

## **Gudriem.lv: клиенты порталов коллективных покупок чаще всего жалуются на плохое отношение и качество товара**

**Согласно проведенному порталом сравнения товаров и услуг Gudriem.lv исследованию привычек пользователей, покупающих товары и услуги через порталы коллективных покупок, большинство опрошенных (41,4%) считают, что этой отрасли нужно специальное регулирование. Самые популярные жалобы – на недостаточное качество товаров и услуг, плохое отношение продавца и несоответствие заявленному размеру скидки.**

Результаты опроса (в нем приняли участие 889 человек) показали, что в целом те клиенты, которые регулярно пользуются услугами порталов коллективных покупок, довольны качеством их работы – на это указали 87,4% опрошенных. Остальные 12,6% ответили, что оценивают работу купонаторов отрицательно.

«В последнее время Центр защиты прав потребителей (ЦЗПП) уделяет особое внимание порталам коллективных покупок. Последнее заключение ЦЗПП выявило несоответствия и ошибки в работе порталов, -- говорит член правления Gudriem.lv Янина Лаце. – Gudriem.lv выполняет функции агрегатора скидочных порталов, объединяя предложения большинства, работающих в Латвии, купонаторов. Каждый день на Gudriem.lv доступно около 1500 купонов от более чем 20 порталов коллективных покупок. Мы поддерживаем стремление ЦЗПП упорядочить эту сравнительно новую для Латвии отрасль, чтобы повысить к ней доверие потребителей и создать правильную платформу для ее дальнейшего развития».

Чтобы выявить основные проблемы, с которыми сталкиваются покупатели товаров и услуг по купонам, Gudriem.lv задал вопрос о том, с какими трудностями сталкивались респонденты или их родственники, покупавшие товары или услуги через порталы коллективных покупок. Чаще всего клиенты (27,8%) говорили о том, что сталкивались с плохим качеством товаров и услуг, купленных со скидкой по купонам. 17,1% сказали, что заметили плохое к себе отношение продавца товара или услуги. 14,4% указали, что скидка, заявленная в купоне, не соответствовала реальной скидке, то есть была ниже. Еще 14% сказали, что у них были проблемы с доставкой товара, а 13,1% -- с возвратом бракованного товара.

«Для порталов коллективных покупок очень важно своевременно выявить проблемы, на которые указывают их клиенты, -- говорит Янина Лаце. – Так, по нашим данным, 45,9% опрошенных совершают покупки через порталы коллективных покупок хотя бы один раз в 2-3 месяца, 15,7% -- раз в месяц, 12,1% -- несколько раз в месяц, а 26,3% -- воздерживаются от такого способа покупки. Часто из-за того, что слышат от друзей и

знакомых о каких-то проблемах с доставкой или качеством товара. Чтобы упорядочить отрасль и снизить количество жалоб, ЦЗПП разработал специальный документ, в котором подробно изложены рекомендации для порталов коллективных покупок о том, как должно формироваться предложение для клиентов и какая информация должна в нем быть. Потребителям желательно также ознакомиться с ними, чтобы быть информированными о своих правах».

Несмотря на в целом положительные отзывы респондентов о порталах коллективных покупок, 41,1% опрошенных считают, что эта отрасль нуждается в специальном регулировании. 30,9% считают, что в этом нет необходимости, а 25,2% -- против дополнительного регулирования, так как это повысит цены на товары и услуги, реализуемые через порталы коллективных покупок.

«Люди не хотят, чтобы товары или услуги подорожали, ведь тогда теряется весь смысл использования услуг купонаторов, -- говорит Янина Лаце. -- При этом в анкетах респонденты, которые считали, что отрасли нужен дополнительный надзор, чаще всего указывали, что контролировать работу скидочных порталов должен ЦЗПП. На наш взгляд, для надзора достаточно тех правил и рекомендаций, которые уже разработаны центром для порталов коллективных покупок. Любое другое регулирование может отрицательно сказаться на доступности предложений для жителей».