверенность в качестве приобретаемого товара?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Наличие сертификата | % | 46 | 35 | 49 | 43 | 43 | 50 |
| Наличие знака качества | % | 39 | 35 | 30 | 43 | 54 | 38 |
| Репутация изготовителя (продавца) | % | 60 | 55 | 64 | 58 | 47 | 66 |
| Не доверяю ничему | % | 9 | 11 | 6 | 8 | 6 | 11 |
| BASE | | 954 | 141 | 186 | 159 | 120 | 348 |

**16. Всегда ли Вы можете получить интересующую Вас информацию относительно приобретаемого товара, получаемой услуги?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Всегда или практически всегда | % | 32 | 39 | 40 | 26 | 27 | 30 |
| Не всегда | % | 65 | 57 | 59 | 70 | 70 | 67 |
| Никогда или практически никогда | % | 3 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 |
| BASE | | 954 | 141 | 186 | 159 | 120 | 348 |

## 17. Какую информацию о товаре (работе, услуге) Вы не всегда можете получить?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| О качестве товара, его характеристиках | % | 43 | 35 | 35 | 44 | 43 | 50 |
| О стоимости товара / услуги | % | 18 | 22 | 13 | 23 | 32 | 12 |
| Об изготовителе (исполнителе, продавце) | % | 32 | 22 | 26 | 33 | 32 | 37 |
| Об условиях приобретения (договора) товара/получения услуги | % | 23 | 26 | 20 | 16 | 18 | 27 |
| О сроке годности, гарантийном сроке, сроке службы | % | 33 | 40 | 24 | 40 | 32 | 31 |
| Другое (укажите, пожалуйста) | % | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Затрудняюсь ответить | % | 8 | 13 | 11 | 6 | 6 | 7 |
| О безопасности товара, сертификатах (декларациях) соответствия | % | 53 | 41 | 55 | 49 | 51 | 59 |
| BASE | | 647 | 86 | 112 | 117 | 88 | 244 |

## 27. Оцените, насколько в целом Вы удовлетворены качеством следующих товаров?

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Продуктов питания | Полностью удовлетворены | % | 25 | 25 | 36 | 23 | 30 | 17 |
| | Скорее удовлетворены | % | 57 | 56 | 57 | 57 | 53 | 61 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 13 | 12 | 5 | 14 | 11 | 17 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 2 | 4 | 0 | 2 | 4 | 2 |
| | BASE | | 1488 | 246 | 250 | 246 | 245 | 501 |
| Одежды, обуви | Полностью удовлетворены | % | 19 | 25 | 21 | 21 | 18 | 15 |
| | Скорее удовлетворены | % | 57 | 52 | 64 | 56 | 52 | 59 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 18 | 14 | 13 | 14 | 21 | 21 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 | 2 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 3 | 7 | 0 | 4 | 4 | 2 |
| | BASE | | 1484 | 242 | 249 | 249 | 246 | 498 |
| Парфюмерно-косметических товаров, бытовой химии | Полностью удовлетворены | % | 24 | 27 | 28 | 23 | 19 | 24 |
| | Скорее удовлетворены | % | 55 | 48 | 60 | 58 | 50 | 58 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 13 | 15 | 10 | 11 | 18 | 13 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 1 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 5 | 6 | 1 | 5 | 11 | 4 |
| | BASE | | 1397 | 219 | 242 | 240 | 209 | 487 |
| Электротоваров, бытовой техники | Полностью удовлетворены | % | 24 | 27 | 28 | 27 | 21 | 20 |
| | Скорее удовлетворены | % | 57 | 53 | 61 | 54 | 51 | 61 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 12 | 11 | 9 | 10 | 17 | 12 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 3 | 4 | 2 | 5 | 5 | 2 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 4 | 5 | 0 | 4 | 5 | 4 |
| | BASE | | 1361 | 210 | 229 | 229 | 220 | 473 |
| Алкогольной, табачной продукции | Полностью удовлетворены | % | 21 | 26 | 24 | 20 | 15 | 18 |
| | Скорее удовлетворены | % | 50 | 43 | 52 | 46 | 45 | 56 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 16 | 14 | 12 | 22 | 25 | 14 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 5 | 6 | 3 | 5 | 2 | 5 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 8 | 11 | 9 | 7 | 14 | 6 |
| | BASE | | 877 | 140 | 180 | 142 | 96 | 319 |

## 19. Оцените, насколько в целом Вы удовлетворены качеством следующих услуг?

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Услуги розничной торговли | Полностью удовлетворены | % | 27 | 30 | 31 | 24 | 28 | 24 |
| | Скорее удовлетворены | % | 57 | 51 | 63 | 50 | 54 | 63 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 11 | 9 | 5 | 16 | 15 | 11 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 2 | 4 | 1 | 3 | 2 | 1 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 3 | 7 | 0 | 8 | 1 | 2 |
| | BASE | | 1329 | 194 | 228 | 223 | 212 | 472 |
| Услуги дистанционной торговли (онлайн магазинов, маркетплейсов) | Полностью удовлетворены | % | 26 | 29 | 27 | 23 | 25 | 25 |
| | Скорее удовлетворены | % | 57 | 51 | 65 | 52 | 47 | 61 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 11 | 11 | 5 | 16 | 17 | 9 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 4 | 5 | 1 | 6 | 8 | 3 |
| | BASE | | 1221 | 193 | 225 | 203 | 151 | 449 |
| Услуги общественного питания (столовых, кафе, ресторанов и т.п.) | Полностью удовлетворены | % | 25 | 29 | 30 | 23 | 22 | 22 |
| | Скорее удовлетворены | % | 53 | 49 | 56 | 49 | 51 | 57 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 14 | 12 | 9 | 18 | 19 | 12 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 2 | 3 | 0 | 4 | 5 | 2 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 6 | 7 | 4 | 7 | 3 | 7 |
| | BASE | | 1266 | 198 | 204 | 217 | 219 | 428 |
| Туристские услуги (путешествия, экскурсии) | Полностью удовлетворены | % | 21 | 25 | 22 | 16 | 28 | 18 |
| | Скорее удовлетворены | % | 50 | 43 | 54 | 52 | 41 | 54 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 14 | 19 | 11 | 15 | 13 | 12 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 3 | 4 | 1 | 5 | 3 | 3 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 13 | 9 | 12 | 12 | 15 | 14 |
| | BASE | | 851 | 144 | 153 | 128 | 112 | 314 |

Продолжение таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.) | Полностью удовлетворены | % | 21 | 26 | 21 | 23 | 24 | 17 |
| | Скорее удовлетворены | % | 52 | 48 | 56 | 48 | 45 | 57 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 13 | 11 | 13 | 16 | 17 | 11 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 3 | 5 | 1 | 4 | 3 | 2 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 11 | 11 | 8 | 9 | 12 | 13 |
| | BASE | | 923 | 150 | 170 | 163 | 136 | 304 |
| Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнесс-центров | Полностью удовлетворены | % | 32 | 43 | 36 | 26 | 25 | 31 |
| | Скорее удовлетворены | % | 53 | 43 | 54 | 52 | 57 | 56 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 9 | 5 | 8 | 14 | 11 | 7 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 2 | 4 | 1 | 3 | 3 | 2 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 4 | 4 | 1 | 5 | 4 | 4 |
| | BASE | | 1304 | 204 | 224 | 229 | 211 | 436 |
| Медицинские услуги | Полностью удовлетворены | % | 18 | 24 | 25 | 12 | 18 | 14 |
| | Скорее удовлетворены | % | 43 | 45 | 43 | 36 | 41 | 45 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 28 | 21 | 24 | 34 | 28 | 30 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 8 | 6 | 5 | 14 | 9 | 7 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| | BASE | | 1389 | 219 | 242 | 229 | 222 | 477 |
| Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио) | Полностью удовлетворены | % | 31 | 37 | 36 | 23 | 33 | 30 |
| | Скорее удовлетворены | % | 47 | 41 | 45 | 37 | 47 | 56 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 15 | 11 | 15 | 23 | 17 | 11 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 5 | 7 | 3 | 11 | 1 | 3 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 2 | 3 | 0 | 6 | 3 | 1 |
| | BASE | | 1472 | 241 | 249 | 246 | 239 | 497 |
| Услуги общественного транспорта, в том числе, такси | Полностью удовлетворены | % | 27 | 28 | 33 | 24 | 24 | 28 |
| | Скорее удовлетворены | % | 47 | 34 | 50 | 46 | 51 | 49 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 18 | 22 | 13 | 19 | 18 | 17 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Полностью не удовлетворены | % | 6 | 13 | 3 | 6 | 3 | 4 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 3 | 4 | 1 | 5 | 3 | 2 |
| | BASE | | 1411 | 225 | 240 | 241 | 230 | 475 |
| Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.) | Полностью удовлетворены | % | 27 | 34 | 37 | 19 | 28 | 22 |
| | Скорее удовлетворены | % | 44 | 37 | 39 | 43 | 47 | 48 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 20 | 17 | 19 | 26 | 20 | 20 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 6 | 7 | 4 | 7 | 2 | 8 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 3 | 4 | 2 | 5 | 3 | 3 |
| | BASE | | 1439 | 241 | 247 | 240 | 230 | 481 |
| Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования) | Полностью удовлетворены | % | 27 | 33 | 30 | 21 | 28 | 25 |
| | Скорее удовлетворены | % | 41 | 41 | 48 | 40 | 36 | 40 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 19 | 15 | 12 | 19 | 29 | 18 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 5 | 5 | 2 | 13 | 2 | 5 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 8 | 6 | 8 | 7 | 5 | 11 |
| | BASE | | 764 | 133 | 137 | 140 | 151 | 203 |
| Финансовые услуги (услуги, предоставляемые банками, страховыми компаниями и другими финансовыми организациями) | Полностью удовлетворены | % | 25 | 31 | 32 | 22 | 27 | 19 |
| | Скорее удовлетворены | % | 52 | 47 | 50 | 51 | 47 | 58 |
| | Скорее не удовлетворены | % | 14 | 11 | 13 | 14 | 20 | 14 |
| | Полностью не удовлетворены | % | 4 | 5 | 2 | 5 | 1 | 4 |
| | Затрудняюсь ответить | % | 5 | 6 | 3 | 7 | 4 | 5 |
| | BASE | | 1244 | 198 | 220 | 203 | 201 | 422 |

**20. Давайте подробнее остановимся на розничной продаже товаров. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями?**

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Продавали товар с истекшим сроком годности (службы) | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 9 | 14 | 11 | 10 | 11 | 4 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 12 | 11 | 7 | 12 | 17 | 13 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 49 | 41 | 56 | 53 | 44 | 50 |
| | Никогда | % | 30 | 34 | 26 | 25 | 29 | 33 |
| | BASE | | 1329 | 194 | 228 | 223 | 212 | 472 |
| Продали бракованный товар | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 6 | 10 | 5 | 7 | 8 | 3 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 13 | 11 | 18 | 12 | 15 | 11 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 48 | 44 | 51 | 52 | 41 | 49 |
| | Никогда | % | 33 | 35 | 26 | 29 | 36 | 37 |
| | BASE | | 1329 | 194 | 228 | 223 | 212 | 472 |
| Обвесили (неправильно взвесили товар) | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 8 | 12 | 6 | 9 | 11 | 4 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 19 | 14 | 20 | 26 | 15 | 20 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 40 | 36 | 39 | 38 | 39 | 44 |
| | Никогда | % | 33 | 37 | 35 | 27 | 35 | 32 |
| | BASE | | 1329 | 194 | 228 | 223 | 212 | 472 |
| Отсутствовал ценник товара или цена была указана неверно | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 14 | 13 | 11 | 17 | 18 | 12 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 31 | 16 | 32 | 35 | 35 | 33 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 36 | 42 | 38 | 31 | 25 | 40 |
| | Никогда | % | 19 | 28 | 19 | 17 | 22 | 14 |
| | BASE | | 1329 | 194 | 228 | 223 | 212 | 472 |
| Предоставили недостоверную информацию о товаре | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 9 | 13 | 11 | 12 | 10 | 5 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 19 | 14 | 17 | 21 | 29 | 18 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 40 | 38 | 44 | 40 | 34 | 40 |
| | Никогда | % | 32 | 35 | 29 | 27 | 27 | 37 |
| | BASE | | 1329 | 194 | 228 | 223 | 212 | 472 |
| Не предоставили необходимую информацию о товаре | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 9 | 12 | 10 | 11 | 12 | 6 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 19 | 18 | 17 | 27 | 20 | 17 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 38 | 34 | 39 | 38 | 37 | 41 |
| | Никогда | % | 33 | 36 | 34 | 24 | 31 | 36 |
| | BASE | | 1329 | 194 | 228 | 223 | 212 | 472 |
| Обсчитали (неправильно выдали сдачу, посчитали сумму покупки) | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 7 | 11 | 6 | 11 | 8 | 4 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 15 | 13 | 15 | 16 | 17 | 14 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 40 | 37 | 40 | 38 | 36 | 42 |
| | Никогда | % | 39 | 39 | 39 | 35 | 38 | 40 |
| | BASE | | 1329 | 194 | 228 | 223 | 212 | 472 |
| Невежливо разговаривали | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 9 | 12 | 10 | 11 | 11 | 6 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 21 | 19 | 24 | 22 | 22 | 20 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 36 | 30 | 36 | 41 | 31 | 39 |
| | Никогда | % | 33 | 39 | 30 | 26 | 37 | 35 |
| | BASE | | 1329 | 194 | 228 | 223 | 212 | 472 |
| Навязывали дополнительные товары и услуги | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 14 | 11 | 18 | 13 | 11 | 14 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 25 | 19 | 31 | 24 | 21 | 27 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 32 | 29 | 32 | 35 | 25 | 36 |
| | Никогда | % | 29 | 41 | 19 | 28 | 42 | 23 |
| | BASE | | 1329 | 194 | 228 | 223 | 212 | 472 |
| Отказали в обмене или возврате денег за некачественный товар | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 9 | 11 | 9 | 10 | 11 | 6 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 13 | 15 | 12 | 13 | 15 | 12 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 29 | 29 | 29 | 32 | 30 | 28 |
| | Никогда | % | 49 | 44 | 50 | 45 | 44 | 54 |
| | BASE | | 1329 | 194 | 228 | 223 | 212 | 472 |
| Не предоставили книгу жалоб | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 9 | 12 | 7 | 13 | 13 | 6 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 11 | 11 | 12 | 13 | 9 | 9 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 14 | 11 | 13 | 19 | 15 | 14 |
| | Никогда | % | 66 | 65 | 68 | 56 | 62 | 71 |
| | BASE | | 1329 | 194 | 228 | 223 | 212 | 472 |

**21. Теперь давайте поговорим про общественное питание. Сталкивались ли Вы в течение последних 12 месяцев с указанными ниже ситуациями при посещении кафе и ресторанов?**

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Отказали в обслуживании | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 8 | 11 | 8 | 9 | 11 | 3 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 4 | 7 | 5 | 5 | 2 | 4 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 12 | 13 | 8 | 13 | 14 | 10 |
| | Никогда | % | 77 | 69 | 78 | 73 | 73 | 83 |
| | BASE | | 1266 | 198 | 204 | 217 | 219 | 428 |
| Принесли некачественное, испорченное блюдо | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 5 | 8 | 5 | 8 | 7 | 2 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 7 | 9 | 9 | 8 | 9 | 5 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 30 | 30 | 24 | 35 | 29 | 31 |
| | Никогда | % | 57 | 53 | 63 | 49 | 55 | 61 |
| | BASE | | 1266 | 198 | 204 | 217 | 219 | 428 |
| Помещение, посуда и столовые приборы были загрязнены | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 6 | 9 | 5 | 7 | 11 | 2 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 10 | 8 | 7 | 8 | 18 | 9 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 33 | 30 | 24 | 43 | 38 | 30 |
| | Никогда | % | 51 | 54 | 64 | 42 | 32 | 59 |
| | BASE | | 1266 | 198 | 204 | 217 | 219 | 428 |
| Невежливо разговаривали работники | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 6 | 9 | 4 | 9 | 10 | 3 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 10 | 14 | 9 | 11 | 11 | 9 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 30 | 23 | 27 | 38 | 33 | 28 |
| | Никогда | % | 54 | 55 | 60 | 42 | 47 | 60 |
| | BASE | | 1266 | 198 | 204 | 217 | 219 | 428 |
| В счет включали лишние позиции | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 6 | 10 | 5 | 10 | 9 | 2 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 9 | 9 | 9 | 12 | 12 | 7 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 23 | 25 | 11 | 29 | 27 | 24 |
| | Никогда | % | 61 | 56 | 75 | 50 | 52 | 68 |
| | BASE | | 1266 | 198 | 204 | 217 | 219 | 428 |
| Настаивали на оплате некачественного, испорченного блюда | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 6 | 8 | 6 | 8 | 9 | 2 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 7 | 7 | 7 | 8 | 9 | 6 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 16 | 17 | 10 | 18 | 15 | 17 |
| | Никогда | % | 71 | 69 | 77 | 66 | 67 | 75 |
| | BASE | | 1266 | 198 | 204 | 217 | 219 | 428 |
| Настаивали на оплате дополнительных услуг (музыка, детская комната и пр.) | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 7 | 10 | 6 | 11 | 10 | 3 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 10 | 9 | 10 | 13 | 10 | 9 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 17 | 21 | 11 | 16 | 26 | 15 |
| | Никогда | % | 66 | 61 | 73 | 59 | 55 | 73 |
| | BASE | | 1266 | 198 | 204 | 217 | 219 | 428 |
| Требовали чаевые | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 7 | 13 | 4 | 11 | 9 | 3 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 6 | 4 | 7 | 7 | 8 | 6 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 17 | 23 | 11 | 12 | 19 | 19 |
| | Никогда | % | 69 | 60 | 77 | 70 | 65 | 71 |
| | BASE | | 1266 | 198 | 204 | 217 | 219 | 428 |
| Не предоставили возможность расплатиться удобным для Вас способом | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 8 | 12 | 6 | 11 | 12 | 3 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 10 | 11 | 11 | 10 | 8 | 9 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 25 | 25 | 21 | 31 | 23 | 24 |
| | Никогда | % | 58 | 53 | 62 | 48 | 57 | 64 |
| | BASE | | 1266 | 198 | 204 | 217 | 219 | 428 |
| Не дали предварительно ознакомиться с меню или не предоставили интересующую Вас информацию – о составе, калорийности, весе блюда | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 7 | 11 | 5 | 11 | 9 | 3 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 9 | 11 | 7 | 6 | 18 | 6 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 17 | 14 | 14 | 18 | 20 | 16 |
| | Никогда | % | 68 | 64 | 74 | 65 | 54 | 75 |
| | BASE | | 1266 | 198 | 204 | 217 | 219 | 428 |
| Отказывали в предоставлении книги жалоб | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 8 | 12 | 7 | 10 | 9 | 4 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 6 | 8 | 6 | 7 | 8 | 5 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 12 | 13 | 6 | 14 | 17 | 12 |
| | Никогда | % | 74 | 68 | 80 | 69 | 66 | 79 |
| | BASE | | 1266 | 198 | 204 | 217 | 219 | 428 |

**22. Получали ли Вы за последние 12 месяцев какие-либо услуги из представленных ниже? Если получали, то скажите, Вы оказывались в ситуации, когда понимали, что Ваши права как потребителя, были нарушены?**

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Услуги розничной торговли | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 60 | 52 | 63 | 55 | 56 | 67 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 20 | 16 | 20 | 21 | 20 | 22 |
| | Не получал услугу | % | 20 | 32 | 17 | 24 | 24 | 11 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Услуги дистанционной торговли | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 52 | 42 | 59 | 52 | 36 | 62 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 18 | 21 | 18 | 19 | 14 | 17 |
| | Не получал услугу | % | 30 | 37 | 24 | 30 | 50 | 21 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Услуги общественного питания (столовых, кафе, ресторанов и т.п.) | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 54 | 43 | 56 | 48 | 55 | 61 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 18 | 20 | 14 | 24 | 20 | 15 |
| | Не получал услугу | % | 28 | 37 | 30 | 29 | 25 | 25 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Туристские услуги, путешествия, экскурсии | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 31 | 30 | 36 | 27 | 24 | 36 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 10 | 15 | 10 | 10 | 7 | 10 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Не получал услугу | % | 58 | 55 | 55 | 63 | 69 | 54 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.) | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 37 | 33 | 48 | 35 | 31 | 38 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 10 | 13 | 6 | 12 | 7 | 10 |
| | Не получал услугу | % | 53 | 54 | 46 | 53 | 62 | 52 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнесс-центров | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 61 | 51 | 68 | 58 | 58 | 67 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 13 | 16 | 10 | 18 | 14 | 11 |
| | Не получал услугу | % | 25 | 33 | 22 | 24 | 27 | 22 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Медицинские услуги, в том числе платные | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 54 | 42 | 64 | 48 | 48 | 59 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 25 | 26 | 20 | 26 | 29 | 23 |
| | Не получал услугу | % | 22 | 31 | 16 | 25 | 23 | 18 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио) | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 67 | 59 | 78 | 58 | 63 | 71 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 19 | 21 | 13 | 26 | 18 | 18 |
| | Не получал услугу | % | 14 | 20 | 8 | 16 | 20 | 10 |

Продолжение таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Услуги общественного транспорта, в том числе, такси | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 63 | 49 | 70 | 63 | 56 | 70 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 19 | 24 | 16 | 18 | 21 | 17 |
| | Не получал услугу | % | 18 | 26 | 14 | 19 | 22 | 13 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.) | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 64 | 56 | 75 | 59 | 64 | 64 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 21 | 22 | 14 | 25 | 14 | 24 |
| | Не получал услугу | % | 16 | 23 | 11 | 16 | 21 | 12 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования) | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 35 | 32 | 38 | 37 | 40 | 31 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 13 | 16 | 13 | 14 | 18 | 8 |
| | Не получал услугу | % | 53 | 52 | 50 | 49 | 42 | 61 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Финансовые услуги (услуги, предоставляемые банками, страховыми компаниями и другими финансовыми организациями) | Получал услугу, но права не были нарушены | % | 58 | 48 | 65 | 51 | 56 | 64 |
| | Получал услуги, столкнулся с нарушением прав | % | 15 | 20 | 12 | 21 | 15 | 12 |
| | Не получал услугу | % | 27 | 32 | 23 | 28 | 28 | 24 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**23. Выберите одну услугу, при получении которой Вы столкнулись с нарушением ваших прав и о которой Вы готовы рассказать.**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Туристские услуги, путешествия, экскурсии | % | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 |
| Бытовые услуги (химчистка, ателье и т.д.) | % | 3 | 7 | 3 | 0 | 1 | 3 |
| Услуги парикмахерских, салонов красоты, фитнесс-центров | % | 6 | 1 | 12 | 8 | 6 | 5 |
| Медицинские услуги, в том числе платные | % | 24 | 18 | 25 | 24 | 29 | 24 |
| Услуги связи (интернет, телефон, ТВ, радио) | % | 17 | 24 | 6 | 30 | 11 | 17 |
| Услуги общественного транспорта, в том числе, такси | % | 15 | 22 | 18 | 10 | 18 | 12 |
| Коммунальные услуги (газ, свет, вода и т.п.) | % | 18 | 12 | 18 | 11 | 10 | 26 |
| Обучающие, образовательные услуги (в детских садах, школах, колледжах, вузах, центрах дополнительного образования) | % | 6 | 4 | 10 | 6 | 13 | 2 |
| Финансовые услуги (услуги, предоставляемые банками, страховыми компаниями и другими финансовыми организациями) | % | 8 | 9 | 3 | 8 | 11 | 9 |
| BASE | | 574 | 68 | 93 | 106 | 90 | 217 |

## 24. С какими ситуациями в процессе получения этой услуги Вы сталкивались за последние 12 месяцев?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Не могли получить интересующие сведения об услуге, об условиях ее получения | % | 23 | 24 | 19 | 23 | 26 | 24 |
| Не могли узнать стоимость услуги | % | 20 | 15 | 22 | 21 | 23 | 19 |
| Не могли узнать график работы специалистов | % | 20 | 24 | 23 | 19 | 20 | 18 |
| Не могли узнать гарантийный срок, если он установлен | % | 10 | 4 | 16 | 8 | 11 | 10 |
| Не могли узнать правила и условия эффективного и безопасного использования услуги | % | 9 | 10 | 11 | 8 | 10 | 8 |
| Не могли узнать адрес (место нахождения), наименование исполнителя | % | 9 | 10 | 11 | 10 | 4 | 10 |
| Не получили информацию о правилах выполнения работ, оказания услуг | % | 16 | 21 | 11 | 13 | 13 | 20 |
| Не могли получить информацию о конкретном лице, которое будет выполнять работу (оказывать услугу), и информацию о нем | % | 10 | 4 | 15 | 7 | 14 | 10 |
| Не могли получить услугу (нет специалистов, учреждений, плотная запись на прием, проигнорировали Ваше обращение и пр.) | % | 19 | 15 | 19 | 14 | 19 | 22 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Столкнулись с низким уровнем профессионализма, некомпетентностью специалистов, оказавших услугу | % | 35 | 29 | 32 | 32 | 42 | 36 |
| Столкнулись с недоброжелательность сотрудников, оказавших услугу | % | 24 | 13 | 22 | 24 | 27 | 27 |
| Услуга оказывалась в технически неисправном помещении, транспорте, получение услуги было небезопасно, была нарушена техника безопасности | % | 5 | 6 | 2 | 3 | 6 | 6 |
| Услуга была оказана некачественно | % | 27 | 26 | 22 | 26 | 30 | 29 |
| Услуга была выполнена не в указанный срок | % | 10 | 10 | 16 | 5 | 8 | 12 |
| Итоговая стоимость услуги возросла без согласования с Вами | % | 26 | 21 | 17 | 34 | 20 | 29 |
| Исполнитель намекал на необходимость дополнительного вознаграждения, подарка | % | 8 | 1 | 12 | 6 | 16 | 6 |
| Исполнитель отказался переделывать некачественную услугу | % | 7 | 3 | 10 | 6 | 9 | 7 |
| Исполнитель отказался делать скидку из-за нарушений сроков выполнения работы или недостаточно высокого качества предоставления услуги | % | 6 | 4 | 11 | 6 | 4 | 6 |
| Другое (укажите) | % | 3 | 1 | 1 | 6 | 2 | 3 |
| BASE | | 574 | 68 | 93 | 106 | 90 | 217 |

## 25. Как часто Вы приобретаете товары через интернет?

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Продукты питания | Несколько раз в неделю и чаще | % | 10 | 14 | 10 | 10 | 8 | 10 |
| | Раз в неделю | % | 6 | 8 | 5 | 5 | 4 | 6 |
| | Несколько раз в месяц | % | 8 | 7 | 8 | 8 | 3 | 10 |
| | Примерно раз в месяц | % | 10 | 6 | 11 | 12 | 6 | 11 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 8 | 6 | 12 | 10 | 4 | 9 |
| | Раз в полгода | % | 4 | 4 | 6 | 6 | 4 | 4 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 7 | 6 | 10 | 8 | 4 | 7 |
| | Никогда | % | 47 | 49 | 38 | 41 | 67 | 42 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Одежду или обувь | Несколько раз в неделю и чаще | % | 5 | 5 | 9 | 4 | 5 | 3 |
| | Раз в неделю | % | 4 | 6 | 3 | 6 | 2 | 2 |
| | Несколько раз в месяц | % | 9 | 13 | 9 | 9 | 2 | 9 |
| | Примерно раз в месяц | % | 14 | 16 | 13 | 12 | 12 | 15 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 17 | 14 | 21 | 16 | 11 | 19 |
| | Раз в полгода | % | 13 | 9 | 14 | 13 | 8 | 16 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 15 | 10 | 12 | 18 | 12 | 18 |
| | Никогда | % | 25 | 26 | 19 | 23 | 46 | 18 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Парфюмерно-косметические товары, бытовую химию | Несколько раз в неделю и чаще | % | 5 | 7 | 9 | 4 | 4 | 3 |
| | Раз в неделю | % | 3 | 5 | 4 | 2 | 2 | 3 |
| | Несколько раз в месяц | % | 10 | 12 | 12 | 9 | 3 | 11 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Примерно раз в месяц | % | 15 | 13 | 20 | 17 | 7 | 17 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 15 | 14 | 16 | 15 | 14 | 16 |
| | Раз в полгода | % | 9 | 8 | 7 | 10 | 7 | 13 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 10 | 7 | 10 | 12 | 9 | 10 |
| | Никогда | % | 32 | 33 | 22 | 31 | 54 | 27 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Электронику, бытовую технику | Несколько раз в неделю и чаще | % | 4 | 4 | 8 | 4 | 4 | 3 |
| | Раз в неделю | % | 3 | 7 | 4 | 2 | 3 | 1 |
| | Несколько раз в месяц | % | 3 | 5 | 4 | 2 | 1 | 3 |
| | Примерно раз в месяц | % | 6 | 11 | 6 | 6 | 3 | 5 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 9 | 7 | 10 | 10 | 4 | 11 |
| | Раз в полгода | % | 11 | 7 | 14 | 13 | 4 | 15 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 28 | 16 | 34 | 29 | 16 | 36 |
| | Никогда | % | 36 | 44 | 21 | 34 | 65 | 27 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Лекарства, медикаменты | Несколько раз в неделю и чаще | % | 5 | 6 | 8 | 5 | 4 | 3 |
| | Раз в неделю | % | 4 | 6 | 2 | 3 | 2 | 5 |
| | Несколько раз в месяц | % | 8 | 10 | 7 | 7 | 4 | 11 |
| | Примерно раз в месяц | % | 10 | 9 | 6 | 8 | 3 | 16 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 7 | 4 | 4 | 10 | 4 | 11 |
| | Раз в полгода | % | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 7 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 7 | 5 | 7 | 10 | 6 | 6 |
| | Никогда | % | 55 | 57 | 62 | 51 | 74 | 44 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Билеты (проездные, развлекательные и проч.) | Несколько раз в неделю и чаще | % | 6 | 6 | 9 | 7 | 4 | 5 |
| | Раз в неделю | % | 3 | 6 | 6 | 2 | 3 | 2 |
| | Несколько раз в месяц | % | 5 | 4 | 7 | 6 | 2 | 6 |
| | Примерно раз в месяц | % | 6 | 9 | 7 | 5 | 3 | 7 |
| | Раз в несколько месяцев | % | 9 | 10 | 11 | 14 | 4 | 9 |
| | Раз в полгода | % | 8 | 4 | 5 | 12 | 5 | 10 |
| | Реже, чем раз в полгода | % | 15 | 10 | 14 | 14 | 12 | 20 |
| | Никогда | % | 47 | 51 | 42 | 41 | 66 | 42 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**26. Почему Вы покупаете эти товары именно онлайн, а не в обычном магазине?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Цены в Интернет-магазинах ниже, чем в обычных | % | 62 | 64 | 65 | 60 | 48 | 66 |
| Это быстрее, экономит время, не люблю ходить по обычным магазинам | % | 47 | 41 | 55 | 47 | 42 | 48 |
| Больше выбор можно найти товар, которого нет в обычных магазинах моего города | % | 53 | 47 | 61 | 52 | 37 | 59 |
| Онлайн доступны товары более высокого качества | % | 10 | 18 | 10 | 10 | 8 | 7 |
| Онлайн дает бонусы | % | 16 | 13 | 14 | 23 | 8 | 17 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Онлайн легче вернуть или обменять товар | % | 10 | 12 | 10 | 10 | 9 | 11 |
| Товар доставляется в удобное место | % | 39 | 27 | 53 | 32 | 22 | 46 |
| Доступно больше информации о товаре | % | 22 | 20 | 18 | 22 | 17 | 27 |
| Можно сравнивать информацию с аналогичными товарами | % | 28 | 19 | 32 | 27 | 15 | 35 |
| Есть отзывы о товаре, фотографии и видео, подготовленные покупателями | % | 40 | 33 | 46 | 38 | 21 | 46 |
| Могу делать покупки в удобное для меня время | % | 45 | 37 | 50 | 41 | 35 | 51 |
| Другое (укажите) | % | 1 | 1 | 1 | 0 | 2 | 1 |
| Затрудняюсь ответить | % | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 |
| BASE | | 1288 | 206 | 231 | 222 | 161 | 468 |

**27. Скажите, как за последний год изменилась частота Ваших покупок через интернет?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Стал покупать чаще | % | 41 | 42 | 42 | 39 | 35 | 42 |
| Покупаю так же, как и раньше | % | 48 | 47 | 50 | 50 | 48 | 46 |
| Стал покупать реже (почему?) | % | 5 | 3 | 6 | 4 | 4 | 6 |
| Затрудняюсь ответить | % | 7 | 8 | 3 | 7 | 12 | 6 |
| BASE | | 1288 | 206 | 231 | 222 | 161 | 468 |

## 28. Скажите, при совершении покупок через интернет Вы сталкивались с указанными ниже ситуациями?

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Сроки доставки товара были нарушены | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 9 | 17 | 8 | 10 | 12 | 6 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 13 | 16 | 10 | 13 | 19 | 12 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 40 | 36 | 39 | 36 | 30 | 47 |
| | Никогда | % | 37 | 31 | 43 | 41 | 39 | 34 |
| | BASE | | 1288 | 206 | 231 | 222 | 161 | 468 |
| Товар оказался с браком или с истекшим сроком годности | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 5 | 10 | 6 | 5 | 6 | 3 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 8 | 11 | 9 | 9 | 9 | 7 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 34 | 34 | 36 | 29 | 20 | 40 |
| | Никогда | % | 53 | 46 | 50 | 57 | 65 | 51 |
| | BASE | | 1288 | 206 | 231 | 222 | 161 | 468 |
| Товар не доставили | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 5 | 8 | 6 | 5 | 7 | 3 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 7 | 11 | 6 | 6 | 7 | 5 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 22 | 20 | 22 | 25 | 14 | 25 |
| | Никогда | % | 66 | 61 | 66 | 65 | 71 | 68 |
| | BASE | | 1288 | 206 | 231 | 222 | 161 | 468 |
| Доставили неполный комплект заказа | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 5 | 7 | 6 | 5 | 8 | 3 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 7 | 12 | 7 | 6 | 7 | 5 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 22 | 19 | 23 | 18 | 20 | 25 |
| | Никогда | % | 66 | 62 | 64 | 70 | 65 | 67 |
| | BASE | | 1288 | 206 | 231 | 222 | 161 | 468 |
| Товар не соответствует заказанному, доставили другой товар | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 6 | 9 | 7 | 7 | 9 | 3 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 7 | 8 | 9 | 7 | 8 | 6 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 28 | 29 | 24 | 25 | 18 | 34 |
| | Никогда | % | 59 | 54 | 60 | 61 | 65 | 58 |
| | BASE | | 1288 | 206 | 231 | 222 | 161 | 468 |
| Не мог получить полную информацию о товаре или информация была указана не на вашем родном языке | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 6 | 11 | 6 | 7 | 9 | 3 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 8 | 11 | 8 | 11 | 9 | 6 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 20 | 20 | 22 | 23 | 16 | 19 |
| | Никогда | % | 65 | 58 | 65 | 59 | 65 | 71 |
| | BASE | | 1288 | 206 | 231 | 222 | 161 | 468 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Невозможность разрешить конфликтную ситуацию | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 7 | 6 | 8 | 8 | 11 | 4 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 7 | 14 | 7 | 7 | 5 | 5 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 13 | 12 | 12 | 10 | 12 | 15 |
| | Никогда | % | 74 | 68 | 74 | 76 | 71 | 76 |
| | BASE | | 1288 | 206 | 231 | 222 | 161 | 468 |
| Отказывали в возврате товара | Да, каждый раз или практически каждый раз | % | 6 | 9 | 8 | 5 | 10 | 3 |
| | Да, часто (примерно в каждом пятом случае) | % | 8 | 13 | 6 | 8 | 7 | 7 |
| | Да, редко (примерно в каждом десятом случае или реже) | % | 14 | 17 | 9 | 15 | 14 | 15 |
| | Никогда | % | 72 | 62 | 77 | 71 | 69 | 75 |
| | BASE | | 1288 | 206 | 231 | 222 | 161 | 468 |

**29. Хорошо ли Вы знаете, куда нужно обращаться для защиты Ваших прав как потребителя?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Знаю хорошо | % | 11 | 11 | 13 | 7 | 16 | 9 |
| Знаю достаточно | % | 50 | 54 | 55 | 45 | 27 | 56 |
| Меня не интересует | % | 39 | 35 | 32 | 48 | 58 | 35 |
| BASE | | 1288 | 206 | 231 | 222 | 161 | 468 |

## 30. Если Ваши права потребителя будут нарушены, куда Вы обратитесь?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| В уполномоченный государственный орган по защите прав потребителей | % | 47 | 30 | 59 | 44 | 38 | 54 |
| В суд, прокуратору, к услугам юристов | % | 16 | 16 | 15 | 18 | 18 | 15 |
| В общественное объединение потребителей | % | 18 | 16 | 29 | 16 | 11 | 19 |
| Буду пытаться решить проблему с изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг) самостоятельно | % | 44 | 38 | 52 | 40 | 32 | 49 |
| К знакомым, которые могут помочь решить ситуацию | % | 18 | 24 | 18 | 19 | 21 | 12 |
| Никуда не обращусь и ничего не буду делать | % | 11 | 17 | 7 | 12 | 18 | 7 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

## 31. Какие способы борьбы с недобросовестными изготовителями (исполнителями, продавцами) тваров (работ, услуг) Вы считаете наиболее эффективными?

| | | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Жалоба сотруднику администрации | 0 – совсем не эффективно | % | 12 | 14 | 8 | 9 | 14 | 15 |
| | 1 | % | 9 | 5 | 8 | 8 | 10 | 12 |
| | 2 | % | 10 | 10 | 14 | 10 | 7 | 10 |
| | 3 | % | 20 | 18 | 16 | 25 | 18 | 23 |
| | 4 | % | 19 | 22 | 25 | 18 | 14 | 18 |
| | 5 – очень эффективно | % | 29 | 32 | 28 | 31 | 37 | 22 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Жалоба в Книгу отзывов и предложений | 0 – совсем не эффективно | % | 21 | 23 | 10 | 21 | 24 | 24 |
| | 1 | % | 12 | 14 | 5 | 12 | 12 | 15 |
| | 2 | % | 13 | 11 | 11 | 15 | 13 | 15 |
| | 3 | % | 18 | 14 | 22 | 16 | 16 | 20 |
| | 4 | % | 16 | 18 | 24 | 15 | 12 | 13 |
| | 5 – очень эффективно | % | 20 | 21 | 28 | 21 | 24 | 13 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Негативный отзыв на сайте магазина, учреждения | 0 – совсем не эффективно | % | 11 | 15 | 7 | 7 | 16 | 9 |
| | 1 | % | 9 | 9 | 7 | 8 | 9 | 9 |
| | 2 | % | 11 | 9 | 9 | 11 | 8 | 16 |
| | 3 | % | 19 | 16 | 22 | 22 | 16 | 19 |
| | 4 | % | 22 | 22 | 28 | 20 | 18 | 22 |
| | 5 – очень эффективно | % | 29 | 30 | 27 | 32 | 32 | 26 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Обращение в общественные объединения потребителей | 0 – совсем не эффективно | % | 10 | 16 | 4 | 8 | 19 | 6 |
| | 1 | % | 8 | 10 | 3 | 6 | 12 | 8 |
| | 2 | % | 11 | 8 | 10 | 8 | 10 | 14 |
| | 3 | % | 21 | 21 | 18 | 20 | 20 | 22 |
| | 4 | % | 21 | 20 | 31 | 22 | 13 | 22 |
| | 5 – очень эффективно | % | 30 | 26 | 34 | 36 | 26 | 29 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

Окончание таблицы

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Обращение в уполномоченные государственные органы | 0 – совсем не эффективно | % | 9 | 17 | 2 | 8 | 15 | 6 |
| | 1 | % | 6 | 7 | 4 | 6 | 9 | 5 |
| | 2 | % | 8 | 9 | 6 | 5 | 10 | 8 |
| | 3 | % | 14 | 17 | 12 | 16 | 13 | 14 |
| | 4 | % | 23 | 24 | 24 | 18 | 20 | 26 |
| | 5 – очень эффективно | % | 40 | 26 | 52 | 47 | 33 | 42 |
| Негативный отзыв в социальных сетях | 0 – совсем не эффективно | % | 11 | 17 | 9 | 8 | 13 | 9 |
| | 1 | % | 9 | 6 | 7 | 5 | 10 | 12 |
| | 2 | % | 11 | 9 | 9 | 12 | 9 | 13 |
| | 3 | % | 21 | 18 | 24 | 18 | 16 | 23 |
| | 4 | % | 19 | 17 | 21 | 24 | 17 | 18 |
| | 5 – очень эффективно | % | 30 | 32 | 30 | 33 | 35 | 24 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Обращение в суд | 0 – совсем не эффективно | % | 11 | 22 | 3 | 10 | 17 | 6 |
| | 1 | % | 6 | 7 | 2 | 5 | 9 | 6 |
| | 2 | % | 9 | 10 | 5 | 7 | 11 | 9 |
| | 3 | % | 12 | 12 | 11 | 14 | 12 | 12 |
| | 4 | % | 18 | 19 | 22 | 14 | 15 | 21 |
| | 5 – очень эффективно | % | 44 | 30 | 56 | 50 | 37 | 46 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |
| Обращение юристу для досудебной защиты прав | 0 – совсем не эффективно | % | 10 | 16 | 4 | 8 | 13 | 8 |
| | 1 | % | 6 | 5 | 2 | 6 | 12 | 5 |
| | 2 | % | 8 | 9 | 5 | 7 | 11 | 8 |
| | 3 | % | 14 | 12 | 13 | 14 | 14 | 16 |
| | 4 | % | 22 | 21 | 30 | 16 | 18 | 23 |
| | 5 – очень эффективно | % | 40 | 36 | 46 | 49 | 32 | 40 |
| | BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**32. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их перед изготовителем (исполнителем, продавцом) товаров (работ, услуг)?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да, в любом случае я буду пытаться их отстоять | % | 41 | 36 | 44 | 44 | 46 | 38 |
| Да, если стоимость товара (работы, услуги) высокая для меня | % | 40 | 31 | 47 | 34 | 34 | 48 |
| Да, если в процессе использования товара (получения услуги) мне был нанесен физический вред | % | 30 | 26 | 32 | 29 | 30 | 32 |
| Да, если в процессе использования товара (получения услуги) мне был нанесен моральный вред | % | 22 | 21 | 20 | 24 | 22 | 22 |
| Нет | % | 8 | 15 | 6 | 6 | 10 | 4 |
| Другое (укажите) | % | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Затрудняюсь ответить | % | 7 | 8 | 4 | 6 | 6 | 7 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

## 33. В случае нарушения Ваших прав потребителя намерены ли Вы отстаивать их в суде?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да, в суде я смогу защитить свои права | % | 24 | 20 | 27 | 26 | 26 | 22 |
| Да, если стоимость товара (работы, услуги) дорогая для меня | % | 37 | 24 | 46 | 36 | 25 | 44 |
| Да, если в процессе получения услуги / использования товара мне был нанесен физический вред | % | 33 | 29 | 36 | 33 | 32 | 35 |
| Да, если в процессе получения услуги / использования товара мне был нанесен моральный вред | % | 22 | 22 | 21 | 26 | 25 | 18 |
| Нет | % | 15 | 26 | 11 | 12 | 18 | 11 |
| Другое (укажите) | % | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| Затрудняюсь ответить | % | 10 | 11 | 7 | 8 | 9 | 12 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

## 34. Какие органы должны заниматься защитой прав потребителей?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Государство, уполномоченные государственные органы | % | 65 | 52 | 70 | 60 | 62 | 72 |
| Общественные объединения потребителей | % | 35 | 28 | 46 | 34 | 29 | 38 |
| Юристы | % | 28 | 29 | 34 | 28 | 22 | 26 |
| Никто, защитой своих прав потребители должны заниматься сами | % | 5 | 11 | 2 | 5 | 5 | 3 |
| Затрудняюсь ответить | % | 8 | 8 | 7 | 12 | 9 | 7 |
| Судебные органы | % | 28 | 18 | 37 | 26 | 21 | 33 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**35. На Ваш взгляд, насколько эффективно государственное регулирование в сфере защиты прав потребителей?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Очень эффективно | % | 13 | 14 | 19 | 13 | 14 | 8 |
| Скорее эффективно | % | 44 | 40 | 53 | 41 | 33 | 48 |
| Скорее неэффективно | % | 22 | 24 | 11 | 23 | 34 | 20 |
| Абсолютно неэффективно | % | 6 | 9 | 2 | 8 | 8 | 6 |
| Затрудняюсь ответить | % | 16 | 14 | 15 | 14 | 12 | 19 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**36. Есть ли в Вашей стране общественные объединения в сфере защите прав потребителей?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да | % | 46 | 45 | 53 | 45 | 41 | 46 |
| Нет | % | 12 | 24 | 3 | 9 | 26 | 4 |
| Затрудняюсь ответить | % | 42 | 32 | 44 | 46 | 33 | 50 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**37. На Ваш взгляд, насколько эффективна работа таких организаций в сфере защиты прав потребителей?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Очень эффективна | % | 10 | 12 | 14 | 10 | 12 | 6 |
| Скорее эффективна | % | 42 | 44 | 48 | 45 | 35 | 41 |
| Скорее неэффективна | % | 19 | 16 | 12 | 20 | 30 | 18 |
| Абсолютно неэффективна | % | 5 | 8 | 2 | 5 | 7 | 4 |
| Затрудняюсь ответить | % | 24 | 19 | 25 | 21 | 15 | 31 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

## 38. Сколько раз за последние 12 месяцев Вы сталкивались с нарушением Ваших прав потребителя?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Никогда не приходилось оказываться в такой ситуации | % | 26 | 35 | 22 | 24 | 32 | 23 |
| Один раз в несколько лет | % | 29 | 20 | 33 | 30 | 22 | 36 |
| Один-два раза в год | % | 23 | 23 | 25 | 24 | 25 | 20 |
| Один раз в месяц | % | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 |
| Чаще, чем один раз в месяц | % | 4 | 4 | 2 | 6 | 3 | 3 |
| Затрудняюсь ответить | % | 17 | 16 | 18 | 15 | 14 | 18 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

## 39. Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да, в уполномоченные государственные органы по защите прав потребителей моей страны | % | 8 | 9 | 7 | 6 | 6 | 11 |
| Да, в уполномоченные государственные органы другого государства-члена ЕАЭС | % | 5 | 10 | 5 | 4 | 7 | 3 |
| Обращались в общественное объединение потребителей | % | 7 | 12 | 6 | 5 | 8 | 5 |
| Обращались в суд, прокуратору | % | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| Никуда не обращались, решали проблему с изготовителем (продавцом) товаров, исполнителем (работ, услуг) самостоятельно | % | 69 | 63 | 77 | 71 | 53 | 73 |
| Ничего не пытались сделать (почему?) | % | 9 | 6 | 6 | 9 | 22 | 5 |
| Обращались к услугам юристов | % | 6 | 13 | 3 | 6 | 7 | 5 |
| BASE | | 1104 | 163 | 196 | 189 | 169 | 387 |

## 39. Обращались ли Вы за последние 3 года за защитой прав потребителей? Ничего не пытались сделать (почему?)

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Бесполезно обращаться/неэффективно | % | 29 | 0 | 8 | 24 | 46 | 30 |
| Лень | % | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 | 5 |
| Нет времени/жалко время | % | 16 | 56 | 8 | 6 | 8 | 25 |
| Не хватило информации (куда обращаться, какая процедура) | % | 14 | 0 | 8 | 6 | 27 | 5 |
| Не хватило смелости, упорства | % | 2 | 0 | 0 | 12 | 0 | 0 |
| Был незначительный брак в товаре | % | 9 | 0 | 17 | 24 | 0 | 15 |
| Другое | % | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 | 5 |
| Затрудняюсь/не было повода | % | 25 | 44 | 58 | 29 | 14 | 15 |
| BASE | | 95 | 9 | 12 | 17 | 37 | 20 |

## 40. Какой результат по обращению за защитой прав потребителей Вы получили?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Полностью удалось отстоять свои права | % | 38 | 26 | 44 | 38 | 26 | 44 |
| Частично удалось отстоять свои права | % | 49 | 53 | 46 | 49 | 51 | 47 |
| Не удалось отстоять свои права | % | 9 | 13 | 6 | 9 | 14 | 6 |
| Вопрос завис на рассмотрении | % | 5 | 8 | 4 | 4 | 9 | 3 |
| BASE | | 1104 | 163 | 196 | 189 | 169 | 387 |

**41. Как бы Вы оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Вашей стране?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Ситуация благополучная – права потребителей полностью соблюдаются | % | 17 | 12 | 28 | 12 | 17 | 15 |
| Ситуация удовлетворительная, права потребителей соблюдаются частично | % | 51 | 49 | 50 | 51 | 38 | 58 |
| Ситуация неблагополучная, по большей части, права потребителей не соблюдаются | % | 17 | 19 | 6 | 20 | 28 | 13 |
| Затрудняюсь ответить | % | 16 | 20 | 16 | 17 | 17 | 14 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**42. Как Вы думаете, законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки...?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Законодательство вполне отвечает всем ожиданиям потребителей | % | 27 | 24 | 38 | 27 | 24 | 24 |
| Законодательство по защите прав потребителей все еще несовершенно и необходимо в него внести поправки | % | 50 | 51 | 37 | 51 | 56 | 51 |
| Затрудняюсь ответить | % | 24 | 25 | 25 | 22 | 21 | 25 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**43. Оцените изменение ситуации в сфере государственного регулирования защиты прав потребителей за последние несколько лет?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Стало лучше (что конкретно?) | % | 8 | 8 | 6 | 5 | 17 | 6 |
| Осталось на прежнем уровне, не изменилось | % | 59 | 61 | 56 | 66 | 54 | 59 |
| Стало хуже (что конкретно?) | % | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 2 |
| Затрудняюсь ответить | % | 30 | 27 | 37 | 24 | 26 | 32 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**44. Считаете ли Вы необходимым расширение прав потребителей?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да, в значительной степени | % | 35 | 43 | 21 | 35 | 47 | 32 |
| Да, незначительно | % | 36 | 35 | 38 | 40 | 31 | 36 |
| Нет | % | 11 | 10 | 19 | 8 | 10 | 11 |
| Затрудняюсь ответить | % | 18 | 12 | 22 | 17 | 12 | 22 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**45. Как Вы думаете, есть ли необходимость в усилении регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Да, в значительной степени | % | 38 | 39 | 26 | 37 | 55 | 35 |
| Да, незначительно | % | 36 | 35 | 40 | 42 | 26 | 37 |
| Нет | % | 9 | 10 | 16 | 6 | 4 | 9 |
| Затрудняюсь ответить | % | 17 | 16 | 18 | 16 | 15 | 19 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

**46. Что необходимо усилить в вопросе регулирования отношений между потребителями товаров (работ, услуг) и изготовителями (продавцами) товаров, исполнителями (работ, услуг)?**

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Увеличить размер штрафов для недобросовестных субъектов предпринимательской деятельности за нарушение ими законодательства в сфере защиты прав потребителей | % | 53 | 45 | 44 | 50 | 51 | 64 |
| Повысить требования к качеству товара (работ, услуг) | % | 68 | 55 | 72 | 71 | 66 | 74 |
| Повысить требования к предоставлению информации о товаре (работе, услуге), информации об изготовителе (исполнителе, продавце) | % | 42 | 29 | 39 | 39 | 43 | 52 |
| Повысить требования к безопасности товара (работы, услуги) | % | 44 | 35 | 43 | 43 | 37 | 53 |
| Другое (укажите) | % | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Затрудняюсь ответить | % | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| BASE | | 1108 | 185 | 165 | 197 | 201 | 360 |

## S.8. Скажите, пожалуйста, в настоящее время Вы работаете или нет?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Работаю по найму на государственном предприятии | % | 17 | 18 | 31 | 10 | 12 | 16 |
| Работаю по найму на частном, коммерческом предприятии | % | 24 | 16 | 19 | 28 | 18 | 32 |
| Частный предприниматель, собственный бизнес | % | 7 | 6 | 7 | 9 | 7 | 6 |
| Пенсионер (не работаю) | % | 18 | 14 | 19 | 14 | 10 | 24 |
| Временно нигде не работаю, безработный | % | 11 | 20 | 6 | 10 | 18 | 7 |
| Студент, учащийся (не работаю) | % | 9 | 6 | 7 | 14 | 15 | 6 |
| Занимаюсь домашним хозяйством, в декрете | % | 9 | 14 | 6 | 10 | 11 | 6 |
| Другое (укажите) | % | 5 | 7 | 5 | 4 | 7 | 3 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |

## S.9. Уточните, пожалуйста, в какой отрасли, сфере Вы работаете?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Промышленность | % | 13 | 13 | 14 | 12 | 12 | 14 |
| Сельское хозяйство | % | 7 | 4 | 8 | 6 | 14 | 4 |
| Дизайн, проектирование, архитектура, строительство | % | 6 | 8 | 10 | 6 | 4 | 4 |
| Государственное, муниципальное управление | % | 4 | 6 | 3 | 2 | 7 | 3 |
| Образование, наука | % | 8 | 15 | 4 | 10 | 9 | 6 |
| Культура, искусство | % | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 |
| Здравоохранение | % | 5 | 7 | 5 | 2 | 4 | 7 |
| Услуги, торговля | % | 18 | 14 | 19 | 19 | 14 | 21 |
| Общественное питание | % | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| Бытовое (коммунальное) обслуживание | % | 4 | 0 | 5 | 6 | 3 | 5 |
| Правоохранительные органы, армия, флот, охранная деятельность | % | 5 | 8 | 2 | 5 | 3 | 5 |
| Транспорт (в том числе, морской), связь | % | 5 | 0 | 6 | 2 | 6 | 6 |
| Информация, IT | % | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| Финансы, юриспруденция | % | 2 | 3 | 1 | 4 | 1 | 2 |
| Другое (укажите) | % | 13 | 12 | 13 | 14 | 13 | 12 |
| BASE | | 794 | 116 | 154 | 128 | 112 | 284 |

## S.10. Кем Вы работаете?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Руководитель высшего звена (ген. директор, президент) | % | 3 | 7 | 1 | 4 | 3 | 3 |
| Заместитель руководителя, главный специалист | % | 3 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 |
| Руководитель среднего звена (руководитель отдела, подразделения, цеха, смены, или сектора) | % | 11 | 13 | 12 | 10 | 2 | 13 |
| Квалифицированный специалист с высшим образованием (врач, юрист, педагог) | % | 17 | 18 | 17 | 23 | 13 | 16 |
| Служащий без высшего образования (кассир, машинистка, продавец и т.д.) | % | 14 | 9 | 19 | 13 | 5 | 17 |
| Технический или обслуживающий персонал | % | 12 | 14 | 10 | 13 | 16 | 11 |
| Квалифицированный рабочий, мастер | % | 16 | 4 | 23 | 13 | 12 | 21 |
| Разнорабочий | % | 9 | 12 | 6 | 7 | 17 | 7 |
| Другое (укажите) | % | 14 | 18 | 9 | 13 | 30 | 8 |
| BASE | | 794 | 116 | 154 | 128 | 112 | 284 |

## S.11. Какая из перечисленных фраз наиболее точно характеризует уровень жизни Вашей семьи?

| | | TOTAL | Республика Армения | Республика Беларусь | Республика Казахстан | Кыргызская Республика | Российская Федерация |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Нашей семье не хватает денег даже на еду и оплату коммунальных услуг | % | 4 | 6 | 2 | 6 | 7 | 1 |
| Нашей семье хватает денег только на еду и оплату коммунальных услуг, приобретение одежды проблематично | % | 15 | 21 | 12 | 11 | 21 | 11 |
| Нашей семье хватает денег только на еду и одежду, приобретение бытовой техники без обращения к кредитам проблематично | % | 37 | 33 | 41 | 38 | 31 | 39 |
| Нашей семье хватает денег на приобретение бытовой техники, но покупка автомобиля или отдых за границей без обращения к кредитам для нас проблематичны | % | 28 | 19 | 27 | 32 | 20 | 36 |
| Нашей семье хватает денег на отдых и содержание машины, но не можем приобрести дачу, квартиру без ипотеки и т.д. | % | 10 | 11 | 11 | 9 | 11 | 9 |
| Наша семья может без проблем приобрести любые дорогие вещи – квартиру, машину, дачу и т.д. | % | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 1 |
| Отказ от ответа | % | 4 | 6 | 4 | 3 | 7 | 2 |
| BASE | | 1501 | 250 | 250 | 250 | 250 | 501 |