

Sondaj. Rezultatele cercetării percepției consumatorilor a drepturilor pe care le au și percepția acestora privind eficiența autorităților cu competențe în domeniul protecției consumatorilor

Andreea Creciun

stagiară, Centrul Analitic Independent „Expert-Grup”, iulie 2025

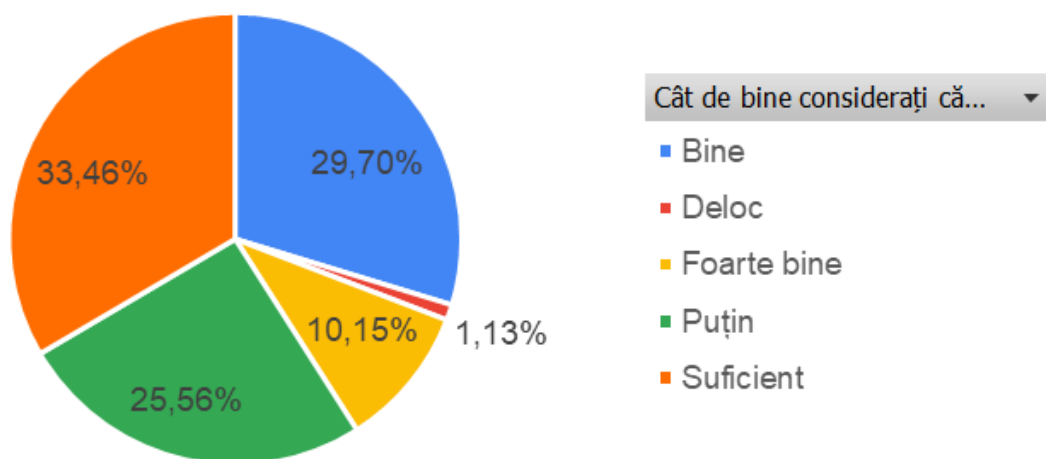
Chestionarul privind gradul de cunoaștere de către consumatori a drepturilor pe care le au și percepția acestora privind eficiența autorităților cu competențe în domeniul protecției consumatorilor a fost realizat în cadrul proiectului *Consolidarea cadrului de protecție a consumatorilor din Republica Moldova*, la sugestia Comitetului de supraveghere a proiectului. Chestionarul a fost administrat online cu suportul organizațiilor media subgrantiste identificate în cadrul proiectului. Scopul chestionarului a fost identificarea eventualelor lacune în cunoașterea legislației și a mecanismelor disponibile pentru apărarea drepturilor consumatorilor, precum și încrederea populației în eficiența și reacția instituțiilor competente în soluționarea problemelor de consum.

Chestionarul a avut drept respondenți 266 de cetățeni. Aceștia au avut de răspuns la întrebări de segmentare a respondenților, întrebări despre cunoștințele generale despre protecția consumatorului, despre gradul de cunoaștere a drepturilor consumatorilor, despre percepția privind calitatea protejării de către autorități a drepturilor consumatorilor și au avut posibilitatea de a oferi recomandări și sugestii la final. Limitările metodologice ale studiului vizează reprezentativitatea chestionarului pentru distribuția populației pe medii de trai și pe grupe de vârstă. Ținem să menționăm că orice corelație identificată în cele ce urmează nu implică neapărat o cauzalitate.

1. Structura eșantionului

Consumatorii nu își cunosc prea bine drepturile

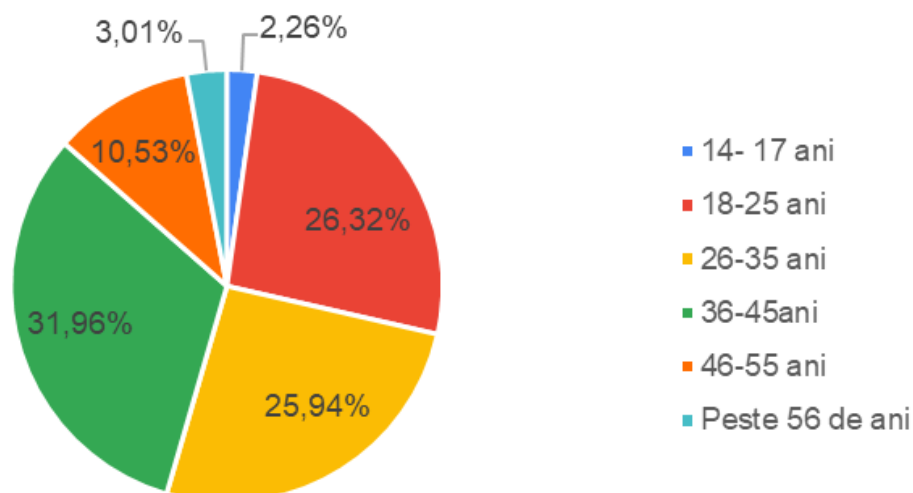
Figura nr. 1 Cât de bine consideră respondenții că sunt informați despre drepturile lor ca și consumatori



Doar 10,15% consideră că își cunosc drepturile de consumator foarte bine, 25.56% - puțin, 29.7% - bine, iar tocmai 33,46% consideră că își cunosc drepturile suficient.

Majoritatea respondenților au între 18 și 45 de ani

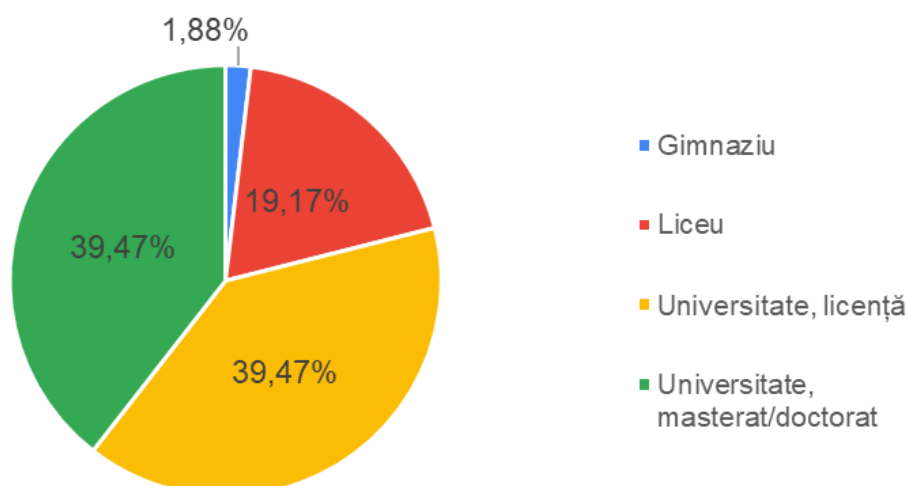
Figura nr. 2 Distribuția respondenților pe intervale de vârstă



Intervalul de vârstă cu cea mai mare pondere al respondenților este 18 - 45 de ani, cu procentajele următoare: 36 - 45 de ani (31,96%), 18 - 25 ani (26,32%) și 26 - 35 ani (25,94%). Tinerii cu vârstă cuprinsă între 14 și 17 ani constituie 2,26%, iar respondenții de peste 56 de ani - 3,01%.

Pondere ridicată a respondenților cu studii superioare

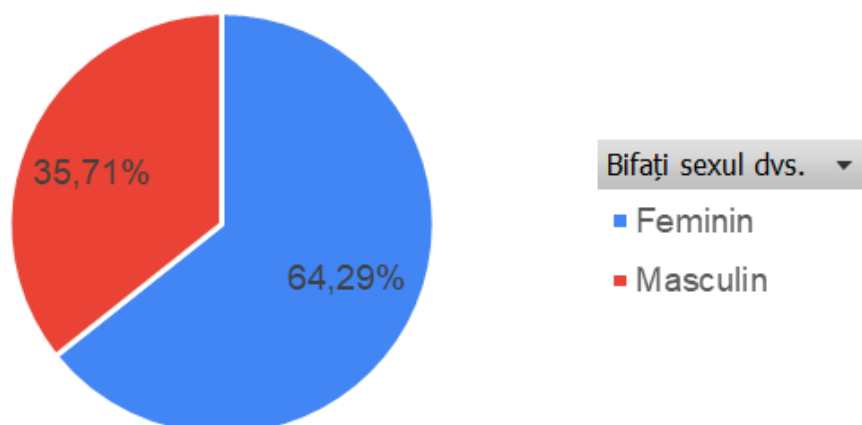
Figura nr. 3 Distribuția respondenților pe treptele de educație finalizată



O proporție semnificativă dintre respondenți are studii superioare, 39,47% fiind absolvenți de licență și alți 39,47% având studii postuniversitare (masterat sau doctorat). Restul respondenților au finalizat liceul (19,17%) sau doar gimnaziul (1,88%).

Participare semnificativ mai mare a femeilor la acest chestionar

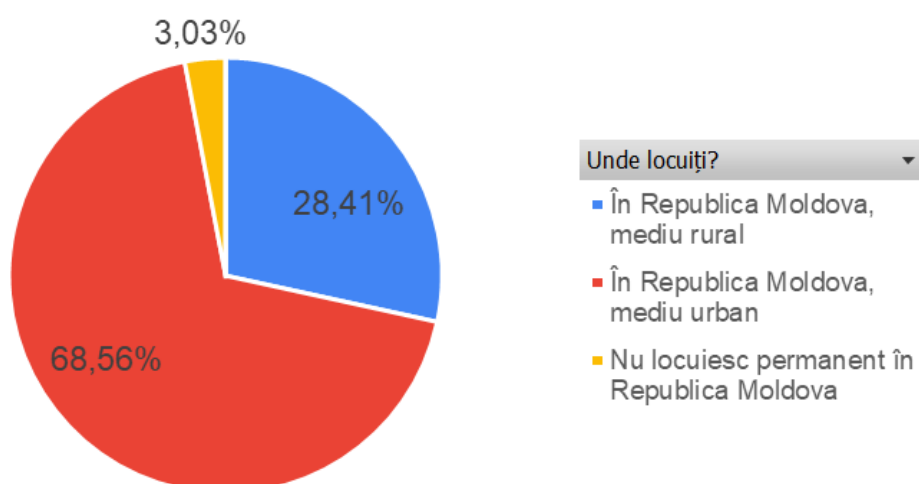
Figura nr. 4 Distribuția respondenților pe sexe



Din totalul de respondenți, 64,29% sunt femei, iar 35,71% sunt bărbați. Dezechilibrul de gen trebuie avut în vedere în interpretarea rezultatelor, întrucât poate influența percepțiile generale și comportamentele raportate în cadrul cercetării.

Majoritatea respondenților locuiesc în mediul urban

Figura nr. 5 Distribuția respondenților pe mediul de trai

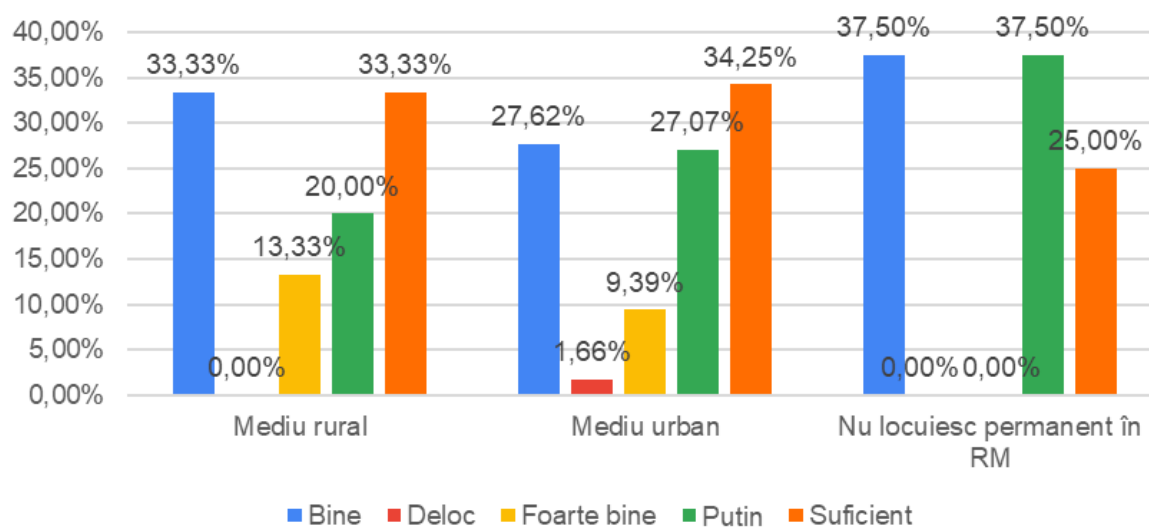


Din punct de vedere al distribuției pe mediu de trai, 68,56% din total sunt din mediul urban, 28,41% - din mediul rural, iar 3,03% nu locuiesc permanent în RM. Această predominanță poate influența rezultatele chestionarului, având în vedere accesul diferit la servicii, informație și canale de reclamație.

2. Autoevaluarea informării despre drepturile ca și consumator

Respondenții din rural se declară mai siguri pe cunoașterea drepturilor lor

Figura nr. 6 Autoevaluarea gradului de cunoaștere a drepturilor consumatorului și distribuția respondenților după mediul de trai

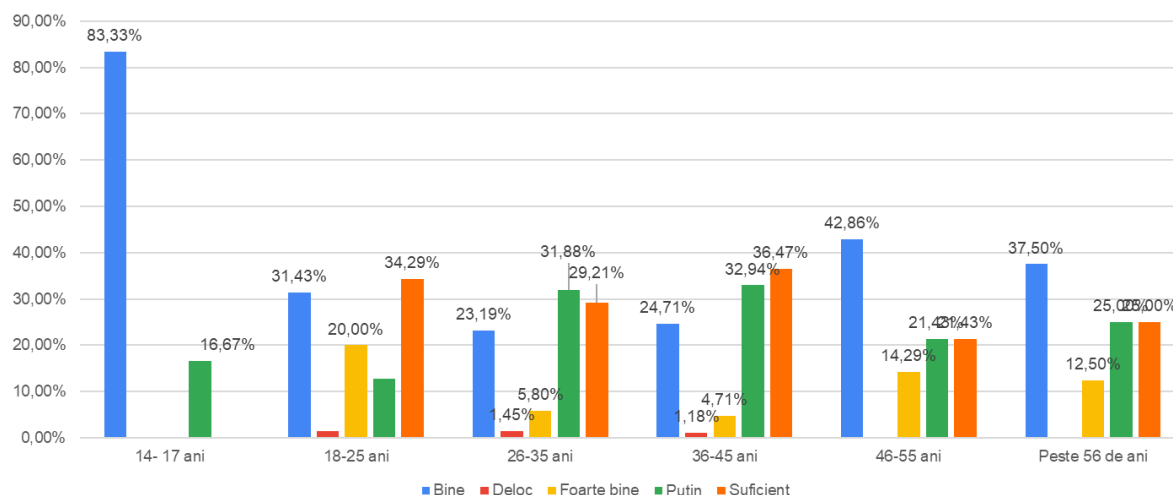


În graficul de mai sus, am dorit să identificăm diferențele de percepție a propriului grad de cunoaștere a drepturilor consumatorilor dintre mediul rural și urban. Graficul a fost construit prin împărțirea eșantionului în trei grupuri distincte, după mediul de trai - urban/rural/nerezidenți, și, în cadrul fiecărui grup, au fost segmentate persoanele în baza calificativelor date nivelului de cunoaștere - bine/deloc/foarte bine/puțin/suficient. Astfel, analizăm separat ce cred consumatorii din fiecare grup.

Constatăm că persoanele din mediul rural consideră că își cunosc mai bine drepturile decât cele din mediul urban, declarând cu un procentaj mai mare că își cunosc drepturile foarte bine (13,33% > 9,39%). În același timp, cei din mediul urban au dominat la opțiunea *suficient* (34,25%).

Încrederea în cunoștințele proprii scade odată cu vârsta

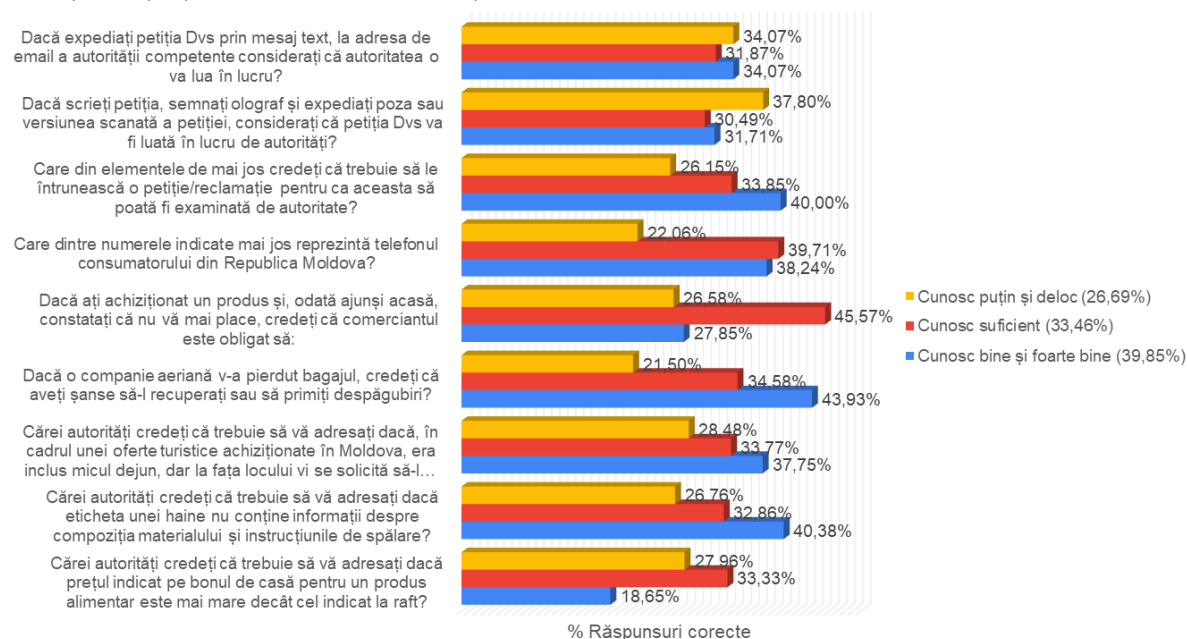
Figura nr. 7 Autoevaluarea gradului de cunoaștere ale drepturilor consumatorului și distribuirea respondenților pe categorii de vârstă



În continuare, cu scopul de a identifica încrederea în cunoștințele proprii în funcție de vârstă, am corelat autoevaluarea cunoștințelor și categoriile de vârstă. Astfel, putem constata că tinerii sunt mai încrezători în cunoștințele lor, în timp ce adulții de 26 - 35 de ani și cei de 36 - 45 de ani tind să fie mai rezervați. Este posibil ca tinerii să fie mai conectați la informație prin mediul digital, în timp ce adulții au o percepție mai realistă asupra complexității drepturilor datorită experienței practice în interacțiunile cu furnizorii.

Autoevaluarea cunoștințelor nu corespunde neapărat cu performanța reală

Figura nr. 8 Evaluarea gradului de cunoaștere a drepturilor de consumator al consumatorilor ce consideră că le știu puțin și deloc / suficient / bine și foarte bine

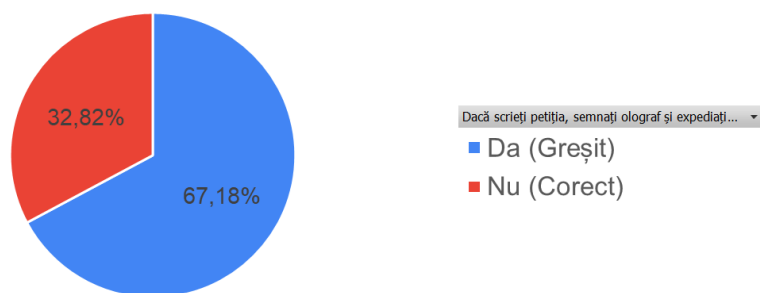


Cu scopul de a compara percepția gradului de cunoaștere cu reala cunoaștere a drepturilor de

consumator, a fost realizat un grafic în care a fost corelată autoevaluarea cunoștințelor și răspunsurile corecte la întrebările de evaluare a cunoștințelor. Am analizat ponderea persoanelor care s-au evaluat că își cunosc drepturile puțin și deloc/suficient/bine și foarte bine per fiecare întrebare. Nu s-a constatat o corelație clară între cum se autoevaluează respondenții și cât de bine au răspuns la întrebări, deoarece, în unele cazuri, persoanele care cred că „știu bine și foarte bine” greșesc mai mult decât cele care spun că sunt puțin informați privind drepturile consumatorilor, ceea ce sugerează o posibilă supraestimare a propriei informări.

Doar o treime din respondenți demonstrează competență practică în formularea reclamațiilor

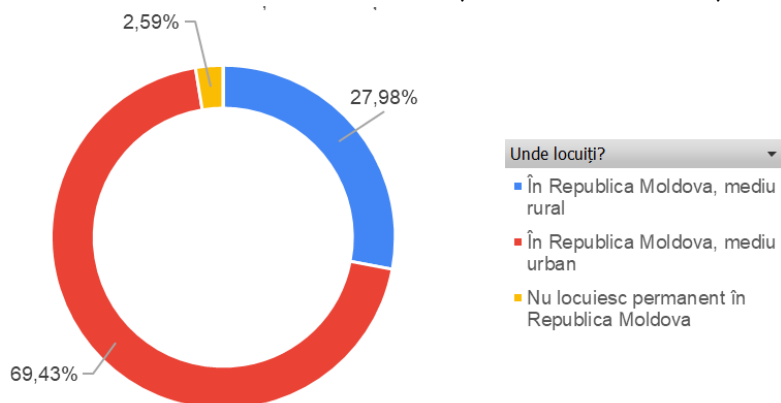
Figura nr. 9 Gradul de cunoaștere al scrierii corecte a reclamației evaluat printr-o întrebare al respondenților care atestă cunoașterea elementelor unei reclamații corecte



Cu intenția de a testa competența respondenților în formularea reclamațiilor, am analizat în graficul de mai sus cunoștințele persoanelor care cunosc elementele unei petiții/reclamații pentru ca aceasta să poată fi examinată de autoritate. Acestea au avut de răspuns la întrebarea: *Dacă scrieți petiția, semnați olograf și expediați poza sau versiunea scanată a petiției, considerați că petiția Dvs va fi luată în lucru de autorități?*. În rezultat, doar 32,82% dintre cunoscătorii elementelor indispensabile unei reclamații au răspuns corect, sugerând o posibilă suprapunere între încrederea declarativă și cunoștințele practice reale ale respondenților.

Cunoaștere despre reclamații de 2,5 ori mai mari în mediul urban față de rural

Figura nr. 10 Mediul de trai al respondenților care atestă cunoașterea elementelor unei reclamații corecte

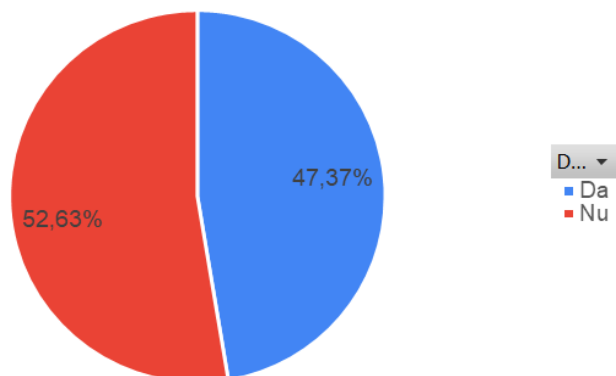


Corelând cunoașterea elementelor unei reclamații cu mediul de trai, constatăm că respondenții din mediul urban cunosc elementele unei petiții valide într-o proporție de 69,43%, pe când cei din mediul rural - în proporție de doar 27,98%.

3. Semnătura electronică/mobilă

Cei mai mulți respondenți nu dețin semnătura electronică

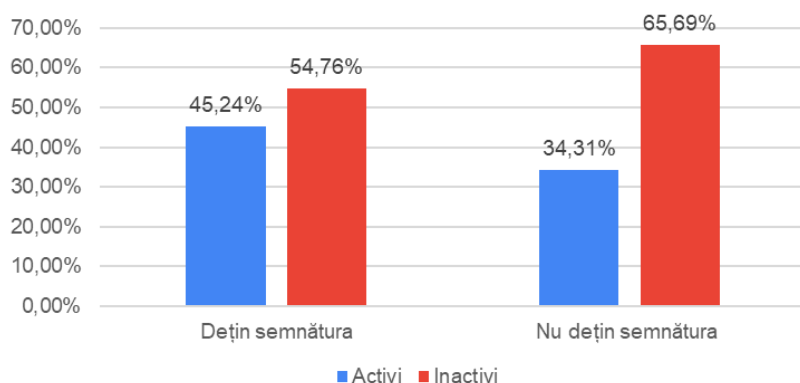
Figura nr. 11 Deținerea semnăturii electronice/mobile a respondenților



Una dintre limitările capacității de a trimite reclamații online, în ciuda digitalizării crescânde a serviciilor publice, este absența semnăturii electronice/mobile, iar, conform figurii nr. 11, doar 47,37% dintre respondenți dețin semnătura respectivă.

Deținătorii semnăturii electronice sunt mai activi în înaintarea reclamațiilor

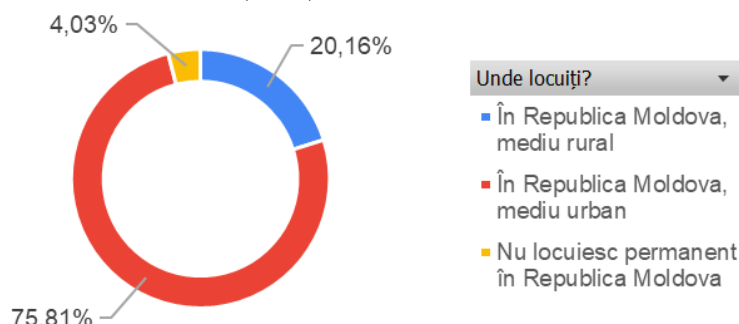
Figura nr. 12 Deținerea semnăturii electronice/mobile și activitatea de înaintare a reclamațiilor



Urmărind scopul de a identifica legătura dintre instrumentele digitale și implicarea în procesul de reclamare/petiționare, am analizat ponderea de in/activitate a respondenților de înaintare a reclamațiilor care dețin sau care nu dețin semnătura. Putem observa că deținerea semnăturii electronice/mobile a dus la o creștere aparentă de 10,93% în activitatea de reclamare comparativ cu persoanele care nu o dețin. Acest fapt este, posibil, din cauza unui nivel mai ridicat de alfabetizare juridică/digitală sau o percepere a procedurii ca fiind mai accesibilă, ceea ce îi determină pe consumatori să fie mai dispuși să formuleze reclamații într-un mod valid.

Mai mulți respondenții din mediul urban dețin semnătura mobilă decât cei din mediul rural

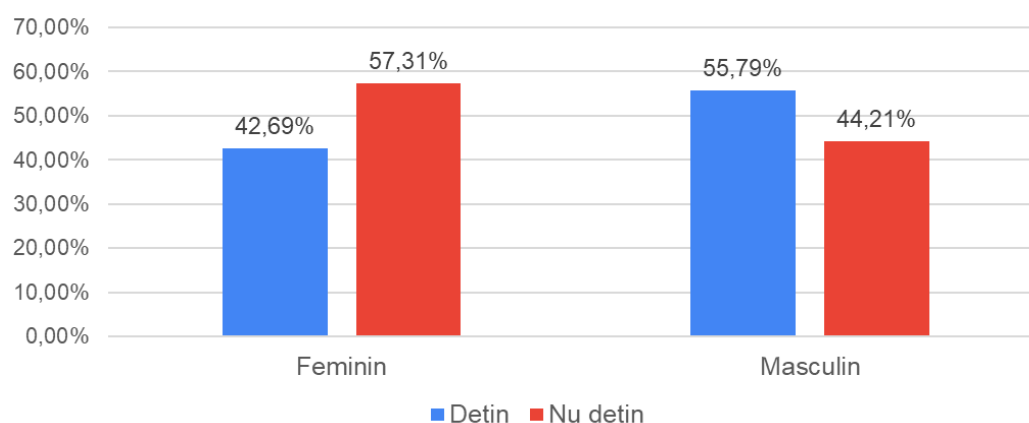
Figura nr. 13 Distribuția deținătorilor semnăturii electronice pe mediul de trai



În efortul de a identifica tendința de a deține semnătura electronică/mobilă în funcție de locație, am corelat deținerea semnăturii cu mediul de trai. Astfel, observăm că respondenții din mediul urban dețin într-o proporție de 75,81% semnătura mobilă, cei din mediul rural - în proporție de 20,16%, iar persoanele ce nu locuiesc permanent în RM- 4,03%. Această diferență poate fi explicată prin accesul mai facil la infrastructura digitală și la servicii administrative în mediul urban, unde cetățenii sunt mai des expuși la inițiative de informare, instruire și digitalizare, iar persoanele care nu locuiesc permanent aici sunt mai puțin conectate la sistemele locale sau pot omite nevoia de a obține o semnătură calificată.

Ponderea bărbaților din eșantion care dețin semnătura electronică este mai mare decât cea a femeilor

Figura nr. 14 Distribuția deținătorilor semnăturii electronice pe sexe

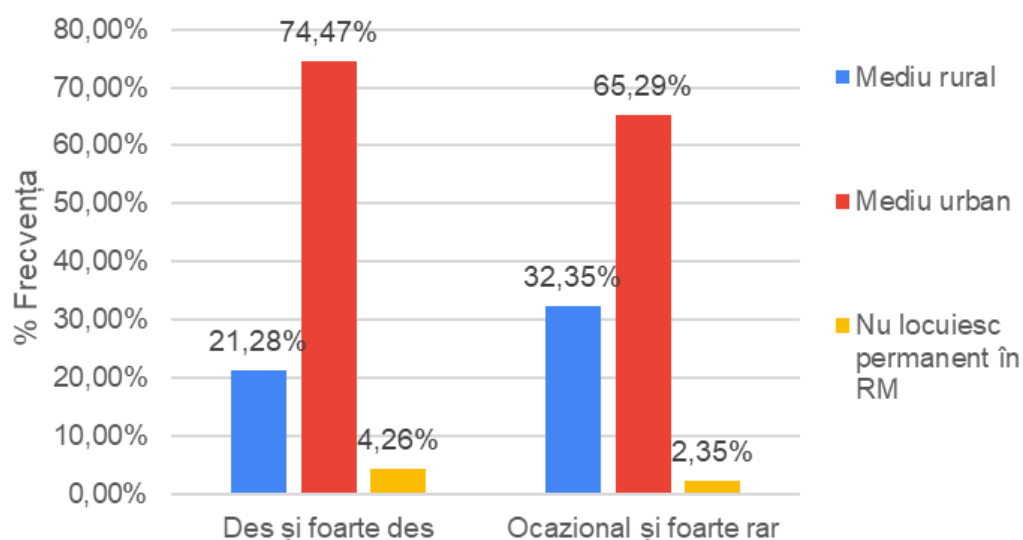


Din punct de vedere al distribuției pe sexe, ponderea bărbaților din eșantion care dețin semnătura electronică este cu 13,1 puncte procentuale mai mare decât cea a femeilor. Această diferență poate fi atribuită faptului că bărbații sunt adesea reprezentați într-o proporție mai mare în sectoare sau funcții care presupun interacțiuni frecvente cu instituțiile publice și cu semnăturile oficiale, sau faptului că femeile, mai ales din mediile rurale, pot avea un grad mai scăzut de expunere la oportunități de a obține semnătura sau pot considera acest demers mai puțin necesar în activitățile lor zilnice.

4. Probleme legate de calitatea produselor/serviciilor achiziționate

Există o ușoară creștere în frecvența problemelor în rândul urbaniștilor

Figura nr. 15 Frecvența problemelor și mediul de trai al respondenților

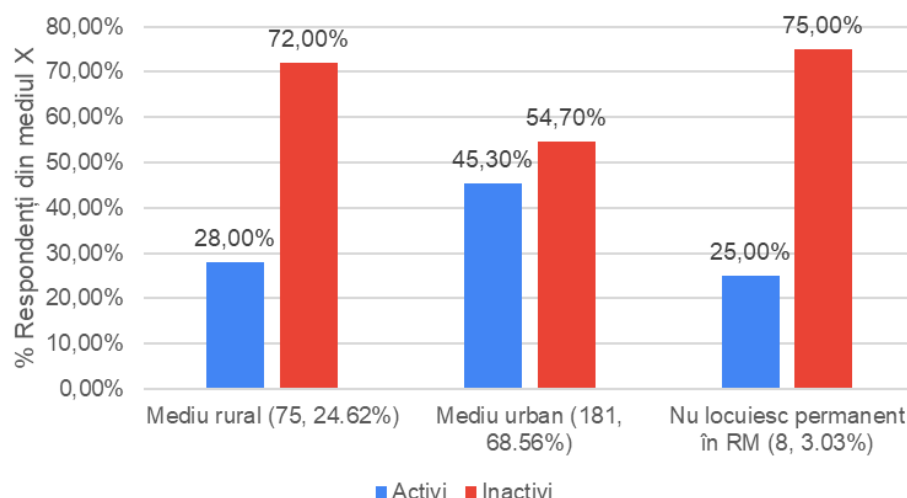


Urmărind scopul de a înțelege experiența directă cu problemele legate de calitatea produselor sau serviciilor achiziționate, am corelat frecvența problemelor cu mediul de trai. Pentru început, am împărțit respondenții în două mari categorii: persoanele ce întâmpină probleme des și foarte des; persoane ce au probleme ocazional și foarte rar. Drept rezultat, observăm o frecvență sporită a problemelor în rândul urbaniștilor de 74,47% în comparație cu cele 21,28% ale respondenților din mediul rural ce întâmpină probleme des și foarte des. Această tendință poate fi explicată de faptul că locuitorii din mediul urban au, în general, o expunere mai mare la piața de bunuri și servicii, efectuează mai frecvent achiziții, și au așteptări mai ridicate în ceea ce privește calitatea.

5. Înaintarea reclamațiilor

Respondenții din mediul urban sunt mai activi în depunerea petițiilor decât cei din mediul rural

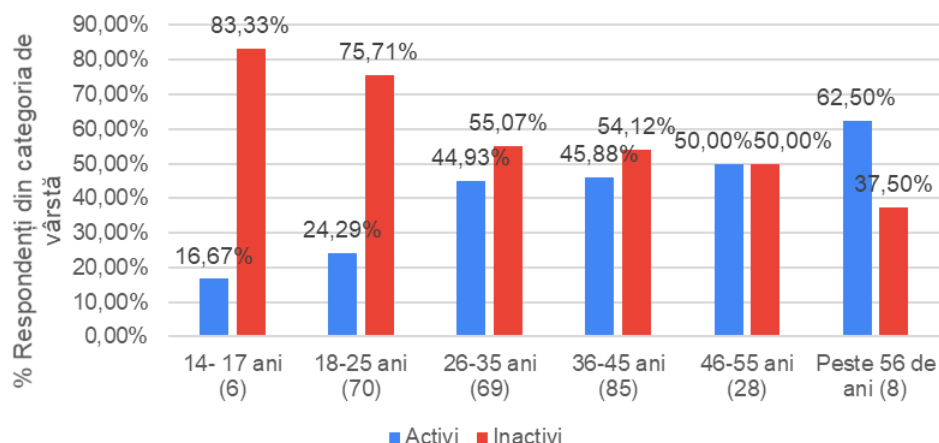
Figura nr. 16 Activitatea de înaintare a reclamațiilor și mediul de trai al respondenților



În continuare, pentru a identifica tendința de a reclama în funcție de locație, am corelat in/activitatea de reclamare cu mediul de trai. Astfel, observăm că 45,30% dintre locuitorii din mediul urban au depus măcar o dată petiții atât către autoritate, către ONG-uri de protecție a consumatorilor, cât și către comerciant. Pe de altă parte, doar 28% dintre cei din mediul rural și 25% din cei care nu locuiesc permanent în RM au fost activi în înaintarea reclamațiilor. Urbanul este mai activ, posibil ca urmare a expunerii mai mari la situații comerciale și datorită nivelului de informare mai bun.

Activitatea de reclamare crește odată cu înaintarea în vârstă

Figura nr. 17 Activitatea de înaintare a reclamațiilor și distribuția pe vârste a respondenților

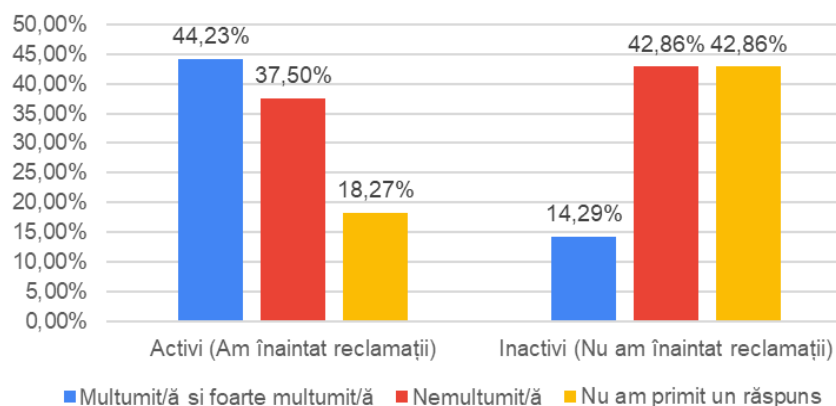


Din punct de vedere al distribuției pe vârste, observăm o tendință crescătoare a activității de reclamare odată cu înaintarea în vârstă, atingând cel mai ridicat nivel în rândul persoanelor cu vârsta de peste 56 de ani. Tinerii (14–25 ani) sunt în general pasivi în raport cu problemele întâmpinate, ceea ce ar trebui să reprezinte un aspect îngrijorător în contextul educației consumatorului. Chiar dacă adulții (26–55 ani) reclamă mai frecvent, există loc pentru îmbunătățire în ceea ce privește implicarea lor, iar vârstnicii par surprinzător de activi, dar aici trebuie luată în calcul și dimensiunea redusă a eșantionului (8 persoane)

care influențează proporțiile. Am putea explica cele menționate prin faptul că odată cu înaintarea în vârstă, consumatorii devin mai conștienți de drepturile lor și mai dispuși să acționeze atunci când acestea sunt încălcate; pot avea mai multă experiență de viață și o atitudine mai pragmatică față de instituțiile statului.

Respondenții activi în procesul de reclamare sunt mai satisfăcuți de răspunsul la reclamație primit

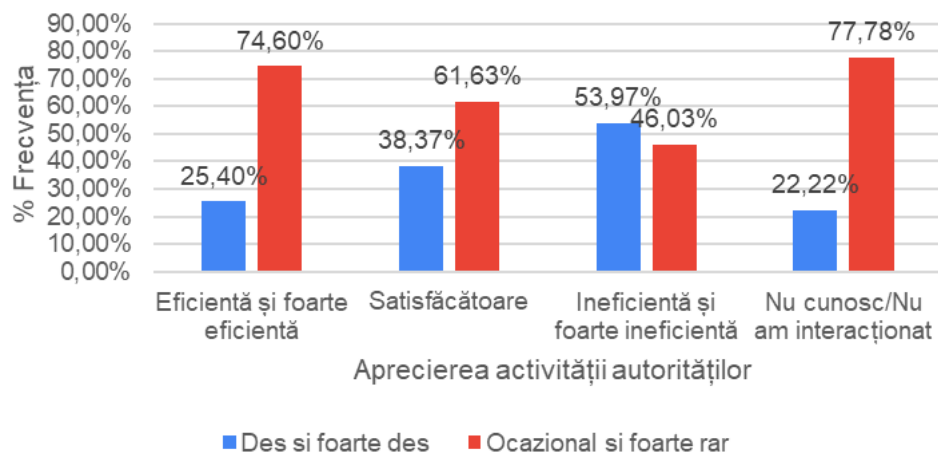
Figura nr. 18 Activitatea de înaintare a reclamațiilor și gradul de mulțumire față de soluționarea reclamației



În ceea ce privește satisfacția față de răspunsul primit în urma reclamației, categoria de respondenți activi (care au înaintat reclamații) declară că sunt în proporție de tocmai 44,23% mulțumiți sau foarte mulțumiți de răspuns, pe când cei inactivi - în proporție de doar 14,29%. Așadar, cei care au făcut reclamații au un cadru real de evaluare, iar răspunsul autorităților sau al comercianților, chiar dacă nu este întotdeauna favorabil, poate fi perceput ca un semn de responsabilitate și implicare, ceea ce contribuie la satisfacția consumatorului. Pe de altă parte, cei inactivi se pot baza pe presupuneri despre eficiența mecanismelor de soluționare a reclamațiilor, adesea influențate de scepticism, lipsă de informare sau experiențe indirecte, rezultând într-o subestimare a mecanismului.

Problemele frecvente reduc încrederea în eficiența autorităților

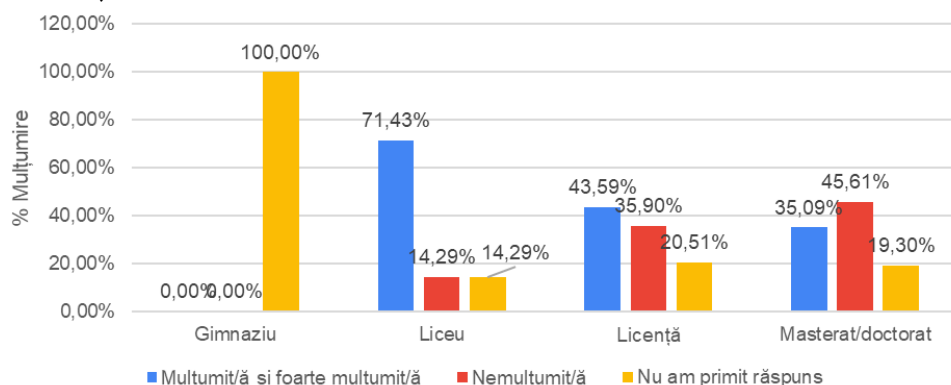
Figura nr. 19 Aprecierea activității autorităților și frecvența problemelor respondenților



Luând în considerare aprecierea activității autorităților publice cu funcții de protecție a consumatorilor, putem analiza frecvența problemelor legate de calitatea produselor sau serviciilor achiziționate. Observăm că 74,60% dintre cei ce descriu activitatea autorităților publice fiind eficientă au probleme ocazional sau foarte rar, iar, dintre cei ce consideră activitatea lor ineficientă și foarte ineficientă, 53,97% au probleme des și foarte des.

Satisfacția față de rezultatul reclamației descrește odată cu un nivel de educație mai ridicat

Figura nr. 20 Corelația dintre nivelul de studii finalizat și gradul de mulțumire față de soluționarea reclamației



Corelând nivelul de studii finalizate și gradul de satisfacție din urma înaintării reclamației în scopul analizării influenței așteptărilor asupra evaluării răspunsurilor, depistăm că mulțumiți și foarte mulțumiți de soluționarea reclamației sunt 71,43% dintre liceeni, 43,59% dintre cei care au finalizat studiile de licență și doar 35,09% dintre absolvenții masteratului/doctoratului. Cu alte cuvinte, cu cât nivelul de educație a respondenților este mai înalt, cu atât mai puțin satisfăcuți sunt aceștia de răspunsurile pe care le-au primit de la autorități atunci când au interacționat cu acestea pe subiecte aferente protecției consumatorilor.

Interacțiunea sporită cu autoritatea prin reclamații este asociată cu evaluări mai critice ale activității autorităților, indiferent de frecvența problemelor

Figura nr. 21.1 Aprecierea activității autorităților și activitatea de înaintare a reclamațiilor a respondenților care dețin semnătura electronică, în contextul problemelor dese și foarte dese

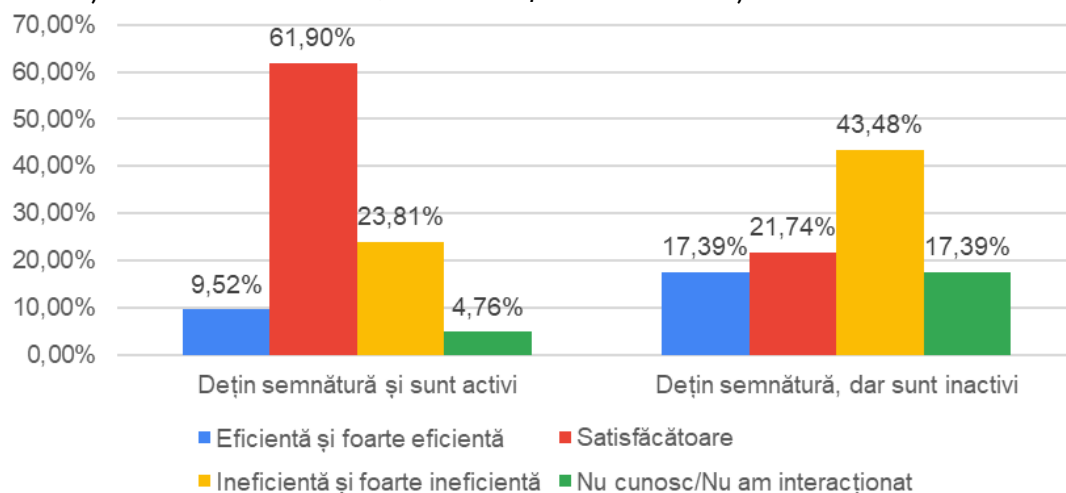
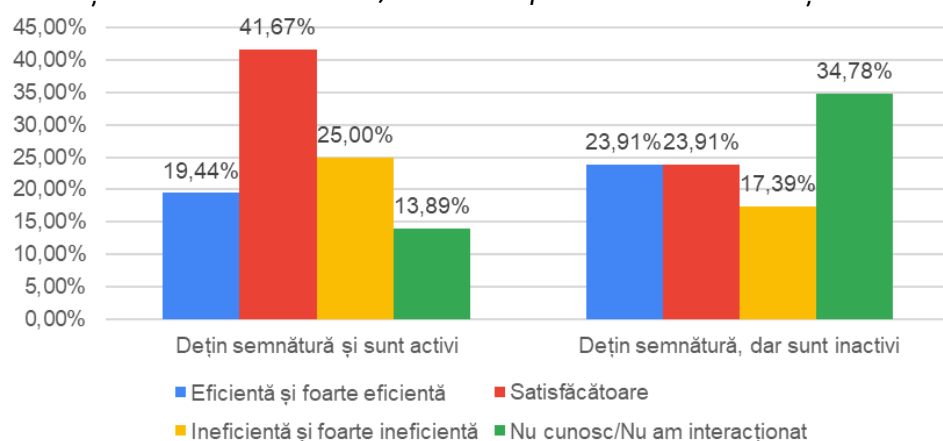


Figura nr. 21.2 Aprecierea activității autorităților și activitatea de înaintare a reclamațiilor a respondenților care dețin semnătura electronică, în contextul problemelor ocazionale și foarte rare



În efortul de a investiga măsura în care deținerea semnăturii electronice și frecvența problemelor de consum influențează comportamentul de reclamare și percepția asupra eficienței autorităților, am luat în considerare doar persoanele care dețin semnătură electronică, iar, apoi, eșantionul a fost împărțit în funcție de frecvența problemelor (dese/foarte dese în figura nr. 21 și ocazionale/foarte rare în figura nr. 22), in/activitatea în reclamare, percepția asupra autorităților (eficiență, satisfacție, inefficientă, necunoaștere).

Observăm că interacțiunea sporită cu autoritatea prin reclamații este asociată cu evaluări mai critice, indiferent de frecvența problemelor: chiar și cei activi în înaintarea reclamațiilor și dotați cu instrumente digitale (semnătură) sunt în mare parte nemulțumiți de activitatea autorităților, ceea ce ridică semne de întrebare privind eficiența procesului de soluționare. Pe de altă parte, inactivii în reclamare, în special cei cu probleme ocazionale sau rare, oferă evaluări mai „blânde” sau sunt pur și simplu deconectați de la instituțiile care le-ar putea apăra drepturile. Această tendință poate fi explicată prin faptul că experiența directă a reclamației scoate la iveală deficiențele din procesul instituțional și, respectiv, alimentează

evaluări critice, iar inactivii în lipsa unui contact direct își formează percepții mai indulgente. Putem înțelege, așadar, că doar deținerea unei semnături electronice/mobile nu garantează implicarea în mecanismul de reclamare/petiționare și/sau încredere în autorități, în lipsa unor instituții eficace și receptive.

Concluzii:

În urma studiului realizat, putem formula următoarele concluzii:

1. Există o relație negativă între vârsta respondenților și percepția lor referitoare la cunoașterea drepturilor ca și consumator: cu cât vârsta respondenților este mai mare, cu atât aceștia consideră că își cunosc mai puțin drepturile de consumator. De asemenea, mai puțin siguri pe cunoașterea drepturilor lor de consumatori se declară respondenții din mediul urban în comparație cu cel rural. Pe de altă parte, însă, o relație pozitivă se atestă între înaintarea în vârstă a respondenților și activitatea lor de reclamare.
2. Pot fi constatate și alte diferențe semnificative între respondenții din mediul urban și rural. Urbaniștii dau dovadă de mai multe cunoștințe despre elementele unei reclamații valide, dețin semnătura mobilă într-un număr mai mare, întâmpină mai des probleme legate de calitatea produselor sau serviciilor achiziționate, și sunt mai activi în depunerea petițiilor.
3. Gradul de satisfacție a soluționării reclamației descrește odată cu un nivel de educație mai ridicat, dar crește odată cu activitatea respondenților în procesul de reclamare. În același timp, interacțiunea sporită cu autoritatea prin înaintarea reclamațiilor este asociată cu evaluări mai critice ale activității autorităților.
4. Autoevaluarea cunoștințelor nu corespunde neapărat cu performanța reală. Respondenții tind să supraestimeze gradul în care își cunosc drepturile, fapt atestat și de dovada că doar o treime din respondenții care știu elementele unei reclamații valide demonstrează și competență practică în formularea reclamațiilor.
5. Deținătorii semnăturii electronice, dintre care bărbații prezintă o pondere mai mare decât femeile, atestă o ușoară creștere în activitatea de înaintare a reclamațiilor.

Campania națională de informare a consumatorilor



Acest material a fost produs cu suportul financiar al Uniunii Europene și al Fundației Soros Moldova. Conținutul acestuia reprezintă responsabilitatea exclusivă a proiectului „Consolidarea cadrului de protecție a consumatorului în Republica Moldova”, implementat de către Centrul Analitic Independent „Expert-Grup” în calitate de lider de consorțiu, în parteneriat cu Institutul pentru Politici și Reforme Europene, și finanțat de către Uniunea Europeană și Fundația Soros Moldova.